

# DİJİTAL DÖNÜŞÜM

— hayata etkileri —



— EDITÖR —

Süleyman Bakkal

**değişim**



# DİJİTAL DÖNÜŞÜM

## HAYATA ETKİLERİ

\*

Editör: Süleyman BAKKAL

**değişim®**

**DIJİTAL DÖNÜŞÜM  
HAYATA ETKİLERİ**

*Editör: Süleyman BAKKAL*

Redaksiyon: Aysima Bahar

Kapak: Oğuzhan Ceylan

Sayfa Düzenleme: Melek Koç

I S B N: 978-625-5858-52-8

Basım: İstanbul – 2026

Baskı - Cilt: Değişim Yayınları Sertifika No: 50480

**DEĞİŞİM YAYINLARI / DEĞİŞİM AKTÜEL KİTABEVİ**

Semerciler Mahallesi Postane Sokak No:3 Adapazarı Sakarya

Telefon: + 90 (264) 278 56 39 / +90 (264) 272 13 81 Faks: +90 (264) 273 52 99

bilgi@degisimyayinlari.net [www.degisimkitap.com](http://www.degisimkitap.com)

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	8
-------------	---

### TÜKETİMİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Süleyman BAKKAL

1. Dijitalleşmenin Etkileri ve Tüketim Davranışlarındaki Dönüşüm .....	12
2. Sürdürülebilirlik Bilincinin Yükselişi ve Tüketim Alışkanlıklarındaki Dönüşüm.....	14
3. Yeni Nesil Teknolojilerin Rolü ve Tüketim Davranışlarının Geleceği.....	15

### MEKANSIZLAŞAN EMEK: DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE UZAKTAN ÇALIŞMANIN SOSYO-HUKUKİ ANALİZİ

Serdar ORHAN, Oya ÜTÜK BAYILMIŞ

1. Uzaktan Çalışma .....	24
1.1. Uzaktan Çalışmanın Avantajları.....	27
1.2. Uzaktan Çalışmanın Dezavantajları .....	28
1.3. Uzaktan Çalışmanın Geleceği ve Olası Yansımaları.....	30
2. Türkiye’de Uzaktan Çalışma ve Hukuki Boyutları .....	32
2.1. Uzaktan Çalışma ve Tarafları.....	35
2.2. Uzaktan Çalışmanın Uygulama Alanı.....	35
2.3. Uzaktan Çalışma Modeline Geçiş .....	36
2.4. Uzaktan Çalışmanın Süresi .....	37
2.6. Uzaktan Çalışmada İş Ortamının Dizaynı.....	37
2.7. Uzaktan Çalışmada Sosyal Güvenlik:.....	39
2.8. Uzaktan Çalışmada İSG Önlemleri.....	39

## KATILIM BANKACILIĞINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN MÜŞTERİ DENEYİMİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ

Öğr. Gör. Tolga GÜREŞ, Öğr. Gör. Ömer Faruk ALEMDAR

1. Giriş.....	44
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE .....	45
2.1. Dijitalleşme ve Dijital Dönüşüm Kavramları .....	45
2.2. Katılım Bankacılığının Temel İlkeleri ve Yapısal Özellikleri.....	46
2.3. Müşteri Deneyimi: Kavramsal Temeller ve Teorik Çerçeveler .....	47
2.4. Dijitalleşme, Katılım Bankacılığı ve Müşteri Deneyimi: Üç Kavramın Kesişimi .....	49
3. Dijitalleşmenin Müşteri Deneyimine Etkileri .....	49
3.1. Hizmet Hızı ve Operasyonel Verimlilik.....	49
3.2. Erişilebilirlik ve Finansal Kapsayıcılık .....	50
3.3. Kişiselleştirilmiş Hizmet Sunumu ve Müşteri Bağlılığı.....	51
3.4. Güven Algısı ve Dijital Güvenlik.....	52
3.5. Çok Kanallı Deneyim ve Hizmet Sürekliliği .....	53
4. Dijitalleşme Sürecinin Zorlukları ve Kısıtları .....	55
4.1. Dijital Okuryazarlık Açıkları ve Teknolojik Dışlanma Riski .....	55
4.2. Yaşlı Müşterilerin Dijital Bankacılıkla İlişkisi.....	56
4.3. Siber Güvenlik Riskleri ve Veri Gizliliği Endişeleri.....	57
4.4. Teknolojik Altyapı Sorunları ve Kurumsal Kapasite Kısıtları.....	58
4.5. İslami Finans İlkeleri ile Dijital Dönüşüm Arasındaki Gerilim .....	59
5. Dijital Müşteri Deneyiminin Geleceği Ve Politika Önerileri.....	60
5.1. Geleceğe Yönelik Teknolojik Eğilimler .....	60
5.2. Politika Önerileri.....	60

## SINIR TANIMAYAN İŞ: DİJİTAL GÖÇEBELERİN KÜRESEL ETKİSİ VE HUKUKİ ZORLUKLAR

Oya ÜTÜK BAYILMIŞ, Serdar ORHAN

1. Literatürde Dijital Göçebelik: Akademik Yaklaşımlar ve Temel Tartışmalar.....	66
2. Dijital Göçebelik: Kavramsal Çerçeve ve Türleri.....	68
3. Dijital Göçebelerin Sosyo-Demografik Profili: Kim Bu Bireyler?.....	69
4. Dijital Göçebeliliğin Avantaj ve Dezavantajları.....	72
5. Sosyo-Demografik Yapının Ekonomik ve Sosyal Yansımaları .....	72
6. Dijital Göçebelikte Hukuki Çerçeve: Ulusötesi Bir Labirent .....	74
6.1. İşyeri Kavramı ve Uygulanacak Hukukun Belirlenmesi.....	74
6.2. Vergilendirme ve Çifte Mükellefiyet Sorunu.....	75
6.3. Sosyal Güvenlik ve İş Hukuku Boyutu .....	76

6.4. Dijital Göçebe Vizeleri ve İkamet Rejimleri .....	77
6.5. İşveren Yükümlülükleri ve Ulusötesi Sorumluluk .....	77
6.6. Yeni Hukuki Model Arayışları .....	77
7. Gelecek Öngörülleri ve Politika Çerçevesi .....	78

## DİJİTAL ÇAĞDA FİNANSAL OKURYAZARLIK KAVRAMSAL ÇERÇEVE, RİSKLER VE YENİ YETKİNLİKLER

Öğr. Gör. Ömer Faruk ALEMDAR, Öğr. Gör. Tolga GÜREŞ

1. Kavramsal Çerçeve: Finansal Okuryazarlığın Gelenekselden Dijitale Dönüşümü .....	84
1.1. Finansal Okuryazarlığın Tanımı ve Boyutları .....	84
1.2. Dijital Finansal Okuryazarlık: Yeni Bir Kavramsal Katman .....	85
1.3. Dijitalleşmenin Finansal Sistemler Üzerindeki Dönüştürücü Etkisi .....	86
2. Dijital Finansal Ortamda Riskler ve Tehditler .....	87
2.1. Siber Dolandırıcılık Türleri ve Mekanizmaları .....	87
2.2. Veri Güvenliği ve Mahremiyet Riskleri .....	88
2.3. Yanıltıcı Finansal Bilgi ve Sosyal Medyanın Rolü .....	89
2.4. Bilişsel Önyargılar ve Algoritmik Karar Süreçleri .....	90
3. Dijital Finansal Okuryazarlık İçin Yeni Yetkinlik Çerçevesi .....	91
3.1. Geleneksel Yetkinlik Modellerinin Yetersizliği ve Yeni Bir Çerçevenin Gerekliliği .....	91
3.2. Dijital Finansal Yetkinliğin Temel Bileşenleri .....	91
3.3. Finansal Katılım ve Dijital Eşitsizlik .....	93
3.4. Geleceğin Yetkinlikleri: Yapay Zeka, Metaverse ve Dijital Para Sistemleri .....	94
4. Dijital Finansal Okuryazarlığı Geliştirmeye Yönelik Stratejiler ve Politika Önerileri .....	95
4.1. Eğitim Müfredatlarının Yeniden Yapılandırılması .....	95
4.2. Kamusal ve Özel Sektör İş Birliğinin Güçlendirilmesi .....	95
4.3. Dezavantajlı Gruplara Yönelik Hedefli Müdahaleler .....	96
4.4. Dijital Finansal Okuryazarlığın Ölçülmesi ve İzlenmesi .....	97
4.5. Güvenli Dijital Finansal Davranışların Teşviki .....	98

## ENGELLİLERLE İLETİŞİM

Dr. Gıyasettin TAYFUR

1. İletişim Kavramı .....	106
1.1. İletişim Engeli .....	107
1.1.1. Etkin Bir İletişimi Engelleyen Başlıca Faktörler .....	107
1.1.1.1. Kişisel Faktörler .....	107
1.1.1.2. Gürültü (Fiziksel ve İçsel Faktörler) .....	108

1.1.1.3. Semantik Faktörler .....	108
1.1.1.4. Zaman Baskısı .....	108
1.1.1.5. Algılamadaki Seçicilik .....	108
1.1.2. İletişimin Kişisel Engelleri.....	108
1.2. Temel İletişim Sürecinde Yer Alan Faktörler .....	109
1.2.1. Kaynak .....	109
1.2.2. Mesaj.....	110
1.2.3. Mesajı Kodlama .....	110
1.2.4. Kanal.....	110
1.2.5. Kod Çözme .....	110
1.2.6. Alıcı ( Hedef ) .....	111
1.2.7. Geri Bildirim (Feedback) .....	111
1.3. İletişimin Fonksiyonları .....	111
1.3.1. Enformasyon .....	111
1.3.2. Sosyalizasyon .....	111
1.3.3. Motivasyon .....	111
1.3.4. Tartışma.....	111
1.3.5. Eğitim .....	112
1.3.6. Kültürel Gelişme.....	112
1.3.7. Eğlence .....	112
1.3.8. Entegrasyon.....	112
2. Engelli (Özürlü) Kavramı .....	113
2.1. Engelli Grupları Ve İletişim.....	113
2.1.1. Zihinsel Engellilik.....	113
2.1.1.1. Zihinsel Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler .....	115
2.1.2. Görme Engelliliği.....	116
2.1.2.1. Görme Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler.....	116
2.1.3. Dil ve Konuşma Engelliliği .....	117
2.1.3.1. Konuşma ve Dil Sorunu Olan Bireyin Konuşma Davranışlarında Görülen Özellikler .....	117
2.1.3.2. Dil ve Konuşma Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler .....	118
2.1.4. İşitme Engeli.....	118
2.1.4.1. İşitme Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler .....	118
2.1.4.2. İşaret Dili .....	120
2.1.5. Bedensel (Ortopedik) Engellilik .....	121

2.1.5.1. Bedensel Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler .....	122
2.1.6. Otizm.....	122
2.1.6.1. Otistik Bozukluğun (Otizm) Belirtileri .....	123
2.1.6.2. Otistik Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler.....	124
2.1.7. Down Sendromu.....	124
2.1.7.1. Down Sendromlu Çocuklarda Görülen Konuşma Problemleri .....	125
2.1.7.2. Down Sendromlu Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler .....	125
ÖZGEÇMİŞLER.....	129

## ÖNSÖZ

Teknolojinin hızla evrilmesi, sadece üretim araçlarını değiştirmekle kalmamış; bireyin tüketim kalıplarını, finansal kararlarını ve iş hayatı ile kurduğu bağı da kökten dönüştürmüştür. Bugün dijitalleşme; e-ticaret sitelerinden dijital bankacılık uygulamalarına, evleri birer ofise dönüştüren uzaktan çalışma modellerinden yeni nesil finansal okuryazarlık gereksinimlerine, katılım bankacılığının müşteri deneyimine ve engelli bireylerin iletişim olanaklarına kadar hayatın her alanında belirleyici bir rol üstlenmektedir. Tarımdan sanayiye, hizmet sektöründen finans dünyasına, geleneksel çalışma ilişkilerinden sınır tanımayan dijital göçebelerin küresel ekosistemlerine kadar her alan bu büyük dönüşümden payını almaktadır.

Bu durum, çalışma hayatının ve toplumsal yapının geleneksel aktörlerini de bir yol ayrımına getirmektedir. İşçiler, işverenler, sendikalar ve hukuki mevzuatlar, dijital ekosistemin getirdiği yeni kurallara göre kendilerini yeniden tanımlamak zorundadır. Mekânın ve zamanın anlamı değişmekte; emek, coğrafi sınırları aşarak akışkan ve esnek bir nitelik kazanmaktadır. Küresel ölçekte yaşanan bu değişim dalgası, ülkemizde de akademik, ekonomik ve sosyal boyutlarıyla derinlemesine tartışılmaktadır.

Dijitalleşmenin farklı yüzlerini farklı disiplinlerin gözünden inceleyen bu derleme, altı bağımsız çalışmayı bir çatı altında buluşturmaktadır. Tüketim alışkanlıklarının dijital dönüşümü ve bunun toplumsal yansımaları ilk olarak ele alınmakta; ardından uzaktan çalışmanın hukuki ve sosyal boyutları, mekândan kopan emeğin yarattığı yeni gerilimler üzerinden tartışılmaktadır. Yapay zekâ ve otomasyon ekseninde katılım bankacılığının müşteri deneyimine nasıl şekillendiği incelenmekte; coğrafi sınırları aşarak çalışan dijital göçebelerin küresel etkileri ile karşılaştıkları hukuki güçlükler de bu çerçevede değerlendirilmektedir. Dijital çağda finansal okuryazarlığın yeniden tanımlanması ve beraberinde gelen yeni nesil riskler ayrıca ele alınan başlıklar arasındadır. Son bölümde ise engelli bireylerin dijital iletişim süreçlerine erişim hakkı mercek altına alınarak kitabın genel çerçevesi tamamlanmaktadır.

Her bir bölüm; alanında uzman akademisyenler ve araştırmacılar tarafından kaleme alınmış olup özgün bulgular, kavramsal çözümler ve uygulamaya dönük öneriler içermektedir. Çalışmaların bütünü, dijital dönüşümün yalnızca teknolojik bir süreç değil; aynı zamanda hukuki, ekonomik, sosyal ve insani boyutları olan derinlikli bir değişim olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu kitabın, dijital çağın getirdiği yenilikleri ve meydan okumaları anlamak isteyen tüm okurlara, araştırmacılara, hukukçulara, finans profesyonellerine ve politika yapıcılara faydalı bir kaynak olmasını; her bir bölümde ortaya konulan çabanın bilim dünyasına ve kamuoyuna değerli katkılar sunmasını temenni ederim.

# TÜKETİMİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Süleyman BAKKAL<sup>1</sup>

## ÖZET

Türkiye’de 2024 yılında gerçekleştirilen her üç alışverişten ikisi telefon üzerinden yapılmış; e-ticaret hacmi 3 trilyon TL’yi geçmiştir. Söz konusu rakamlar yalnızca büyüme eğilimini yansıtmakla kalmayıp çok daha köklü bir dönüşümün göstergesi niteliğindedir. Tüketiciler artık yalnızca alışveriş biçimlerini değiştirmemekte; neyi neden satın aldıklarını, kendilerini nasıl ifade ettiklerini ve başkalarıyla nasıl ilişki kurduklarını da yeniden biçimlendirmektedir.

Satın alma kararları artık yalnızca ihtiyaç ve fiyatla şekillenmemekte; kimlik, sosyal onay ve anlık duygusal etkenler de belirleyici rol üstlenmektedir. Sosyal medya ve influencer pazarlaması bu eğilimi beslerken dijital ödeme sistemleri borçlanmayı kolaylaştırmaktadır. Bu tablo finansal okuryazarlığı bir tercih meselesi olmaktan çıkarıp zorunlu bir yetkinliğe dönüştürmüştür. Yapay zekanın kişiselleştirilmiş reklamları, blok zincirinin tedarik zinciri şeffaflığı ve metaverse’ün sanal kimlik ekonomisi bu dönüşüme yeni katmanlar eklemektedir.

Sürdürülebilirlik bilinci gerçek anlamda yükselmektedir; ancak yeşil yıkama bu bilincin davranış değişikliğine dönüşmesini sekteye uğratmakta ve tüketici güvenini aşındırmaktadır.

Çalışma tüm bu gelişmeleri birlikte ele almaktadır: dijitalleşmenin tüketim psikolojisine ve borçlanma alışkanlıklarına etkisini, sürdürülebilirlik bilincinin neden henüz yeterince davranışa dönüşemediğini ve yapay zeka ile blok zinciri gibi yeni nesil teknolojilerin tüketim dünyasını nereye taşıdığını; küresel veriler ve Türkiye deneyimi bu sorgulamanın çerçevesini oluşturmaktadır.

<sup>1</sup> Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Geyve MYO Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü sbakkal@subu.edu.tr

*Anahtar Kelimeler; Dijital tüketim, sürdürülebilir tüketim, finansal okuryazarlık, tüketici davranışı*

## GİRİŞ

Alışveriş, neredeyse kesintisiz bir eyleme dönüşmüştür. Telefonda geçirilen her dakika potansiyel bir satın alma anına evrilebilmekte; sosyal medyada görülen bir ürün anında sepete eklenebilmekte, kredi kartı taksitleri o ağır kararı hafifletmektedir. Bu tablo yalnızca teknolojinin bir ürünü değil; insanların değer yargılarındaki, kimlik anlayışlarındaki ve sosyal ilişkilerini kurma biçimlerindeki çok daha köklü bir değişimin yansımasıdır.

Geleneksel iktisat, insanı tam bilgiye sahip ve tutarlı kararlar veren bir varlık olarak modellemiştir. Davranışsal iktisat ise bu modelin ne denli idealize olduğunu defalarca ortaya koymuştur. Kahneman (2011), hızlı ve sezgisel kararların analitik düşüncüyü nasıl bastırdığını gösterirken; Mullainathan ve Shafir (2013) ekonomik kıtlığın zihinsel kapasiteyi daraltarak karar kalitesini düşürdüğünü belgelemiştir. Dijitalleşme bu kırılganlıkları derinleştirmektedir: aynı psikolojik eğilimler artık çok daha yoğun ve sürekli bir uyaran bombardımanıya karşı karşıyadır.

Borçlanma da bu dönüşümün içinde yer almaktadır. Kredi kartı, çevrimiçi kredi ve mobil ödeme sistemleri borçlanmayı hem hızlandırmış hem görünmez kılmıştır. Harcamak kolaylaşmış; ancak bu kolaylığın bedeli zamanla ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla finansal okuryazarlık artık bir seçenek değil, gündelik bir savunma becerisi hâline gelmiştir (BKM, 2024; TCMB, 2024).

Tüketim artık salt ihtiyaç karşılamakla sınırlı değildir. Belk'in (2013) "genişletilmiş benlik" kavramı bu durumu açıkça ortaya koymaktadır: bireyler satın aldıklarıyla kim olduklarını anlatmakta, toplumsal konumlarını görünür kılmaktadır. Dijital çağ bu dinamiği büyütmüş; influencer tavsiyeleri, anlık bildirimler ve sonsuz seçenek yelpazesi satın alma kararının tam ortasına yerleşmiştir.

Tüm bu gelişmeler eş zamanlı yaşanmakta ve birbirini beslemektedir. Türkiye'de e-ticaret hacminin 3 trilyon TL'ye ulaşması, yapay zeka kullanımının bir yılda yüzde 147 artması yalnızca büyüme rakamları değil; tüketici davranışının ne denli hızlı ve köklü biçimde değiştiğinin somut göstergesidir (Ticaret Bakanlığı, 2025; TÜİK, 2024). Buna sürdürülebilirlik sorusu da eklenmektedir: tüketiciler artık ne aldıklarını değil, nasıl ve neden aldıklarını da sorgulamaktadır. Çalışma dijitalleşmenin, borçlanmanın ve değişen tüketim değerlerinin birbirini nasıl beslediğini ve Türkiye özelinde bu dönüşümün nereye gittiğini ele almaktadır.

## 1. Dijitalleşmenin Etkileri ve Tüketim Davranışlarındaki Dönüşüm

İnternetin geniş kitlelere yayılmasıyla birlikte satın alma öncesi bilgi toplama süreci köklü biçimde değişmiştir. Geleneksel yöntemler yerini dijital araçlara bırakmış; Senecal ve Nantel (2004), çevrimiçi ürün tavsiyelerinin tüketicilerin tercihlerini şekillendirmedeki gücünü erken dönemde belgeleyerek bu dönüşümün temel dinamiklerinden birine dikkat çekmiştir. Ne var ki söz konusu kolaylık aynı zamanda tüketiciyi daha önce görülmemiş ölçüde reklam ve satın alma baskısına maruz bırakmaktadır.

Türkiye bu dönüşümü hızla yaşayan ülkeler arasında yer almaktadır. Aksoğan ve Türel'in (2021) üniversite öğrencileri üzerinde yürüttüğü araştırma, sosyal medya platformlarının satın alma niyeti ve marka algısı üzerinde belirleyici bir etki oluşturduğunu; özellikle arkadaş çevresi paylaşımlarının ve influencer içeriklerinin ürün tercihlerini yönlendirdiğini ortaya koymaktadır. 2024 yılı verilerine göre Türkiye'de yaklaşık 57 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta olup bu rakam nüfusun üçte ikisinden fazlasına karşılık gelmektedir. Türkiye'deki internet kullanıcıları günde ortalama 7 saat internette vakit geçirmekte, bunun yaklaşık 3 saati ise sosyal medyaya ayrılmaktadır (Kemp, 2024). Instagram ve TikTok bu ortamda influencer pazarlamasının ana kanallarına dönüşmüş; satın alma kararlarını doğrudan etkileyebilen platformlara evrilmiştir.

Alışverişin giderek daha fazla akıllı telefon üzerinden gerçekleşmesi dijital tüketimin en çarpıcı boyutlarından birini oluşturmaktadır. Sensor Tower'ın 2025 raporuna göre 2024 yılında mobil uygulama kullanıcıları dünya genelinde toplamda 4,2 trilyon saat harcamış ve tüketici harcamaları ilk kez 150 milyar doları geçmiştir. Türkiye'de alışverişlerin yüzde 72'si mobil üzerinden gerçekleşmekte; bu oran Avrupa ortalamasının belirgin biçimde üzerinde seyretmektedir. Trendyol uygulamasının 50 milyonu aşan indirme sayısı bu eğilimin en somut göstergesidir.

Yapay zekanın gündelik hayata sızması da bu sürecin dikkat çekici bir boyutunu oluşturmaktadır. Deloitte'un 2024 Dijital Tüketici Trendleri araştırmasına göre Türkiye'de her iki kişiden biri üretken yapay zeka kullanmakta; yüzde 52 ile Türkiye bu alanda küresel ortalamasının üzerinde seyretmektedir. Kullanımı besleyen başlıca etken bireysel ihtiyaçlar olup en yaygın tercihler arasında ChatGPT, Gemini ve MyAI yer almaktadır.

Huseynov ve Özkan Yıldırım'ın (2019) e-ticaret tüketici tipleri araştırması, sosyal medya paylaşımlarının ardındaki çoklu güdülere ışık tutmaktadır: bir ürünü paylaşmak, aynı zamanda bireysel kimliği ve toplumsal konumu görünür kılmak bir biçimdir. Bu durum, özellikle gençler arasında marka sadakatini geri plana iterken trendlere ayak uydurma ve sosyal onay alma

ihtiyacını ön plana çıkarmaktadır. TikTok Shop ve Instagram Reels gibi özellikler de anlık satın alma kararlarını tetiklemektedir.

Türkiye’de moda, kozmetik ve yemek gibi alanlarda sosyal medyanın bu etkisi özellikle belirgindir. Büyük markalar kadar küçük hesapların da satışları etkileyebilmesi, tüketici alışkanlıklarını ve pazarlama stratejilerini yeniden biçimlendirmektedir. Türkiye’de e-ticaret hacmi 2024’te 3 trilyon TL’ye ulaşmış; 2025’te ise yüzde 61,7 büyüyerek 5 trilyon TL’yi aşması beklenmektedir (*Ticaret Bakanlığı, 2025*).

Kredi kartı çıkarmak, çevrimiçi kredi başvurusu yapmak ya da taksitli alışveriş uygulaması indirmek artık dakikalar içinde gerçekleşmektedir. Bu kolaylık, borçlanma araçlarını daha önce görülmemiş bir ölçüde erişilebilir kılmış ve bireylerin harcama alışkanlıklarını ciddi biçimde dönüştürmüştür (*BKM, 2024*). Armutçu (2025), Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde yürüttüğü ampirik çalışmada temassız ödeme benimsenmesinin önündeki engelleri ve kolaylaştırıcı faktörleri incelemiştir; algılanan kullanılabilirlik ile güven değişkenlerinin benimseme niyeti üzerindeki açıklayıcı gücünü istatistiksel olarak ortaya koymuştur.

Türkiye’deki tablonun sayısal boyutu dikkat çekicidir. 2024 yılının ikinci çeyreğinde hane halkı borcunun milli gelire oranı yüzde 9,4 olarak gerçekleşmiştir. Gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında görece düşük kalan bu oran, kredi kartı kullanımındaki hızlı tırmanışla birlikte değerlendirildiğinde farklı bir tablo ortaya koymaktadır (*TCMB, 2024*). 2024’te kartlı ödeme hacmi 1,7 trilyon TL’ye ulaşmış; bunun 1,4 trilyon TL’si kredi kartlarıyla gerçekleştirilen işlemlerden oluşmuştur. Toplam işlem sayısı 1,5 milyar adedi bulmuştur (*BKM, 2024*).

Borçlanma artık salt ekonomik bir davranış değildir. Tüketim kültürü derinleştikçe bireyler çoğu zaman statü göstermek, kendilerini ifade etmek ya da sosyal çevreye uyum sağlamak amacıyla borçlanmaktadır. Sosyal medya bu eğilimi beslemekte; lüks ürün ve deneyimlere yönelik talep de bu süreçte yükselmektedir. Ne var ki borcun bir sınırı bulunmaktadır: aşırı borçlanma zamanla finansal strese dönüşmekte ve bireyleri uzun vadeli hedeflerinden koparmaktadır.

OECD, finansal okuryazarlığı bireylerin mali kararlarını sağlıklı ve bilinçli biçimde alabilmelerini mümkün kılan çok boyutlu bir yeterlilik bütünü olarak tanımlamaktadır; bu tanım salt bilgi edinmeyle kalmayıp tutum ve davranış değişikliğini de kapsamaktadır. Türkiye bu alanda somut adımlar atmıştır: 2024-2028 Kalkınma Planı çerçevesinde aile bütçesi yönetimi, tasarruf, yatırım araçları ve risk yönetimi konularında danışmanlık ve eğitim hizmetleri yürütülmektedir. Sermaye Piyasası Kurulu’nun (*SPK*) 2024’te oluşturduğu Finansal Okuryazarlık Platformu bu adımların en

görünür olanıdır. Platform; bankacılık, borsa, bütçe, kredi, kripto varlıklar ve yatırım başlıklarında 66 ücretsiz video sunmaktadır. 2025 başı itibarıyla 100 binden fazla kişi platformu ziyaret ederek sertifikasını almıştır. Katılımcıların yüzde 41'i kadın, yüzde 42'si gençlerden oluşmaktadır. SPK Başkanı'na göre finansal okuryazarlık yükseldikçe toplumsal ilerlemeye en büyük katkıyı sağlayacak kesim kadınlar olacaktır (SPK, 2024).

Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, 2025 Finansal Okuryazarlık Günü'ndeki konuşmasında finansal okuryazarlığı düşük bireylerin istismara ve manipülasyona açık hâle geldiğini vurgulamıştır (SPK, 2025). Dijital platformların ve sosyal medyanın sorumlu kullanımı da bu süreçte belirleyici bir rol üstlenme kapasitesi taşımaktadır.

## 2. Sürdürülebilirlik Bilincinin Yükselişi ve Tüketim Alışkanlıklarındaki Dönüşüm

İklim krizi, azalan doğal kaynaklar ve derinleşen sosyal eşitsizlikler son yıllarda pek çok insanın gözünde somut bir gerçekliğe dönüşmüştür. Bu farkındalık zamanla alışveriş tercihlerini de etkilemeye başlamıştır. Dijitalleşme ise bu süreci belirgin biçimde ivmelendirmektedir; çevre dostu ürünleri bulmak, karşılaştırmak ve satın almak giderek kolaylaşmaktadır. Çevrimiçi platformlar sürdürülebilir alternatifleri tanıtmakta, tüketicileri bilgilendirmekte ve ürünlerin çevresel sertifikalarını doğrulama imkânını genişletmektedir.

PwC'nin 2024 Voice of the Consumer Survey araştırması bu dönüşümü rakamlarla desteklemektedir. Katılımcıların yaklaşık yarısı çevre dostu alternatiflere yöneldiğini belirtmiş; üstelik bu tercihin salt idealizmden değil, iklim değişikliğini gündelik yaşamlarında hisseden bir tüketici kitlesinin somut kaygısından beslendiği anlaşılmaktadır. Ambalaj sorumluluğu, atık azaltımı ve ekolojik koruma ise satın alma kararlarını en güçlü biçimde etkileyen etkenler arasında öne çıkmaktadır (PwC, 2024).

Bu farkındalık Türkiye'de özellikle genç ve kentli nüfus arasında belirgin biçimde artmaktadır. Sarı ve Topçuoğlu (2019), farklı kişilik tipleri ile yeşil tüketim eğilimleri arasındaki ilişkiyi SDÜ öğrencileri örnekleminde incelemiş; sorumluluk ve açıklık gibi kişilik boyutlarının çevreye duyarlı satın alma davranışını anlamlı ölçüde yordadığını saptamıştır. TÜİK'in 2024 Hanehalkı Tüketim Harcamaları Araştırması verilerine göre tüketicilerin yüzde 39'u alışverişlerinde çevre dostu ürünleri tercih ettiğini belirtmektedir (TÜİK, 2024). 2025 araştırmaları ise bilinçli tüketim eğilimleri ile şirketlerin sosyal inovasyon uygulamalarına yönelik tutumlar arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu; ancak tüketici bilinci arttıkça bu tür iddiaların daha eleştirel bir bakışla değerlendirildiğini de ortaya koymaktadır.

Geri dönüştürülmüş ürünler, organik gıda, yerel üreticiler ve vegan seçeneklere talep son yıllarda hızla artmaktadır. Balkış (2025), tekstil ve moda sektörü üzerine yürüttüğü çalışmada vegan ve sürdürülebilir modanın; yavaş moda, etik moda ve döngüsel tasarım gibi akımlarla birlikte Türkiye pazarında hem tüketici tercihlerini hem de üretim anlayışını köklü biçimde dönüştürmeye başladığını ortaya koymaktadır. Stella McCartney'in Vegea® ve Mylo™ gibi biyobazlı, hayvan ürünü içermeyen kumaşlarla geliştirdiği koleksiyonlar bu hareketin küresel çaptaki en çarpıcı yansımalarından birini oluşturmaktadır.

Bununla birlikte tablonun sorunlu bir boyutu da göz ardı edilmemelidir. Sürdürülebilir ürünler çoğunlukla daha pahalı ve bulmak daha güçtür. Lyon ve Montgomery (2015) tarafından ayrıntılı biçimde ele alınan yeşil yıkama (*greenwashing*), şirketlerin çevresel iddialarının gerçek performanslarıyla örtüşmediği durumlarda tüketici güvenini ciddi biçimde sarsmaktadır. Bu durum bilinçli tüketim için gerekli güven zeminini çökertme riski taşımaktadır. Şirketlerin satın alma gücü ile çevresel etki arasında gerçek bir denge kurması artık göz ardı edilemeyecek bir zorunluluk hâline gelmiştir.

Sosyal medya, sürdürülebilirlik bilincinin yayılmasında belirleyici bir rol üstlenmektedir. Fenomenler, blog yazarları ve aktivistler sürdürülebilir yaşam tarzlarını görünür kılarak bireyleri bilinçli seçimlere yönlendirmektedir. Türkiye'deki sürdürülebilirlik odaklı sosyal medya toplulukları bilgi paylaşımı ve karşılıklı destek açısından değerli bir işlev görmektedir. Bununla birlikte sosyal medyadaki her bilginin doğru ve tarafsız olmadığı da akılda tutulmalıdır.

Döngüsel ekonomi de bu bağlamda giderek daha fazla gündem bulmaktadır. Dünya Bankası'nın (2018) verilerine göre küresel ölçekte yılda yaklaşık 2,1 milyar ton belediye katı atığı üretilmekte olup bu rakamın 2050'ye kadar 3,8 milyar tona ulaşması öngörülmektedir; mevcut doğrusal tüketim modelinin sürdürülemezliği bu tek veriyle bile tartışmasız biçimde ortaya çıkmaktadır (World Bank, 2018). Döngüsel ekonomi bu modelin alternatifi olarak öne çıkmakta; ürün ve malzemelerin kullanım döngüsünü uzatmayı, değer kaybını en aza indirmeyi ve atığı sistematik biçimde azaltmayı hedeflemektedir. Türkiye'de geri dönüşüm oranları son yıllarda kayda değer biçimde artmış; bu geçiş ihracatçılar için de yeni fırsatlar yaratmaktadır.

### 3. Yeni Nesil Teknolojilerin Rolü ve Tüketim Davranışlarının Geleceği

Yapay zeka, blok zinciri ve metaverse, tüketim davranışlarını yeniden biçimlendirmektedir. Yapay zekanın kişiselleştirilmiş öneriler ve hedefli reklamlar aracılığıyla kararları yönlendirebilmesi yeni fırsatlar ve yeni

riskler doğurmaktadır. TÜİK'in 2024 verisine göre Türkiye'de yapay zeka kullanan kişi sayısı bir önceki yıla göre yüzde 147 artmıştır. Türkiye Yapay Zeka İnisiyatifi'nin (TRAI) 2025 raporuna göre yapay zeka teknolojileri pazarlama, müşteri hizmetleri ve lojistik alanlarında giderek daha geniş bir uygulama alanı bulmaktadır (TRAI, 2025).

Kişiselleştirilmiş içerik, pazarlama stratejilerinin fiilen belkemiğine dönüşmüştür. Yapay zeka kullanıcıların dijital davranışlarını çözümleyerek en uygun teklifi doğru anda sunmaktadır. E-posta pazarlamasından video platformlarına kadar her alanda kendini gösteren bu etki, tüketici ile marka arasındaki etkileşimi köklü biçimde dönüştürmektedir. YouTube ve Instagram'daki alışverişe yönlendiren videolar ise izleyicinin içerik tüketirken eş zamanlı alışveriş yapabilmesini mümkün kılmaktadır.

Bununla birlikte bu teknolojilerin yaygınlaşması kaygılardan bağımsız değildir. Marketing Türkiye'nin (2025) Türkiye'den 13 bin katılımcıyla gerçekleştirdiği üç yıllık panel araştırması, yapay zekaya yönelik toplumsal kaygının belirgin biçimde tırmandığını ortaya koymaktadır: yapay zekanın denetim dışı gelişeceğine dair endişeyi paylaşan katılımcıların oranı yüzde otuzdan yüzde kırka yaklaşmıştır. Bu eğilim, markaların yapay zeka destekli reklam stratejilerini sorgulamaya ve özellikle beden algısına yönelik kampanyalarda yalnızca gerçek insanlara yer verme yönelimini değerlendirmeye başladığı bir ortamı yansıtmaktadır (Marketing Türkiye, 2025).

Blok zinciri teknolojisi farklı bir işlev üstlenmektedir: ürünlerin nereden geldiğini, hangi süreçlerden geçtiğini ve hangi standartları karşıladığını değiştirilemez kayıtlarla izlenebilir kılmaktadır. Nebati (2024), Türk lojistik firmalarından derlediği verilerle blok zinciri benimseme düzeyini ölçmüş; izlenebilirlik ve akıllı sözleşme uygulamalarının operasyonel maliyetleri düşürürken tedarik zinciri aktörleri arasındaki bilgi asimetrisini de azalttığını tespit etmiştir. Tüketici açısından bu, satın alınan ürünün gerçekten sürdürülebilir olup olmadığını artık daha kolay doğrulayabilmek anlamına gelmektedir. SPK Başkanı'nın 2024 açıklamalarına göre yeşil ve sürdürülebilir temalı borçlanma araçlarının toplam ihraç tutarı yaklaşık 334 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Metaverse ise tüketim deneyimini bambaşka bir yere taşıyor. Sanal dünyalarda dijital ürün satın almak, sanal etkinliklere katılmak ve dijital kimlikler oluşturmak, özellikle gençler arasında giderek daha fazla ilgi görüyor. Deloitte'un 2023 raporuna göre metaverse'ün Türkiye ekonomisine potansiyel katkısı önümüzdeki yıllarda milyarlarca dolara ulaşabilecek düzeydedir (Deloitte, 2023). Bununla birlikte gizlilik endişeleri, bağımlılık riskleri ve dijital uçurum bu tablonun göz ardı edilemeyecek yapısal sorunları arasında yer almaktadır.

Araştırma verileri tüketim davranışlarının geleceğini üç eksen üzerinden okumaktadır: değer odaklılık, deneysel tüketim ve sürdürülebilirlik. Bu üçü aynı dönüşümün birbirini besleyen farklı görünümünü oluşturmaktadır. Bireyler artık salt fiyata bakmamakta; satın alma sürecinde etik sorumluluk, çevresel duyarlılık ve sosyal etki de giderek daha belirleyici olmaktadır. Deloitte'un 2025 Küresel Tüketici Eğilimleri raporuna göre dünya genelinde tüketicilerin yüzde 57'si bir marka seçerken çevresel ve sosyal sorumluluk performansını dikkate almaktadır (*Deloitte, 2025*). Türkiye'de genç kuşak bu konuda özellikle hassastır: TÜİK'in 2024 verileri, genç tüketicilerin neredeyse yarısının markaların sürdürülebilirlik politikalarını satın alma kararında belirleyici bulduğunu ortaya koymaktadır.

Deneysel tüketim de giderek güçlenmektedir. Bireyler artık ürünleri yalnızca işlevleri için değil; duygusal tatmin, sosyal statü ve kimlik ifadesi için de satın almaktadır. PwC'nin 2025 Global Consumer Insights Survey verilerine göre tüketicilerin yüzde 74'ü ürün ya da hizmet seçiminde deneyim faktörünü fiyat kadar önemli bulmaktadır (*PwC, 2025*). Markalar salt ürün satmakla yetinememekte; kişiselleştirilmiş deneyimler ve kalıcı izlenimler yaratmak zorunda kalmaktadır. Güven inşası açısından ise ürün kalitesi, veri koruma, çalışanlara adil davranış ve erişilebilir fiyatlandırma giderek daha belirleyici hâle gelmektedir.

Sürdürülebilirlik, tüm bu tablonun ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. NielsenIQ'nun 2025 Sustainability Report verilerine göre küresel tüketicilerin yüzde 69'u çevre dostu ürünler için daha fazla ödemeye hazırdır (*NielsenIQ, 2025*). Türkiye'de organik gıda tüketiminin son beş yılda yüzde 28 artmış olması, bu eğilimin salt küresel bir eğilim olmadığını, yerel tüketim örüntülerini de dönüştürdüğünü açıkça göstermektedir (*TÜİK, 2024, Hanehalkı Tüketim Harcamaları Araştırması*).

Bununla birlikte bu üç eksen tek başına her şeyi açıklamamaktadır. Ekonomik dalgalanmalar, demografik değişimler ve küresel krizler tüketim örüntülerini sürekli yeniden biçimlendirmektedir. KONDA'nın Kasım 2025 Yaşam Koşulları ve Tüketim Eğilimleri Araştırması'na göre net olarak geçinebilenler yüzde 17'ye kadar gerilemiş; buna karşın toplumun yüzde 90'ı büyük harcamaları hiç ertelemeden yapacağını belirtmiştir (*KONDA, 2025*). Bu görünür çelişki, tüketim davranışının salt maliyet-fayda hesabına indirgenemeyeceğini ortaya koymaktadır. Kıtık altındaki bireyler, Mullainathan ve Shafir'in (2013) öngördüğü biçimde, anlık ihtiyaçları için zihinsel kapasitelerini harcadıklarından uzun vadeli mali planlama için gereken bilişsel alan daralmaktadır; bu "tünel etkisi" görünürde çelişkili harcama kararlarını açıklayan güçlü bir kuramsal zemin sunmaktadır.

Tüketici tercihleri ve değer yargıları dönüşmektedir; yeni nesillerin alışkanlıkları önceki kuşaklarıkiyle çoğu zaman örtüşmemektedir. Bu

değişime uyum sağlamak isteyen firmalar esnek ve müşteri odaklı bir yapı benimsemek durumundadır. Eğitim ve farkındalık kampanyaları ise bireyleri bilinçli seçimlere yönlendirmede hâlâ en güçlü araçların başında gelmektedir.

## SONUÇ

Dijitalleşme, borçlanma ve tüketim; birbirini kesen bu üç dinamik, bireysel tercihleri olduğu kadar ekonomik sistemleri de yeniden biçimlendirmektedir. İnternetin yaygınlaşması ve e-ticaretin trilyonlarca liralık hacme ulaşması, tüketim alışkanlıklarını köklü biçimde dönüştürmüştür (*Ticaret Bakanlığı, 2025; Kemp, 2024*). Mobil ticaretin dünya genelinde 4,2 trilyon saatlik kullanım süresine ve 150 milyar doları aşan tüketici harcamasına ulaşması bu değişimin boyutunu açıkça ortaya koymaktadır.

Satın alma kararları artık salt bir ihtiyaç karşılama eyleminin çok ötesine geçmiştir. Belk'in (2013) dijital benlik kuramı bireyin tüketim nesnelere aracılığıyla kimliğini dışa vurduğunu; Harrison ve arkadaşlarının (2005) etik tüketim çerçevesi ise bu tercihlerin giderek ahlaki bir konum alma biçimine dönüştüğünü ortaya koymaktadır. İki perspektif bir arada değerlendirildiğinde, her ürünün artık hem bireysel kimliği hem de toplumsal sorumluluğu ifade eden bir araca evrildiği görülmektedir. Sosyal medyanın bu kararlar üzerindeki artan ağırlığı, influencer pazarlamasının yaygınlaşması ve TikTok Shop gibi yeni ticaret modellerinin hızla benimsenmesi, dönüşümün ivme kesmeden sürdüğünü göstermektedir.

Dijitalleşme borçlanmayı da kökten dönüştürmüştür. Kredi kartı ve çevrimiçi krediler aracılığıyla erişimin kolaylaşması harcama davranışlarını ivmelendirirken temassız ödeme sistemleri bu süreci daha da hızlandırmıştır (*BKM, 2024*). Bununla birlikte kolaylık beraberinde riski de getirmektedir: bilinçsiz borçlanmanın uzun vadeli refah üzerindeki olumsuz etkileri, finansal okuryazarlığı her zamankinden daha kritik bir yetkinliğe dönüştürmektedir (*Mullainathan & Shafir, 2013*).

Bu bağlamda finansal okuryazarlık politikaları giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Sermaye Piyasası Kurulu'nun Finansal Okuryazarlık Platformu'na 100 binden fazla kişinin ulaşmış olması ve 2024-2028 Kalkınma Planı kapsamındaki eğitim programları, bu alandaki kurumsal kararlılığın somut göstergeleri arasında yer almaktadır.

Sürdürülebilirlik ise bu tablonun en girift boyutunu oluşturmaktadır. Tüketicilerin üretim etiğine ilgisi artmaktadır; ancak yeşil yıkama bu bilincin gerçek davranışa dönüşmesini zorlaştırmaktadır. Şirketlerin sürdürülebilirlik iddialarını ölçülebilir verilerle desteklemesi ve şeffaflığı gerçek bir kurumsal ilkeye dönüştürmesi artık güven inşasının temel koşulunu oluşturmaktadır (*Lyon & Montgomery, 2015*).

Yapay zeka, blok zinciri ve metaverse tüketim tablosuna yeni bir boyut katmaktadır. Yapay zekanın Türkiye’de yüzde 147 oranında büyümesi, bu araçların ne denli hızlı yaygınlaştığını açıkça ortaya koymaktadır (*TÜİK, 2024; TRAI, 2025*). Kişiselleştirilmiş önerilerle satın alma davranışlarını yönlendiren yapay zekanın yanı sıra blok zinciri tedarik zinciri şeffaflığına katkı sağlamakta (*Nebati, 2024*); metaverse ise sanal kimlikler aracılığıyla tüketimi farklı bir boyuta taşımaktadır (*Deloitte, 2023*).

Ne var ki bu teknolojilerin arka planında kaygılar da giderek büyümektedir. Artan yapay zeka endişesi, gizlilik sorunları, dijital bağımlılık riskleri ve dijital eşitsizlik, teknolojinin nasıl kullanıldığı sorusunu gündemin merkezine taşımaktadır. Türkiye’de yapay zekaya duyulan kaygının üç yılda yüzde 30’dan yüzde 40’a yükselmesi, bu gerilimin somut ve ölçülebilir bir göstergesi niteliğindedir (*Marketing Türkiye, 2025*).

Öte yandan bu eğilimler sabit değildir. Ekonomik dalgalanmalar, demografik değişimler ve toplumsal kırılmalar tüketim örüntülerini sürekli yeniden biçimlendirmektedir. KONDA’nın Kasım 2025 Yaşam Koşulları ve Tüketim Eğilimleri Araştırması verileri bu gerilimi çarpıcı biçimde yansıtmaktadır: net olarak geçinebilenler yüzde 17’ye gerilerken toplumun yüzde 90’ı büyük harcamaları ertelemediğini belirtmektedir (*KONDA, 2025*). Bu bulgu, Mullainathan ve Shafir’in (2013) kıtlık kuramının öngördüğü örüntüyle örtüşmektedir: ekonomik baskı altındaki bireylerin anlık taleplere yönelmesi, daha önce ele alınan tünel etkisinin sonuçlarıyla birlikte okunmalıdır. Sonuç olarak tüketim, salt rasyonel bir hesaplamanın değil; kimlik, statü ve duygusal güdülerin de derinlemesine biçimlendirdiği çok katmanlı bir süreçtir.

Bu dönüşümde sorumluluk paylaşılmış durumdadır: firmalar değişen talebe uyum sağlayacak esnekliği göstermek, hükümetler uzun soluklu politika çerçeveleri geliştirmek, bireyler ise finansal okuryazarlık ve etik tüketim konusunda daha bilinçli davranmak durumundadır. Sermaye piyasalarında 36 milyon vatandaşın yer alması ve şirketlerin 2024’te 1,6 trilyon lira tutarında borçlanma aracı ihraç etmesi, ekonomik katılımın hem genişlediğini hem derinleştiğini ortaya koymaktadır.

Dijital çağdaki tüketim alışkanlıkları artık yalnızca bireysel refahı değil, toplumsal eşitliği ve çevresel sürdürülebilirliği de doğrudan biçimlendirmektedir. BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları bu gerçekliği küresel bir çerçeveye oturtmaktadır: sürdürülebilir üretim ve tüketim, doğal kaynakların verimli kullanımı ve atık yönetiminin iyileştirilmesi, uluslararası gündemin giderek daha fazla baskı altındaki öncelikli başlıkları arasında yer almaktadır. Türkiye ise bu hedeflere ulaşmak için kamu, özel sektör ve sivil toplumun her zamankinden daha uyumlu hareket etmek zorunda olduğu kritik bir dönüşüm sürecinden geçmektedir.

Tüketimin bu yeni çerçevesinde bilinçli seçimler yapmak giderek güçleşmektedir; ancak tam da bu yüzden daha fazla önem taşımaktadır. Finansal okuryazarlığın güçlenmesi, sürdürülebilir ürünlere erişimin kolaylaşması, teknolojinin tüketiciyi yönlendirmek değil desteklemek için tasarlanması ve döngüsel ekonomiye geçişin hızlanması birbirini besleyen süreçlerdir. Türkiye; yüzde 70'i aşan sosyal medya kullanımı, hızla büyüyen e-ticaret hacmi ve genç nüfus yapısıyla bu dönüşümün risklerini ve fırsatlarını en yoğun biçimde yaşayan ülkeler arasındadır. Bu süreçteki yönelim yalnızca ekonomik göstergeleri değil, milyonlarca insanın gündelik tercihlerini ve uzun vadeli refahını doğrudan şekillendirecektir.

## KAYNAKÇA

- Aksoğan, M., & Türel, Y. K. (2021). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki rolü: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 367–378. <https://doi.org/10.36362/gumus.865207>
- Alimoğlu, İ. (2025, 8 Ocak). Araştırmacılar nasıl bir 2025 öngörüyor? *Marketing Türkiye*. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/arastirmacilar-nasil-bir-2025-on-goruyor/>
- Armutçu, B. (2025). Yenilikçi teknolojilerin benimsenmesinin önündeki engeller ve fırsatlar: Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli ile temassız ödeme ve tüketici ilişkisi üzerine ampirik bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 13(3), 1504–1523. <https://doi.org/10.15295/bmij.v13i3.2611>
- Balkış, M. (2025). Tekstil ve moda sektöründe sürdürülebilir vegan moda. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (35), 647–668.
- Bankalararası Kart Merkezi. (2024). *Kartlı ödeme verileri* [Basın bülteni]. <https://bkm.com.tr/basin-bulteni/>
- Belk, R. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500. <https://doi.org/10.1086/671052>
- Deloitte. (2023). *Metaverse'ün Türkiye için potansiyel değeri*. <https://www.deloitte.com/tr/tr/services/consulting/research/the-metaverse-and-its-potential-for-turkiye.html>
- Deloitte. (2024). *Dijital Tüketici Trendleri 2024*. <https://www.deloitte.com/tr/tr/Industries/tmt/research/digital-consumer-trends.html>
- Harrison, R., Newholm, T., & Shaw, D. (Eds.). (2005). *The ethical consumer*. Sage Publications.
- Huseynov, F., & Özkan Yıldırım, S. (2019). Online consumer typologies and their shopping behaviors in B2C e-commerce platforms. *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019854639>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kemp, S. (2024, 23 Şubat). *Dijital 2024: Turkey*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

- KONDA. (2025). *Kasım'30 Barometresi: Yaşam koşulları ve tüketim eğilimleri (Kasım Kampanyaları ve İnternette Alışveriş)* (Rapor No. 169).
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223–249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- Mullainathan, S., & Shafir, E. (2013). *Scarcity: Why having too little means so much*. Times Books.
- Nebati, E. E. (2024). Lojistik sektöründe blok zincir teknolojilerinin kullanılmasına yönelik bir araştırma. *Turkish Management Review*, 3(1), 34–47. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12613181>
- NielsenIQ. (2025). *Sustainability report*.
- PwC. (2024, 15 Mayıs). *Voice of the Consumer Survey 2024: Shrinking the consumer trust deficit*. <https://www.pwc.com/gx/en/issues/c-suite-insights/voice-of-the-consumer-survey/2024.html>
- PwC. (2025, 10 Haziran). *Voice of the Consumer 2025: A new recipe for the food industry*. <https://www.pwc.com/gx/en/issues/c-suite-insights/voice-of-the-consumer-survey.html>
- Sarı, S., & Topçuoğlu, F. (2019). Kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 159–169. <https://izlik.org/JA57GN42SX>
- Senecal, S., & Nantel, J. (2004). The influence of online product recommendations on consumers' online choices. *Journal of Retailing*, 80(2), 159–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2004.04.001>
- Sensor Tower. (2025). *State of Mobile 2025*. <https://sensortower.com/state-of-mobile-2025>
- Sermaye Piyasası Kurulu. (2024). *Finansal Okuryazarlık Platformu* [Web sitesi]. <https://finansalokuryazarlik.gov.tr/>
- Sermaye Piyasası Kurulu. (2025, 22 Mayıs). *“Finansal Okuryazarlık Günü” programı* [Başkanın konuşmaları]. <https://spk.gov.tr/duyurular/baskanin-konusmalari/2025/finansal-okuryazarlik-gunu-programi>
- Ticaret Bakanlığı. (2025, 6 Mayıs). *Türkiye’de e-ticaretin görünümü raporu 2024* [Sektör raporu]. <https://ticaret.gov.tr/duyurular/turkiyede-e-ticaretin-gorunumu-raporu-yayinlandi-06-05-2025>
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2024). *Finansal istikrar raporu* (Sayı 38/39). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/yayinlar/raporlar/finansal+istikrar+raporu>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Hanehalkı bütçe araştırması: Tüketim harcamaları* [Veri seti]. [tuik.gov.tr](http://tuik.gov.tr)
- Türkiye Yapay Zeka İnisyatifi. (2025). *TRAI 8. yıl çalıştay raporu* [Sektör raporu]. <https://turkiye.ai/>
- World Bank Group. (2023). *What a Waste 3.0: A global snapshot of solid waste management toward circularity until 2050*. <https://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/>

## MEKANSIZLAŞAN EMEK: DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE UZAKTAN ÇALIŞMANIN SOSYO-HUKUKİ ANALİZİ

Serdar ORHAN<sup>1</sup>, Oya ÜTÜK BAYILMIŞ<sup>2</sup>

### ÖZET

Sanayi Devrimi'nden günümüze uzanan süreçte çalışma ilişkileri, teknolojik gelişmeler ve sosyo-ekonomik dönüşümler paralelinde köklü bir değişim geçirmiştir. Endüstri 4.0 ve akabinde tartışılmaya başlanan Endüstri 5.0 süreciyle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin üretim ve hizmet sektörlerine entegrasyonu hız kazanmış; uzaktan çalışma ise özellikle COVID-19 pandemisinin tetiklemesiyle küresel ölçekte yaygın bir istihdam modeli haline gelmiştir. Bu çalışma; uzaktan çalışmanın tarihsel gelişimini, kavramsal çerçevesini, avantaj ve dezavantajlarını ile gelecekteki olası yansımalarını ele almakta; aynı zamanda Türkiye'deki hukuki düzenlemeleri İş Kanunu'nun 14. maddesi ve Uzaktan Çalışma Yönetmeliği ekseninde sosyo-hukuki bir perspektiften analiz etmektedir. Araştırma bulguları, mevcut hukuki çerçevenin iş sağlığı ve güvenliği, veri koruma, iş kazalarının tespiti ve güvenceli istihdam gibi kritik alanlarda yetersiz kaldığını ve kapsamlı bir normatif düzenleme ihtiyacının bulunduğunu ortaya koymaktadır.

*Anahtar Kelimeler: Uzaktan Çalışma, Dijitalleşme, İş Hukuku, İş Sağlığı ve Güvenliği, Esnek Çalışma*

---

1 Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü sorhan@sakarya.edu.tr

2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Büro Hizmetleri ve Sekreterliği Bölümü oyabayilmis@subu.edu.tr

## GİRİŞ

Teknolojik gelişmelere paralel olarak son yıllarda çalışma hayatında, iş yapış biçimlerinde değişim ve dönüşümler ortaya çıkmıştır. Çalışma hayatında esnek çalışma, uzaktan çalışma uygulamaları ön plana çıkmıştır. Bu gelişmeler çalışma hayatının temel aktörlerini ve hukuki durumlarını da yeniden tartışılır hale getirmiştir. Çalışma hayatı ve aktörleri arasındaki ilişkiler, işçi-işveren sınıfının ortaya çıktığı sanayi devrimi ile başlayan süreçle birlikte farklı bilimsel alanlarda tartışılmıştır. İşçi- işveren sınıfının ortaya çıkması ile oluşan iki sınıflı toplumda işçi-işveren ilişkileri ve çalışma koşulları iktisat, psikoloji, sosyoloji, işletme, finans, hukuk ve çalışma ekonomistlerinin temel araştırma alanı olmuştur.

Endüstri 1.0 diye de tanımlayabileceğimiz su ve buhar gücüne bağlı mekanik üretim sistemleri ile oluşan sanayi devriminin ilk yıllarında, iş kanunlarının da olmamasına bağlı olarak kötü çalışma koşulları oluşmuş ve bu ilk yıllar işçi sınıfı açısından oldukça yıkıcı olmuştur. Üretimin yüksek olması, üretilen her mala yüksek talep olmasına bağlı olarak sanayileşen ülkeler açısından milli gelir ve refahının yüksek olması bu üretim sistemini temel ekonomik sistem haline getirmiştir. Bu sistemin sömürülen kesimi olan işçilerin de haklarını geliştirmek amacıyla sanayileşen ülkeler dar anlamli sosyal politikalar aracılığıyla iş kanunlarını getirmişlerdir.

1800'lerin ortalarında Endüstri 2.0'a geçiş olmuş ve işbölümüne dayalı elektrik enerjili seri üretim sistemine geçiş yaşanmıştır. Bu dönemde seri üretim sistemlerinin ön plana çıkmasına paralel olarak sanayileşmiş ülkelerde çalışanlara örgütlenme ve sendikalaşma hakkı verilmiştir. 1919 yılında ILO'nun da kurulmasıyla çalışanların hakları uluslararası standartlara ulaşmıştır.

Sanayi sonrası toplum olarak adlandırılan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte üretim şekli ve sistematigi de değişmiş, esnek uzmanlaşma ve yalın üretim sistemleri ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler aynı zamanda Endüstri 3.0 olarak kendisini göstermiştir. Elektronik ve bilgi teknolojilerine dayalı bir süreç yaşanmıştır. Seri üretimden ziyade bilgi işçilerinin ön planda olduğu bilgiye dayalı esnek üretim sistemlerinin uygulanmasına bağlı olarak bilgi işçilerinin haklarını sağlamak ve işveren ile ilişkilerini yönetebilmek için insan kaynakları uygulamaları ön plana çıkmıştır.

2000'li yıllarla birlikte hızlı teknolojik gelişmeler ve internet teknolojisindeki gelişmeler, Endüstri 4.0 olarak adlandırılmıştır. Bu süreçle birlikte artık siber sistemler üretimde temel faktör olarak karşımıza çıkmıştır. Özellikle 2020 sonrası COVID-19 pandemisi iş yapış biçimlerini ve istihdam şekillerini de değiştirmiştir. Uzaktan çalışma ve hibrit çalışma şekilleri tüm uluslarda temel istihdam modeli haline gelmeye başlamıştır.

Son yıllarda literatürde Endüstri 5.0 kavramı da tartışılmaya başlanmış olup, bu yaklaşım Endüstri 4.0'ın teknoloji merkezli yapısını insan merkezlilik, sürdürülebilirlik ve dayanıklılık ilkeleriyle tamamlamayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede üretim süreçlerinde yalnızca verimlilik değil, çalışan refahı, etik sorumluluk ve toplumsal etki ön plana çıkmakta; özellikle uzaktan ve hibrit çalışma modellerinin insan odaklı ve hukuki boyutları daha görünür hale gelmektedir.

Özellikle COVID-19 pandemisi sürecinde, birçok ülkede alınan tedbirler kapsamında uzaktan çalışma yaygın bir istihdam modeli haline gelmiştir. Ancak bu hızlı yaygınlaşmaya rağmen modelin hukuki altyapısında çeşitli boşluklar bulunduğu görülmektedir. Buna karşın literatürde yer alan istatistiksel öngörüler, uzaktan çalışmanın önümüzdeki dönemde daha da gelişerek yaygınlaşacağını göstermektedir. Bu çalışmada uzaktan çalışmanın tarihsel gelişimi, avantaj ve dezavantajları ile geleceğe yönelik etkileri ele alınacaktır. Ayrıca Türkiye'de uzaktan çalışmaya ilişkin mevcut mevzuatın durumu analiz edilecektir.

## 1. Uzaktan Çalışma

Uzaktan çalışma, iş görme ediminin tamamen ya da kısmen geleneksel işyeri dışında, alternatif bir mekanda ve çoğunlukla iletişim teknolojileri aracılığıyla yerine getirilmesine dayalı bir istihdam modelidir. Uzaktan çalışmayı ifade etmek için pek çok farklı kavram kullanılmıştır. Bu kavramlar arasında tele çalışma, e-çalışma, mobil çalışma, akıllı çalışma, uzaktan çalışma, esnek çalışma, merkez çalışma, konumsuz çalışma, ortak çalışma, ev ofisi, sanal ofis ve platform çalışması yer alır. Bu kavramların hepsi birbiriyle ilişkilidir ve uzaktan çalışma, tüm bu tanımları kapsayan en geniş kavramdır (*Government of Ireland, 2021:6*). Özellikle Bilgi İşlem Teknolojileri (*BIT*) yardımıyla gerçekleştirilen ve işverenin fiziksel çalışma yerinin dışında yürütülen çalışmayı ifade eder (*Messenger, 2023:19*).

Uzaktan çalışma kavramı genel olarak esnek çalışma ile de benzetilerek açıklanmaktadır. Bu yönüyle de uzaktan çalışmayı "bir kuruluşun çalışanlarının tipik çalışma saatlerinin bir kısmını (*haftada birkaç saatten tam zamanlıya kadar değişen sürelerde olabilir*) işyerinin merkezinin dışında ve esas olarak evden çalışmak için, iş görevlerini yürütmek amacıyla gerektiğinde başkalarıyla etkileşim kurmak için teknolojiyi de kullanarak yapılan çalışmadır" şeklinde tanımlamıştır (*Ofosuhene, Opoku and Cobbinah, 2022:5*).

Uzaktan çalışmayı tanımlamak amacıyla kullanılan kavramlar Tablo 1'de sunulmuştur. Bu kavramların ortak noktası işin geleneksel işyeri dışında yürütülmesidir; ancak kapsam, mekansal esneklik ve teknolojik bağımlılık düzeyi bakımından aralarında farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 1. Uzaktan Çalışmayı İfade Eden Temel Çalışma Modelleri

<b>E-Çalışma</b>	İşin belirli bir yere bağlı olmadığı, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanan bir çalışma yöntemidir. Geleneksel olarak ofisten uzakta, genellikle evden, tam zamanlı veya çalışma süresinin belirli bir süre olduğu uzaktan çalışmadır.
<b>Mobil Çalışma</b>	Mobil çalışma, çalışanın işyerinin dışında çeşitli olası konumlardan, dizüstü ve tablet bilgisayarlar gibi modern teknolojilerle desteklenerek çalıştığı çalışma modellerini ifade eder. Bu yönüyle de geleneksel uzaktan çalışmadan daha az “mekâna bağlı” olması anlamında farklıdır.
<b>Akıllı/Zeki Çalışma</b>	Akıllı/zeki çalışma, yenilikçi çözümler aracılığıyla çalışma yöntemlerine daha fazla esneklik katan bir dizi uygulamadır. Konum, program, çalışma saatleri ve ortak sorumluluk gibi alanlardaki esneklik, bu çalışma tarzının belirleyici özellikleridir.
<b>Uzaktan Çalışma</b>	Uzaktan çalışma, işe gidip gelmek için kullanılan ulaşım araçlarının telekomünikasyon yoluyla sağlanması anlamına gelir. Tamamen teknolojik araçlar yardımıyla işyerine gidilmeden yapılan çalışma biçimidir.
<b>Esnek Çalışma</b>	Esnek çalışma, çalışanlara tam zamanlı çalışmaya göre çalışma günü ve hangi saatlerde çalışacakları konusunda bir dereceye kadar esneklik sağlayan bir çalışma düzeni türünü tanımlar.
<b>Merkez Çalışma</b>	Çalışanın, tamamen veya kısmen, kent merkezlerinde ya da ticaret ve hizmet yoğunluğu olan bir merkezden çalıştığı bir düzenlemedir.
<b>Konumsuz Çalışma</b>	Konumsuz çalışma, sabit bir konumu olmayan işleri ifade eder. İş ilanları konum belirtilmeden verilir ve çalışanlar istedikleri yerde yaşayabilir ve çalışabilirler.
<b>Ortak Çalışma</b>	Ortak çalışma alanı, çalışanın kendi ekibi veya kuruluşu dışındaki kişilerle iş birliği yapmasının ve ağ kurmasının teşvik edildiği, paylaşılan bir ofis alanıdır.
<b>Ev Ofis</b>	Kişinin evinde kurduğu ve düzenli olarak yalnızca iş amaçlı kullandığı çalışma veya ofis alanını ifade eder.
<b>Sanal Ofis</b>	Adresi ve telefon numarası olan, iletişim ve idari hizmetler sunan ve ayrı bir ofis alanına ihtiyaç duymadan toplantı odalarına erişim imkânı sağlayan bir ofisdir.
<b>Platform Çalışma</b>	Platform çalışması, kuruluşların veya bireylerin belirli sorunları çözmek veya belirli hizmetleri ücret karşılığında sağlamak için diğer kuruluşlara veya bireylere erişmek üzere çevrimiçi bir platform kullandığı bir istihdam biçimidir

Kaynak: (Government of Ireland, 2021:7).

Uzaktan çalışma dar anlamıyla çalışanların iş görme edimini geleneksel ofis ortamı dışında, genellikle iş arkadaşları ve işveren ile iletişim kurmak ve iş birliği yapmak için teknolojiyi kullanarak yerine getirdikleri bir çalışma düzeni olarak tanımlanır. Bu çalışma düzeni, esneklik derecesi açısından çalışanların tam zamanlı uzaktan çalışmasından, çalışanların zamanlarını uzaktan ve ofiste çalışma arasında bölüştürdüğü hibrit çalışma modellerine kadar değişebilir (*Sin and Kathiarayan, 2023:91*). Uzaktan çalışma, işin iş yeri dışında bir yerde yürütüldüğü ve çalışanların iş yerine bağlanmak için telekomünikasyon teknolojisini kullandığı bir tür alternatif (*veya esnek*) çalışma düzenlemesidir (*Shockley, 2024:2*).

Uzaktan çalışma yeni bir olgu olarak algılsa da, evden ve mobil çalışma uygulamaları uzun süredir farklı biçimlerde varlık göstermektedir. Bu modeller teknolojik ilerlemelerle birlikte gelişmiş ve çeşitlenmiştir.

Tarihi kökenleri olarak uzaktan çalışma, 1970'lere dayanmaktadır (*Tortumlu ve Uzunbacak, 2024:330*). 1970'lerde yaşanan petrol krizine ve işe gidip gelme süresini azaltma ihtiyacına bir yanıt olarak 'uzaktan çalışma' terimi ortaya atılmıştır (*Rani, 2023:30*). 1980'lerde kişisel bilgisayarların ortaya çıkması ve yaygınlaşması, 1990'larda internetin yaygınlaşması uzaktan çalışma uygulamalarını daha da hızlandırdı. 2000'lerle birlikte IBM, Sun Microsystems ve Cisco gibi şirketlerin öncülüğünde, uzaktan çalışma uygulanabilir bir çalışma düzeni olarak uygulamaya başladı. 2008 yılındaki küresel finansal kriz ve 2020'deki COVID-19 pandemisi, işletmelerin maliyetleri düşürme arayışları, verimliliği koruma ve çalışanların iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması çabaları, uzaktan çalışmanın gelişmesi ve yaygınlaşması için katalizör görevi gördü (*Sin and Kathiarayan, 2023:92*).

Esas itibarıyla piyasa mekanizması içerisinde işletmelerin maliyetleri düşürme arayışları çerçevesinde uzaktan çalışma, son yıllarda ekonomistler tarafından önemli bir alternatif olarak tartışılmaktaydı. Ancak COVID-19 pandemisi, bu modelin yaygınlaşması ve hız kazanmasında en önemli tetikleyicilerden biri olmuştur. Öncesinde de çeşitli uygulamalar mevcut olmakla birlikte, pandemi sonrasında küresel ölçekte yaygın bir istihdam biçimi haline gelmiştir (*Bartık et al, 2023*).

Uzaktan çalışmanın son yıllarda yaygın bir istihdam modeli olarak gelişmesinin arkasında yukarıda da ifade edilen belli başlı faktörler yer almaktadır. Bu faktörler;

- Teknolojik gelişmeler (*bilişim ve internet erişimi*),
- Küreselleşme,
- Kurumsal maliyet tasarrufu arayışları,
- Değişen işgücü piyasası,
- Salgın hastalıklar ve doğal afetler (*Sin and Kathiarayan, 2023:92*).

Uzaktan çalışma düzenlemeleri, işletmeler için kurumsal bir politika olarak resmi ya da gayri resmi uygulamalar şeklinde olabilmektedir. Gayri resmi düzenlemeler genellikle yöneticilerin kişisel inisiyatifleri ile gerçekleşmektedir. Ayrıca bu düzenlemelerin ayrıntıları da farklılık gösterebilir; bazı çalışanlar tamamen uzaktan çalışırken, diğerleri haftada birkaç gün uzaktan çalışma seçeneğine sahip olabilir, diğerleri ise ara sıra uzaktan çalışabilirler (*Shockley, 2024:2*).

### 1.1. Uzaktan Çalışmanın Avantajları

Uzaktan çalışmanın çalışanlara, işletmelere ve sosyoekonomik çevreye çeşitli avantajlar sağladığı görülmektedir. Öncelikle uzaktan çalışma, iş ortamında çalışana bir özerklik sağlamaktadır. Aynı zamanda uzaktan çalışma çalışanların yetenek kazanmaları ve yeteneklerini elde tutarak gelişimini sağlamaktadır. Özellikle Z kuşağı uzaktan çalışma düzenine daha yatkındır. Çünkü hem çalışmayı sürdürmek hem de hobilerini ve yeteneklerini geliştirmek suretiyle aileleriyle daha fazla vakit geçirmeyi tercih etmektedirler. Dolayısıyla bu çalışma düzeni, gelişme potansiyeline sahip olan yeteneklerin gelişimine de destek olmaktadır. Bunun dışında uzaktan çalışma, işe gidiş geliş için yapılan harcamaların azalmasını yanında karbon salınımını azaltarak çevreye duyarlı bir çalışma düzeninin oluşumuna destek sağlar (*Ofosuhene, Opoku and Cobbinah, 2022:8*). Ayrıca uzaktan çalışma, demografik hareketliliğin gelişmesine ve gelişime açık bölgelerin ekonomik açıdan gelişmesine neden olmuştur. Özellikle konut fiyatlarının yüksek olduğu merkezlerden hatta ülkelerden fiyatların daha uygun olduğu yerlere doğru sosyal hareketlilik yaşanmıştır. Örneğin Estonya, Ağustos 2020’de dijital göçebe vizesini uygulamaya koyan dünyadaki ilk ülke olmuş ve uzaktan çalışanların ve onların ailelerinin, yurtdışında kayıtlı bir şirket için yasal olarak çalışırken geçici olarak ülkede ikamet etmelerine olanak sağlanmıştır. İzlanda ve Hırvatistan da, bu çalışma biçimine yönelik yerel ekonomileri güçlendirmek amacıyla uzaktan çalışanlar için yeni vize programları uygulamaya koymuşlardır (*OECD, 2021:11*). Tüm bunların yanında uzaktan çalışmanın;

- Yapılan araştırmalarda uzaktan çalışma ile sağlanan esnek çalışma saatlerinin ve uzaktan çalışmanın, verimliliği artırdığına dair inkâr edilemez kanıtlar ortaya koymuştur,

- Çalışanlar işin karmaşıklığı ve kişisel ihtiyaçları dengeleme fırsatına sahip olduklarında ve bunu başarabildiklerinde, daha düşük stres seviyelerinden uzun vadeli sağlık faydaları elde edilebilir,

- Dijital teknolojideki gelişmeler sayesinde, çalışanlar daha fazla zamansal ve mekânsal esneklikten yararlanır bu da özellikle kısa süreli

atamalar söz konusu olduğunda, yeni bir pozisyona atandıklarında yer değiştirmenin finansal maliyetlerini azaltır.

- Uzaktan çalışmayla ilişkili esneklik, belirli bir zamanda bir şirkette veya kurumda belirli projelerde daha geniş bir insan havuzunu dâhil etmeyi(*Tortumlu ve Uzunbacak, 2024:3333*) mümkün kılar ve böylece herkesin çıkarına olacak şekilde çıktılarının kalitesini ve verimliliğini artırır,

- Uzaktan çalışanlar, uzaktan iş birliği yapmak için çeşitli teknolojik araçları güvenle kullanmada daha yetkin ve kendinden emin hale gelirler,

- Uzaktan çalışma, işin yönetilmesi daha kolay olan daha küçük iş birimlerine çok boyutlu bir şekilde parçalanmasını sağlar,

- Zaman tasarrufunun yanı sıra evden çalışanlar, işe gidip gelme/seyahat masraflarından ve park ücretlerinden önemli ölçüde tasarruf ederler (*Erasmus, 2020:4*).

Bu avantajların sağlanabilmesi için uzaktan çalışma sisteminin belirli bir düzende organize edilmesi de önemlidir. Bunun için de;

1- Projelerin iyi yönetilmesi, uzaktan yapılan işin kalitesinin veya yerinde çalışanların verimliliğinin tehlikeye atılmamasını sağlamalıdır,

2- Çalışanlar arasında yüz yüze etkileşim, erişilebilir video merkezli sistemler aracılığıyla teşvik edilmeli ve planlanmış yerinde toplantılarla desteklenmelidir,

3- Kısa, planlanmış haftalık veya iki haftalık video veya telekonferans toplantıları şeklinde çok katmanlı bir yaklaşım ile ekipleri yönetmek, üyeleri motive etmek ve ilerleme raporlarını paylaşmak gereklidir (*Erasmus, 2020:6*).

## 1.2. Uzaktan Çalışmanın Dezavantajları

Uzaktan çalışmanın avantajlarının yanında özgün risk ve dezavantajlar barındırdığı, literatürdeki araştırma ve gözlemlerle ortaya konulmaktadır. Bu dezavantajların ortaya çıkmasında çalışanların kişisel özellikleri, işletmenin kendi stratejilerinden de kaynaklanan nedenlerin etkisi olabilir. Özellikle COVID-19 pandemisi ile birlikte okulların kapanmasının, uzaktan çalışanların aileleriyle birlikte sürekli ev ortamında olmaları anlamına geldiğini ve bunun da uzaktan çalışmayı çok zorlaştırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca uzaktan çalışmada yüz yüze etkileşim eksikliği söz konusudur. Video ve telekonferans görüşmeleriyle bu durumun telafi edilmesi amaçlansa da, bu yöntemlerin fiziksel ortamda gerçekleşen etkileşim düzeyini tam olarak sağlayamadığı belirlenmiştir. Bu etkileşim eksikliği, verimlilik için gerekli olan sinerji ve iş birliğinin sağlanmasında da problemlere yol açmakta ya

da yüz yüze çalışmaya göre daha çok zaman almaktadır (*Ofosuhene, Opoku and Cobbinah, 2022:8*). Yine mevcut literatüre göre uzaktan çalışma, yeni bir olgu olmasa da işlerini kişisel yaşamlarıyla bütünleştiren kişilerin öncelik belirlemede zorluk yaşadıklarını, oldukça bütünleşik bir yaşam tarzına sahip olduklarını ve genellikle daha yüksek duygusal tükenmişlik yaşadıklarını ortaya çıkarmıştır (*Ofosuhene, Opoku and Cobbinah, 2022:5*).

- Bir kuruluş içindeki çeşitli rollerde ve farklı pozisyonlarda bulunan kişilerin, uzaktan çalışırken erişim ve esneklik düzeyleri farklıdır. Aynı şekilde çalışanların görevlerini iyi bir şekilde yerine getirmek için gereken teknolojiye ve ilgili kaynaklara erişim türleri ve düzeyleriyle ilgilidir. Dolayısıyla bu noktada bir strateji olmazsa çalışanlar uzaktan çalışma baskısı altında kalabilir.

- Zorunlu sebeple yapılan uzaktan çalışmada (*COVID-19*) tamamen işletme merkezli bir yapılanma yapılması nedeniyle çalışanlar metalaştırılmış ve şirket hedefleri ve işlerin yetiştirilmesi merkezinde bir çalışma olması nedeniyle çalışanlar açısından zorlayıcı olmuştur. Tabi teknik eksiklikler ve yetersiz altyapı da eklenince bu durum çalışanlarda strese neden olmuştur.

- Yöneticiler, profesyoneller ve danışmanlar gibi daha yüksek ücretli pozisyonlardaki çalışanların uzaktan çalışmaya daha kolay adapte olmasına rağmen, düşük gelirli işlerde çalışanların çoğu ise bunu sağlayamamıştır. Bu durum da çalışanlarda eşitsizlik düşüncesinin artmasına neden olabilir.

- Çalışanlar arasında kişisel etkileşimin eksikliği uzun vadede motivasyonu azaltabilir, hayal kırıklığına yol açabilir ve beklenmedik sorunların çözülmesini daha zor hale getirebilir.

- Tüm çalışanlar, uzaktan çalışmaya eşit derecede uygun olmayabilir. Özellikle genç, deneyimsiz çalışanlar için bu süreç, iş-yaşam dengesini yönetmek yönünde sıkıntılı olabilir.

- Çalışanlar, genellikle uzaktan çalışmanın getirdiği daha fazla esneklik ve özerkliği istemekte ancak artan örgütsel bağlılık ve iş yoğunluğu "tükenmişliğe" yol açabilir.

- Uzaktan çalışanların iş ve özel hayatları arasındaki sınırlar ortadan kalkmaya başladığında psikolojik refah tehlikeye girebilir ve bu durum çalışma sürelerinin artmasına neden olmaktadır (*Messenger, 2023:22*). Ayrıca aile üyeleri tarafından çalışan üye, günün 24 saati, haftanın 7 günü çalışıyor gibi algılanabilir. Serbest zamanlarda ani gelişen toplantılar da özel hayatı engelleyebilir.

- Uzaktan çalışan genç çalışanlar için evleri uzaktan çalışmaya uygun bir alan olmayabilir.

- Uzaktan çalışma, insanları izole edebilir ve kariyerlerini olumsuz etkileyebilir.

- Ev ofisleri zamanla çok yalnız mekânlar haline gelebilir ve “kurumsal bütünlük/kimlik/takım ruhu/çalışanların aidiyet duygusu” gibi değerler önemini kaybedebilir.

- Esnek çalışma takvimleri, toplantılar düzenlenirken meslektaşların çalışma programlarını uyumlu hale getirmeyi zorlaştırabilir (*Erasmus, 2020:5*).

### 1.3. Uzaktan Çalışmanın Geleceği ve Olası Yansımaları

COVID-19 pandemisi sonrasında tüm ülkelerde yaygınlaşan uzaktan çalışmanın, önümüzdeki yıllarda daha da gelişerek yaygınlık kazanması beklenmektedir. Uzaktan çalışmanın sonuçları, disiplinler arasında olduğu kadar işletmeler içindeki farklı pozisyonlar bakımından da çeşitlilik göstermekte ve bu durum işletmeleri farklı düzeylerde etkilemektedir. Bu çerçevede ortaya çıkabilecek başlıca olasılıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Yüz yüze iletişimin gerekli olduğu durumlarda (*tıbbi müdahale*) uzaktan çalışma mümkün olmayacaktır.

- Evden çalışma, etik örgütsel uygulamalar açısından sonuçlar doğurmaktadır. Çalışanların adil çalışma saatleri, müsaitlik ve iş-aile sorumluluklarının dengelenmesiyle ilgili haklarını ihlal edebilir. Çalışanlar özellikle esneklik adı altında işveren tarafından daha fazla çalışmaya zorlanabilir.

- Birçok işletme uzaktan çalışma yoluyla klasik ofis alanlarından vazgeçerek merkezi ve tam zamanlı olmayan çalışma düzenine geçecektir.

- Uzaktan çalışmanın yaygınlaşması ile birçok ev sahibi evlerini yeniden düzenleyerek istedikleri gibi döşeyebilecekleri ve donatabilecekleri özel bir ofis/çalışma/iş alanı oluşturmak isteyeceklerinden küçük inşaat işlerinde yoğunlaşma beklenmektedir.

- İnternet teknolojileri uzaktan çalışmayı kolaylaştıran bir faktör olmasına rağmen siber saldırı olasılığı da dâhil olmak üzere birçok nedenden dolayı çalışanların ev bilgisayarlarından işletme için hassas bilgilere erişmesine izin vermek problem yaratabilecektir. Bu nedenle uzaktan çalışma ile ilişkili güvenlik riski, bir kuruluşun bir çalışanın uzaktan çalışmasını onaylamadan önce öncelik taşımaktadır.

- Uzaktan çalışmada işveren tarafından temin edilen araç ve gereçlerin korunması ya da hırsızlık durumunda oluşacak kayıpların nasıl karşılanacağı açıkça belirtilmelidir. Bu durum da sigorta ilişkisinde bir karmaşıklık oluşturur (*Erasmus, 2020:6*).

- Hukuki boyutları arasında çalışanların iş sağlığı ve güvenliği önlemlerinin temini, bir kaza olma durumunda bunun çalışma saatlerinde mi yoksa dışında mı gerçekleştiğinin tespiti gibi karmaşık durumlar ortaya çıkacaktır.

Bu belirsizliklerin giderilebilmesi için uzaktan çalışmayı düzenleyen iş hukukuna yönelik yeni düzenlemelere ihtiyaç daha önemli bir hal alacaktır. Çünkü uzaktan çalışma için yapılan çalışmalar, ileriki yıllarda uzaktan çalışanların sayısının, uzaktan yapılan iş biçimlerinin giderek artacağını göstermektedir.

ABD' de 2026 yılı için uzaktan çalışma için beklenen trendlere göre, çalışanların %75'inin hibrit ve uzaktan çalışmayı tercih ettikleri, bu sayede işe gidiş geliş süresinin kısalmasına bağlı olarak günlük 4,3 saatlik zaman tasarrufunun sağlandığı ve uzaktan çalışanların verimliliklerinde %55'lik artış sağlandığı görülmüştür (*www.breeze.pm*). Yine ABD'deki uzaktan çalışma ile ilgili yapılan araştırmalarda uzaktan çalışmanın yaygınlığını gösteren verilere erişilmiştir. Buna göre;

- 2025 yılına kadar Amerikan işgücünün %22'si uzaktan çalışacak,
- Uzaktan çalışma yetkinliğine sahip olanların %27'si tamamen uzaktan çalışırken, %53'ü hibrit ve %21'ise ofislerde çalışmaktadır,
- Amerikadaki çalışanların %22,8'i yani yaklaşık 35,13 milyon çalışan uzaktan çalışmanın içerisinde istihdam edilmekte ve 2025 yılına kadar 32,6 milyon Amerikalı uzaktan çalışacaktır,
- Dünya genelinde şirketlerin %16'sı tamamen uzaktan çalışmaktadır,
- Uzaktan çalışma imkânları, ABD'deki toplam iş fırsatlarının %15'inden fazlasını oluşturmaktadır. Bu oran 2020 yılındaki oranın üç katından fazladır,
- Uzaktan çalışma hizmetleri pazarının, 2022'deki 20,1 milyar dolar-dan 2027'ye kadar yıllık %23,8'lik büyüme oranıyla 58,5 milyar dolara ulaşması beklenmektedir,
- Küresel olarak şirketlerin %16'sı tamamen uzaktan çalışırken, %44'ünün hiçbir şekilde uzaktan çalışmaya izin vermedikleri görülmektedir,
- ABD'deki ortalama bir işveren, yarı zamanlı uzaktan çalışan her bir çalışan için yıllık 11.315 dolar tasarruf sağlayabilir.
- Günümüzde 2020 yılına göre uzaktan çalışılan iş sayısı üç kat daha fazladır (<https://wowremoteteams.com>).

Bunun yanı sıra internet ve bilişim alanında yaşanan gelişmeler özellikle iş yapış biçimlerini ve şeklini değiştirmekle birlikte uzaktan çalışmanın gelişimini daha da hızlandıracığı göstermektedir. Özellikle hibrit çalışma

modelleri %40 oranında artmıştır. Bu durum da ofis içi ve uzaktan çalışmayı birleştirerek hem esnekliği hem de işbirliğini sağlamaktadır. Yine metaverse çalışma alanlarının uzaktan çalışan ekipler tarafından benimsenme oranı %25'lere ulaşmıştır. Bu da sanal ortamlarda sürükleyici işbirliği imkânlarını arttırmaktadır. Dijital göçebelik oranı da %30 çalışma ortamında artmıştır. Günümüzde yine yapay zekâ destekli uzaktan yönetim araçları %35 oranında arttığı görülmüştür. Bu sayede de gelişmiş analitik ve otomasyon etkili ekip çalışması da yaygınlaşmaktadır (*www.keevvee.com*).

Eğitim imkanlarının ve seviyesinin gelişmesine paralel olarak uzaktan çalışanların sayısı da doğru orantılı olarak artmaktadır.

*Tablo 2. Eğitim durumuna Göre Uzaktan Çalışma Tercihleri*

	Uzaktan Çalışan	Bazı Zamanlarda Uzaktan Çalışan	Uzaktan Çalışmayan
Lisansüstü	16,8	21,1	62,1
Lisans	17,8	16,8	65,4
Ön Lisans	8,9	6,2	84,9
Lise	4,5	2,7	92,8
Lise Altı	1,4	1	97,6

Kaynak: <https://www.forbes.com>

Benzer durum AB ülkeleri için de geçerlidir. Eurostat verilerine göre, üniversite diplomasına sahip olanların orta ve düşük eğitim seviyesinde olanlara kıyasla daha fazla bir oranda uzaktan çalışma şeklinde (*dijital platformlarda*) istihdam edildikleri görülmüştür. 15-64 yaş arasında yüksek eğitime sahip kadın (%3,9) ve erkeklerin (%4,7) dijital platformlarda istihdam edildikleri, orta veya düşük eğitim seviyelerinde bu oranların (%3,0 veya daha az) daha az olduğu görülmüştür. 2022 yılında 17 AB ülkesi genelinde 15-64 yaş arasında kişilerin %3,0'ı son bir yıl içerisinde dijital platformlarda uzaktan çalışmışlardır. Bu çalışanların %80,1'i bir tür etkinlikte çalıştığını, %15,5'i iki farklı kategoride, %3,3'ü üç farklı kategoride ve %1'i ise dört veya daha fazla kategoride çalıştıklarını bildirmişlerdir (<https://ec.europa.eu>).

## 2. Türkiye'de Uzaktan Çalışma ve Hukuki Boyutları

Hızlı dijitalleşme ve uzaktan çalışma örgütsel yapıları da değiştirmektedir. Bu durum ise iş hukukunun işlevselliğini ve etkinliğini zorlamaktadır.

İş hukuku, bu hızlı değişime hemen uyum sağlayamamaktadır. Özellikle veri koruma ve iş güvenliği uzaktan çalışmada ayrı ayrı değil, tek bir konu gibi düşünülmektedir (*Felten, 2026:148*). Bu nedenle iş hukuku mevzuatının güncellenmesi bir zorunluluk halini almıştır.

Tüm dünyada olduğu gibi COVID-19 sonrasında ülkemizde de başta hizmet sektörü olmak üzere tüm sektörlerde uzaktan çalışma uygulaması artmıştır. Uzaktan çalışma olgusu, yeni bir kavram gibi gözükse de neredeyse son elli yıldır uygulanmaktadır. Ancak genel olarak ülkemizde uzaktan çalışma olgusu esnek çalışmanın içerisinde görülmekteydi. Pandemi sonrası yaygınlaşma ile uzaktan çalışma ve uzaktan çalışmanın düzenlenmesi konuları gündeme gelmiştir.

Önümüzdeki yıllarda uzaktan çalışmanın yaygınlığının artacağı, ABD ve AB ülkelerine ilişkin verilerden anlaşılmaktadır. Türkiye’de ise 2020 yılında COVID-19 pandemisi ve 2023 Kahramanmaraş depremleri sonrasında başta eğitim sektörü olmak üzere belirli alanlarda bu model uygulanmıştır. Bununla birlikte, mevcut hukuki çerçevenin kapsamlı ve bütüncül bir düzenleme niteliği taşımadığı görülmektedir. Sanayileşmiş ülkelere kıyasla üretim yapısının daha çok ara mal üretimi ve tarım istihdamına dayanması ile bilişim ve telekomünikasyon gibi hizmet sektörlerindeki yoğunluğun görece sınırlı olması bu durum üzerinde etkili olmaktadır. Ancak son yıllarda dijital altyapı ve teknoloji yatırımlarındaki artış, önümüzdeki dönemde Türkiye’de de uzaktan çalışmanın daha yaygın hale gelebileceğine işaret etmektedir. Bu çerçevede, pandemi ve deprem sonrasında edinilen uygulama tecrübeleri dikkate alınarak kapsamlı bir hukuki düzenleme yapılması, çalışma hayatı açısından önemli bir gelişme olacaktır.

Günümüzde Türkiye’de uzaktan çalışmaya ilişkin özel bir kanun bulunmamakla birlikte, 4857 sayılı İş Kanunu’nun 14. maddesinde bu modele ilişkin düzenlemelere yer verilmiş ve 2021 yılında “Uzaktan Çalışma Yönetmeliği” yürürlüğe konulmuştur. Nitekim uzaktan çalışma kavramı, COVID-19 pandemisinden önce 2016 yılında İş Kanunu’nun 14. maddesinde yapılan değişiklikle mevzuata dâhil edilmiştir (*Yıldırımçakar ve Kanberoğlu, 2024:205*). Bununla birlikte, tanımın mevzuata girmiş olmasına rağmen salgın hastalıklar ve olağanüstü durumlarda zorunlu uzaktan çalışmaya geçişe ilişkin açık ve kapsamlı bir düzenleme bulunmamaktadır. COVID-19 sürecinde ise Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından yayımlanan çeşitli rehber ve duyurularla işverenlere öneriler sunulmuştur. Bu kapsamda risk grubundaki çalışanların evden çalıştırılması, iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerinin uzaktan verilmesi, yurtdışından gelenlerin belirli süreyle evden çalışmasının sağlanması ve yüz yüze çalışmanın zorunlu olduğu durumlarda asgari personel ile faaliyet yürütülmesi gibi uygulamalar hayata geçirilmiştir (*Baycık vd., 2021:1691*).

Uzaktan çalışma iş kanununda tanımlanmıştır. Bu tanıma göre<sup>1</sup> “Uzaktan çalışma; işçinin, işveren tarafından oluşturulan iş organizasyonu kapsamında iş görme edimini evinde ya da teknolojik iletişim araçları ile işyeri dışında yerine getirmesi esasına dayalı ve yazılı olarak kurulan iş ilişkisidir”. Uzaktan çalışma, Alman Hukukunda da buna benzer olmakla birlikte uzaktan çalışma ile teknoloji ilişkisini de kurarak bir tanımlama yapılmıştır. Buna göre uzaktan çalışma, işçinin kendi özel alanında teknolojik bir araç yardımıyla ve haftalık çalışma süresinin belirlenerek iş gördüğü çalışma şeklinde tanımlanmıştır (Yiğit, 2021:137). Bu tanımlama ülkemizde uzaktan çalışma ile ilgili yasal ilk tanımlamadır.

Uzaktan çalışmaya ilişkin olarak kurulacak iş sözleşmesinde yer alması gereken hususlar da aynı maddede düzenlenmiştir. Buna göre<sup>2</sup>, “Dördüncü fıkraya göre yapılacak iş sözleşmesinde; işin tanımı, yapılma şekli, işin süresi ve yeri, ücret ve ücretin ödenmesine ilişkin hususlar, işveren tarafından sağlanan ekipman ve bunların korunmasına ilişkin yükümlülükler, işverenin işçiyle iletişim kurması ile genel ve özel çalışma şartlarına ilişkin hükümler yer alır”. Bu nedenle uzaktan çalışmaya dayalı iş sözleşmelerinde belirli hususların zorunlu olarak yer alması, söz konusu sözleşmelerin yazılı şekilde yapılmasını fiilen zorunlu hale getirmektedir. Bilindiği üzere iş sözleşmelerinde kural olarak herhangi bir şekil şartı bulunmamaktadır. Ancak uzaktan çalışmayı düzenleyen sözleşmelerde bu ilişkiye ait bazı bilgilerin zorunlu olması nedeniyle bu sözleşmelerin yazılı olması zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Uzaktan çalışan işçilerin iş sağlığı ve güvenliğinin temin edilmesi ve işverenin diğer işçiler ile eşit işleme tabi tutulacağı da aynı maddede güvence altına alınmıştır. Buna göre<sup>3</sup>, “Uzaktan çalışmada işçiler, esaslı neden olmadıkça salt iş sözleşmesinin niteliğinden ötürü emsal işçiye göre farklı işleme tabi tutulamaz. İşveren, uzaktan çalışma ilişkisiyle iş verdiği çalışanın yaptığı işin niteliğini dikkate alarak iş sağlığı ve güvenliği önlemleri hususunda çalışanı bilgilendirmek, gerekli eğitimi vermek, sağlık gözetimini sağlamak ve sağladığı ekipmanla ilgili gerekli iş güvenliği tedbirlerini almakla yükümlüdür”.

Uzaktan çalışmanın hangi işlerde yapılabileceği ve kullanılan verilerin nasıl korunacağı da ilgili madde de düzenlenmiştir<sup>4</sup>. “Uzaktan çalışmanın usul ve esasları, işin niteliği dikkate alınarak hangi işlerde uzaktan çalışmanın yapılamayacağı, verilerin korunması ve paylaşılmasına ilişkin işletme

1 İşK.14/4

2 İşK. 14

3 İşK. 14/6

4 İşK. 14/7

kurallarının uygulanması ile diğer hususlar Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından çıkarılan yönetmelikle belirlenir”.

Uzaktan çalışmaya ilişkin ülkemizdeki özel uygulama İş K. 14. maddesinden yapılan atıfla da anlaşılacağı üzere 10/3/2021 tarihli ve 31419 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Uzaktan Çalışma Yönetmeliği” ile şekillenmiştir.

## 2.1. Uzaktan Çalışma ve Tarafları

Uzaktan çalışma, işçinin işveren tarafından oluşturulan iş organizasyonu kapsamında iş görme edimini evinde ya da teknolojik iletişim araçları ile işyeri dışında yerine getirmesi esasına dayalı ve yazılı olarak kurulan iş ilişkisini ifade eder. Uzaktan çalışma ilişkisinde işçi ve işveren olarak iki taraf yer alır.

Bağımlı çalışma ilişkisinin kurulabilmesi için, işçi çalıştıran bir işveren ile bu işverene bağlı olarak çalışacak bir işçinin varlığı gereklidir. Bu nedenle çalışma ilişkisi iki taraflı bir yapıya sahiptir: işçi ve işveren. İş Kanunu’nda işçi, bir iş sözleşmesine dayanarak ücret karşılığında çalışan gerçek kişi olarak tanımlanmıştır. Uzaktan çalışan ise iş görme ediminin tamamını veya bir kısmını işyeri dışında yerine getiren işçi olarak ifade edilmektedir. İşçinin temel borcu, iş görme edimini yerine getirmektir. Dolayısıyla iş sözleşmesine dayalı çalışmada kural olarak ifa yerinin belirli bir mekâna bağlı olması zorunlu değildir. İşçi, işverenin iş organizasyonu kapsamında iş görme borcunu yerine getirmekle yükümlüdür. Uzaktan çalışmada ise bu ifanın işyeri dışında gerçekleştirileceği açık biçimde somutlaştırılmaktadır.

Sözleşmenin diğer tarafını işveren oluşturur. İşveren, bir iş sözleşmesine dayanarak işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişi ya da tüzel kişiliğe sahip olmayan kurum ve kuruluş olarak tanımlanmaktadır. İş ilişkisinde iş görme borcunu üstlenen taraf işçi olduğundan, işçinin kişiliği önem taşırken işveren bakımından kişisel özellikler belirleyici değildir. Bu çerçevede, uzaktan çalışma kapsamında iş sözleşmesi kuran işveren, ilgili işçi bakımından hukuken işveren sıfatını taşımaktadır.

## 2.2. Uzaktan Çalışmanın Uygulama Alanı

Uzaktan çalışma genel itibariyle dünyada yaygın olarak hizmet sektöründe ve beyaz yakalı çalışanlara yönelik olarak uygulanmaktadır. Teknolojinin gelişimine bağlı olarak tüm üretim süreçlerinde uygulanabilir olması da mümkün olabilir. Sınırlarını her devletin kendisinin belirleyeceği alanlarda uzaktan çalışma yapılması sınırlandırılabilir.

Ülkemizde hali hazırdaki uzaktan çalışma yönetmeliğinde uzaktan çalışmanın yapılamayacağı işler belirlenmiştir, bu işlerin dışında kalan tüm işlerde uzaktan çalışmak mümkün gözükmektedir. Uzaktan çalışmanın yasaklandığı işler<sup>1</sup>;

- Tehlikeli kimyasal madde ve radyoaktif maddelerle çalışma, bu maddelerin işlenmesi veya söz konusu maddelerin atıkları ile çalışma, biyolojik etkenlere maruz kalma riski bulunan çalışma işlemlerini içeren işlerde uzaktan çalışma yapılamayacağı,

- Kamu kurum ve kuruluşlarınca ilgili mevzuatına göre hizmet alımı suretiyle gördürülen işler ile millî güvenlik açısından stratejik önemi haiz birim, proje, tesis veya hizmetlerden hangilerinde uzaktan çalışma yapılamayacağı birim, proje, tesis veya hizmetten sorumlu olan veya hizmeti alan kamu kurum ve kuruluşunca belirleneceği şeklinde düzenlenmiştir.

### 2.3. Uzaktan Çalışma Modeline Geçiş

Uzaktan çalışmaya sonradan çeşitli nedenlerle geçiş yapılabilir. Özellikle COVID-19 pandemisinde tüm dünyada işyerleri kısmen zorunluluk nedeniyle uzaktan çalışmaya geçiş yapmış, uzaktan çalışmanın kendilerine sağladığı avantajları gören işletmeler bu çalışmayı günümüzde geliştirerek uygulamaya devam etmektedirler. Günümüz dünyasında ekonomik ve sosyal konjektürdeki dalgalanmalara karşı işletmelerin hazırlıklı olması zorunludur. Bir zorunluluktan dolayı uzaktan çalışmaya geçilecekse ilgili yönetmelik<sup>2</sup> gereğince; “Uzaktan çalışmanın mevzuatta belirtilen zorlayıcı nedenlerle işyerinin tamamında veya bir bölümünde uygulanacak olması halinde, uzaktan çalışmaya geçiş için işçinin talebi veya onayı aranmaz”.

Bunun dışında uzaktan çalışmanın getirdiği maliyet avantajları, gelişen teknolojilerin işletmelere uzaktan çalışma için daha uygun şartları sunması gibi nedenlerle de işletmeler üretim süreçlerinde sonradan uzaktan çalışmaya geçiş yapabilirler. Ülkemizdeki yönetmelikte<sup>3</sup> bu konuyla ilgili de düzenleme yapılmıştır. Buna göre;

- İş ilişkisi doğrudan uzaktan çalışma sözleşmesi ile kurulabilir veya hâlihazırda işyerinde çalışan işçinin iş sözleşmesi, işçinin ve işverenin anlaşması halinde uzaktan çalışma sözleşmesine dönüştürülebileceği belirtilmiştir. Bunun gerçekleşebilmesi için ise işçinin talebine ihtiyaç bulunmaktadır. Bu talebin ise;

1 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 13

2 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 14/6

3 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 14/1,2,3,4,5

- Yazılı olması zorunludur,
- Talep işyerinde belirlenen usul doğrultusunda işverence değerlendirilir,
- Talep değerlendirilirken, işin ve işçinin niteliği gereği uzaktan çalışmaya uygunluğu ile işverence belirlenecek diğer kıstaslar kullanılır,
- Talebe ilişkin değerlendirme sonucunun otuz gün içinde işçiye talebin yapıldığı usulle bildirilmesi esastır.
- Talep kabul edildiğinde yönetmeliğin 5'inci maddesinde belirtilen hususlara uygun şekilde sözleşme yapılır.

Uzaktan çalışmaya geçen işçi, bu çalışmadan vazgeçme hakkına da sahiptir. Bu durumda başvuru yapan işçi için işveren talebini öncelikli olarak değerlendirir.

#### 2.4. Uzaktan Çalışmanın Süresi

Uzaktan çalışmada çalışma süreleri, genel çalışma süresine ilişkin mevzuat hükümleri çerçevesinde belirlenmektedir. Çalışma süresi kavramı yalnızca fiilen çalışılan zamanı değil, işçinin işverenin emrine hazır bulunduğu tüm süreleri kapsamaktadır (*Akyiğit, 2024:383*). Türk hukukunda haftalık azami çalışma süresi 45 saat olarak düzenlenmiştir<sup>1</sup>.

Uzaktan çalışmanın yapılacağı zaman aralığı ve süresi iş sözleşmesinde belirtilir. Mevzuatta öngörülen sınırlamalara bağlı kalmak koşuluyla taraflarca çalışma saatlerinde değişiklik yapılabilir. Fazla çalışma, işverenin yazılı talebi üzerine işçinin kabulü ile mevzuat hükümlerine uygun olarak yapılır.

#### 2.6. Uzaktan Çalışmada İş Ortamının Dizaynı

Uzaktan çalışmada esas olan, iş görme ediminin işyeri dışında ifa edilmesidir. Bu husus, Uzaktan Çalışma Yönetmeliği'nde düzenlenmiştir<sup>2</sup>. Buna göre, gerekli olması halinde uzaktan çalışmanın yapılacağı mekâna ilişkin düzenlemeler, işin başlamasından önce tamamlanır. Söz konusu düzenlemelerden kaynaklanan maliyetlerin karşılanma usulü ise uzaktan çalışan ile işveren tarafından birlikte belirlenir.

1 İşK. Madde 63 - Genel bakımdan çalışma süresi haftada en çok kırkbeş saattir. Aksi kararlaştırılmamışsa bu süre, işyerlerinde haftanın çalışılan günlerine eşit ölçüde bölünerek uygulanır

2 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 6

İşin yapılması sırasında kullanılacak araç ve gereçlerin temini noktası da uzaktan çalışma yönetmeliğinde<sup>1</sup> düzenlenmiştir. Buna göre uzaktan çalışanın mal ve hizmet üretimi için gerekli malzeme ve iş araçlarının iş sözleşmesinde aksi kararlaştırılmamışsa işveren tarafından sağlanması esastır. Bu malzeme ve iş araçlarının kullanım esasları ile bakım ve onarım koşulları açık ve anlaşılır bir şekilde uzaktan çalışana bildirilir.

Ayrıca iş araçlarının işveren tarafından sağlanması halinde, bunların işçiye teslim edildiği tarihteki bedellerini belirten iş araçları listesi, işveren tarafından yazılı olarak işçiye teslim edilir. İşçiye teslim edilen belgenin işçi tarafından imzalı bir nüshası ise işveren tarafından işçinin özlük dosyasında saklanır. İş araçlarının listesi, iş sözleşmesi içerisinde veya sözleşme tarihinde iş sözleşmesine ek olarak düzenlenirse ayrıca yazılı belge düzenlenmesi şartı aranmaz.

Ancak iş araçlarının işçi tarafından temin edilmesi hususu Yönetmelik'te açıkça düzenlenmemiştir. Türk Borçlar Kanunu'na göre, işçinin kendi araç ve malzemesini iş görme borcu kapsamında kullanması halinde işveren tarafından uygun bir karşılık ödenmesi gerekmektedir (*Akyiğit, 2024:231*). Bu düzenleme eksikliği, iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları bakımından çeşitli sorunlar doğurabilir. Nitekim işçinin kendisine ait araç ve gereçleri kullanması durumunda, bu ekipmanlardaki donanımsal yetersizlikler veya teknik hatalar nedeniyle meydana gelebilecek kazalar hukuki uyumsuzluklara zemin hazırlayabilir.

Yine üretim maliyetlerinin karşılanması ve işveren ile yapılacak iletişim konusu yönetmelik hükümlerince<sup>2</sup> işçi ile işveren arasında yazılı yapılacak olan uzaktan çalışma sözleşmesi ile belirlenecektir.

Uzaktan çalışma ilişkisinde özellikle dijital veriler, bunların işlenmesi ve korunması hususunda da yönetmelikte hükümler bulunmaktadır. Buna göre<sup>3</sup>, "İşveren; uzaktan çalışanı, işyerine ve yaptığı işe dair verilerin korunması ve paylaşımına ilişkin işletme kuralları ve ilgili mevzuat hakkında bilgilendirir ve bu verilerin korunmasına yönelik gerekli tedbirleri alacağı" açıkça hüküm altına alınmıştır. Ve korunması gereken verinin tanım ve kapsamının sözleşmede belirleneceği<sup>4</sup> düzenlenmiştir. Bu kapsamda da «işverenin tarafından belirlenen işletme kurallarına uzaktan çalışanın uyması zorunludur.»

1 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 7

2 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 8

3 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 11

4 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 11

## 2.7. Uzaktan Çalışmada Sosyal Güvenlik:

Ülkemizde iş sözleşmesinin yapılması ile birlikte 5510 sayılı Sosyal Sigortalar Genel Sağlık Sigortası Kanunu kapsamında sigortalılık ilişkisi de başlamış olmaktadır. Bu kapsamda da uzaktan çalışma ilişkisinin kurulabilmesi için yazılı bir iş sözleşmesi zorunluluğu bulunmuş olduğundan bu sözleşme ile çalışan tüm uzaktan çalışanların sosyal güvenliği de güvence altına alınmış olacaktır.

## 2.8. Uzaktan Çalışmada İSG Önlemleri

Uzaktan çalışma, işletmeler ve çalışanlar bakımından çeşitli avantajlar sunmakla birlikte, iş hukuku ve özellikle iş sağlığı ve güvenliği (İSG) açısından önemli sorunları da beraberinde getirmiştir. Zira İSG önlem ve tedbirleri geleneksel olarak somut bir işyeri mekânına bağlı olarak düzenlenmiştir. Oysa uzaktan çalışmada iş görme edimi, işverenin doğrudan gözetimi dışında bir ortamda yerine getirildiğinden, iş kazası ve meslek hastalıklarının tespiti ve sorumluluğun belirlenmesi hususunda hukuki tartışmalara zemin hazırlamaktadır (*Sein et al., 2026:199*).

İSG hakkındaki ulusal hukuk ve toplu sözleşmelerine göre işveren, çalışanların iş sağlığı ve güvenliğinin korunmasından sorumludur. Bu sorumluluk uzaktan çalışma açısından da geçerlidir. Dolayısıyla işverenlerin uzaktan çalışanlara yönelik mesleki riskleri belirleyerek gerekli tedbirleri almakla yükümlülüğü bulunmaktadır. Uzaktan çalışmada özellikle psiko-sosyal riskler ve ergonomik riskler ön planda bulunmaktadır (*ILO, 2020: 12*).

Çalışanların iş sağlığı ve güvenliğini sağlama yükümlülüğü 6331 sayılı kanun gereğince işverene yüklenmiştir. Aynı zamanda uzaktan çalışmada iş sağlığı ve güvenliği önlemleri uzaktan çalışma yönetmeliğine<sup>1</sup> göre «İşveren, uzaktan çalışanın yaptığı işin niteliğinin dikkate alarak iş sağlığı ve güvenliği önlemleri hususunda çalışanı bilgilendirmekle, gerekli eğitimi vermekle, sağlık gözetimini sağlamakla ve sağladığı ekipmanla ilgili gerekli iş güvenliği tedbirlerini almakla yükümlüdür» şeklinde işverene yüklenmiştir.

Bu bağlamda iş kazaları ve bunların doğurduğu sonuçlar, çalışma hayatında önemli uyumsuzluk alanlarından birini oluşturmaktadır. Türkiye’de iş sağlığı ve güvenliğinin temel amacı, çalışanların iş kazaları ve meslek hastalıklarına karşı korunmasını sağlamaktır (*Sümer, 2021:101*). 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu’na<sup>2</sup> göre iş kazası; “işyerinde veya

1 Uzaktan Çalışma Yönetmeliği Madde 12

2 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu Madde 3/g

işin yürütümü nedeniyle meydana gelen, ölüne sebebiyet veren veya vücut bütünlüğünü ruhen ya da bedenen engelli hâle getiren olay” olarak tanımlanmıştır. Benzer şekilde 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu’nda<sup>1</sup> da iş kazası kavramı ayrıntılı biçimde düzenlenmiş; işyerinde bulunma, işveren tarafından yürütülen iş nedeniyle meydana gelme veya işin yürütümü kapsamında işyeri dışında gerçekleşme gibi durumlar iş kazası kapsamında değerlendirilmiştir.

Uzaktan çalışma ilişkisinde meydana gelen iş kazalarında, olay ile işveren arasındaki illiyet bağının somut olarak ortaya konulması ve ispatı güçleşebilmektedir. Türk hukuk uygulamasında, iş kazasından kaynaklanan tazminat taleplerinde işçi, işverenin mevzuattan doğan yükümlülüklerini yerine getirmediğini ispat etmekle yükümlüdür. Buna karşılık işveren ise sorumluluktan kurtulabilmek için gerekli iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini aldığını ve yükümlülüklerini yerine getirdiğini ispat etmek durumundadır (Özen, 2015:225). Bu çerçevede uzaktan çalışma kapsamında meydana gelen bir iş kazasında, taraflar arasındaki yazılı iş sözleşmesinin içeriği ve belirlenen çalışma koşulları da değerlendirmede belirleyici olacaktır.

## SONUÇ

Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan işçi ve işveren sınıflarının hukuki statüleri, değişen sosyo-ekonomik koşullara paralel olarak şekillenmiştir. Sanayi sonrası dönemde üretim sistemlerinde meydana gelen dönüşümler, işçi-işveren ilişkilerini ve bu ilişkileri düzenleyen hukuki mevzuatı da etkilemiştir. Özellikle 1973 petrol krizi sonrasında yalın üretim, esnek uzmanlaşma, küçük ve orta ölçekli üretim yapıları ile bilgi yoğun üretim modellerine geçiş, çalışma ilişkilerinde önemli yapısal değişimlere yol açmıştır.

Bu dönüşümün bir sonucu olarak ortaya çıkan uzaktan çalışma, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte günümüzde temel istihdam modellerinden biri haline gelmiştir. İşletmeler, çalışanlar ve sosyo-ekonomik çevre açısından önemli avantajlar sunan bu modelin gelecekte daha da yaygınlaşacağına ilişkin bulgular literatürde yer almaktadır. Bu çerçevede uzaktan çalışmanın işçi-işveren ilişkileri üzerindeki etkisi dikkate alındığında, ilgili hukuki düzenlemelerin de bu dönüşüme uyum sağlayacak biçimde geliştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de özellikle COVID-19 sonrası dönemde uzaktan çalışma geniş kesimler tarafından deneyimlenmiş ve uygulama alanı genişlemiştir. Mevcut hukuki çerçeve ise İş Kanunu’nun 14. maddesi ile Uzaktan Çalışma

1 Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanun Madde 13

Yönetmeliği hükümlerine dayanmaktadır. Bununla birlikte, teknolojik gelişmelerin hızlanması ve dijital altyapının güçlenmesi, önümüzdeki yıllarda uzaktan çalışan sayısının artacağını göstermektedir.

Bu nedenle uzaktan çalışmaya ilişkin hukuki sınırların daha açık, sistematik ve bütüncül bir biçimde düzenlenmesi gereklidir. Mevcut bireysel iş hukuku, toplu iş hukuku, iş sağlığı ve güvenliği ile sosyal güvenlik düzenlemeleri uzaktan çalışma modelinin özgün yapısı dikkate alınarak yeniden değerlendirilmelidir. Çalışma hayatının tüm bileşenlerini kapsayan kapsamlı bir normatif çerçeve oluşturulmadığı takdirde; kayıt dışı istihdam, vergi ve prim kayıpları, iş kazalarının tespiti ve sorumluluğun belirlenmesinde güçlükler ile güvencesiz çalışma riskleri artabilecektir. Buna karşılık, hukuki sınırların netleştirilmesi ve uygulama deneyimlerinin dikkate alınması, uzaktan çalışmadan beklenen ekonomik ve sosyal faydaların daha etkin biçimde gerçekleşmesini sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Akyiğit, E. (2024), İş Hukuku 15. Basım, Seçkin Yayınevi, Ankara
- Bartık, A. and Z. Cullen, E. Glaeser, M. Luca, C. Stanton (2023), The Rise of Remote Work: Evidence on Productivity and Preferences From firm and Worker Surveys, Harvard Business School Working Paper, 20-138.
- Baycık, G. ve S. Doğan, D. Yangın, (2021), Covid-19 Pandemisinde Uzaktan Çalışma: Tespitler ve Öneriler, Çalışma ve Toplum Dergisi, 2021/3, s:1683-1728.
- ILO (2020), COVID-19 Ortamında ve Sonrasında Uzaktan Çalışma Uygulama Klavuzu, Uluslararası Çalışma Ofisi, Temmuz 2020, Cenevre.
- Erasmus, A. (2020), Whittepaper Remote Working, Gordon Institute of Business Science University of Pretoria.
- Felten E. (2026), Telework and Digital Surveillance: Legal Challenges on The Interface of Labour and Data Protection Law, Remote Work and Labor Institutions, Edit by: Julia Lopez Lopez, Cambridge University Press.
- Government Of Ireland (2021), Making Remote Work National Remote Wprk Strategy, Prepared by the Department of Enterprise, Trade and Employment.  
<https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/SEPDF/cache/118258.pdf>, Erişim: 23.01.2026, 01:30
- <https://www.forbes.com/advisor/business/remote-work-statistics/>, Erişim: 20.01.2026, 00:15
- <https://www.keeevee.com/remote-work-statistics>, Erişim: 20.01.2026, 00:30
- <https://wowremoteteams.com/blog/remote-work-statistic/>, Erişim: 21.01.2026, 01:40

- Messenger, J.C. (2023), *Some Reflections on The Experience of Telework During The Covid-19 Pandemic: A Paradigm Shift and its Implications for The World of Work, The Future of Remote Work*, Edit By: Countouris, N. and V.D. Stefano, A.Piasna, S. Rainone, European Trade Union Institute (ETUI), Brussels.
- OECD (2021), *The Future of Remote Work: Opportunities and Policy Options for Trentino*, OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers 2021/01, <https://dx.doi.org/10.1787/35f78ced-en>.
- Ofoshen, D. and A. Opoku, E. Cobbinah (2022), *Opportunities and Challenges of Remote Workers in COVID-19 Era: Experiences from Ghana*, *Journal of Applied Business Research*, 10(1), ss:4-13.
- Özen, M. (2015), *İş Kazalarında Hukuki, Cezai ve İdari Sorumluluk*, Ankara Barosu Dergisi, Yıl:2015, Sayı:2, s:215-253.
- Rani, U. (2023), *Remote Platform Work and the Flexible Workforce: What Global Dynamics Can We See?*, *The Future of Remote Work*, Edit By: Countouris, N. and V.D. Stefano, A.Piasna, S. Rainone, European Trade Union Institute (ETUI), Brussels.
- Sein, J.L.G. and R.S. Galdeano, J.L. Espada, U.D.R. Ilincheta (2026), *An International Perspective on Occupational Health and Safety Challenges for Remote Work*, *Remote Work and Labor Institutions*, Edit by: Julia Lopez Lopez, Cambridge University Press.
- Shockley, K.M. (2024), *Remote Work: Post-Covid-19 State of The Knowledge and Best Practice Recommendations*, A White Paper Prepared by The Visibility Committee of The Society for Industrial and Organizational Psychology.
- Sin, J.C.C. and V. Kathiaryan (2023), *The Evolution of Remote Work: Analyzing Strategies for Effective Virtual Team Management and Collaboration*, *International Journal of Management and Commerce Innovations* ISSN 2348-7585, Vol:11, Issue:1, pp:91-101.
- Sott, M.K. (2026), *Industry 5.0: Revolution or Repackaging? Unveiling The Ambiguities of The New Industrial Era*, *Sustainable Futures*, ISSN 2666-1888, Vol:11, Issue:101699, pp:1-13.
- Sümer, H. (2021), *İş Sağlığı ve Güvenliği Hukuku*, Seçkin Yayınevi, Ankara
- Tortumlu, M. ve H. Uzunbacak (2024), *Uzaktan Çalışmaya Genel Bir Bakış: Avantajlar, Dezavantajlar ve Temel Unsurlar*, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Cilt:15, Sayı:41, s:328-341.
- Yıldırımçakar, İ. ve Z. Kameroğlu, (2024), *Çalışma Hayatının Dönüşümü ve Çalışma Hayatında İş-Yaşam Dengesini Sağlamada Uzaktan Çalışmanın Rolü*, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Çalışmalar Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, s:201-208.
- Yiğit, E. (2021), *Türk Hukukunda ve Alman Hukukunda Uzaktan Çalışmanın Temel Esasları*, *TAÜHFD*, 3(2), s:135-154.

## KATILIM BANKACILIĞINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN MÜŞTERİ DENEYİMİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ

Öğr. Gör. Tolga GÜREŞ<sup>1</sup>, Öğr. Gör. Ömer Faruk ALEMDAR<sup>2</sup>

### ÖZET

Finansal hizmetler sektörü, son on yıllar içinde teknoloji kaynaklı köklü bir yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Mobil bankacılıktan yapay zekâ destekli müşteri hizmetlerine uzanan bu dönüşüm; faizsiz bankacılık ilkelerine dayanan katılım bankaları için de önem arz etmektedir. Söz konusu kurumlar, dijital araçları benimseme baskısıyla İslami finans değerlerine sadakat yükümlülüğü arasında özgün ve zorlu bir konumda yer almaktadır. Bölüm, bu kesişim noktasından hareketle dijitalleşmenin katılım bankacılığında müşteri deneyimi üzerindeki etkilerini çok boyutlu bir perspektiften incelemektedir.

Kavramsal çerçeve, dijitalleşme ile dijital dönüşüm arasındaki nüansı açıkça ortaya koymakta; müşteri deneyimini bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutlarıyla bütünlük bir yapı içinde ele almaktadır. Katılım bankacılığının mudârebe ve müşâreke gibi kâr-zarar paylaşımı araçlarına dayanan iş modeli ile Türkiye'deki tarihsel gelişim süreci de bu kavramsal zemin üzerinde ayrıntılı biçimde konumlandırılmaktadır.

Dijitalleşmenin müşteri deneyimine yansımaları değerlendirildiğinde, hizmet hızındaki belirgin artışın ve 7/24 kesintisiz erişilebilirliğin, sınırlı şube ağına sahip katılım bankaları açısından önemli bir rekabet dengesi unsuru işlevi gördüğü anlaşılmaktadır. Büyük veri analitiği ve makine öğrenmesi ise kurumların bireysel müşteri ihtiyaçlarına daha isabetli ve kişiselleştirilmiş yanıtlar üretmesine zemin hazırlamaktadır. Türkiye Katılım

---

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, tol-gagures@subu.edu.tr

2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, omerfarukalemdar@subu.edu.tr

Bankaları Birliği'nin sektöre yönelik araştırma verileri, bu kanalların hem müşteri kazanım süreçleri hem de genel müşteri davranışları üzerindeki dönüştürücü etkisini somut olarak ortaya koymaktadır.

Öte yandan, bu dönüşümün göz ardı edilemeyecek bazı güçlükleri de bulunmaktadır. Dijital okuryazarlık yetersizliği, yaşlı müşteri segmentine özgü erişim sorunları, siber tehditler ve kişisel verilerin güvenliğine ilişkin kaygılar bu güçlüklerin başında gelmektedir. Bunların yanı sıra şeriat denetim süreçlerinin dijital inovasyon hızıyla uyumlaştırılması meselesi, katılım bankacılığına özgü kritik bir gerilim alanı olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ gibi ileri teknolojilerin bu gerilimi hafifletme potansiyeli, bölümün son kesiminde kurumsal ve düzenleyici düzeyde sunulacak politika önerileriyle birlikte değerlendirilmektedir.

***Anahtar Kelimeler:** Katılım bankacılığı, dijital dönüşüm, müşteri deneyimi, finansal kapsayıcılık, İslami finans, siber güvenlik*

## 1. Giriş

Yirminci yüzyılın sonlarından itibaren ivme kazanan teknolojik gelişmeler, gündelik yaşamın hemen her alanını köklü biçimde dönüştürmüş; bu dönüşümün en belirgin yansımaları ise finansal hizmetler sektöründe gözlemlenmiştir. Dijitalleşme kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerine sistematik olarak entegre edilmesini ifade etmekte olup bu süreç, bankacılık sektörünü hem yapısal hem de işlevsel düzeyde derinden etkilemiştir. Geleneksel şube odaklı bankacılık anlayışından mobil uygulamalara, yapay zekâ destekli müşteri hizmetlerinden blok zinciri tabanlı işlem güvenliğine uzanan bu geniş yelpaze, finansal hizmetlerin sunuluş biçimini kökten yeniden tanımlamaktadır (*Gomber vd., 2018; Naveen, 2025*).

Bu dönüşüm yalnızca ana akım bankacılık kurumlarıyla sınırlı kalmamış; İslami finans ilkeleri çerçevesinde faaliyet gösteren katılım bankaları da söz konusu dönüşümün içinde konumlanmak durumunda kalmıştır. Faizsiz bankacılık olarak da adlandırılan katılım bankacılığı, kâr ve zarar paylaşımı esasına dayanan özgün bir iş modeli üzerine inşa edilmiştir. Bu model, faize duyarlı bireylerden atıl kalan sermayeyi ekonomiye kazandırmayı ve böylece finansal sisteme katılımı genişletmeyi hedeflemektedir (*Özulucan & Deran, 2009; Özdemir vd., 2023*). Türkiye'de 1980'lerin ortasında kurulan özel finans kurumlarının dönüşümüyle temelleri atılan katılım bankacılığı, geçen yıllar içinde hem kurumsal yapısını hem de hizmet yelpazesini önemli ölçüde geliştirmiştir. Bununla birlikte, sektörün pazar payını artırma ve geleneksel bankacılıkla rekabet edebilirliğini sürdürme konusundaki zorlukları devam etmektedir (*Eken & Öztürk, 2020; Tabas, 2022*).

Dijitalleşmenin katılım bankacılığıyla kesiştiği bu noktada, müşteri deneyimi kavramı kritik bir analiz birimi olarak öne çıkmaktadır. Müşteri deneyimi; bireylerin bir finansal kuruluşla kurdukları tüm temas noktalarını kapsayan, algısal, duygusal ve davranışsal boyutları olan çok katmanlı bir olgudur (*Ramesh & Akila, 2025; Suwarchala & Rao, 2018*). Geleneksel yüz yüze bankacılık ilişkilerinden dijital kanallara geçiş süreci, bu deneyimi şekillendiren parametreleri temelden değiştirmektedir. Artık müşteriler; hizmet hızı, hizmet türüne bağlı olarak değişen erişim süreleri, kişiselleştirilmiş teklifler ve güvenli işlem ortamı gibi beklentilerle bankacılık hizmetlerini değerlendirmektedir. Bu beklentileri karşılayan kurumlar müşteri sadakatini pekiştirirken, bu beklentileri karşılayamayanlar ciddi rekabet dezavantajlarıyla yüzleşmek zorunda kalmaktadır (*Papathomas & Konteos, 2024; Chepur & Bellamkonda, 2019*).

Katılım bankacılığı açısından bu tablo daha da karmaşık bir görünüm arz etmektedir. Söz konusu kurumlar, bir yanda teknolojik dönüşümün getirdiği fırsatları en iyi şekilde değerlendirme baskısıyla, öte yanda İslami finansın temel ilkelerine sadık kalma yükümlülüğüyle karşı karşıyadır. Dijital ödeme sistemleri, çevrimiçi bankacılık platformları ve yapay zekâ destekli danışmanlık hizmetleri gibi araçların sisteme entegrasyonu; maliyetleri düşürmekte, süreç verimliliğini artırmakta ve müşterilere daha erişilebilir hizmet kanalları sunmaktadır (*Aysan & Disli, 2019; Naveen, 2025*). Ancak bu entegrasyon süreci, siber güvenlik riskleri, dijital okuryazarlık açıkları ve özellikle yaşlı müşteri kitlesinde gözlemlenen teknoloji karşıtı tutumlar gibi yapısal engellerle de kuşatılmış durumdadır (*Anwar vd., 2024; Ranjan, 2024*).

Bu bölümde dijitalleşmenin katılım bankacılığı bağlamında müşteri deneyimini nasıl dönüştürdüğü, ortaya çıkan fırsat ve riskler çerçevesinde ele alınmaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Dijitalleşme ve Dijital Dönüşüm Kavramları

Dijitalleşme, en genel tanımıyla analog süreçlerin, hizmetlerin ve iş modellerinin dijital teknolojiler aracılığıyla yeniden yapılandırılması sürecini ifade etmektedir. Bu kavram, zaman zaman “dijitizasyon” (*digitization*) ile karıştırılmakla birlikte, aralarında önemli bir nüans bulunmaktadır. Dijitizasyon, fiziksel ya da analog bilginin sayısal formata dönüştürülmesiyle sınırlı teknik bir işlemi tanımlarken; dijitalleşme, bu dönüşümün iş süreçleri, örgütsel yapılar ve değer oluşturma biçimleri üzerindeki kapsamlı ve dönüştürücü etkisini kapsamaktadır (*Gomber vd., 2018*). Dijital dönüşüm ise bu sürecin daha ileri bir aşamasını temsil etmekte olup kurumların

teknolojik değişime yalnızca uyum sağlamakla kalmayıp bütünsel bir strateji çerçevesinde kendi iş modellerini ve kültürlerini esaslı biçimde yeniden tasarlamalarını ifade etmektedir (*Petrova & Kuznetsova, 2020*).

Bankacılık sektörü bağlamında dijitalleşme; yapay zekâ, büyük veri analitiği, blok zinciri, bulut bilişim ve nesnelerin interneti gibi ileri teknolojilerin finansal süreçlere sistematik olarak entegrasyonunu kapsamaktadır. Bu entegrasyon, yalnızca operasyonel verimliliği artırmakla kalmamakta; aynı zamanda hizmet sunumunun biçimini, hızını ve kalitesini de temelden değiştirmektedir (*Naveen, 2025; Tkachenko & Tkachenko, 2025*). Otomatik işlem sistemleri, çevrimiçi bankacılık platformları ve dijital ödeme altyapıları bu dönüşümün en somut yansımalarıdır. Söz konusu uygulamalar, hem maliyet yapısını optimize etmekte hem de müşterilerin hızla yükselen hizmet kalitesi beklentilerini karşılamayı mümkün kılmaktadır (*Tretyakova vd., 2024*).

Dijital dönüşümün bankacılıktaki önemi yalnızca teknolojik boyutla sınırlı değildir. Bu süreç, kurumsal kültür, insan kaynakları yönetimi ve yönetim pratikleri üzerinde de köklü değişiklikler gerektirmektedir. Teknolojik altyapıya yapılan yatırımların sürdürülebilir rekabet avantajına dönüşebilmesi için kurumların aynı zamanda çalışan yetkinliklerini geliştirmesi, müşteri odaklı bir örgüt kültürü tesis etmesi ve düzenleyici çerçevelere uyumu güvence altına alması gerekmektedir (*Naveen, 2025; Nafikov, 2022*). Bu kurumsal dönüşüm süreci yalnızca işletme içi yapıları değil, aynı zamanda ekonomik sistemin genel işleyişini de etkilemektedir. Nitekim Yavuz'un belirttiği gibi, dijitalleşme; işletmeler açısından maliyet ve rekabet avantajı sağlarken, bireyler açısından da yaşam kalitesini yükselten, fırsat eşitliğini destekleyen ve toplumsal refahı artıran kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır (*Yavuz, 2025, ss. 7-8*).

Bu çok boyutlu gereklilik, dijital dönüşümü salt bir teknoloji meselesinin ötesine taşıyarak bütünsel bir kurumsal dönüşüm sürecine dönüştürmektedir. Bu nedenle dijital dönüşüm, katılım bankalarının hem rekabet gücünü artıran hem de müşteriyle kurdukları ilişkinin niteliğini değiştiren stratejik bir unsur hâline gelmiştir.

## 2.2. Katılım Bankacılığının Temel İlkeleri ve Yapısal Özellikleri

Katılım bankacılığı, İslam hukukunun (*fıkıh*) öngördüğü prensiplere dayanan ve geleneksel faiz (*riba*) yasağı etrafında şekillenen özgün bir finansal sistem olarak tanımlanmaktadır. Faiz geliri yerine kâr ve zarar paylaşımı esasını benimseyen bu model; mudârebe (*emek-sermaye ortaklığı*), müşâreke (*sermaye ortaklığı*), murâbaha (*peşin al, vadeli sat*) ve icâre (*finansal kiralama*) gibi İslami finansman araçlarını kullanmaktadır (*Özulucan &*

*Deran, 2009; Tabaş, 2022*). Bu araçlar, geleneksel bankacılığın faize dayalı kredi mekanizmasından yapısal olarak ayrışmakta ve gerçek ekonomik faaliyete dayanan, risk paylaşımını ön plana çıkaran bir finansman anlayışını temsil etmektedir.

Katılım bankacılığının hizmet yapısı incelendiğinde, leasing, sigorta (*tekâfiül*) ve emtia ticareti gibi çeşitli finansal faaliyetleri bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Bu çeşitlilik, söz konusu kurumları yalnızca kredi mekanizmasıyla hareket eden geleneksel bankalardan işlevsel olarak farklılaştırmakta ve onları hem finansal hem de etik açıdan bütünleşik kurumlar olarak konumlandırmaktadır (*Özulucan & Deran, 2009; Tabaş, 2022*). İslami finansın temel hedefleri arasında yer alan toplumsal adalet, servetin geniş bir tabana yayılması ve ekonomik faaliyetin üretken alanlara yönlendirilmesi, katılım bankacılığının yalnızca bir finansal model değil, aynı zamanda normatif bir ekonomik çerçeve sunduğunun da göstergesidir (*Özdemir vd., 2023*).

Türkiye’de katılım bankacılığının tarihsel gelişimine bakıldığında, 1985 yılında faaliyete geçen Albaraka Türk ve Faisal Finans Kurumu’nun bu sistemin öncüleri olduğu görülmektedir. Başlangıçta “özel finans kurumu” adıyla faaliyet gösteren bu yapılar, 2005 yılında çıkarılan Bankacılık Kanunu’yla birlikte “katılım bankası” statüsüne kavuşturulmuş ve bu adımla kurumsal meşruiyetleri pekiştirilmiştir. Bugün itibarıyla Türkiye’de hem kamu sektöründe hem de özel sektörde faaliyet gösteren katılım bankaları genel bankacılık sektörünün belirli bir bölümünü temsil etse de pazar payının beklenen seviyelere ulaşamaması, sektörün yapısal kısıtlarını gündemde tutmaya devam etmektedir (*Eken & Öztürk, 2020; Tabaş, 2022*). Bu kısıtların aşılmasında dijitalleşmenin sunduğu fırsatların değerlendirilmesi, katılım bankaları için stratejik bir öncelik hâline gelmiştir.

Katılım bankacılığının temel işlevlerinden biri de finansal kapsayıcılığı (*financial inclusion*) artırma potansiyelidir. Faizli işlemlerden dini hassasiyetleri ya da etik kaygıları sebebiyle uzak duran ve bundan dolayı geleneksel bankacılık sisteminin dışında kalan bireyleri sisteme dahil etme kapasitesi, katılım bankalarını yalnızca bir finansal hizmet sağlayıcısı olmanın ötesine taşımaktadır. Bu kurumlar, söz konusu potansiyeli dijital araçlarla birleştirebildikleri ölçüde, hem erişim coğrafyasını genişletme hem de yeni müşteri segmentlerine ulaşma imkânı bulmaktadır (*Özdemir vd., 2023; Aysan & Disli, 2019*).

### 2.3. Müşteri Deneyimi: Kavramsal Temeller ve Teorik Çerçeveler

Müşteri deneyimi (*customer experience, CX*), akademik literatürde farklı disiplinlerin kesişiminde ele alınan çok boyutlu bir kavram olarak öne

çıkılmaktadır. En kapsamlı tanımıyla müşteri deneyimi; bir bireyin belirli bir marka, ürün ya da hizmetle kurduğu tüm temas noktalarından elde ettiği bilişsel, duygusal, duyuşsal ve davranışsal tepkilerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (*Ramesh & Akila, 2025; Suvarchala & Rao, 2018*). Bu tanım, deneyimin yalnızca hizmetin sunulduğu anı kapsamadığını; satın alma öncesi bilgi arama sürecinden işlem sonrası değerlendirme ve sadakat oluşumuna kadar uzanan geniş bir zaman dilimine yayıldığını ortaya koymaktadır.

Bankacılık sektörü özelinde müşteri deneyimi, tarihsel süreç içinde önemli bir kavramsal evrim geçirmiştir. İşlem tabanlı modellerden ilişki odaklı yaklaşımlara, oradan da deneyim merkezli paradigmalara geçiş, müşterilerin artık yalnızca finansal ürün ve hizmet tüketicisi olmadığını; aktif deneyim katılımcıları olarak konumlandığını göstermektedir (*Ramesh & Akila, 2025*). Bu dönüşüm, bankacılık kurumlarının müşteri deneyimini yönetme biçimini de radikal olarak etkilemiştir. Müşteri Deneyimi Yönetimi (*Customer Experience Management, CEM*) kavramı; strateji, kültür, süreç ve teknolojinin birbirine entegre edildiği bütünsel bir yönetim anlayışını ifade etmekte ve müşteri algısı ile sadakatini şekillendiren temel unsurları sistematik biçimde ele almayı hedeflemektedir (*Suvarchala & Rao, 2018*).

Müşteri deneyimini belirleyen başlıca faktörler arasında; hizmet kalitesi ve hızı, güven ve güvenilirlik algısı, kişiselleştirme düzeyi, erişilebilirlik ve iletişimin etkinliği yer almaktadır. Dijital dönüşüm süreci bu faktörlerin ağırlığını ve ölçüm biçimini doğrudan etkilemekte olup bankacılık hizmetlerinde her geçen gün daha belirleyici bir rol üstlenmektedir (*Papathomas & Konteos, 2024; Butor-Keler, 2019*). Nitekim günümüz bankacılık müşterisi; anlık erişim, sezgisel arayüzler, kişiselleştirilmiş finansal tavsiye ve kesintisiz hizmet sürekliliği gibi beklentilerle kurumlarla ilişki kurmaktadır. Bu beklentileri karşılayan kurumlar rakiplerine karşı sürdürülebilir avantajlar elde ederken, söz konusu beklentileri göz ardı edenler ciddi müşteri kaybı riskiyle karşı karşıya kalmaktadır (*Chepur & Bellamkonda, 2019*).

Katılım bankacılığı bağlamında müşteri deneyimi kavramı, ek bir boyut kazanmaktadır. Bu kurumların müşteri tabanı yalnızca işlevsel beklentilerle değil; aynı zamanda dini ve etik değerlerle de hareket etmektedir. Dolayısıyla katılım bankası müşterilerinin deneyimi, sunulan hizmetin İslami finans ilkeleriyle uyumuna ilişkin güven duygusunu da kapsamaktadır. Bu özellik, müşteri deneyimi yönetimini katılım bankaları açısından daha hassas ve çok katmanlı bir alan hâline getirmektedir (*Özdemir vd., 2023; Tabaş, 2022*). Bu bağlamda dijitalleşme sürecinin müşteri deneyimi üzerindeki etkileri, çalışmanın devamında ele alınmaktadır.

## 2.4. Dijitalleşme, Katılım Bankacılığı ve Müşteri Deneyimi: Üç Kavramın Kesişimi

Yukarıda ayrı ayrı ele alınan üç kavramın birleştiği noktada özgün bir araştırma alanı ortaya çıkmaktadır. Dijitalleşme, söz konusu kurumlara bir yandan maliyet avantajı ve yenilik kapasitesi kazandırırken, öte yandan bu kurumların hizmet ettiği müşteri kitlesinin deneyimini doğrudan şekillendiren güçlü bir araç işlevi görmektedir (*Aysan & Disli, 2019; Naveen, 2025*). Ancak bu ilişki, tek yönlü ve doğrusal bir nedensellik zinciriyle açıklanamayacak kadar karmaşık bir yapıya sahiptir. Dijitalleşmenin müşteri deneyimine etkisi; teknolojik altyapının kalitesi, müşterilerin dijital yetkinlik düzeyi, kurumsal strateji ve düzenleyici ortam gibi çok sayıda değişken tarafından şekillendirilmektedir (*Hanziuk & Kalinichenko, 2023; Gomber vd., 2018*).

Bu bağlamda, dijitalleşmenin bu kurumlardaki müşteri deneyimine etkisini ele alan kavramsal çerçeve; fırsat boyutu (*erişilebilirlik, hız, kişiselleştirme*), zorluk boyutu (*güven kaygıları, dijital okuryazarlık açıkları, dışlanma riskleri*) ve gelecek perspektifi (*yapay zekâ, açık bankacılık, blok zinciri entegrasyonu*) olmak üzere üç temel eksen üzerine yapılandırılabilir. Bu çerçeve, bölümün izleyen kısımlarında yürütülecek analizin kavramsal omurgasını oluşturmaktadır.

## 3. Dijitalleşmenin Müşteri Deneyimine Etkileri

### 3.1. Hizmet Hızı ve Operasyonel Verimlilik

Dijitalleşmenin müşteri deneyimi üzerindeki en doğrudan ve ölçülebilir etkilerinden ilki, hizmet hızının dramatik biçimde artmasıdır. Geleneksel şube bankacılığı modelinde, bir müşterinin basit bir para transferi ya da hesap işlemi için fiziksel bir şubeye gitmesi, bekleme sürelerine katlanması ve çeşitli evrak ve onay işlemlerinin tamamlanması gerekmektedir. Dijital platformlar ve mobil bankacılık uygulamaları bu yapıyı derinden değiştirmiş; söz konusu işlemler artık saniyeler içinde ve mekândan bağımsız olarak gerçekleştirilebilir hâle gelmiştir (*Monfared, 2025; Fazira vd., 2025*). Bu dönüşüm, müşterilerin hizmet süreçlerine ayırdığı zaman maliyetini minimize etmekte ve dolayısıyla genel memnuniyet algısını güçlü biçimde olumlu etkilemektedir.

Katılım bankaları özelinde değerlendirildiğinde, hizmet hızındaki bu artışın stratejik önemi daha da belirginleşmektedir. Geleneksel bankacılıkla kıyaslandığında görece sınırlı bir şube ağına sahip olan katılım bankaları, dijital kanallar aracılığıyla bu yapısal dezavantajı önemli ölçüde telafi edebilmektedir. Mobil uygulama üzerinden gerçekleştirilen fon transferleri, katılım hesabı açılışları, finansman başvuruları ve yatırım işlemleri; şube

bağımlılığını azaltmakta ve hizmetin coğrafi sınırlarını ortadan kaldırmaktadır (*Aysan & Disli, 2019*). Bu durum, katılım bankalarına hem mevcut müşteri tabanını koruma hem de yeni müşteri segmentlerine erişim açısından rekabetçi bir avantaj sağlamaktadır.

Operasyonel verimlilik boyutunda ise dijitalleşme, süreç otomasyonu aracılığıyla insan hatası riskini azaltmakta, işlem maliyetlerini düşürmekte ve kurumsal kaynakların daha katma değerli faaliyetlere yönlendirilmesine imkân tanımaktadır (*Tretyakova vd., 2024; Naveen, 2025*). Yapay zekâ destekli kredi değerlendirme sistemleri, otomatik hesap doğrulama mekanizmaları ve akıllı dolandırıcılık tespit algoritmaları bu sürecin somut örnekleri arasında sayılabilir. Tüm bu gelişmeler, müşterilerin daha hızlı, daha güvenilir ve daha tutarlı hizmet almasını sağlamakta; bu da doğrudan müşteri deneyiminin niteliğini yükseltmektedir. Nitekim güncel araştırmalar, dijital bankacılık hizmetlerindeki hız ve kolaylık algısının müşteri memnuniyetini belirleyen en güçlü belirleyiciler arasında yer aldığını ortaya koymaktadır (*Fazira vd., 2025; Ramesh & Akila, 2025*). Bu genel bulgular, Türkiye katılım bankacılığı sektörü özelinde yapılan çalışmalarla da desteklenmektedir.

Bu kapsamda katılım bankası müşterilerinin %70'i zamandan tasarruf, %60'ı ise işlemlerin daha hızlı sonuçlanması nedeniyle dijital kanalları tercih etmektedir (*Türkiye Katılım Bankaları Birliği [TKBB], 2021, s. 63*). Katılım bankalarında ise murabaha finansmanı kapsamında fatura, teminat ve ipotek gibi belgelerin dijital ortamda sisteme yüklenebilmesi, finansal süreçlerin daha etkin yönetilmesine katkı sağlamakta ve operasyonel riskleri azaltmaktadır (*TKBB, 2021; TKBB, 2024*).

### 3.2. Erişilebilirlik ve Finansal Kapsayıcılık

Dijitalleşmenin müşteri deneyimine katkısının ikinci temel boyutunu erişilebilirlik oluşturmaktadır. 7/24 kesintisiz hizmet sunumu, mobil uygulamalar ve internet bankacılığı platformları aracılığıyla sağlanan bu erişilebilirlik; banka hizmetlerinin zaman ve mekân kısıtlarından bağımsız hale gelmesini mümkün kılmaktadır (*Varol & İşler, 2024; Soukaina & Driss, 2025*). Müşteriler artık gece yarısı hesap bakiyelerini kontrol edebilmekte, tatil günlerinde para transferi gerçekleştirebilmekte ya da yurt dışında buldukları sırada finansman başvurusunda bulunabilmektedir. Bu esneklik, modern bankacılık deneyiminin vazgeçilmez bir bileşeni haline gelmiş olup müşterilerin kurumlarıyla ilişki kurma biçimini temelden yeniden yapılandırmaktadır.

Katılım bankacılığı açısından erişilebilirlik meselesi, finansal kapsayıcılık hedefiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu kurumların varoluş gerekçelerinden

biri, geleneksel bankacılık sisteminin dışında kalan faize duyarlı bireyleri finansal sisteme dahil etmektir. Dijital kanallar bu hedefe ulaşmada güçlü bir araç işlevi görmektedir. Özellikle kentsel alanlara uzak yerleşim birimlerinde yaşayan, düzenli çalışma saatlerinde şubeye gitme imkânı bulunmayan ya da fiziksel hareketliliği sınırlı olan bireyler için mobil bankacılık uygulamaları; katılım bankacılığı hizmetlerine erişimin önündeki coğrafi ve zamansal engelleri büyük ölçüde kaldırmaktadır (*Aysan & Disli, 2019; Özdemir vd., 2023*). Bu doğrultuda dijitalleşme, bu kurumların finansal kapsayıcılık işlevini pekiştiren ve derinleştiren bir mekanizma olarak değerlendirilebilir.

Erişilebilirlik boyutunda dikkat çeken bir diğer gelişme ise dijital onboarding süreçlerinin yaygınlaşmasıdır. Bu, dönüşümün en somut göstergelerinden biridir. Bu süreç, yalnızca işlem kolaylığı sağlamakla kalmayıp finansal hizmetlere erişimi genişleterek potansiyel müşteri kitlesinin sisteme dahil olmasını da mümkün kılmaktadır. Nitekim Türkiye Katılım Bankaları Birliği verilerine göre 2021 yılı Mayıs–Ekim döneminde 34,6 bin uzaktan müşteri kazanımı gerçekleşmiştir (*TKBB, 2021*). Geleneksel bankacılıkta hesap açılışı, çok sayıda fiziksel belge ve şubeye birden fazla ziyaret gerektiren zahmetli bir süreçken; dijital kimlik doğrulama teknolojileri ve elektronik sözleşme altyapısı sayesinde bu süreç birkaç dakikaya indirilebilmektedir. Katılım bankaları bu teknolojiyi benimsedikleri ölçüde, potansiyel müşterileri sisteme kazandırma kapasitelerini artırmakta ve hizmet sınırlarını genişletmektedir (*Naveen, 2025; Gomber vd., 2018*). Tüm bu gelişmeler, dijitalleşmenin erişilebilirlik üzerindeki olumlu etkisinin yalnızca mevcut müşterilerin deneyimini iyileştirmekle kalmadığını; aynı zamanda müşteri tabanını genişleterek kurumsal büyümeye de doğrudan katkı sunduğunu göstermektedir.

### 3.3. Kişiselleştirilmiş Hizmet Sunumu ve Müşteri Bağlılığı

Dijitalleşmenin müşteri deneyimine en derin ve kalıcı etkilerinden birini kişiselleştirme kapasitesindeki artış oluşturmaktadır. Geleneksel bankacılık modelinde hizmetler büyük ölçüde standartlaştırılmış ve geniş müşteri segmentlerine yönelik tasarlanmıştır. Oysa büyük veri analitiği, makine öğrenmesi ve yapay zekâ teknolojilerinin bankacılık süreçlerine entegrasyonu; bireysel müşteri davranışlarının, tercihlerinin ve finansal ihtiyaçlarının derinlemesine analiz edilmesine imkân tanımaktadır (*Monfared, 2025; Soukaina & Driss, 2025*). Bu analiz kapasitesi, bankaların her bir müşteriye özel finansal ürün önerileri sunmasını, bireysel risk profillerine göre finansman koşullarını uyarlamasını ve müşteri yaşam döngüsünün farklı evrelerinde proaktif hizmet yaklaşımı benimsemesini mümkün kılmaktadır.

Katılım bankacılığı bağlamında kişiselleştirme, ek bir anlam katmanı kazanmaktadır. Bu kurumların müşteri tabanı; yalnızca finansal ihtiyaçları değil, aynı zamanda dini ve etik değerleri de belirleyici olan heterojen bir yapıya sahiptir. Dijital platformlar aracılığıyla toplanan müşteri verilerinin akıllı algoritmalarla işlenmesi; bir müşterinin hac finansmanına, diğerinin ise kâr paylaşımlı konut edindirme modeline yönlendirilmesini sağlayabilmektedir. Bu düzeyde bir kişiselleştirme, hem müşteri memnuniyetini artırmakta hem de kurumla kurulan ilişkinin derinleşmesine zemin hazırlamaktadır (*Monfared, 2025; Karri vd., 2025*). Nitekim müşteri bağlılığının (*customer loyalty*) uzun vadeli kârlılığın temel belirleyicilerinden biri olduğu düşünüldüğünde, kişiselleştirme kapasitesindeki artışın stratejik önemi daha açık biçimde ortaya çıkmaktadır.

Yapay zekâ destekli sohbet robotları (*chatbots*) ve sanal asistanlar da kişiselleştirilmiş müşteri etkileşiminin önemli araçları arasında yerini almaktadır. Bu sistemler; müşteri sorularını anlık olarak yanıtlayabilmekte, kişisel finansal duruma özgü tavsiyeler sunabilmekte ve proaktif bildirimler aracılığıyla müşteriye olası riskler ya da fırsatlar konusunda önceden uyarabilmektedir (*Karri vd., 2025; Mulay & Salunkhe, 2025*). Katılım bankaları bu teknolojileri İslami finans ilkeleriyle uyumlu biçimde tasarladıklarında; müşterilerine yalnızca kişiselleştirilmiş değil, aynı zamanda değer odaklı bir dijital deneyim sunabilmektedirler. Bu yaklaşım, katılım bankacılığının kurumsal kimliğiyle örtüşmekte ve müşteri sadakatini derinleştiren güçlü bir farklılaşma unsuru olarak öne çıkmaktadır.

### 3.4. Güven Algısı ve Dijital Güvenlik

Dijitalleşmenin müşteri deneyimine etkisinin en karmaşık ve çok katmanlı boyutunu güven meselesi oluşturmaktadır. Bir yanda dijital kanalların sunduğu kolaylık ve kişiselleştirme müşteri memnuniyetini artırırken; öte yanda bu kanalların beraberinde getirdiği siber güvenlik riskleri ve veri gizliliği endişeleri güven algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (*Monfared, 2025; Soukaina & Driss, 2025*). Bu gerilim, dijitalleşme sürecini yönetmek durumunda olan bankacılık kurumları için kritik bir denge sorunu yaratmaktadır.

Güvenin müşteri deneyimindeki merkezi rolü, güncel araştırmalar tarafından tutarlı biçimde doğrulanmaktadır. Monfared'in (2025) çalışması, yüksek güven düzeylerinin artan müşteri memnuniyetiyle doğrudan ve güçlü biçimde ilişkili olduğunu ortaya koyarken; Soukaina ve Driss (2025) güven algısının dijital bankacılık platformlarının benimsenmesindeki belirleyici rolünü vurgulamaktadır. Bu bulgular, bankaların dijital dönüşüm stratejilerinde güvenlik altyapısına yapılan yatırımların salt bir zorunluluk

değil; müşteri deneyimini şekillendiren stratejik bir tercih olarak konumlandırılması gerektiğine işaret etmektedir.

Katılım bankaları açısından güven meselesi özellikle kritik bir konuma sahiptir. Bu kurumların müşteri kitlesi, finansal kararlarında dini ve etik değerleri öne çıkaran bir hassasiyete sahip olduğundan; dijital ortamda maruz kalınan bir güvenlik ihlali ya da kişisel verilerin kötüye kullanılması durumu, yalnızca teknik bir güvenlik sorunu olarak algılanmamakta, aynı zamanda kurumun güvenilirliğine yönelik temel bir sarsıntı olarak deneyimlenmektedir. Bu nedenle katılım bankalarının güvenli dijital bankacılık ortamı tesis etmesi, hem müşteri sadakati hem de kurumsal itibar açısından önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir vd., 2023; Tabaş, 2022).

Uçtan uca şifreleme, çok faktörlü kimlik doğrulama, biyometrik güvenlik sistemleri ve gerçek zamanlı dolandırıcılık tespit mekanizmaları; katılım bankalarının dijital platformlarında müşteri güvenini pekiştirmek için başvurduğu başlıca teknolojik araçlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, güvenin yalnızca teknik önlemlerle sağlanamayacağı ve kurumsal iletişimin, şeffaflığın ve müşteri bilgilendirme pratiklerinin de güven inşasında belirleyici rol oynadığı göz önünde bulundurulmalıdır (Monfared, 2025; Spevak vd., 2025). Katılım bankalarının bu alanda kurumsal değerleriyle tutarlı, açık ve dürüst bir iletişim stratejisi benimsemesi; dijital platformlardaki güven algısını güçlendirmenin en sürdürülebilir yolu olarak değerlendirilebilir.

### 3.5. Çok Kanallı Deneyim ve Hizmet Sürekliliği

Dijitalleşme, müşteri deneyimini tek bir kanal ya da temas noktasıyla sınırlı kalmaktan çıkararak çok kanallı (*omnichannel*) bir yapıya dönüştürmektedir. Modern bankacılık müşterisi; bir işlemi mobil uygulama üzerinden başlatıp internet bankacılığında sürdürebilmekte, ihtiyaç duyduğunda ise şube ya da çağrı merkezi desteğine sorunsuz biçimde geçiş yapabilmektedir (Papathomas & Konteos, 2024; Ramesh & Akila, 2025). Bu kesintisiz geçiş kapasitesi, müşteri deneyiminin bütünselliği açısından kritik bir kalite göstergesi haline gelmiştir. Kanallar arasındaki tutarsızlık ya da kopukluk ise müşteri hayal kırıklığının ve olası müşteri kayıplarının başlıca nedenleri arasında yer almaktadır.

Katılım bankacılığında çok kanallı deneyim yönetimi; dijital platformlar ile İslami finansa özgü hizmet gerekliliklerinin bir arada sunulmasını gerektirdiğinden, ek bir karmaşıklık boyutu içermektedir. Danışma kurulu onayına tabi finansal ürünlerin dijital ortamda doğru biçimde sunulması, faizsiz ürünlere ilişkin bilgilendirmenin tüm kanallarda tutarlı kalması ve

İslami finansman süreçlerinin dijital akışlar içinde eksiksiz işletilmesi bu karmaşıklığın somut yansımalarıdır (Tabaş, 2022; Aysan & Disli, 2019). Kurumların bu dengeleri başarıyla kurabilmesi; hem müşteri deneyiminin kalitesini artırmakta hem de İslami finans standardına uyum açısından kurumsal güvenilirliği pekiştirmektedir.

Hizmet sürekliliği bağlamında ise dijital altyapının dayanıklılığı ve sistem kesintilerinin minimize edilmesi, müşteri deneyimi üzerinde doğrudan belirleyici bir etki taşımaktadır. Özellikle yoğun işlem dönemlerinde yaşanan sistem arızaları ya da uygulama hataları; müşterilerin anlık ihtiyaçlarını karşılayamamasına ve kuruma duyulan güvenin sarsılmasına yol açabilmektedir (Chepur & Bellamkonda, 2019). Bu nedenle katılım bankalarının dijital altyapıya yaptıkları yatırımı; yalnızca yeni özellik geliştirme değil, sistemin istikrar ve güvenilirliğini koruma ekseninde de değerlendirmeleri, sürdürülebilir bir müşteri deneyimi için vazgeçilmez bir stratejik gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Dijitalleşmenin müşteri deneyimine etkileri yalnızca fırsatlarla sınırlı olmayıp çeşitli yapısal riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu etkiler Tablo 1’de özetlenmiştir.

*Tablo 1. Dijitalleşmenin Katılım Bankacılığında Müşteri Deneyimine Etkileri*

Boyut	Sağladığı Fırsatlar	Ortaya Çıkan Zorluklar
Hizmet Hızı	İşlemlerin saniyeler içinde tamamlanması	Sistem kesintileri ve teknik aksaklıklar
Erişilebilirlik	7/24 hizmet ve coğrafi bağımsız erişim	Dijital okuryazarlık eksikliği
Kişiselleştirme	Müşteriye özel ürün ve hizmet sunumu	Veri gizliliği endişeleri
Güvenlik	Biyometrik doğrulama ve dolandırıcılık önleme	Siber saldırı riski
Çok Kanallı Hizmet	Kesintisiz müşteri deneyimi	Kanal entegrasyon sorunları
Şeriat Uyumu	Dijital uyumlu faizsiz ürün geliştirme	Teknoloji ile dini uygunluk dengesinin korunması

*Kaynak: Yazar tarafından ilgili literatürden yararlanılarak hazırlanmıştır.*

## 4. Dijitalleşme Sürecinin Zorlukları ve Kısıtları

### 4.1. Dijital Okuryazarlık Açıkları ve Teknolojik Dışlanma Riski

Dijitalleşmenin müşteri deneyimine sunduğu fırsatlar çarpıcıdır. Ancak bu sürecin beraberinde getirdiği yapısal zorluklar göz ardı edildiğinde tablonun yalnızca yarısı görülmüş olur. Bu zorlukların en temel ve yaygın olanı, dijital okuryazarlık açısından kaynaklanan teknolojik dışlanma riskidir. Dijital okuryazarlık; bireylerin dijital araçları etkin, güvenli ve eleştirel biçimde kullanabilme kapasitesini ifade etmekte olup bu kapasite, toplumun farklı kesimleri arasında son derece eşitsiz bir dağılım sergilemektedir (*Hanziuk & Kalinichenko, 2023; Aysan & Disli, 2019*). Eğitim düzeyi düşük bireyler, kırsal kesimlerde yaşayanlar, yaşlı nüfus ve düşük gelir grupları; dijital bankacılık hizmetlerinden yararlanma konusunda en fazla kısıtla karşılaşan kesimler olarak öne çıkmaktadır. Türkiye Katılım Bankaları Birliği 2021 anketine göre dijital bankacılık kullanmayan katılım bankacılığı müşterilerinin %67'si bu hizmetler hakkında bilgi sahibi değildir (*TKBB, 2021*).

Katılım bankacılığı özelinde bu sorun, daha derin bir anlam taşımaktadır. Katılım bankalarının hizmet etmeyi hedeflediği müşteri profilinin önemli bir bölümü; geleneksel bankacılık sisteminin dışında kalmış, finansal okuryazarlığı sınırlı ve teknolojiye alışkın olmayan bireylerden oluşmaktadır. Bu müşterilere dijital kanallar üzerinden hizmet sunmak; yalnızca teknik bir altyapı meselesi olmayıp, kullanıcı dostu arayüz tasarımıyla hedefli dijital eğitim programlarına uzanan kapsamlı bir müşteri geliştirme sürecini gerektirmektedir (*Hanziuk & Kalinichenko, 2023; Aysan & Disli, 2019*). Dijital okuryazarlık açığının kapatılamaması durumunda, dijitalleşme paradoks biçimde finansal kapsayıcılığı artırmak bir yana, mevcut dışlanmışlık örüntülerini derinleştiren bir mekanizmaya dönüşme riskini barındırmaktadır.

Mobil uygulama ve internet bankacılığı platformlarının kullanıcı arayüzü tasarımı da bu bağlamda belirleyici bir rol üstlenmektedir. Aşırı karmaşık navigasyon yapıları, teknik jargonla örülü içerikler ve yetersiz görsel yönlendirmeler; düşük dijital yetkinliğe sahip kullanıcıların platformlarla etkili biçimde etkileşime girmesini engellemektedir (*Anwar vd., 2024; Ranjan, 2024*). Bu engeller aşılamadığı takdirde, dijital kanallar üzerinden sunulan hizmetler geniş bir müşteri kitlesi için fiilen erişilemez olmaya devam edecektir. Katılım bankalarının bu sorunu çözmek adına sade, anlaşılır ve kapsayıcı tasarım ilkelerini benimsemesi; hem etik bir sorumluluk hem de sürdürülebilir büyüme açısından stratejik bir zorunluluk olarak değerlendirilebilir.

## 4.2. Yaşlı Müşterilerin Dijital Bankacılıkla İlişkisi

Dijitalleşme sürecinin en kırılgan ve en fazla özen gerektiren müşteri segmentini yaşlı bireyler oluşturmaktadır. Bu demografik grubun dijital bankacılıkla kurduğu ilişki, birden fazla yapısal engel tarafından karmaşık hâle getirilmektedir. Her şeyden önce, yaşlı bireyler arasındaki düşük dijital okuryazarlık düzeyi ve teknolojik arayüzlere olan yabancıklık, çevrimiçi bankacılık hizmetlerine etkin erişimi ciddi ölçüde kısıtlamaktadır (*Anwar vd., 2024; Ranjan, 2024*). Karmaşık menü yapıları, küçük punto kullanımı ve sezgisel olmayan navigasyon tasarımları; yaşlı kullanıcılarda hayal kırıklığı ve çaresizlik duygularına yol açmakta, bu durum da dijital platformlardan gönüllü uzaklaşmayı beraberinde getirmektedir.

Güvenlik ve dolandırıcılık endişeleri, yaşlı müşterilerin dijital bankacılıkla ilişkisini zorlaştıran ikinci temel etken olarak öne çıkmaktadır. Kimlik avı saldırıları, sosyal mühendislik dolandırıcılıkları ve çevrimiçi dolandırıcılık vakalarına ilişkin haberler; bu demografik grupta dijital platformlara yönelik köklü bir güvensizlik algısı oluşturmakta ve söz konusu endişeler, teknoloji kullanımına ilişkin isteksizliği pekiştirmektedir (*Spevak vd., 2025; Ranjan, 2024*). Yaşlı bireyler, geleneksel şube bankacılığında yüz yüze ilişkilerle inşa edilen güven duygusunu dijital ortamda yeniden oluşturmakta ciddi güçlükler yaşamaktadır.

Kişisel destek ve net iletişimin dijital kanallarda yetersiz kalması da yaşlı müşteri deneyimini olumsuz etkileyen önemli bir faktördür. Geleneksel bankacılıkta bir müşteri temsilcisiyle birebir görüşme imkânı; sorulara anında yanıt alınmasını, belirsizliklerin giderilmesini ve işlem süreçleri hakkında rehberlik edilmesini sağlamaktaydı. Dijital platformlarda ise bu insani destek boyutu büyük ölçüde ortadan kalkmakta; otomatik yanıt sistemleri ve yazılı yardım belgeleri çoğu zaman yaşlı kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamaktan uzak kalmaktadır (*Spevak vd., 2025; Kularatne, 2023*). Bu eksiklik, yaşlı bireylerde yalnızca pratik bir iletişim sorunu oluşturmakla kalmamakta; aynı zamanda kuruma duyulan bağlılık hissini de aşındırmaktadır.

Dijital bankacılığın beraberinde getirdiği yüz yüze etkileşim azalması, yaşlı bireyler için sosyal boyutuyla da önemli sonuçlar doğurmaktadır. Şubeye yapılan düzenli ziyaretler, bu demografik grup için yalnızca finansal işlem gerçekleştirme vesilesi değil; aynı zamanda sosyal temas kurma ve toplumsal hayata katılım fırsatı olarak da işlev görmektedir. Dijital kanalların şube ziyaretlerinin yerini alması sürecinde, bu sosyal işlevin göz ardı edilmesi; yaşlı müşterilerde yalnızlık ve toplumsal dışlanma duygularını derinleştirebilmektedir (*Anwar vd., 2024; Kularatne, 2023*). Katılım bankaları bu gerçeği göz önünde bulundurarak, dijital hizmet

stratejilerini tasarlarırken yaşlı müşteri kitlesinin bütünsel ihtiyaçlarını kapsamlı biçimde ele almalıdır.

Bu çok boyutlu sorunların çözümüne yönelik olarak katılım bankalarının benimseyebileceği çeşitli stratejiler öne çıkmaktadır. Yaşlı kullanıcılara yönelik özel arayüz tasarımları, büyük font seçenekleri ve basitleştirilmiş menü yapıları; teknik erişim engellerini azaltmaya yönelik pratik adımlar arasında sayılabilir. Bunların yanı sıra, şube personelinin yaşlı müşterilere yönelik dijital yönlendirme rolü üstlenmesi, telefon bankacılığı desteğinin güçlendirilmesi ve kapsamlı finansal okuryazarlık programlarının hayata geçirilmesi; yaşlı müşterilerin dijital bankacılık ekosistemine güvenli ve kapsayıcı biçimde dahil edilmesine katkı sunabilecek bütünlük bir yaklaşımı temsil etmektedir (*Ranjan, 2024; Kularatne, 2023*).

### 4.3. Siber Güvenlik Riskleri ve Veri Gizliliği Endişeleri

Dijitalleşmenin müşteri deneyimi üzerindeki olumsuz etkilerinin en kritik kaynağını siber güvenlik tehditleri ve veri gizliliği endişeleri oluşturmaktadır. Finansal hizmetler sektörü, dijital dönüşümün derinleşmesiyle birlikte siber saldırıların en sık hedef aldığı alanların başına gelmiştir. Kimlik avı girişimleri, fidye yazılımı saldırıları, veri ihlalleri ve hesap ele geçirme girişimleri; hem kurumsal itibarı tehdit etmekte hem de müşteri güvenini doğrudan sarsmaktadır (*Monfared, 2025; Soukaina & Driss, 2025*). Bu tehditlerin müşteri deneyimiyle olan bağlantısı son derece güçlüdür; zira bir güvenlik ihlali yaşandığında müşteriler yalnızca maddi zarara uğramamakta, aynı zamanda kuruma duydukları güveni de büyük ölçüde yitirmektedir.

Veri gizliliği meselesi, siber güvenlikle iç içe geçen ancak kendine özgü boyutları olan ayrı bir zorluk alanını temsil etmektedir. Kişiselleştirilmiş hizmet sunumu için toplanan büyük veri setleri; aynı zamanda kötüye kullanım, izinsiz paylaşım ya da profil çıkarma risklerini de beraberinde getirmektedir. Müşteriler, bankaların kişisel ve finansal verilerini nasıl topladığını, sakladığını ve kullandığını giderek daha fazla sorgulamaktadır (*Soukaina & Driss, 2025; Monfared, 2025*). Bu sorgulama, özellikle kurumsal şeffaflık ve hesap verebilirlik beklentilerinin yüksek olduğu söz konusu kurumların müşterileri arasında daha belirgin bir biçimde kendini göstermektedir.

Bu kurumlar açısından veri yönetimi; yalnızca hukuki ve teknik bir mesele olmanın ötesinde, kurumsal değerlere uyum açısından da kritik bir anlam taşımaktadır. İslami finansın temel prensipleri arasında yer alan adalet, şeffaflık ve dürüstlük ilkeleri; müşteri verilerinin etik biçimde işlenmesini de kapsamaktadır. Bu doğrultuda veri gizliliğine ilişkin açık ve

anlaşılır politikaların kamuoyuyla paylaşılması, müşterilerin veri işleme süreçleri hakkında bilgilendirilmesi ve veri kullanımında etik sınırların titizlikle korunması; katılım bankalarının kurumsal kimliğiyle tutarlı bir dijital güven zemini oluşturmasının temel araçları olarak değerlendirilebilir (Özdemir vd., 2023; Tabaş, 2022).

Düzenleyici uyum boyutunda da siber güvenlik ve veri gizliliği alanında giderek sıkılaştıran yasal gereklilikler, bankacılık kurumları üzerindeki baskıyı artırmaktadır. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu başta olmak üzere ulusal ve uluslararası mevzuata uyum; hem ciddi bir maliyet unsuru hem de yönetsel kapasite gerektiren karmaşık bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılım bankalarının bu alanda güçlü bir uyum kültürü ve altyapısı oluşturması; hem yasal yaptırım riskini azaltmakta hem de müşteri güvenini pekiştiren kurumsal bir güvence işlevi görmektedir (Tretyakova vd., 2024; Tkachenko & Tkachenko, 2025).

#### 4.4. Teknolojik Altyapı Sorunları ve Kurumsal Kapasite Kısıtları

Dijitalleşme sürecinin önündeki bir diğer yapısal engel, kurumsal teknolojik altyapının yetersizliği ve kapasite kısıtlarıdır. Özellikle ölçek ekonomisinden yeterince yararlanamayan küçük ve orta ölçekli katılım bankaları; dijital dönüşüm için gereken yüksek sermaye yatırımlarını gerçekleştirmekte ciddi güçlüklerle karşılaşmaktadır. Güvenli ve ölçeklenebilir bulut altyapısı, yapay zekâ ve makine öğrenmesi sistemleri, gerçek zamanlı veri işleme kapasitesi ve entegre uygulama programlama arayüzleri (API); modern dijital bankacılığın olmazsa olmaz bileşenlerini oluşturmakta, ancak bu bileşenlerin hayata geçirilmesi önemli finansal ve teknik kaynaklar gerektirmektedir (Petrova & Kuznetsova, 2020; Gomber vd., 2018).

Miras (*legacy*) sistemlerin dönüşümü de kurumsal kapasite kısıtları çerçevesinde ele alınması gereken kritik bir sorundur. Onlarca yıllık birikimle oluşturulmuş eski teknolojik altyapılar; modern dijital kanallarla entegrasyon güçlükleri, yüksek bakım maliyetleri ve esneklik eksikliği nedeniyle dijital dönüşümün önünde ciddi bir engel teşkil etmektedir. Bu sistemlerin tamamen yenilenmesi yüksek maliyet ve operasyonel risk barındırırken, mevcut yapıyla çalışmak da inovasyon kapasitesini kısıtlamaktadır (Petrova & Kuznetsova, 2020; Naveen, 2025). Katılım bankaları bu ikilemele başa çıkabilmek için çoğunlukla kademeli dönüşüm stratejilerine ya da finansal teknoloji şirketleriyle (*fintech*) kurulan stratejik ortaklıklara başvurmaktadır.

İnsan kaynağı boyutunda da kurumsal kapasite kısıtları belirgin biçimde hissedilmektedir. Dijital dönüşümü etkin biçimde yönetebilecek,

hem finansal hizmetler hem de teknoloji alanında yetkin insan kaynağına erişim; sektörün genelinde olduğu gibi katılım bankacılığında da önemli bir zorluk kaynağı olmaya devam etmektedir. Veri bilimciler, siber güvenlik uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve dijital ürün yöneticileri gibi profillerden oluşan multidisipliner ekiplerin kurulması ve sürdürülmesi; özellikle büyük ölçekli geleneksel bankalarla ücret ve kariyer fırsatları açısından rekabet etmekte güçlük çeken kurumlar için ciddi bir insan sermayesi meselesi oluşturmaktadır (*Nafikov, 2022; Naveen, 2025*).

#### 4.5. İslami Finans İlkeleri ile Dijital Dönüşüm Arasındaki Gerilim

Katılım bankacılığına özgü ve literatürde görece sınırlı biçimde ele alınan bir zorluk alanı daha mevcuttur: İslami finans ilkeleriyle dijital dönüşümün getirdiği yenilikler arasındaki potansiyel gerilim. Belirli dijital finansal ürünler ve iş modelleri; İslami hukuk çerçevesinde meşruiyete ilişkin ciddi sorular doğurabilmektedir. Kripto para birimleri, belirli türdeki türev ürünler ve bazı açık bankacılık uygulamaları; faiz, aşırı belirsizlik (*gharar*) ve spekülasyon yasakları çerçevesinde değerlendirildiğinde, katılım bankaları için benimsenmesi sorunlu ürün ve hizmetlere dönüşebilmektedir (*Tabaş, 2022; Özulucan & Deran, 2009*).

Bu gerilim, danışma kurulu (*şariat kurulu*) süreçleriyle de doğrudan ilişkilidir. Yeni dijital ürün ve hizmetlerin piyasaya sürülmesi öncesinde şariat uyumunun denetlenmesi; dijitalleşmenin talep ettiği hız ve çeviklikle çoğu zaman bağdaşmayan uzun onay süreçlerini gerektirmektedir. Rekabet, katılım bankalarını hızlı hareket etmeye zorlarken; kurumsal kimliklerinin özünü oluşturan İslami finans uyumundan taviz verememeleri, yönetsel açıdan zorlu bir dengeleme sürecini kaçınılmaz kılmaktadır (*Eken & Öztürk, 2020; Özdemir vd., 2023*). Bu gerilimin sağlıklı biçimde yönetilmesi; katılım bankalarının uzun vadeli güvenilirliği ve rekabet gücü açısından hayati önem taşımaktadır.

Öte yandan, söz konusu gerilimin aşılması için umut verici yaklaşımlar da gelişmektedir. Blok zinciri teknolojisinin İslami finans araçlarıyla uyumlu biçimde tasarlanması, akıllı sözleşmelerin (*smart contracts*) şariat ilkelerine uygun işlem akışlarını otomatikleştirmek amacıyla kullanılması ve dijital ortama uyarlanmış İslami fintech çözümlerinin geliştirilmesi; bu gerilimi aşmanın mümkün olduğunu göstermektedir (*Dewasiri vd., 2023; Tkachenko & Tkachenko, 2025*). Katılım bankalarının bu alanlardaki inovasyonu yönlendiren aktif bir rol üstlenmesi; hem kurumsal özgünlüklerini korumalarına hem de dijital dönüşümden en yüksek verimi almalarına zemin hazırlayacaktır.

## 5. Dijital Müşteri Deneyiminin Geleceği Ve Politika Önerileri

### 5.1. Geleceğe Yönelik Teknolojik Eğilimler

Katılım bankacılığında dijital müşteri deneyiminin yakın geleceği, birbirine eklemlenmiş birkaç temel teknolojik eğilim tarafından şekillendirilecektir. Yapay zekâ destekli kişiselleştirme bu eğilimlerin başında gelmektedir. Sohbet robotları ve sanal asistanlar aracılığıyla sunulan 7/24 destek; müşteri etkileşimini daha hızlı, daha tutarlı ve daha kişiye özel bir zemine taşımaktadır (*Karri vd., 2025; Mulay & Salunkhe, 2025*). Sesli bankacılık uygulamalarının yaygınlaşması ise özellikle yaşlı ve dijital arayüzlere yabancı müşteri kesimleri için bankacılığı daha erişilebilir hâle getirme potansiyeli taşımaktadır (*Sargsyan, 2025*).

Açık bankacılık (*open banking*) mimarisi; finansal verilerin güvenli biçimde paylaşılmasına olanak tanıyarak rekabeti artırmakta ve müşterilere daha özelleştirilmiş hizmet seçenekleri sunmaktadır (*Sargsyan, 2025*). Blok zinciri teknolojisi ise işlem güvenliğini ve şeffaflığını güçlendirerek İslami finans ilkeleriyle yüksek düzeyde uyumlu bir altyapı sunmaktadır. Akıllı sözleşmeler aracılığıyla vekâlet sistemi, murâbaha ve müşâreke gibi katılım bankacılığı araçlarının dijital ortamda otomatikleştirilmesi; hem operasyonel verimliliği artırmakta hem de şeriat uyumunu güvence altına almaktadır (*Dewasiri vd., 2023; TKBB, 2024*). Dijital danışmanlık sistemleri ve robo-danışmanlar da katılım bankası müşterilerine sürekli ve bağlam odaklı finansal rehberlik sunarak varlık yönetimini demokratikleştirme potansiyeli taşımaktadır (*Dewasiri vd., 2023*).

### 5.2. Politika Önerileri

Dijitalleşmenin söz konusu kurumlarda müşteri deneyimine olan katkısını en üst düzeye çıkarmak ve beraberinde getirdiği riskleri minimize etmek için çok paydaşlı bir politika çerçevesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Kurumsal düzeyde katılım bankaları; dijital dönüşüm stratejilerini İslami finans değerleriyle bütünleşik biçimde tasarlamalı, siber güvenlik ve veri gizliliği altyapısına öncelikli yatırım yapmalı ve yaşlı ile düşük dijital yetkinliğe sahip müşterilere yönelik kapsayıcı arayüz ve destek mekanizmaları geliştirmelidir. Fintech şirketleriyle kurulacak stratejik ortaklıklar; teknolojik kapasite açıklarını kapatmanın ve inovasyon hızını artırmanın en pragmatik yolu olarak değerlendirilebilir (*Aysan & Disli, 2019; Nafikov, 2022*).

Düzenleyici otoriteler açısından ise hem teknolojik inovasyonu teşvik eden hem de tüketici güvenliğini koruyan dengeli bir mevzuat çerçevesinin oluşturulması kritik öneme sahiptir. Regülasyon kum havuzları (*regulatory sandbox*) uygulamaları; yeni dijital finansal ürünlerin kontrollü ortamda

test edilmesini mümkün kılarak hem inovasyonu hem de şeriat uyumunu eş zamanlı olarak güvence altına alabilir (*Tkachenko & Tkachenko, 2025*). Bunun yanı sıra finansal ve dijital okuryazarlık programlarının kamusal politika öncelikleri arasına alınması; toplumsal düzeyde dijital dışlanma riskini azaltmanın temel koşulunu oluşturmaktadır.

## SONUÇ

Bu bölüm; dijitalleşmenin katılım bankacılığındaki müşteri deneyimine olan çok boyutlu etkisini kavramsal ve analitik düzeyde ele almıştır. Elde edilen bulgular, dijitalleşmenin katılım bankacılığı için hem dönüştürücü fırsatlar hem de yönetilmesi gereken yapısal riskler barındırdığını açıkça ortaya koymaktadır.

Fırsatlar boyutunda; hizmet hızındaki artış, 7/24 erişilebilirlik, veri analitiğine dayalı kişiselleştirme ve çok kanallı deneyim entegrasyonu, müşteri memnuniyetini ve bağlılığını güçlendiren temel kazanımlar olarak öne çıkmaktadır. Zorluklar boyutunda ise dijital okuryazarlık açıkları, yaşlı müşterilerin dışlanma riski, siber güvenlik tehditleri ve İslami finans ilkeleriyle dijital inovasyon arasındaki denge ihtiyacı; kurumların öncelikli olarak ele alması gereken yapısal meseleler olarak belirlenmiştir.

Katılım bankacılığının özgün konumu; dijital dönüşümü yalnızca bir verimlilik meselesi olarak değil, aynı zamanda etik ve değer odaklı bir kurumsal sorumluluk çerçevesinde yönetmeyi zorunlu kılmaktadır. Teknolojiyle insan temasını dengeleyen, kapsayıcılığı ön planda tutan ve İslami finans ilkelerine bağlılığını dijital ortamda da sürdüren kurumlar; hem müşteri deneyimi kalitesini en üst düzeye taşıyacak hem de sektördeki rekabet konumlarını güçlendirecektir.

Gelecek araştırmalar açısından; katılım bankacılığı müşterilerinin dijital deneyimlerini ölçen özgün ölçek geliştirme çalışmaları, farklı demografik grupların karşılaştırmalı analizleri ve blok zinciri ile yapay zekâ uygulamalarının şeriat uyumluluk süreçlerine entegrasyonu; literatürde önemli boşlukları dolduracak araştırma alanları olarak değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Anwar, S., Alburaiqi, G., Ibrahimi, A., & Qadri, L. (2024). Digital banking issues experienced by older people. <https://doi.org/10.1109/icoa62581.2024.10754510>
- Aysan, A. F., & Disli, M. (2019). Small business lending and Islamic banking in the modern economy. *Economic Modelling*, 77, 49–58.
- Butor-Keler, A. (2019). Using of customer experience to protect the consumer in the banking services market – opportunities and possibilities. *Humanitas Zarządzanie*, 20(1), 145-157. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.2427>

- Chepur, J., & Bellamkonda, R. S. (2019). Examining the conceptualizations of customer experience as a construct. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(1), 1.
- Dewasiri, N. J., & Rathnasiri, M. S. H. (2023). Fusion of artificial intelligence and blockchain in the banking industry: Current application, adoption, and future challenges. In *Transformation for sustainable business and management practices: Exploring the spectrum of Industry 5.0* (pp. 293–307). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-277-520231021>
- Eken, M. H., & Öztürk, N. (2020). Finans teorisi kapsamında katılım bankacılığı ve yeniden yapılanma önerisi. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3646915>
- Fazira, N., Wolor, C. W., & Utari, E. D. (2025). Analisis pengaruh digitalisasi pelayanan publik bank XYZ terhadap pengalaman dan kepercayaan nasabah. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 4(4), 783. <https://doi.org/10.36841/jme.v4i4.6640>
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2018). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580.
- Hanziuk, S., & Kalinichenko, T. (2023). Digital transformation in the banking business. *Ekonomičnij Visnik Dniprovs'kogo Deržavnogo Tehničnogo Universitetu*. [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2023iss2\(7\).293754pp70-76](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2023iss2(7).293754pp70-76)
- Karri, A., et al. (2025). AI chatbots in banking: Transforming customer service and operational efficiency. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 8, 1498. <https://doi.org/10.3233/FAIA251498>
- Kularatne, I. (2023). Digital transformation in the New Zealand retail banking sector: Challenges and opportunities for elderly customers. <https://doi.org/10.58567/jie01030002>
- Maithili Anil Mulay, & Santoshi Suresh Salunkhe. (2025). Chatbots and virtual assistants in banking: Enhancing customer experience with AI. *International Journal of Advance and Applied Research*, 6(38), 58–61. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17309932>
- Nafikov, R. G. (2022). Digitalization of the banking system: Risks and opportunities for managing financial assets. *Управленческие Науки*, 12(3), 39–52. <https://doi.org/10.26794/2304-022x-2022-12-3-39-52>
- Naveen, S. (2025). Assessing the impact of digital transformation in the banking sector. *Journal of Research & Development*, 17(6(II)), 146–151. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16932256>
- Özdemir, M., Savaşan, F., & Ülev, S. (2023). Leveraging financial inclusion through Islamic microfinance: A new model proposal for participation banks in Türkiye. *Borsa Istanbul Review*, 23(4), 875–887.
- Özulucan, A., & Deran, A. (2009). Katılım bankacılığı ile geleneksel bankaların bankacılık hizmetleri ve muhasebe uygulamaları açısından karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 85–108.
- Papathomas, A., & Konteos, G. (2024). Financial institutions digital transformation: The stages of the journey and business metrics to follow. *Journal of Financial Services Marketing*, 29, 590–606.

- Petrova, L. A., & Kuznetsova, T. E. (2020). Digitalization in the banking industry: Digital transformation of environment and business processes. *Financial Journal*, 12(3), 91–101. <https://doi.org/10.31107/2075-1990-2020-3-91-101>
- Ranjan, A. (2024). Digital banking issues faced by the elderly and the optimal measures to resolve them. *Indian Scientific Journal Of Research In Engineering And Management*. <https://doi.org/10.55041/ijrsrem15029>
- Ramesh, K., & Akila, M. (2025). Understanding customer expectations and perceived service value: A conceptual study in banking. *International Scientific Journal of Engineering and Management*, 04(10), 1–9. <https://doi.org/10.55041/isjem05135>
- Sargsyan, H. (2025). Next-generation banking technologies in the context of digital transformation. *Region i Mir*, 277–286. <https://doi.org/10.58587/18292437-2025.3-277>
- Soukaina, A., & Driss, D. (2025). L'impact de la transition digitale sur l'expérience client. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15134895>
- Spevak, K., Baranyi, R., & Grechenig, T. (2025). Avoidance, procrastination and breach of trust in digital banking. <https://doi.org/10.1109/acdsa65407.2025.11166502>
- Suvarchala, M. B., & Rao, V. N. (2018). Customer experience management in banking sector - A brief review. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1325776>
- Tabaş, M. (2022). Bir faizsiz bankacılık türü olarak Türkiye'de katılım bankacılık sisteminin dünü, bugünü ve yarını. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(24), 346–361. <https://doi.org/10.52096/usbd.6.24.20>
- Tkachenko, O., & Tkachenko, O. (2025). Bibliometric analysis of scientific research on digital transformation in the banking sector. *Financial and Credit Systems: Prospects for Development*, 2(17), 72–92. <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2025-2-06>
- Tretyakova, I. N., Belousova, L. S., & Svezhentseva, K. I. (2024). Digitalization as a modern trend in the management contour of the financial sector. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-189-199>
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2021). Katılım bankacılığı dijital araştırma raporu. <https://www.tkbb.org.tr>
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2024). 2024 yılı faaliyet raporu. <https://www.tkbb.org.tr>
- Varol, H. C., & İşler, D. B. (2024). Dijitalleşme sürecinde müşteri deneyiminin müşteri sadakati ilişkisi. *International Global Tourism Research Journal*, 8(1), 1–20. <https://doi.org/10.58670/ijgtr.1495235>
- Yavuz, S. (2025). Dijital dönüşüm çağında vergileme. Legal Yayıncılık A. Ş. (Legal Hukuk Kitapları Serisi: 815). ISBN: 978-625-5802-17-0 (Basılı).
- Zibahalat Monfared, A. (2025). Digital banking and customer experience: A new era of financial security and innovation. *Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15045385>

## SINIR TANIMAYAN İŞ: DİJİTAL GÖÇEBELERİN KÜRESEL ETKİSİ VE HUKUKİ ZORLUKLAR

Oya ÜTÜK BAYILMIŞ<sup>1</sup>, Serdar ORHAN<sup>2</sup>

### ÖZET

Dijitalleşme, uzaktan çalışma teknolojilerinin gelişmesi ve küresel mobilitenin artmasıyla birlikte ortaya çıkan dijital göçebelik, son yıllarda çalışma hayatı, turizm, göç ve hukuk literatürlerinde giderek daha fazla tartışılan bir olgu haline gelmiştir. Dijital göçebeler, internet ve dijital teknolojiler aracılığıyla mekâna bağlı olmaksızın çalışabilen ve farklı ülkelerde yaşayarak hareketli bir yaşam tarzı sürdüren bireyler olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışma, dijital göçebelik olgusunu kavramsal, ekonomik, toplumsal ve hukuki boyutlarıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Öncelikle dijital göçebeliliğin tarihsel gelişimi, kavramsal çerçevesi ve literatürdeki temel tartışmalar ele alınmakta; ardından dijital göçebelerin sosyo-demografik özellikleri, çalışma pratikleri ve bu çalışma biçiminin avantajları ile dezavantajları değerlendirilmektedir. Ayrıca dijital göçebeliliğin yerel ekonomiler, emek piyasaları ve toplumsal yapılar üzerindeki etkileri analiz edilmekte; gentrifikasyon, sosyal eşitsizlik ve yerel ekonomik dönüşüm gibi konular tartışılmaktadır. Çalışmanın hukuki boyutunda ise sınır ötesi uzaktan çalışmanın uygulanacak hukuk, vergilendirme, sosyal güvenlik ve dijital göçebe vizeleri gibi alanlarda ortaya çıkardığı düzenleyici sorunlar ele alınmaktadır. Sonuç olarak dijital göçebelik, yalnızca yeni bir çalışma biçimi değil; küresel mobilite, emek piyasaları ve ulusal düzenleyici sistemler arasındaki ilişkileri yeniden şekillendiren çok boyutlu bir dönüşüm alanı olarak değerlendirilmektedir.

*Anahtar Kelimeler: Dijital Göçebelik (nomad), Uzaktan Çalışma, Küresel Mobilite, Sınır Ötesi Çalışma*

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Büro Hizmetleri ve Sekreterliği Bölümü oyabayilmis@subu.edu.tr

2 Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü sorhan@sakarya.edu.tr

## GİRİŞ

Dijitalleşme ve küresel teknoloji altyapısındaki gelişmeler, çalışma hayatını yalnızca üretim süreçleri ve iletişim biçimleri bakımından değil; mekânsal, örgütsel ve hukuki boyutlarıyla da köklü biçimde dönüştürmektedir (*Makimoto & Manners, 1997; Erdoğan vd., 2025*). İnternet tabanlı çalışma araçlarının yaygınlaşması, bulut bilişim sistemleri, mobil iletişim teknolojileri ve platform ekonomisinin gelişimi, emeğin belirli bir fiziksel işyerine bağlı olma zorunluluğunu önemli ölçüde zayıflatmıştır. Bu dönüşümün en dikkat çekici sonuçlarından biri, son yıllarda hızla görünürlük kazanan “dijital göçebelik” olgusudur.

Dijital göçebelik, bireylerin dijital teknolojiler aracılığıyla coğrafi kolumdan bağımsız olarak çalışabilmelerini ve gelir elde edebilmelerini ifade eden bir yaşam ve çalışma modelidir. Ancak bu kavram yalnızca uzaktan çalışmayı değil, aynı zamanda ulusötesi hareketliliği ve mekânsal esnekliği de içermektedir. Bu yönüyle dijital göçebelik, klasik tele-çalışma veya evden çalışma modellerinden ayrılmakta; çalışma mekânının sürekli değişebildiği, sınırların görece geçirgen hâle geldiği yeni bir emek rejimine işaret etmektedir.

Özellikle COVID-19 pandemisi süreci, uzaktan çalışmanın teknik ve örgütsel olarak uygulanabilirliğini küresel ölçekte kanıtlamış; birçok sektörde fiziksel işyerine bağımlılığın zorunlu olmadığını göstermiştir. Pandemi sonrası dönemde uzaktan çalışmanın kalıcılılaşması, dijital göçebeliliğin marjinal bir yaşam tarzı tercihi olmaktan çıkarak ana akım bir çalışma pratiği hâline gelmesine zemin hazırlamıştır. Böylece dijital göçebelik, yalnızca bireysel mobilite tercihi olarak değil, küresel işgücü piyasalarının yeniden yapılanması bağlamında değerlendirilmesi gereken yapısal bir dönüşüm unsuru olarak ortaya çıkmıştır.

Bu olgu, çalışma ekonomisi, endüstri ilişkileri ve iş hukuku alanlarında yerleşik kavramları yeniden düşünmeyi gerektirmektedir (*Spring et al., 2025; Rosin, 2024; ILO, 2018*). İşyeri kavramının mekânsal sınırları, işçi-işveren ilişkisinin bağımlılık ölçütleri, uygulanacak hukukun belirlenmesi, sosyal güvenlik koordinasyonu ve vergi yükümlülükleri gibi temel meseleler dijital göçebelik bağlamında yeni sorular doğurmaktadır. Ulus-devlet temelli düzenlemelerle küresel mobilite arasındaki gerilim, bu çalışma biçiminin hukuki boyutunu daha da karmaşık hâle getirmektedir.

Bu bölümde dijital göçebeliliğin kavramsal çerçevesi, tarihsel gelişimi ve günümüzdeki yükselişi ele alınacak; ardından bu yeni nesil çalışma modelinin ekonomik etkileri, endüstri ilişkileri üzerindeki yansımaları ve ortaya çıkardığı hukuki zorluklar analiz edilecektir. Güncel ülke uygulamaları, düzenleyici modeller ve politika önerileri ışığında, dijital göçebeliliğin küresel etkilerine ilişkin bütüncül bir değerlendirme sunulacaktır.

## 1. Literatürde Dijital Göçebelik: Akademik Yaklaşımlar ve Temel Tartışmalar

Dijital göçebelik kavramı, son yıllarda farklı disiplinler tarafından artan biçimde ele alınmaktadır. Erken dönem çalışmalar, dijital göçebeliği teknoloji aracılığıyla sağlanan mekânsal bağımsızlık biçimi olarak tanımlamış ve bu olgunun çalışma ve yaşam pratikleri üzerindeki dönüştürücü etkisine dikkat çekmiştir (*Makimoto ve Manners, 1997; Brown, 2015*). Bu yaklaşım, dijital göçebeliği öncelikle uzaktan çalışmanın genişlemesi bağlamında değerlendirmiştir. Bu erken dönem kavramsal çalışmalar, dijital göçebeliğin teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan yeni bir çalışma ve yaşam organizasyonu biçimi olarak literatürde yer bulmasına zemin hazırlamıştır. Son yıllarda dijital göçebelerin sayısında önemli bir artış gözlenmektedir. Çeşitli sektör raporlarına göre küresel ölçekte dijital göçebe sayısı 2018 yılında yaklaşık 5 milyon civarındayken 2025 yılına gelindiğinde 50 milyona yaklaşmıştır (*NomadStays, 2025*).

Güncel literatürde ise dijital göçebelik, yalnızca bir çalışma modeli olarak değil; turizm, göç ve yaşam tarzı mobilitelerinin kesişiminde konumlanan çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmaktadır. Cohen ve Hannonen (2026), yaşam tarzı mobiliteleri literatürü çerçevesinde dijital göçebeliğin bireysel tercih ile yapısal ekonomik dinamikler arasındaki ilişkiyi görünür kıldığını belirtmektedir. Benzer biçimde Sciuva (2025), dijital göçebeliğin coğrafi boyutuna odaklanarak bu olgunun mekânsal yeniden yapılanma süreçleriyle bağlantısını ortaya koymaktadır.

Sosyolojik yaklaşımlar dijital göçebeliği bireysel, kurumsal ve yapısal düzeylerde analiz etmektedir. Dreher and Triandafyllidou (2025), dijital göçebeliği üç düzeyli bir çerçevede inceleyerek bireysel motivasyonlar, kurumsal dönüşümler ve küresel işgücü piyasalarındaki yapısal değişimlerin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu yaklaşım, dijital göçebeliğin yalnızca kişisel bir özgürlük pratiği değil, aynı zamanda küresel ekonomik yeniden yapılanmanın bir parçası olduğunu göstermektedir. Benzer biçimde Myskiv (2025), dijital göçebeliği dijitalleşme ve uzaktan çalışma teknolojilerinin etkisiyle ortaya çıkan küresel işgücü piyasasındaki yeni bir eğilim olarak değerlendirmekte ve bu çalışma biçiminin modern emek piyasalarının dönüşümünü yansıtan önemli bir gelişme olduğunu vurgulamaktadır.

Literatürdeki temel tartışmalardan biri, dijital göçebelerin güvencesiz çalışma koşullarına sahip çalışanlar olarak mı yoksa ayrıcalıklı küresel profesyoneller olarak mı değerlendirilmesi gerektiği sorusudur. Webb (2024), dijital göçebeliğin sosyal vatandaşlık hakları bakımından yeni kırılma alanları yarattığını ve sosyal güvenlik ile vergi sistemleri üze-

rinde baskı oluşturduğunu ileri sürmektedir. Buna karşılık bazı çalışmalar, dijital göçebelerin yüksek eğitilmiş ve küresel mobilitelere sahip ayrıcalıklı bir kesimi temsil ettiğini vurgulamaktadır. Bu ikili yaklaşım, dijital göçebeliğin hem özgürlük hem de güvencesizlik barındıran hibrit bir yapı olduğunu ortaya koymaktadır.

Turizm literatüründe dijital göçebelik, uzun süreli konaklama ve destinasyon tercihleri bağlamında incelenmektedir. Kocaman (2022), turizm alanındaki dijital göçebe araştırmalarını sistematik literatür taraması yöntemiyle analiz etmiş; Serpil ve Aksoy (2025) ise Türkiye’de yayımlanan çalışmaların bibliyometrik analizini yaparak alanın disiplinlerarası gelişimine işaret etmiştir. Benzer biçimde Başaran (2025), dijital göçebelik literatürünü küresel ölçekte bibliyometrik yöntemle inceleyerek alanın 2006–2024 yılları arasında hızlı bir büyüme gösterdiğini ve araştırmaların özellikle ABD, Birleşik Krallık, Portekiz ve İspanya gibi ülkelerde yoğunlaştığını ortaya koymuştur. Bu tür bibliyometrik çalışmalar, dijital göçebelik araştırmalarının disiplinlerarası niteliğini ve literatürün giderek genişleyen bir araştırma alanı haline geldiğini göstermektedir. Ayrıca dijital göçebelerin yerel sosyo-ekonomik ve kültürel gelişim üzerindeki etkileri, gentrifikasyon ve yerel ekonomik canlanma gibi başlıklar altında ele alınmaktadır (Lopes et al., 2025). Demirel İli (2023) ise dijital göçebelerin Türkiye algısını ve turizm bağlamındaki deneyimlerini ampirik verilerle incelemiştir.

Hukuki literatürde ise egemenlik, yargı yetkisi ve düzenleyici uyum sorunları ön plana çıkmaktadır. Geleneksel hukuk sistemlerinin fiziksel sınırlara dayalı yapısı, dijital göçebelerin sınır ötesi hareketliliği karşısında yetersiz kalabilmektedir (Brown, 2015). Brown, dijital göçebelerin sınır ötesi hizmet sunumu bağlamında hangi ülke hukukunun uygulanacağı ve hangi mahkemelerin yetkili olacağı konusunda mevcut uluslararası hukuk mekanizmalarının önemli belirsizlikler içerdiğini vurgulamaktadır. Özellikle dijital ortamda sunulan hizmetlerde “hizmetin ifa edildiği yer”, “yerleşim yeri” ve “hukuki bağlantı noktası” gibi kavramların belirlenmesinin güçleşmesi, dijital göçebeler açısından yargı yetkisi ve uygulanacak hukuk sorunlarını daha da karmaşık hale getirmektedir. Benzer biçimde Spring ve arkadaşları (2025), sınır ötesi uzaktan çalışma uygulamalarının göç hukuku, iş hukuku, sosyal güvenlik ve vergi hukuku açısından önemli düzenleyici sorunlar ortaya çıkarabildiğini belirtmektedir. Özellikle çalışanların farklı ülkelere uzaktan çalışması durumunda uygulanacak iş hukuku kuralları, sosyal güvenlik yükümlülükleri ve çifte vergilendirme anlaşmaları gibi konular hem çalışanlar hem de işverenler açısından karmaşık hukuki sonuçlar doğurabilmektedir. Titshaw (2024), dijital göçebe vizelerinin göç hukuku bağlamında yeni bir düzenleyici alan oluşturdu-

ğunu belirtirken; Webb (2024), dijital göçebeliğin sosyal güvenlik ve vergi sistemleri üzerindeki yapısal etkilerine dikkat çekmektedir.

Bu literatür bir bütün olarak değerlendirildiğinde, dijital göçebeliğin tek boyutlu bir çalışma biçimi değil; ekonomik, hukuki, mekânsal ve toplumsal boyutları bulunan disiplinlerarası bir dönüşüm alanı olduğu görülmektedir. Mevcut çalışmalar, dijital göçebeliğin hem küresel mobilite rejimlerini hem de ulusal düzenleyici sistemleri yeniden düşünmeyi gerektirdiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, dijital göçebeliği yalnızca bir çalışma modeli olarak değil, aynı zamanda küresel mobilite, emek piyasaları ve hukuki düzenlemeler arasındaki etkileşimi içeren çok katmanlı bir dönüşüm alanı olarak ele alarak literatüre disiplinlerarası ve bütüncül bir perspektif sunmayı amaçlamaktadır.

## 2. Dijital Göçebelik: Kavramsal Çerçeve ve Türleri

Dijital göçebelik, bireylerin dijital teknolojiler aracılığıyla mekâna bağımlı olmaksızın çalışabilmesini ve gelir elde edebilmesini ifade eden bir çalışma ve yaşam modelidir (Makimoto & Manners, 1997; Erdoğan vd., 2025). Ancak bu kavram yalnızca uzaktan çalışmayı değil, aynı zamanda süreklilik arz eden ulusötesi hareketliliği de içermektedir. Bu yönüyle dijital göçebelik, klasik tele-çalışma veya evden çalışma uygulamalarından ayrılmakta; çalışma mekânının sabitliğini ortadan kaldıran ve mobiliteyi emek rejiminin yapısal bir unsuru hâline getiren yeni bir örgütlenme biçimini temsil etmektedir.

Dijital göçebelik, küreselleşme, platform kapitalizmi ve bilgi ekonomisinin kesişim noktasında ortaya çıkan bir olgudur. Yüksek hızlı internet altyapısı, bulut bilişim sistemleri, dijital platformlar ve sınır ötesi ödeme sistemleri, emeğin mekânsal esnekliğini mümkün kılmıştır. Böylece iş-yeri kavramı fiziki bir mekândan ziyade dijital bir bağlantı ağı üzerinden tanımlanır hâle gelmiştir. Bu dönüşüm, işçi-işveren ilişkilerinin bağımlılık ölçütlerini, denetim mekanizmalarını ve hukuki statü tartışmalarını yeniden gündeme getirmektedir.

Dijital göçebeler genel olarak üç temel kategori altında değerlendirilebilir:

- Tam Zamanlı Dijital Göçebeler: Gelirlerinin tamamını dijital kanallar üzerinden elde eden ve sabit bir ikamet düzeni bulunmayan bireylerdir.
- Yarı Zamanlı Dijital Göçebeler: Belirli dönemlerde fiziksel ofis çalışmasını sürdüren, ancak zaman zaman farklı ülkelerde dijital olarak çalışan bireylerdir.

- Platform Bazlı Göçebeler: Freelance platformlar veya proje bazlı dijital iş ağları üzerinden kısa süreli işler üstlenen ve yüksek hareketlilik gösteren çalışanlardır (*Rosin, 2024; Spring et al., 2025*).

Bu alt türlerin her biri, iş hukuku, sosyal güvenlik ve vergilendirme bakımından farklı sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle platform temelli çalışma biçimleri, bağımlı çalışma ile bağımsız çalışma arasındaki sınırları belirsizleştirmekte; işçi statüsünün tespiti, uygulanacak hukukun belirlenmesi ve sosyal güvenlik kapsamı gibi temel sorunları gündeme getirmektedir. Dolayısıyla dijital göçebelik yalnızca yeni bir çalışma biçimi değil, aynı zamanda mevcut hukuki ve kurumsal çerçevenin sınırlarını zorlayan bir yapısal dönüşüm alanıdır.

### 3. Dijital Göçebelerin Sosyo-Demografik Profili: Kim Bu Bireyler?

Dijital göçebelik olgusunun anlaşılabilmesi için bu mobilite biçimini benimseyen bireylerin demografik, ekonomik ve mesleki özelliklerinin incelenmesi gerekmektedir. Güncel istatistikler, dijital göçebelerin belirli sosyo-ekonomik özellikler etrafında yoğunlaştığını göstermektedir (*Nomads, 2026*).

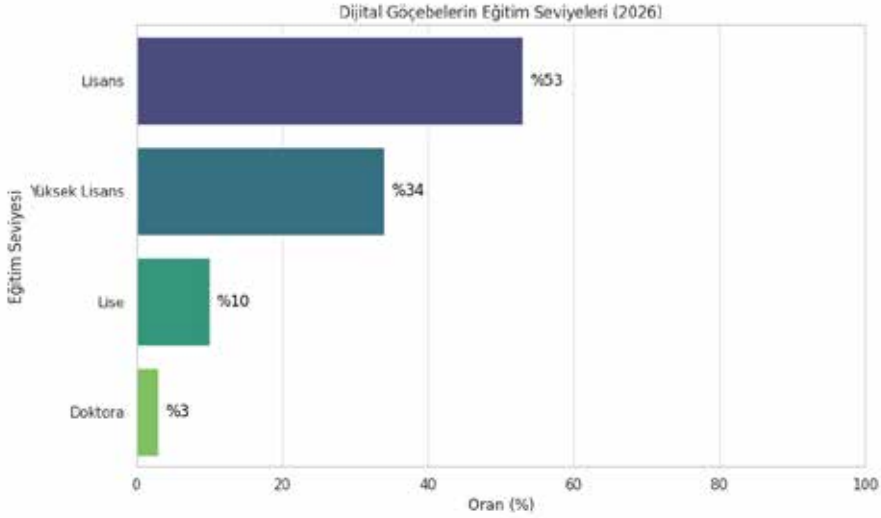
Dijital göçebelerin sosyo-demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla çeşitli küresel veri kaynaklarında yayımlanan istatistikler incelenmiştir. Tablo 1’de dijital göçebelerin demografik özellikleri yer almaktadır. 2026 verilerine göre dijital göçebelerin medyan yaşı 37’dir. Bu durum, dijital göçebeliğin genç-orta yaş aralığında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Cinsiyet dağılımında erkekler %59, kadınlar %40 ve cinsiyet bilgisini vermeyenler %1 oranındadır. Bu tablo, dijital göçebeliğin görece erkek ağırlıklı bir yapı sergilediğini göstermektedir.

Tablo 1. Dijital Göçebelerin Demografik Özellikleri (2026)

Özellik	Oran (%)
Yaş	37 (Medyan)
Cinsiyet	%59 Erkek, %40 Kadın
Yükseköğretim mezunu	%90
Gelir düzeyi (>75.000\$)	%46
Ulus dağılımı	%43 ABD

Kaynak: <https://nomads.com/digital-nomad-statistics>

Eğitim düzeyi ise dikkat çekici biçimde yüksektir. Dijital göçebelerin %90'ının yükseköğretim mezunu olması, bu mobilite biçiminin bilgi ekonomisi ve yüksek beceri gerektiren sektörlerle ilişkisini açık biçimde ortaya koymaktadır. Şekil 1'de görüldüğü üzere lisans mezunları %53, yüksek lisans mezunları %34 oranındadır. Doktora derecesine sahip olanlar ise %3 düzeyindedir. Bu dağılım, dijital göçebeliğin büyük ölçüde nitelikli işgücüne dayalı bir hareketlilik biçimi olduğunu göstermektedir.



Şekil 1: Dijital Göçebelerin Eğitim Seviyeleri (2026)

Kaynak: <https://nomads.com/digital-nomad-statistics>

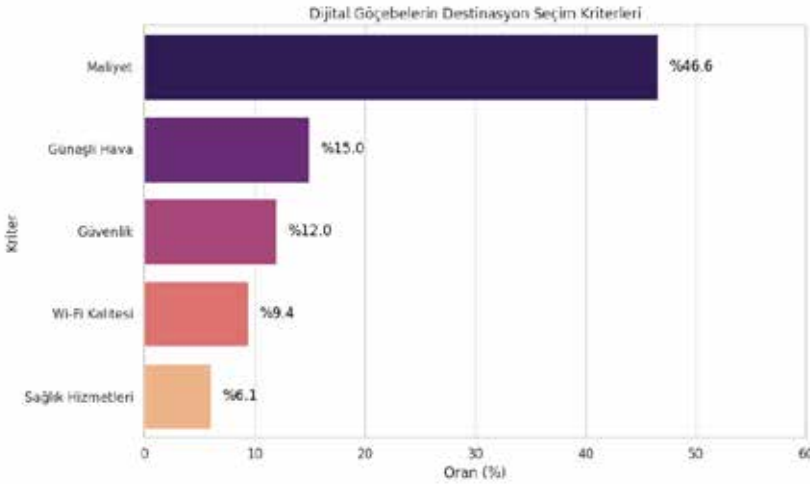
Gelir düzeyi bakımından da benzer bir tablo söz konusudur. Dijital göçebelerin yaklaşık %46'sının yıllık hane geliri 75.000 doların üzerindedir. Gelir dağılımı, bu çalışma modelinin küresel orta ve üst gelir grubuna mensup bireyler tarafından benimsendiğini göstermektedir. Dolayısıyla dijital göçebelik, her ne kadar mekânsal özgürlük söylemiyle öne çıksa da, belirli bir ekonomik eşğin üzerinde konumlanan bir mobilite pratiğidir.

Milliyet dağılımı incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri %43 ile ilk sırada yer almakta; Birleşik Krallık ve Kanada onu takip etmektedir (*Nomads, 2026*). Bu durum, dijital göçebeliğin küresel Kuzey ülkeleri merkezli bir mobilite olduğunu ve pasaport avantajlarının bu süreçte belirleyici olabileceğini düşündürmektedir.

Çalışma alışkanlıkları açısından bakıldığında, dijital göçebelerin %59'unun haftada 40 saatten az çalıştığı görülmektedir. Mekânsal tercihlerde ise ev ofisi (%59) ilk sırada yer almakta; ortak çalışma alanları (%15)

ve kafeler (%8) diğer önemli çalışma mekânları olarak öne çıkmaktadır. İş memnuniyeti oranının %80 gibi yüksek bir düzeyde olması, dijital göçebeliliğin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda yaşam tarzı ve öznel tatmin boyutunu da güçlendirdiğini göstermektedir. Mesleki dağılım incelendiğinde, dijital göçebeliliğin teknoloji ve dijital hizmet sektörlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Erkek dijital göçebeler arasında yazılım geliştirme (%35) ve web geliştirme (%28) alanları baskınken, kadın dijital göçebeler arasında pazarlama ve kreatif roller (%15) daha belirgin bir yer tutmaktadır. Bu tablo, dijital göçebeliliğin yüksek dijital beceri gerektiren sektörlerle yapısal bağınyı teyit etmektedir.

Destinasyon seçim kriterleri incelendiğinde ise maliyet faktörü (%46,6) belirleyici unsur olarak öne çıkmaktadır (Şekil 2). Bunu güneşli hava, güvenlik, internet kalitesi ve sağlık hizmetleri izlemektedir. Bu bulgu, dijital göçebeliliğin küresel gelir farklılıklarından yararlanma stratejisi olarak da okunabileceğini göstermektedir. Daha yüksek gelirli ülkelerin vatandaşları, daha düşük yaşam maliyetine sahip destinasyonları tercih ederek satın alma gücü avantajı elde etmektedir.



Şekil 2: Dijital Göçebelerin Destinasyon Seçim Kriterleri (2026)

Kaynak: <https://nomads.com/digital-nomad-statistics>

Genel olarak değerlendirildiğinde, dijital göçebeler yüksek eğitilmiş, dijital becerileri güçlü, görece yüksek gelirli ve çoğunlukla gelişmiş ülke vatandaşlarından oluşmaktadır. Bu sosyo-demografik yapı, dijital göçebeliliğin küresel eşitsizliklerden bağımsız bir özgürlük alanı olmadığını; aksine mevcut ekonomik ve coğrafi güç dengeleri içerisinde şekillenen bir mobilite biçimi olduğunu göstermektedir.

#### 4. Dijital Göçebeliğin Avantaj ve Dezavantajları

Dijital göçebelik, bireyler ve işverenler açısından önemli fırsatlar sunmakla birlikte, çeşitli yapısal riskleri de beraberinde getirmektedir. Çalışanlar açısından en belirgin avantaj, mekânsal esneklik ve konum bağımsızlığıdır. Uzaktan ve esnek çalışma imkânı, ulaşım maliyetlerini azaltmakta; farklı ülkelerde yaşama ve çalışma olanağı sunarak kültürel çeşitlilik deneyimini mümkün kılmaktadır. Kişiselleştirilmiş çalışma ortamı ve esnek zaman yönetimi, iş–yaşam dengesi üzerinde olumlu etki yaratabilmektedir. Ayrıca yaşam maliyeti düşük destinasyonlara yönelme stratejisi, satın alma gücü avantajı sağlayarak ekonomik esneklik yaratmaktadır (*Nomads.com, 2026*).

İşverenler açısından ise dijital göçebelik, geniş bir küresel yetenek havuzuna erişim imkânı sunmaktadır. Fiziksel ofis giderlerinin azalması, idari maliyetlerin düşmesi ve proje bazlı esnek istihdam modelleri, işletmeler için maliyet etkinliği yaratabilmektedir. Küresel ölçekte uzmanlaşmış işgücüne erişim, özellikle teknoloji ve dijital hizmet sektörlerinde rekabet avantajı sağlayabilmektedir (*Rosin, 2024; Spring et al., 2025*).

Bununla birlikte dijital göçebeliğin dezavantajları da göz ardı edilemez. Çalışanlar bakımından düzensiz gelir yapısı, sosyal izolasyon riski, uzun vadeli sosyal bağların zayıflaması ve hukuki belirsizlikler önemli sorun alanlarıdır. Özellikle vergi yükümlülüklerinin karmaşıklığı ve sosyal güvenlik kapsamındaki belirsizlikler, dijital göçebelerin %84'ünün hukuki ve vergisel zorluk yaşadığını göstermektedir (*Nomads.com, 2026*). İşverenler açısından ise ekip koordinasyonu, kurumsal bağlılık, performans denetimi ve sınır ötesi vergi uyum süreçleri ek yönetim maliyetleri doğurabilmektedir.

Dolayısıyla dijital göçebelik, özgürlük ve esneklik ile hukuki güvencesizlik ve yapısal belirsizlik arasında konumlanan hibrit bir çalışma modeli olarak değerlendirilebilir. Nitekim Avcı ve Dirican (2025), dijital göçebeliğin iş hukuku bakımından bağımlı çalışma ile bağımsız çalışma arasındaki sınırları bulanıklaştırdığını ve bu durumun statü tespiti ile sosyal güvenlik hakları bakımından ciddi belirsizlikler doğurduğunu vurgulamaktadır. Bu ikili yapı, dijital göçebeliğin hem bireysel tercih hem de hukuki rejim açısından çok boyutlu bir analiz gerektirdiğini ortaya koymaktadır.

#### 5. Sosyo-Demografik Yapının Ekonomik ve Sosyal Yansımaları

Dijital göçebelerin yüksek eğitilmiş, görece yüksek gelirlili ve dijital becerileri güçlü bireylerden oluşması, bu mobilite biçiminin yalnızca bireysel bir yaşam tercihi olmadığını; aynı zamanda küresel ekonomi üzerinde ölçülebilir etkiler yarattığını göstermektedir. Dijital göçebelerin artan sa-

yısı, hem ev sahibi ülkeler hem de kendi ülkeleri bakımından ekonomik ve sosyal sonuçlar doğurmaktadır.

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, dijital göçebeler yüksek harcanabilir gelirleri sayesinde konaklama, yeme-içme, turizm ve yerel hizmet sektörlerine doğrudan katkı sağlamaktadır. Özellikle yaşam maliyetinin görece düşük olduğu ülkelerde, dijital göçebelerin tüketim harcamaları yerel ekonomileri canlandırıcı bir etki yaratmaktadır. Ancak bu durumun tek yönlü bir fayda sağladığı söylenemez. Yüksek gelirli yabancı çalışanların belirli şehirlerde yoğunlaşması, kira fiyatlarının artmasına, yaşam maliyetlerinin yükselmesine ve “gentrifikasyon” olarak adlandırılan mekânsal dönüşümlere yol açabilmektedir. Dolayısıyla dijital göçebelik, ekonomik canlanma ile sosyal gerilim arasında çift yönlü bir etki üretmektedir.

Küresel işgücü piyasası açısından bakıldığında ise dijital göçebelik uluslararası rekabeti artıran bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır (*Erdoğan vd., 2025; Rosin, 2024; Spring et al., 2025*). İşverenler, coğrafi sınırlamalardan bağımsız olarak nitelikli işgücüne erişebilmekte; bu durum maliyet avantajı ve esneklik sağlamaktadır. Buna karşılık çalışanlar için küresel ölçekte rekabetin artması, ücret farklılıklarının yeniden şekillenmesine ve proje bazlı iş ilişkilerinin yaygınlaşmasına zemin hazırlamaktadır. Yerel işgücü piyasalarının esnemesi, esnek ve geçici sözleşme modellerinin artışıyla birlikte yeni bir emek rejiminin oluştuğunu göstermektedir.

Endüstri ilişkileri perspektifinden değerlendirildiğinde, fiziksel işyerinin ortadan kalkması sendikal örgütlenme ve toplu pazarlık süreçlerini doğrudan etkilemektedir (*ILO, 2018*). Dijital göçebeler çoğunlukla bireysel sözleşmelerle çalışmakta; bu durum işyeri temelli temsil mekanizmalarının zayıflamasına yol açmaktadır. Kolektif pazarlık gücünün azalması, işverenlerin sınır ötesi esnek işgücü kullanımını kolaylaştırmakta; iş sağlığı ve güvenliği ile sosyal güvenlik alanında denetim mekanizmalarını karmaşıklaştırmaktadır. Bu nedenle dijital göçebelik, yalnızca bireysel mobilite değil, aynı zamanda endüstri ilişkilerinin yapısal dönüşümü anlamına gelmektedir.

Çevresel etkiler açısından da dikkat çekici bulgular bulunmaktadır. Nomads.com verilerine göre dijital göçebelerin ortalama bir Amerikalıya kıyasla %72 daha az karbon salımı yaptığı iddia edilmektedir (*Nomads, 2026*). Bu durum, ofis temelli çalışma modeline kıyasla daha düşük enerji tüketimi ve ulaşım ihtiyacıyla ilişkilendirilmektedir. Ancak bu verinin seyahat sıklığı, uçuş mesafeleri ve yaşam tarzı tercihlerine göre değişkenlik gösterebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, dijital göçebelik yerel ekonomiler için fırsatlar yaratırken, mekânsal eşitsizlikleri derinleştirme ve işgücü

piyasasında yeni rekabet dinamikleri oluşturma potansiyeline de sahiptir. Bu çok boyutlu etki alanı, dijital göçebeliğin yalnızca bireysel özgürlük bağlamında değil, küresel ekonomik yapı ve sosyal dönüşüm çerçevesinde ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

## 6. Dijital Göçebelikte Hukuki Çerçeve: Ulusötesi Bir Labirent

Dijital göçebeliğin en karmaşık boyutu, ulus-devlet temelli hukuk sistemlerinin sınır ötesi ve hareketli bir çalışma modeline uyum sağlamakta yaşadığı güçlüklerdir. Klasik iş hukuku, vergi hukuku ve sosyal güvenlik sistemleri büyük ölçüde belirli bir işyeri, belirli bir ülke ve sabit bir ikamet varsayımına dayanır. Oysa dijital göçebelik, bu varsayımları doğrudan sarsmaktadır.

Bu çerçevede hukuki sorunlar üç temel ekseninde ortaya çıkmaktadır:

- i. Uygulanacak hukukun ve işyeri kavramının belirlenmesi,
- ii. Vergilendirme ve sosyal güvenlik yükümlülükleri,
- iii. Vize ve ikamet düzenlemeleri.

### 6.1. İşyeri Kavramı ve Uygulanacak Hukukun Belirlenmesi

Dijital göçebeler için işyeri kavramı, klasik iş hukuku perspektifinde belirleyici bir unsurdur ve bağımlı çalışmanın tespiti bakımından merkezi öneme sahiptir (*Avcı & Dirican, 2025*). Ancak göçebelerin birden fazla ülkede ardışık veya eş zamanlı olarak çalışmaları, işyerinin coğrafi ve hukuki sınırlarının belirlenmesini güçleştirmektedir. İşverenin merkezi mi, çalışanın fiilen bulunduğu yer mi, yoksa sözleşmenin imzalandığı ülke mi esas alınacaktır sorusu uygulamada ciddi belirsizlikler yaratmaktadır.

Avrupa Birliği hukukunda sınır ötesi iş ilişkilerinde uygulanacak hukukun belirlenmesine ilişkin temel düzenlemelerden biri Roma I Tüzüğü'dür (*Regulation (EC) No 593/2008*). Bu düzenleme, sözleşmeden doğan yükümlülüklerde uygulanacak hukukun belirlenmesine ilişkin genel çerçeveyi ortaya koymakta ve iş sözleşmelerinde tarafların hukuk seçimi yapabilmesine imkân tanımaktadır. Bununla birlikte tüzük, işçinin mutad çalışma yerinin bulunduğu ülkenin zorunlu koruyucu hükümlerinin uygulanmaya devam edeceğini öngörmektedir. Dijital göçebelik bağlamında ise çalışanın sürekli yer değiştirmesi, "mutad çalışma yeri" kavramının belirlenmesini güçleştirmekte ve özel uluslararası hukuk bakımından yeni yorum sorunları ortaya çıkarmaktadır.

Son yıllarda bazı mahkeme kararları bu tartışmayı görünür kılmıştır. Özellikle ABD ve Avrupa'da görülen çeşitli davalarda uzaktan çalışan bireylerin işçi mi yoksa bağımsız çalışan mı olduğu tartışılmıştır. Örneğin

ABD’de bazı davalarda evden çalışan yazılım geliştiricilerinin işveren organizasyonuna ekonomik ve organizasyonel bağımlılığı dikkate alınarak işçi statüsünde değerlendirildiği görülmektedir. Benzer şekilde Almanya’da freelance olarak gösterilen ancak fiilen bağımlı çalışan kişilerin işçi statüsünde kabul edildiği kararlar, bağımlılık ölçütünün dijital çalışma biçimlerinde de uygulanabileceğini ortaya koymaktadır. Bu örnekler, dijital göçebelikte hukuki statü belirlemesinin hâlen klasik kriterler üzerinden yürütüldüğünü, ancak uygulamanın giderek karmaşıklaştığını göstermektedir.

## 6.2. Vergilendirme ve Çifte Mükellefiyet Sorunu

Dijital göçebeler açısından vergilendirme, ulusötesi mobilitenin en karmaşık hukuki boyutlarından biridir. Birden fazla ülkede fiziksel olarak bulunma ve farklı coğrafyalardan gelir elde etme durumu, vergi ikametgâhının belirlenmesini güçleştirmekte ve çifte vergilendirme riskini artırmaktadır. Klasik vergi sistemleri, büyük ölçüde sabit yerleşiklik ve tek ülke esasına dayalı olarak kurgulanmıştır; oysa dijital göçebelik, bu varsayımları fiilen aşan bir çalışma modeline işaret etmektedir.

Birçok ülkede uygulanan “183 gün kuralı”, bir takvim yılı içerisinde belirli bir ülkede altı aydan fazla kalınması hâlinde kişinin o ülkenin tam vergi mükellefi sayılmasını öngörmektedir. Örneğin İspanya’da 183 günü aşan ikamet, dünya çapındaki gelir üzerinden vergilendirme sonucunu doğurmakta; Almanya’da ise altı ayı aşan yerleşiklik benzer biçimde küresel gelir üzerinden vergi yükümlülüğü yaratabilmektedir (OECD, 2025). Bu durum, kısa süreli fakat ardışık ülke değişimlerinde dahi karmaşık vergi sonuçları ortaya çıkarabilmektedir.

Çifte vergilendirme riskini azaltmak amacıyla OECD Model Vergi Sözleşmesi ve ikili vergi anlaşmaları temel çerçeveyi oluşturmaktadır (OECD, 2025). Bununla birlikte Avcı ve Dirican (2025), dijital göçebelerin hareketli çalışma yapısının vergi ikametgâhı belirleme süreçlerinde yorum farklılıklarına ve uygulama belirsizliklerine yol açtığını vurgulamaktadır. Özellikle serbest meslek statüsünde veya platform temelli çalışan dijital göçebelerde, gelirin hangi ülkede doğduğu ve hangi ülkenin vergileme yetkisine sahip olduğu sorusu tartışmalı hâle gelebilmektedir.

Ampirik veriler de bu hukuki karmaşıklığı teyit etmektedir. Dijital göçebelerin önemli bir kısmı vergi yükümlülükleri konusunda zorluk yaşadığını belirtmektedir (Nomads.com, 2026). Bu durum, mevcut vergi sistemlerinin sınır ötesi uzaktan çalışma modeline tam uyum sağlayamadığını göstermektedir. Dolayısıyla dijital göçebelik bağlamında vergilendirme meselesi, yalnızca teknik bir mali yükümlülük sorunu değil; aynı

zamanda ulus-devlet temelli vergi egemenliği anlayışının mobil dijital ekonomi karşısında yeniden değerlendirilmesini gerektiren yapısal bir mesele olarak ortaya çıkmaktadır.

### 6.3. Sosyal Güvenlik ve İş Hukuku Boyutu

Dijital göçebelerin karşılaştığı en önemli hukuki belirsizlik alanlarından biri sosyal güvenlik sistemine tabiiyet meselesidir. Ulusal sosyal güvenlik sistemleri, büyük ölçüde belirli bir işyeri ve sabit yerleşiklik varsayımına dayanarak yapılandırılmıştır. Oysa dijital göçebeler, kısa süreli ve ardışık biçimde farklı ülkelerde bulunabilmekte; bu durum hangi ülkenin sosyal güvenlik mevzuatının uygulanacağı sorusunu karmaşık hâle getirmektedir.

Avrupa Birliği'nde Sosyal Güvenlik Koordinasyonu Tüzüğü (EC 883/2004), genel ilke olarak çalışanın fiilen çalıştığı ülkenin sosyal güvenlik sistemine tabi olacağını öngörmektedir (Bruurs, 2023). Ancak sürekli yer değiştiren dijital göçebeler açısından "fiili çalışma yeri" nin tespiti her zaman net değildir. Özellikle uzaktan çalışan ve işveren merkezi başka bir ülkede bulunan bireylerde, sosyal güvenlik prim yükümlülüğünün hangi ülkeye ait olacağı tartışmalı hâle gelebilmektedir.

OECD (2025) ve IBFD (2024) raporları, sınır ötesi uzaktan çalışmanın sosyal güvenlik prim yükümlülüklerinde uyumsuzluklar yarattığını ve bazı durumlarda çift prim ödeme veya prim boşluğu riskine yol açabildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, dijital göçbeleri sosyal koruma bakımından kırılğan bir konuma yerleştirebilmektedir.

Avcı ve Dirican (2025) ise dijital göçebeliğin sosyal güvenlik hukuku bakımından "hukuki boşluk alanı" oluşturduğunu belirtmekte; özellikle bağımlı çalışma ile bağımsız çalışma arasındaki sınırın belirsizleşmesinin prim ödeme yükümlülüğü ve sigortalılık statüsünün tespitini zorlaştırdığını vurgulamaktadır. Platform temelli çalışanlarda işçi statüsünün tanınmaması, emeklilik, iş kazası ve sağlık sigortası haklarına erişimi sınırlandırabilmektedir.

Buna ek olarak, iş kazası ve meslek hastalığı risklerinin sınır ötesi çalışma bağlamında nasıl değerlendirileceği de ayrı bir sorun alanıdır. Çalışanın fiziksel olarak bulunduğu ülke ile işveren merkezinin bulunduğu ülkenin farklı olması, sorumluluk ve denetim mekanizmalarının uygulanmasını güçleştirmektedir. Bu durum, dijital göçebeliğin sosyal güvenlik sistemleri bakımından ulusal mevzuatların ötesinde koordinasyon gerektiren bir alan olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak sosyal güvenlik boyutu, dijital göçebeliğin en kırılğan yönlerinden birini oluşturmaktadır. Mobil çalışma biçimlerinin artışı, sosyal güvenlik sistemlerinde daha esnek, taşınabilir ve uluslararası koordinasyona dayalı modellerin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

#### 6.4. Dijital Göçebe Vizeleri ve İkamet Rejimleri

Son yıllarda birçok ülke, dijital göçebeleri çekmek amacıyla özel vize programları geliştirmiştir. 2026 itibarıyla en az 41 ülke dijital göçebe vizeleri veya benzeri uygulamalar başlatmıştır. Estonya, 2020'den itibaren belirli bir gelir eşiğini karşılayan dijital göçebelere özel vize sunmaktadır. Türkiye 2024 yılında belirli gelir ve eğitim kriterlerine dayalı bir dijital göçebe vizesi uygulamasını başlatmıştır. Almanya, freelance oturma izinleri aracılığıyla uzaktan çalışanlara hukuki zemin sağlamaktadır. Portekiz, İspanya, Malta ve Hırvatistan gibi ülkeler ise belirli süreli ikamet ve vergi avantajları sunmaktadır.

Bu vizeler, hukuki belirsizliği azaltmayı amaçlasa da, vergilendirme ve sosyal güvenlik yükümlülüklerini tamamen ortadan kaldırmamaktadır. Dolayısıyla dijital göçebe vizeleri, hukuki çerçevenin yalnızca bir boyutunu çözmektedir.

#### 6.5. İşveren Yükümlülükleri ve Ulusötesi Sorumluluk

Dijital göçebelerin çalıştığı ülke ile işverenin bulunduğu ülke farklı olduğunda, işveren açısından da yeni yükümlülükler ortaya çıkmaktadır. İşverenin, çalışanın bulunduğu ülkenin çalışma izinleri, vergi stopajı, sosyal güvenlik katkıları ve iş sağlığı-güvenliği düzenlemelerine uyum sağlaması gerekebilmektedir. Bu durum, sınır ötesi iş ilişkilerinde uyum maliyetlerini artırmaktadır.

Dolayısıyla dijital göçebelik yalnızca bireysel bir hareketlilik değil, aynı zamanda işverenler için ulusötesi hukuki risk alanı oluşturmaktadır.

#### 6.6. Yeni Hukuki Model Arayışları

Mevcut ulusal hukuk sistemleri, sabit işyeri ve tek ülke esasına dayalı olarak kurgulanmıştır. Dijital göçebeliğin yaygınlaşması, çok katmanlı ve koordinasyon temelli yeni hukuki modellere olan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda öne çıkan öneriler arasında; uluslararası vergi ve sosyal güvenlik standartlarının geliştirilmesi, dijital göçebe vizelerinin çok taraflı uyumlaştırılması ve platform temelli çalışanlar için kolektif hak mekanizmalarının oluşturulması yer almaktadır. Uluslararası işbirliği olmaksızın dijital göçebeliğin yarattığı hukuki belirsizliklerin tamamen giderilmesi güç görünmektedir.

## 7. Gelecek Öngörüler ve Politika Çerçevesi

Dijital göçebelik, uzaktan çalışmanın kurumsallaşması ve dijital altyapının güçlenmesiyle birlikte geleceğin işgücü piyasasında kalıcı bir yer edinme eğilimindedir. Ancak bu modelin sürdürülebilirliği, hukuki ve kurumsal uyumun sağlanmasına bağlıdır.

Şirketlerin sınır ötesi istihdamı kapsayan kurumsal uzaktan çalışma politikaları geliştirmesi, vergi ve sosyal güvenlik risklerini yönetebilmesi gerekmektedir. Uluslararası düzeyde ise vergilendirme, vize ve sosyal güvenlik alanlarında daha koordineli ve standartlaştırılmış düzenlemelere ihtiyaç vardır. Yerel düzeyde entegrasyon politikaları geliştirilmediği takdirde, dijital göçebeliliğin ekonomik katkıları sosyal gerilimlerle dengelenebilir.

Bu çerçevede dijital göçebelik, yalnızca yeni bir çalışma biçimi değil; hukuk, ekonomi ve küresel yönetim alanlarında yapısal uyum gerektiren bir dönüşüm alanı olarak değerlendirilmelidir.

## SONUÇ

Dijital göçebelik, dijitalleşmenin ve küresel mobilitenin kesişiminde ortaya çıkan yeni bir çalışma ve yaşam modelidir. Bu model, bireylere mekânsal esneklik ve coğrafi özgürlük sunarken; iş hukuku, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri açısından köklü dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Sosyo-demografik veriler, dijital göçebeliliğin yüksek eğitimli ve küresel ölçekte hareket edebilen bir işgücü tarafından benimsendiğini göstermekte; ekonomik etkileri ise yerel kalkınma ile mekânsal eşitsizlik arasında çift yönlü bir dinamik üretmektedir.

Hukuki açıdan ise işyeri kavramının yeniden tanımlanması, uygulanacak hukukun belirlenmesi, vergilendirme ve sosyal güvenlik koordinasyonu gibi alanlarda önemli belirsizlikler ortaya çıkmaktadır. Ulus-devlet temelli düzenlemelerin sınır ötesi ve hareketli çalışma modellerine uyum sağlaması, önümüzdeki dönemin temel politika alanlarından biri olacaktır.

Sonuç olarak dijital göçebelik, yalnızca bireysel bir yaşam tercihi değil; küresel işgücü yapısını, ekonomik ilişkileri ve hukuki çerçeveleri yeniden şekillendiren yapısal bir dönüşüm alanıdır. Bu dönüşümün sürdürülebilir ve adil bir biçimde yönetilebilmesi, uluslararası işbirliği, kurumsal uyum ve çok katmanlı politika yaklaşımlarının geliştirilmesine bağlıdır.

**KAYNAKÇA**

- Avcı, O., Dirican, H. (2025). A new paradigm of the digital age: Digital nomads and their taxation. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 15(3), 1393-1411.
- Başaran, A. (2025). Digital Nomads, the New Frontier of Work in the Digital Age: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 17(5), 1906.
- Brown, N. (2015). Law, Jurisdiction and the Digital Nomad: Why we need more appropriate mechanisms for determining sovereignty over disputes. *Computer Law Review International*, 16(2), 38-43.
- Bruurs, S. (2023). Cross-border telework in light of the Rome I-Regulation and the Posting of Workers Directive. *European Labour Law Journal*, 14(4), 588-608.
- Cohen, S., Hannonen, O. (2026). A review of research into lifestyle mobilities and digital nomadism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 116, 104067
- NomadStays. (2025). Digital Nomad Statistics in 2025: A Look into the Evolving Lifestyle of Location-Independent Travelers. <https://blog.nomadstays.com/digital-nomad-statistics-in-2025-a-look-into-the-evolving-lifestyle-of-location-independent-travelers/>, Erişim Tarihi: 11.03.2026
- Dreher, N., Triandafyllidou, A. (2025). Understanding digital nomadism: a three-level framework for migration studies. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 51(19), 4801–4820
- Erdoğan, Z., Aslan, C., & Gök, E. (2025). Digital Nomads and the Policies of Mobility: Labour, Autonomy, and Spatial Inequalities. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(3), 1674-1693. <https://doi.org/10.11616/asbi.1742589>
- IBFD. (2024). *Mobility of work*. (Series Edt. Michael Lang) Amsterdam: IBFD Publications.
- ILO (2018), *Digital labour platforms and the future of work: Towards decent work in the online world*, Uluslararası Çalışma Ofisi, Cenevre.
- Jiwasiddi, A., Schlagwein, D., Cahalane, M., Cecez-Kecmanovic, D., Leong, C., & Ractham, P. (2024). Digital nomadism as a new part of the visitor economy: The case of the “digital nomad capital” Chiang Mai, Thailand. *Information Systems Journal*, 34(5), 1493–1535.
- Kocaman, S. (2022). Turizmde Dijital Göçebe Araştırmaları: Sistematik Literatür Taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 447-462.
- Lopes, M. C., Pinheiro, E., Guia, A., Mota, M. (2025). How do digital nomads affect local socio-economic (cultural) development? A literature review. *Millenium - Journal of Education, Technologies, and Health*, 2 (ed. espec. n°19), e41164
- Makimoto, T., Manners, D. (1997). *Digital Nomad*, Wiley.Sussex, England.
- Myskiv, G. (2025). Digital Nomads as a Contemporary Trend in the Global Labor Market. *Economics, Finance and Management Review*, 2(22), 94–108.
- Nilgün DEMİREL İLİ. (2023). Dijital Göçebelerin Türkiye Algısı. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(1), 30-56.

- Nomads.com. (2026). 2026 State of Digital Nomads. Erişim adresi: <https://nomads.com/digital-nomad-statistics>, Erişim Tarihi: 11.03.2026
- OECD (2025). The 2025 Update to The OECD Model Tax Convention. OECD Publishing, Paris.
- Regulation (EC) No 593/2008 of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 on the law applicable to contractual obligations (Rome I). Official Journal of the European Union, L177, 6–16.
- Regulation (EC) No 883/2004 of the European Parliament and of the Council. (2004). On the coordination of social security systems. Official Journal of the European Union, L166, 1–123.
- Rosin, A. (2024). Cross-border telework and the applicable labour law: The role of different connecting factors in determining objectively applicable law. *European Labour Law Journal*, 15(4), 755-772.
- Serpil, H., & Aksoy, M. (2025). Türkiye’de Yayımlanan Dijital Göçebelik Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi. *Bartın Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10(2), 97-122.
- Sciuva, E. (2025). Geographies of Digital Nomadism: A Research Agenda. *Geography Compass*, 19: e70016
- Spring, P., Schellenberg, D., Carron, V., Maraia, J-F. (2025). Cross-Border Remote Work: Opportunities and Challenges for Employers. *Employment & Taxation, Newsletters*, Schellenberg Wittmer.
- Titshaw, S. (2024). International Digital Nomads: Immigration Law Options in The United States and Abroad. *Georgetown Immigration Law Journal*, vol 38, 71-88.
- Webb, A.K. (2024) Digital nomadism and the challenge to social citizenship. *Global Policy*, 15, 301–313

## DİJİTAL ÇAĞDA FİNANSAL OKURYAZARLIK KAVRAMSAL ÇERÇEVE, RİSKLER VE YENİ YETKİNLİKLER

Öğr. Gör. Ömer Faruk ALEMDAR<sup>1</sup>, Öğr. Gör. Tolga GÜREŞ<sup>2</sup>

### ÖZET

Dijital dönüşüm, finansal sistemleri ve bireylerin ekonomik karar alma süreçlerini köklü biçimde yeniden şekillendirmektedir. Bu kitap bölümü, dijital çağda finansal okuryazarlığın kavramsal dönüşümünü, dijital ortamın beraberinde getirdiği risk ve tehditleri ve bu bağlamda bireyin ihtiyaç duyduğu yeni yetkinlik çerçevesini sistematik biçimde ele almaktadır.

Bölüm, geleneksel finansal okuryazarlığın bilgi, tutum ve davranış boyutlarını açıklayan kavramsal çerçeveden hareket ederek dijital finansal okuryazarlığı (*DFO*) ayrı ve daha kapsamlı bir yapı olarak konumlandırmaktadır. *DFO*; dijital finansal ürünleri anlama, çevrimiçi platformlarda güvenli işlem yapabilme, siber riskleri tanıma, tüketici haklarının farkında olma ve dijital araçları etkin biçimde kullanma kapasitesini bütünleştiren çok katmanlı bir yetkinlik modeli olarak tanımlanmaktadır. Ampirik bulgular, *DFO* düzeyi yüksek bireylerin dijital dolandırıcılığa karşı daha dirençli olduğunu ve daha nitelikli finansal kararlar aldığını ortaya koymaktadır.

Dijital finansal ortamın barındırdığı riskler bağlamında bölüm; kimlik avı ve sosyal mühendislik saldırıları, kripto para dolandırıcılıkları, veri güvenliği açıkları, sosyal medya kaynaklı yanıltıcı finansal bilgi ve bilişsel önyargılar gibi birbiriyle etkileşimli tehdit kategorilerini analiz etmektedir. Algoritmik karar sistemlerinin bireyi dışsal olarak yönlendirebilme kapasitesi de bu risk tablosunun ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

---

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, omerfarukalemdar@subu.edu.tr

2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, tolgagures@subu.edu.tr

Yetkinlik çerçevesi açısından bölüm; teknik ve işlevsel beceriler, eleştirel bilgi değerlendirme kapasitesi, siber güvenlik farkındalığı, davranışsal öz-düzenleme ve dijital haklara ilişkin bilinç olmak üzere birbirini tamamlayan beş katmandan oluşan bütünleşik bir model önermektedir. Yapay zeka destekli danışmanlık, metaverse ortamları ve merkez bankası dijital paraları gibi gelişmekte olan teknolojiler, bu çerçevenin dinamik biçimde güncellenmesini zorunlu kılmaktadır.

Politika önerileri boyutunda bölüm; müfredatların yeniden yapılandırılması, kamu-özel sektör iş birliğinin güçlendirilmesi, dezavantajlı gruplara yönelik hedefli müdahaleler ve ulusal DFO endeksi geliştirilmesi gibi somut stratejileri kapsamaktadır. Türkiye özelinde, mevcut ampirik literatürün metodolojik sınırlılıkları vurgulanarak temsili ve boylamsal araştırmaların gerekliliği öne çıkarılmaktadır. Bölüm, DFO'yu yalnızca bireysel bir beceri seti olarak değil; sosyal adalet, ekonomik katılım ve kurumsal hesap verebilirlikle doğrudan bağlantılı yapısal bir toplumsal mesele olarak konumlandırmaktadır.

*Anahtar Kelimeler: Dijital Finansal Okuryazarlık, Finansal Teknoloji, Siber Güvenlik Farkındalığı, Dijital Uçurum, Finansal Katılım, Davranışsal Finans, Politika Önerileri*

## GİRİŞ

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde başlayan dijital dönüşüm süreci, yirmi birinci yüzyılın ikinci on yılına gelindiğinde ekonomik ve toplumsal yaşamın neredeyse tüm katmanlarını köklü biçimde yeniden şekillendirmiştir. Finansal sistemler bu dönüşümün belki de en hızlı ve en derin biçimde yaşandığı alanların başında gelmektedir. Geleneksel banka şubelerinin yerini internet bankacılığı platformlarına ve mobil uygulamalara bırakması, kripto para birimlerinin ve merkezi olmayan finansal yapıların (*DeFi*) ortaya çıkması, yapay zeka destekli yatırım danışmanlığının yaygınlaşması ve açık bankacılık (*open banking*) modellerinin kurumsal finans anlayışını dönüştürmesi; tüm bu gelişmeler bireyin finansal sistemi deneyimleme biçimini temelden değiştirmiştir (*Raviteja, 2024; Bondili vd., 2025*). Bu radikal dönüşüm, bireyin ekonomik varoluşunu sürdürebilmek için ihtiyaç duyduğu bilgi ve becerilerin de köklü bir dönüşüm geçirmesini zorunlu kılmaktadır.

Finansal okuryazarlık kavramı, uzun yıllar boyunca geleneksel finansal ürünleri anlama, bütçe yönetimi, tasarruf ve temel yatırım kararları etrafında şekillenmiştir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (*OECD*) ile Dünya Bankası'nın tanımlamalarında finansal okuryazarlık; finansal bilgi,

tutum ve davranışları kapsayan çok boyutlu bir yapı olarak ele alınmakta ve bireylerin bilinçli finansal kararlar alarak ekonomik dayanıklılıklarını ve toplumsal eşitliği güçlendirmeleri için temel bir araç olarak kabul edilmektedir (*Ahamed, 2025; Colić, 2022*). Ancak dijitalleşmenin beraberinde getirdiği hız ve derinlik, bu klasik tanımın sınırlarını zorlamaktadır. Artık finansal kararlar yalnızca banka şubelerinde, finansal danışman odalarında ya da ev bütçesi planlamasında değil; bir akıllı telefonun ekranında, sosyal medya algoritmaları arasında, anlık kripto para işlemlerinde ve yapay zeka önerilerinin yönlendirdiği yatırım platformlarında şekillenmektedir.

Bu bağlamda dijital finansal okuryazarlık (*DFO*), artık geleneksel finansal bilginin ötesine geçen yeni bir kavramsal çerçeve olarak öne çıkmaktadır. *DFO*; bireyin dijital finansal ürünleri anlama, çevrimiçi platformlarda güvenli biçimde işlem yapabilme, siber riskleri tanıma, tüketici haklarının farkında olma ve dijital araçları etkin biçimde kullanarak finansal refahını artırma kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (*Prykaziuk & Khodakivska, 2023; Bushra & Mir, 2024*). Araştırmalar, dijital becerilerin finansal yeterlilikle doğrusal bir ilişki içinde olduğunu; *DFO* düzeyi yüksek bireylerin dijital finansal dolandırıcılığa karşı daha dirençli olduğunu ve daha nitelikli finansal kararlar aldığını ortaya koymaktadır (*Choung vd., 2023*).

Ne var ki dijital finansal okuryazarlığın yaygınlaşmasının önünde ciddi yapısal engeller bulunmaktadır. Toplumun önemli bir kesimi, özellikle yaşlı bireyler, düşük gelirli gruplar ve kırsal alanlarda yaşayanlar, bu yeni yetkinliklere erişim konusunda belirgin dezavantajlarla karşı karşıya kalmaktadır (*Wang vd., 2022; Rašticová vd., 2025*). Dijital uçurum olarak adlandırılan bu erişim eşitsizliği, yalnızca teknolojik altyapı sorunlarından kaynaklanmamakta; aynı zamanda dijital okuryazarlık, güven eksikliği ve kurumsal güvenceler konusundaki boşluklardan da beslenmektedir (*Putra vd., 2024*). Üstelik dijital ortamın beraberinde getirdiği kimlik avı saldırıları, sosyal mühendislik taktikleri, yanıltıcı yatırım tavsiyeleri ve algoritmaların tetiklediği kitlesel yatırım hataları gibi yeni risk biçimleri, bireylerin finansal güvenliğini tehdit eden somut tehlikeler olarak öne çıkmaktadır (*Vodnala & Gangadhar, 2025; Ogunola vd., 2024*).

Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, dijital finansal okuryazarlık düzeyinin henüz yeterli olgunluğa ulaşmadığı görülmektedir. Yapılan ampirik çalışmalar, nüfusun önemli bir bölümünün dijital bağlamdaki finansal bilgi düzeyinin yetersizliğine dikkat çekmekte; özellikle genç kuşaklarda dahi dijital finansal yeterlik algısının orta düzeyde seyrettiğini ve dijital okuryazarlığın finansal karar süreçlerindeki aracılık rolünün henüz yeterince içselleştirilemediğini ortaya koymaktadır (*Er, Er & Altunışık, 2026; Çavuşoğlu & Doğan, 2025*). Bankacılık sektöründeki dijital eğitim girişimlerinin kapsamının ise özellikle genç kitlelere yönelik içerik

açısından sınırlı kaldığı görülmektedir (Özbek, 2020). Mobil bankacılık kullanımında finansal okuryazarlığın direnç bariyerlerini azaltmadaki rolüne odaklanan Onay vd. (2023), özellikle yaşlı kullanıcılar ve düşük gelirli grupların mobil bankacılığı benimseme olasılığının anlamlı ölçüde düşük olduğunu göstermiştir. Özbilge ve Demirel (2023) ise hanehalkı finansmanında dijital becerilerin belirleyici rolüne dikkat çekerek dijital beceri açığının finansal dışlanmayı derinleştirdiğini ortaya koymuştur. Türkiye’deki finansal okuryazarlık araştırmalarının bibliyometrik bir analizi, mevcut çalışmaların büyük ölçüde geleneksel finansal davranış ve eğitim temalarına odaklandığını; dijital finans okuryazarlığı gibi alanların ise henüz sistematik bir araştırma gündemine kavuşmadığını ortaya koymaktadır (Baba ve Gümüüş, 2026). Hızla artan finansal hizmetler dijitalleşmesi karşısında bireylerin bilgi ve beceri düzeyinin yetersiz kalması, hem bireysel finansal refah hem de geniş ekonomik katılım açısından ciddi bir kırılganlık unsuru oluşturmaktadır.

İşte bu kitap bölümü, söz konusu çok boyutlu sorunsal etrafında kapsamlı bir akademik çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Bölümün temel odak noktaları şu şekilde sıralanabilir: dijital çağda finansal okuryazarlığın kavramsal dönüşümü ve geleneksel finansal okuryazarlıktan farkları; dijitalleşmenin finansal davranışlar üzerindeki etkileri; dijital ortamın beraberinde getirdiği başlıca risk ve tehditler; dijital finansal okuryazarlığı geliştirmeye yönelik stratejiler ve politika önerileri. Bölümün yapısı bu sırayı izleyecek biçimde kurgulanmış olup her başlık, kuramsal çerçeveyi ampirik bulgularla harmanlayan bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Dijitalleşmenin finansal sistemleri dönüştürdüğü çağımızda bireysel ekonomik refah ile toplumsal finansal katılım, büyük ölçüde dijital finansal okuryazarlığın ne ölçüde geliştirilebildiğine bağlı hale gelmiştir. Bu bölüm, söz konusu meseleyi hem kavramsal hem de politika yapımı boyutlarıyla ele alarak ilgili yazına ve pratik önerilere katkı sunmayı hedeflemektedir.

## **1. Kavramsal Çerçeve: Finansal Okuryazarlığın Gelenekselden Dijitale Dönüşümü**

### **1.1. Finansal Okuryazarlığın Tanımı ve Boyutları**

Finansal okuryazarlık kavramı, akademik yazında uzun yıllar boyunca tartışılmış ve zaman içinde önemli bir kavramsal genişleme yaşamıştır. Başlangıçta yalnızca temel aritmetik becerilerini ve finansal ürünlere ilişkin bilgi düzeyini ifade eden dar bir anlam taşıyan bu kavram, günümüzde çok daha kapsamlı bir içeriğe kavuşmuştur. OECD ve Dünya Bankası başta olmak üzere uluslararası kuruluşlar, finansal okuryazarlığı; bireylerin finansal bilgiyi anlama ve kullanma, bilinçli kararlar alma ile uzun vadeli

ekonomik dayanıklılıklarını ve toplumsal eşitliği güçlendirme kapasitesi olarak tanımlamaktadır (*Ahamed, 2025; Colić, 2022*). Bu tanım üç temel boyutu birlikte kapsamaktadır: bilgi, tutum ve davranış.

Lusardi ve Mitchell (2014) tarafından ortaya konan kuramsal çerçeve, finansal okuryazarlığı beşerî sermaye yatırımı olarak modellemekte ve finansal bilginin bireylerin yaşam döngüsü boyunca ekonomik refahını belirleyen kritik bir faktör olduğunu ampirik olarak kanıtlamaktadır. Finansal bilgi boyutu; faiz oranları, enflasyon, risk çeşitlendirmesi ve yatırım araçları gibi temel finansal kavramların anlaşılmasını ifade etmektedir (*Vieira vd., 2020*). Finansal tutum boyutu ise bireyin para yönetimine ilişkin kişisel inanç, değer ve duygusal eğilimlerini kapsamakta; bu iç dinamikler bireyin ekonomik kararlarını belirleyici biçimde etkilemektedir (*Vieira vd., 2020*). Finansal davranış boyutu ise tasarruf, harcama, borçlanma ve yatırım gibi somut ekonomik pratikleri içermekte olup bireyin gerçek hayattaki finansal performansının temel göstergesi niteliğindedir (*Zait & Berteau, 2014*). Bu üç boyutun birlikte değerlendirilmesi, finansal okuryazarlığı soyut bir bilgi düzeyinin çok ötesine taşımakta ve onu yaşayan, dinamik bir ekonomik yeterlilik kavramı olarak konumlandırmaktadır.

Geleneksel finansal okuryazarlık anlayışı; yüz yüze bankacılık ilişkileri, fiziksel şube hizmetleri ve okul müfredatlarında öğretilen klasik finans konuları etrafında şekillenmiştir (*Colić, 2022*). Bu anlayışta finansal karar alma süreçleri görece yavaş işlemekte, bireyin karşılaştığı ürün çeşitliliği sınırlı kalmakta ve finansal risklerin büyük bölümü kurumsal altyapılar tarafından yönetilmektedir. Oysa dijitalleşme bu dengeleri köklü biçimde sarsmıştır. Artık bireyler, karmaşık finansal ürünlere anlık erişim imkânı bulmakta; algoritmik öneri sistemlerinin yönlendirmesiyle saniyeler içinde yatırım kararları alabilmekte ve küresel finans piyasalarıyla doğrudan temas kurabilmektedir. Bu yeni ortam, geleneksel finansal okuryazarlık çerçevesinin yetersiz kaldığı, bambaşka bir yetkinlik setinin devreye girmesini zorunlu kılan bir alan yaratmaktadır.

## 1.2. Dijital Finansal Okuryazarlık: Yeni Bir Kavramsal Katman

Dijital finansal okuryazarlık (DFO), geleneksel finansal okuryazarlığın üzerine inşa edilen; ancak onu aşan yeni bir kavramsal çerçeve olarak tanımlanmaktadır. DFO; bireyin dijital finansal ürün ve hizmetler konusundaki farkındalığını, bu ürünleri etkin ve güvenli biçimde kullanabilme becerisini, çevrimiçi finansal işlemlerde karşılaşılan riskleri tanıma kapasitesini ve tüketici haklarına ilişkin bilgisini bütünleştiren çok katmanlı bir yapıya sahiptir (*Prykaziuk & Khodakivska, 2023; Golden & Cordie, 2022*). Fintech ekosisteminin hızla genişlemesiyle birlikte DFO, artık temel bir finansal

eğitim bileşeni olarak kabul görmekte ve bireysel düzeyde ekonomik katılımın ön koşulu haline gelmektedir (*Choung vd., 2023*).

DFO'nun geleneksel finansal okuryazarlıktan ayrıştığı temel nokta, yalnızca finansal ürünlere ilişkin bilgiyi değil; aynı zamanda bu ürünlere erişimi sağlayan dijital araçların kullanımını, veri güvenliği farkındalığını ve algoritmik sistemlerin karar süreçleri üzerindeki etkilerini de kapsıyor olmasıdır. Bir bireyin yatırım fonlarını anlıyor olması artık yeterli değildir; o bireyin aynı zamanda mobil bankacılık uygulamalarında güvenli kimlik doğrulama yöntemlerini bilmesi, sosyal medyada dolaşan finansal tavsiyeleri eleştirel bir gözle değerlendirmesi ve yapay zeka destekli bir robo-danışmanın önerilerini yorumlayabilmesi de gerekmektedir. Bu genişletilmiş yetkinlik çerçevesi, DFO'yu modern ekonomik yaşamın temel okuryazarlık biçimi olarak öne çıkarmaktadır.

Ampirik araştırmalar bu savı güçlü biçimde desteklemektedir. Dijital becerilerin finansal yeterlilik ile pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koyan çalışmalar; DFO düzeyinin, geleneksel finansal bilgidен bağımsız olarak, finansal refah üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (*Choung vd., 2023*). Üstelik DFO'su yüksek bireyler; dijital dolandırıcılık girişimlerine karşı daha dirençli bir tutum sergilemekte, çevrimiçi finansal platformlarda daha bilinçli tercihler yapabilmekte ve uzun vadeli finansal planlamayı daha etkin biçimde gerçekleştirebilmektedir (*Prykaziuk & Khodakivska, 2023*).

### 1.3. Dijitalleşmenin Finansal Sistemler Üzerindeki Dönüştürücü Etkisi

Dijitalleşmenin finansal sistemlere etkisi, yalnızca hizmet kanallarının değişmesiyle sınırlı kalmamış; finansal hizmetlerin temel mantığını, aktörlerini ve tüketici ilişkilerini bütünüyle yeniden tanımlamıştır. Bu dönüşümün en belirgin boyutu, fintech (*finansal teknoloji*) şirketlerinin ortaya çıkması ve geleneksel bankacılık anlayışına köklü alternatifler sunmasıdır. Blok zinciri teknolojisi, yapay zeka destekli kredi değerlendirmesi, eşten eşe (*peer-to-peer*) borç verme platformları ve neobanklar; geleneksel finansal aracılık modelini dönüştüren ve kullanıcılara çok daha özelleştirilmiş deneyimler sunan yapılar olarak öne çıkmaktadır (*Raviteja, 2024; Dhangu, 2025*).

Açık bankacılık (*open banking*) modelinin yaygınlaşması ise fintech şirketleri ile geleneksel bankalar arasındaki iş birliğini derinleştirmiş; API tabanlı veri paylaşımı aracılığıyla kullanıcılara bütünlük ve kişiselleştirilmiş finansal çözümler sunulmasının önü açılmıştır (*Raviteja, 2024*). Büyük veri analitiği ise kurumların müşteri davranışlarını çok daha

ayrıntılı biçimde modellemesine ve hedeflemesine imkân tanırken; aynı zamanda kişisel verilerin gizliliği ve güvenliği konusunda yeni endişeleri de beraberinde getirmektedir.

Söz konusu dönüşümün bir diğer kritik boyutu, bireysel finansal sorumluluk alanının genişlemesidir. Gig ekonomisinin yükselişiyle birlikte geleneksel işçi-işveren ilişkisinin dışında kalan bireylerin sayısının artması; bu kesimlerin emeklilik, sağlık sigortası ve gelir güvencesi gibi konularda çok daha fazla kişisel sorumluluk üstlenmesini gerektirmektedir (*Bushra & Mir, 2024*). Bu gelişme, DFO'yu bireysel bir tercih olmaktan çıkararak ekonomik hayatta tutunabilmenin zorunlu bir gereği haline getirmektedir.

Bununla birlikte dijital dönüşümün yarattığı fırsatların tüm toplum kesimlerine eşit biçimde ulaşmadığını vurgulamak gerekmektedir. Siber güvenlik tehditleri, veri gizliliği kayguları ve dijital finansal hizmetlere erişimde var olan yapısal eşitsizlikler; bu sürecin yalnızca kazananlar değil, aynı zamanda geride kalanlar da yarattığına dikkat çekmektedir (*Desyatnyuk & Птащенко, 2024; Muslim, 2024*). Bu nedenle dijital finansal okuryazarlığın geliştirilmesine yönelik politika ve stratejilerin yalnızca teknolojik erişimi değil; bilgi, beceri ve güven boyutlarını da kapsayan bütüncül bir perspektifle kurgulanması büyük önem taşımaktadır.

## 2. Dijital Finansal Ortamda Riskler ve Tehditler

### 2.1. Siber Dolandırıcılık Türleri ve Mekanizmaları

Dijital finansal hizmetlerin yaygınlaşması, bireylere sunduğu kolaylık ve erişim imkânlarının yanı sıra, daha önce var olmayan ya da çok daha sınırlı biçimlerde tezahür eden yeni risk kategorilerini de beraberinde getirmiştir. Bu riskler arasında en yaygın ve doğrudan zarar verici olanı siber dolandırıcılıktır. Siber suçlular, teknolojik gelişmeye paralel olarak araç ve yöntemlerini sürekli güncellemekte; bireylerin hem teknik hem de psikolojik açıdan savunmasız noktalarını hedef alan giderek daha karmaşık saldırı biçimleri geliştirmektedir.

Kimlik avı (*phishing*), dijital finansal dolandırıcılığın en yaygın ve en etkili biçimlerinden biri olmayı sürdürmektedir. Bu yöntemde siber suçlular, bankalar, kamu kurumları ya da tanınan ticari kuruluşlar gibi meşru otoriteleri taklit ederek kurbanlarını sahte web siteleri veya yanıltıcı e-postalar aracılığıyla hassas kişisel ve finansal bilgilerini paylaşmaya yönlendirmektedir (*Kipngetich, 2025*). Kimlik avı saldırılarının tehlike düzeyini artıran en önemli etken, bu saldırıların giderek daha özelleşmiş ve kişiselleştirilmiş bir görünüm kazanmasıdır. Mızraklı kimlik avı (*spear phishing*) olarak adlandırılan bu ileri formda saldırganlar, hedef bireye

özgü bilgileri kullanarak tasarlanmış mesajlar hazırlamakta ve bu sayede genel kullanıcı farkındalığının önüne geçebilmektedir.

Sosyal mühendislik ise teknik güvenlik açıklarını değil; doğrudan insan psikolojisini hedef alan bir saldırı kategorisi olarak öne çıkmaktadır. Bu yöntemde manipülatif iletişim teknikleri aracılığıyla bireyler, gizli bilgilerini ya da finansal varlıklarını suçlulara teslim etmeye ikna edilmektedir (*Vodnala & Gangadhar, 2025*). Aciliyet hissi yaratma, otorite figürü taklit etme veya aşinalık yanılsaması oluşturma gibi psikolojik baskı mekanizmalarına dayanan bu saldırı biçimi; teknik bilgi düzeyinden bağımsız olarak her kesimden bireyi etkileyebilmektedir. Nitekim araştırmalar, sosyal mühendislik saldırılarının eğitim düzeyi görece yüksek bireyler üzerinde de etkili olabildiğini; dolayısıyla bu riski yalnızca teknik okuryazarlıkla sınırlı bir savunmayla bertaraf etmenin mümkün olmadığını ortaya koymaktadır.

Kripto para ekosisteminin genişlemesiyle birlikte bu alanda özgül dolandırıcılık biçimleri de belirgin biçimde artış göstermiştir. Kripto para işlemlerinin merkezi olmayan, anonim ve büyük ölçüde denetimsiz yapısı; Ponzi düzenekleri, sahte başlangıç coin arzları (*ICO*) ve “rug pull” olarak adlandırılan projeyi ani terk etme düzenekleri gibi manipülatif şemaların zemin bulmasına olanak tanımaktadır (*Kipngetich, 2025*). Yatırımcıların yüksek getiri beklentisiyle hareket ettiği bu alanda finansal kayıpların boyutu son yıllarda çarpıcı seviyelere ulaşmış; uluslararası düzenleyici kurumlar kripto varlık piyasalarına yönelik yasal çerçeveleri ivedilikle güçlendirme ihtiyacını açıkça dile getirmek durumunda kalmıştır.

## 2.2. Veri Güvenliği ve Mahremiyet Riskleri

Dijital finansal hizmetler, hizmet sunumu için kaçınılmaz olarak büyük miktarda kişisel veri toplamakta ve işlemektedir. Bu yapısal özellik, veri ihlallerini ve mahremiyet ihlallerini ciddi ve kronik bir risk unsuru haline getirmektedir. Finansal kuruluşları hedef alan siber saldırılar yalnızca müşterilerin anlık finansal zararına yol açmakla kalmamakta; aynı zamanda kurumsal itibar kayıplarına, uzun vadeli müşteri güveni erozyonuna ve ağır yasal yaptırımlara da zemin hazırlamaktadır (*Tursunov, 2023*). Bu tehditlerin boyutu, yalnızca bireysel kullanıcıları değil; sistemik finansal istikrarı da doğrudan ilgilendirmektedir.

Veri güvenliği açısından bir diğer kritik sorun, birçok finansal kurumun hâlâ yeterli siber güvenlik altyapısından yoksun olmasıdır (*Tursunov, 2023*). Eski teknolojik sistemlerin (*legacy systems*) güncellenmemiş yazılımlarla çalıştırılması, çalışanların siber güvenlik farkındalığının yetersizliği ve güvenlik yatırımlarının operasyonel maliyetlerin gerisinde kalması; ku-

rumları yapısal açıdan savunmasız kılmaktadır. Bireysel kullanıcı cephesinde ise şifre güvenliği konusundaki bilinç eksikliği, çok faktörlü kimlik doğrulama mekanizmalarının yeterince benimsenmemesi ve güvensiz internet bağlantıları üzerinden gerçekleştirilen finansal işlemler; kişisel veri ihlallerinin başlıca tetikleyicileri arasında yer almaktadır (*Ayaz & Gündüz, 2025; Komandla, 2023*).

Açık bankacılık modellerinin yaygınlaşması ise veri güvenliği risklerini daha da katmanlı bir hale getirmektedir. API aracılığıyla birden fazla üçüncü taraf uygulamaya erişim yetkisi tanıyan kullanıcılar, veri akışının hangi aktörler arasında nasıl bir güzergahta ilerlediğini çoğu zaman tam olarak takip edememektedir. Bu durum, hem veri güvenliği hem de mahremiyet açısından bireyin farkındalık kapasitesini aşan bir karmaşıklık yaratmaktadır. Etkin veri koruma düzenlemelerinin bulunmadığı ya da yetersiz kaldığı ülkelerde bu risk daha da derinleşmekte; bireyi hukuki güvence boşluklarında bırakmaktadır.

### 2.3. Yanıltıcı Finansal Bilgi ve Sosyal Medyanın Rolü

Dijital çağda finansal karar alma süreçlerini etkileyen ve giderek daha belirleyici bir hal alan bir diğer tehdit kategorisi, yanıltıcı finansal bilginin hızla ve geniş kitlelere yayılmasıdır. Geleneksel medya ortamında finansal bilgi akışı, uzman onayına ve kurumsal filtrelere tabi bir süreçten geçmekteydi. Sosyal medya platformlarının hâkim iletişim ortamı haline gelmesiyle birlikte bu filtreler büyük ölçüde devre dışı kalmış; finansal bilgi üretimi ve dağıtımını demokratikleşirken aynı zamanda denetimsizleşmiştir.

Finansal influencer'lar olarak adlandırılan ve sosyal medya platformları üzerinden milyonlarca takipçiye ulaşabilen bireyler, çoğu zaman herhangi bir mesleki yetkinlik ya da yasal sorumluluk çerçevesi olmaksızın yatırım tavsiyeleri vermektedir. Araştırmalar, bu platformlarda paylaşılan içeriklerin analitik derinlik yerine duygusal çekiciliği ön plana çıkardığını ve takipçilerde hatalı beklentiler oluşturabileceğini ortaya koymaktadır (*Vodnala & Gangadhar, 2025*). Nitekim GameStop kısa pozisyon sıkışması (*short squeeze*) olayı, sosyal medya güdümlü kitlesel yatırım davranışının piyasalar üzerinde nasıl beklenmedik ve sert etkiler yaratabildiğinin çarpıcı bir örneği olarak akademik yazında sıklıkla ele alınmaktadır (*Aisyah vd., 2025; Akbal, 2025*).

Dezenformasyon kampanyaları ise bu riski sistemik bir düzeye taşımaktadır. Kasıtlı olarak üretilen ve yayılan yanlış bilgiler; piyasa algısını manipüle etmek, belirli finansal ürünler lehinde ya da aleyhinde sentetik talep yaratmak ve bireysel yatırımcıları koordineli biçimde yanıltmak

amacıyla araçsallaştırılmaktadır (*Ogunola vd., 2024*). Yapay zeka ile üretilen içeriklerin gerçek haberlerden ayırt edilemeyecek düzeye yaklaşması, bu tehdidi daha da ağırlaştırarak kritik bir boyut olarak öne çıkmaktadır.

## 2.4. Bilişsel Önyargılar ve Algoritmik Karar Süreçleri

Dijital finansal ortamda bireyi tehdit eden riskler yalnızca dışsal aktörlerin müdahalesiyle sınırlı değildir. İnsan psikolojisine içkin bilişsel önyargılar, dijital platformların sunduğu hız, sürtünmesizlik ve aşırı bilgi yüküyle birleştiğinde bireysel finansal karar alma süreçlerini ciddi biçimde bozabilmektedir. Aşırı güven önyargısı (*overconfidence bias*), bireyin kendi finansal yargılarının doğruluğuna gereğinden fazla güvenmesine yol açmakta; bu durum, özellikle volatil yatırım ortamlarında yüksek riskli davranışların önünü açmaktadır (*Wang & Zou, 2024*). İlginç biçimde araştırmalar, finansal okuryazarlık düzeyi arttıkça aşırı güven önyargısının zayıflamak yerine güçlenebileceğini ortaya koymakta; bu bulgu, bilgi ile bilgellik arasındaki mesafeye dikkat çekmektedir.

Sürü davranışı (*herding*) ise sosyal medya ortamında özellikle güçlenen bir önyargı biçimi olarak öne çıkmaktadır. Başkalarının finansal kararlarını taklit etme eğilimi, güvensiz ya da bilgisiz ortamlarda bireyin doğal bir sığınak olarak başvurduğu bir mekanizmadır. Ancak dijital platformlarda bu eğilim, büyük kitlelerin eş zamanlı ve koordinesiz biçimde riskli pozisyonlar almasına zemin hazırlayarak hem bireysel hem de sistemik kayıplara neden olabilmektedir (*Aisyah vd., 2025*). Doğrulama önyargısı (*confirmation bias*) ise bireyin kendi önceki inançlarını destekleyen bilgileri seçici biçimde tüketmesine yol açmakta; algoritma tabanlı içerik önerme sistemleri bu önyargıyı adeta besleyerek bireysel filtre balonlarını (*filter bubble*) derinleştirmektedir.

Algoritmik ticaret sistemleri ve duygu analizi araçları da bireysel karar süreçlerini şekillendiren güçlü unsurlar haline gelmiştir. Bu araçlar piyasa etkinliğini artırabilme potansiyeli taşıyıcılar da aynı zamanda önyargıları pekiştirme, dezenformasyonu yükseltme ve bireysel yatırımcı davranışlarını dışsal olarak manipüle etme riskleri barındırmaktadır (*Aisyah vd., 2025; Wang & Zou, 2024*).

Tüm bu risk kategorileri bir bütün olarak değerlendirildiğinde, dijital finansal ortamın bireyden yalnızca geleneksel finansal bilgiyi değil; siber güvenlik farkındalığını, eleştirel medya okuryazarlığını ve psikolojik öz-düzenleme becerilerini de kapsayan çok katmanlı bir yetkinlik setini talep ettiği açıkça görülmektedir. Bu çok boyutlu talep, bir sonraki bölümde ele alınacak yeni dijital yetkinlik çerçevesinin kavramsal temelini oluşturmaktadır.

### 3. Dijital Finansal Okuryazarlık İçin Yeni Yetkinlik Çerçevesi

#### 3.1. Geleneksel Yetkinlik Modellerinin Yetersizliği ve Yeni Bir Çerçevenin Gerekliği

Finansal okuryazarlık ölçümüne yönelik geleneksel yaklaşımlar, ağırlıklı olarak OECD/INFE çerçevesi gibi standart araçlara dayanmakta; bilgi, tutum ve davranış boyutlarını belirli sorulardan oluşan anketler aracılığıyla ölçmeye çalışmaktadır. Bu çerçeve, karşılaştırmalı uluslararası veri üretimi açısından değerli bir işlev görmektedir. Nitekim OECD'nin 2023 yılında 39 ülkede gerçekleştirdiği kapsamlı araştırma, yetişkin nüfusun yalnızca yüzde yirmi dokuzunun asgari finansal okuryazarlık düzeyine ulaşabildiğini ortaya koymuş; bu bulgular uluslararası arenada ciddi bir politika tartışması başlatmıştır (*OECD/INFE, 2023*). Bosna-Hersek'te OECD çerçevesiyle yürütülen bir çalışmada ise ortalama dijital finansal okuryazarlık puanının on üzerinden yalnızca 3,83 olarak ölçülmesi, bu tablonun yalnızca gelişmiş ekonomilerle sınırlı olmadığını; küresel ölçekte yapısal bir sorunla karşı karşıya olduğunu gözler önüne sermektedir (*Zaimović vd., 2024*).

Ne var ki standart ölçüm araçlarının belirgin sınırlılıkları da göz ardı edilmemelidir. Bu araçlar; yerel bağlamları, kültürel farklılıkları ve dijitalleşmenin farklı coğrafyalarda yarattığı özgün dinamikleri yeterince yansıtamayabilmektedir (*Van Hove & Ahunov, 2024*). Dahası, dijital finansal ortamın sürekli dönüşen yapısı karşısında belirli bir zaman dilimine ait ölçüm verileri hızla eskiyebilmektedir. Bu durum, dijital finansal yetkinliğin hem içeriği hem de ölçümü açısından daha esnek, bağlamsal ve çok boyutlu bir çerçeveye duyulan ihtiyacı açıkça ortaya koymaktadır (*Rani vd., 2025*).

#### 3.2. Dijital Finansal Yetkinliğin Temel Bileşenleri

Dijital çağda bireyin finansal sistemle sağlıklı, güvenli ve üretken bir ilişki kurabilmesi için ihtiyaç duyduğu yetkinlikler birbirini tamamlayan ve birbirinden beslenen birkaç temel bileşen etrafında toparlanabilir. Bu bileşenler; teknik ve işlevsel beceriler, eleştirel bilgi değerlendirme kapasitesi, siber güvenlik farkındalığı, davranışsal öz-düzenleme ve dijital haklara ilişkin farkındalık olarak sıralanabilir.

**Teknik ve işlevsel beceriler**, dijital finansal yetkinliğin en görünür ve ölçülmesi en kolay katmanını oluşturmaktadır. Mobil bankacılık uygulamalarını kullanabilme, dijital cüzdan yönetimi, çevrimiçi yatırım platformlarında işlem gerçekleştirebilme ve elektronik vergi beyannamesi düzenleyebilme gibi somut beceriler bu kategoriye girmektedir. Ancak bu becerilerin edinimi, dijital finansal yetkinliğin yalnızca başlangıç koşulunu

oluşturmakta; tek başına yeterli bir güvence sunamamaktadır. Nitekim araştırmalar, teknik yeterliliği yüksek bireylerin bile aşırı güven önyargısı nedeniyle riskli finansal davranışlara yönelebildiğini göstermektedir (Wang & Zou, 2024).

**Eleştirel bilgi değerlendirme kapasitesi**, dijital ortamda karşılaşılan finansal bilgiyi kaynağına, güvenilirliğine ve içeriğine göre eleştirel bir gözle değerlendirebilme yeteneğini kapsamaktadır. Sosyal medyada paylaşılan yatırım tavsiyelerini mesleki otoriteden ayırt edebilme, algoritmik öneri sistemlerinin yönlendirici etkisinin farkında olabilme ve doğrulama önyargısını aşarak çok kaynaklı bilgi tüketimi gerçekleştirebilme; bu kapasitenin temel göstergeleri arasında yer almaktadır (Ogunola vd., 2024). Bu boyut, dijital finansal okuryazarlığı medya okuryazarlığıyla kesişim noktasında konumlandırmakta ve onu doğası itibarıyla disiplinlerarası bir yetkinlik haline getirmektedir.

**Siber güvenlik farkındalığı**, dijital finansal yetkinlik çerçevesinin belki de en kritik ve en acil bileşenidir. Güçlü şifre kullanımı, çok faktörlü kimlik doğrulama mekanizmalarını benimseme, kimlik avı girişimlerini tanıma, yalnızca güvenilir kaynaklardan uygulama indirme ve uygulama izinlerini bilinçli biçimde yönetme; bu alandaki temel yetkinlik göstergeleri olarak tanımlanmaktadır (Ayaz & Gündüz, 2025; Komandla, 2023). Araştırmalar, finansal okuryazarlık programlarının siber güvenlik eğitimini bütünleşik biçimde içermesi durumunda bireylerin dijital tehditlere karşı direncinin anlamlı ölçüde arttığını ortaya koymaktadır (Ogunola vd., 2024). Bu bulgu, siber güvenlik eğitiminin finansal eğitimden ayrı bir alan olarak değil; onunla organik bütünlük içinde ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

**Davranışsal öz-düzenleme**, bilgi ve becerinin ötesinde bireyin dijital finansal ortamda kendi karar alma süreçlerini gözlemleyebilmesini, psikolojik önyargılarının farkında olabilmesini ve anlık duygusal tepkilerden ziyade uzun vadeli finansal hedeflere odaklanabilmesini kapsamaktadır. Sosyal medyanın tetiklediği sürü davranışı, algoritmaların yarattığı yapay aciliyet hissi ve kayıptan kaçınma güdüsünün (*loss aversion*) aşırı temkinli ya da tam tersine panik güdümlü kararlar üretmesi; bu öz-düzenleme kapasitesinin yetersiz kaldığı durumlarda sıklıkla gözlemlenen olumsuz çıktılar arasında yer almaktadır (Aisyah vd., 2025; Wang & Zou, 2024). Davranışsal finans perspektifinden bakıldığında, bu boyut yalnızca bireysel bir psikolojik beceri meselesi değil; aynı zamanda finansal eğitim programlarının nasıl tasarlanması gerektiğine ilişkin yapısal bir sorudur.

**Dijital haklara ilişkin farkındalık** ise bireyin çevrimiçi finansal işlemlerde hangi tüketici haklarına sahip olduğunu, kişisel verilerinin nasıl

kullanıldığını ve bu verilere erişim, düzeltme ve silme talep etme yetkisini bilmesini kapsamaktadır (*Prykaziuk & Khodakivska, 2023*). Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) gibi düzenleyici çerçevelerin bireyler tarafından yeterince bilinmemesi; kullanıcıları hem kurumsal hem de üçüncü taraf aktörler karşısında ciddi ölçüde dezavantajlı bir konuma düşürmektedir.

### 3.3. Finansal Katılım ve Dijital Eşitsizlik

Dijital finansal yetkinlik çerçevesi değerlendirilirken, bu yetkinliğe erişimin kendisinin de eşitsiz biçimde dağıldığı gerçeği merkezi bir yer tutmalıdır. Araştırmalar, yaşlı bireyler, düşük gelirli gruplar ve kırsal nüfusun dijital finansal hizmetleri benimseme konusunda belirgin dezavantajlar yaşadığını ve bu durumun söz konusu kesimlerin finansal dışlanma riskini pekiştirdiğini ortaya koymaktadır (*Wang vd., 2022; Rašticová vd., 2025*). Dijital uçurum kavramı, bu noktada yalnızca internet erişimi ya da cihaz sahipliğiyle sınırlı bir teknik mesele olmaktan çıkarak; eğitim, güven, motivasyon ve kurumsal destek gibi çok katmanlı bir sosyal sorunun ifadesi haline gelmektedir (*Putra vd., 2024*).

Dijital finansal okuryazarlığın ekonomik katılım üzerindeki etkisi ise ampirik çalışmalar tarafından güçlü biçimde desteklenmektedir. DFO düzeyi artan bireylerin dijital finansal hizmetlere katılım oranlarının yükseldiği; bu sayede maliyet etkin işlemler gerçekleştirebildikleri, tasarruf ve yatırım araçlarına daha kolay ulaşabildikleri ve genel finansal refah düzeylerinin iyileştiği görülmektedir (*Kulkarni vd., 2025; Gumilar vd., 2024*). Finansal teknoloji hizmetlerinin kullanımı ile finansal okuryazarlık arasındaki bu olumlu döngü; eğitim müdahalelerinin yalnızca bilgi aktarımıyla değil, pratik kullanım deneyimiyle de pekiştirilmesi gerektiğini düşündürmektedir (*Khan, 2024*).

Türkiye özelinde ise tablo kaygı verici olmaya devam etmektedir. Mevcut ampirik çalışmalar, ağırlıklı olarak üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları gibi görece avantajlı gruplar üzerinde yürütülmüş olup toplumun geniş kesimlerine ilişkin veriler son derece sınırlı kalmaktadır (*Kaya & Kaya, 2023*). Soykan ve Kurt Cihangir (2025) tarafından Samsun ilinde yürütülen bir çalışma, sosyal medya kullanımı ile finansal okuryazarlık arasında zayıf fakat istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit etmiş; bu bulgu, sosyal medyanın finansal bilgi kanalı olarak taşıdığı potansiyelin henüz etkin biçimde kullanılmadığına işaret etmektedir. Borsa İstanbul Review'da yayımlanan ve Küresel ölçekte yapılan çalışmalar da bu bulguyu desteklemekte; örneğin Kumar vd. (2023) dijital finansal okuryazarlık ile finansal özerklik ve finansal iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki raporlamaktadır. (*Kumar vd., 2023*). Bu bulgular, Türkiye'de DFO'nun

geliştirilmesine yönelik müdahalelerin çok kanallı ve bağlam temelli olması gerektiğini güçlendirmektedir. Bankaların dijital kanallar üzerinden sunduğu finansal eğitim içeriklerinin derinlik ve kapsam açısından yetersiz olduğu, özellikle genç kullanıcılara yönelik içeriklerin büyük ölçüde boşlukta bırakıldığı görülmektedir (Özbek, 2020). Ulusal ölçekte kapsamlı ve bütüncül bir dijital finansal okuryazarlık stratejisinin henüz hayata geçirilmemiş olması; hem bireysel hem de ekonomik açıdan önemli fırsatların kaçırılmasına zemin hazırlamaktadır (Çetin, 2024).

### 3.4. Geleceğin Yetkinlikleri: Yapay Zeka, Metaverse ve Dijital Para Sistemleri

Dijital finansal yetkinlik çerçevesi, yalnızca mevcut teknolojik ortamın gerekliliklerini değil; yakın geleceğin dönüştürücü teknolojik dalgalarını da öngörerek kurgulanmak durumundadır. Yapay zeka destekli finansal danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaşması, bireyin artık yalnızca bir insan danışmanın değil; robo-danışmanlar ve makine öğrenimi algoritmalarının önerilerini de yorumlayabilmesini, bu sistemlerin güçlü ve zayıf yönlerini kavrayabilmesini gerektirmektedir (Chari, 2025). Yapay zekanın finansal hizmetlere entegrasyonu; kişiselleştirilmiş yatırım stratejileri ve öngörücü analitik gibi güçlü imkânlar sunarken, algoritmik önyargı ve veri mahremiyeti konusundaki etik soru işaretlerini de beraberinde getirmektedir.

Metaverse ortamlarının ekonomik etkileşim alanı olarak olgunlaşması, sanal bankacılık, dijital varlık yönetimi ve sanallaştırılmış ticaret platformları gibi yeni finansal davranış biçimleri doğurmaktadır (Kaur vd., 2023). Bu ortamlarda kullanıcıların karşılaştığı finansal ürünler; sanal cüzdanlar, meta-varlıklar ve platform içi döviz sistemleri gibi tümüyle yeni kategorilerden oluşmakta olup bireyin bunları anlayabilmesi için klasik finansal eğitim müfredatlarının çok ötesine geçen bir kavramsal donanım gerekmektedir (Kaur vd., 2023).

Dijital para sistemlerinin geleceği ise bu tabloya bir diğer kritik boyutu eklemektedir. Merkez bankası dijital paralarının (CBDC) hayata geçirilmesi ve kripto para ekosisteminin olgunlaşması; bireylerin para kavramını, değer saklama mekanizmalarını ve ödeme sistemlerini yeniden tanımlayan bir ortamda finansal kararlar almalarını zorunlu kılmaktadır (Mariana vd., 2025). Bu süreçte düzenleyici belirsizliklerin ve teknolojik kısıtların varlığı; kullanıcı güvenini ve benimseme oranlarını olumsuz etkileyen temel etkenler olarak öne çıkmakta; dijital finansal yetkinlik çerçevesinin bu yeni gerçeklikleri de kapsamı gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

## 4. Dijital Finansal Okuryazarlığı Geliştirmeye Yönelik Stratejiler ve Politika Önerileri

### 4.1. Eğitim Müfredatlarının Yeniden Yapılandırılması

Dijital finansal okuryazarlığın toplumsal ölçekte güçlendirilebilmesi için atılması gereken en temel adım, eğitim sistemlerinin bu yeni gerçekliği içselleştirerek yapısal bir dönüşüm geçirmesidir. Mevcut eğitim müfredatlarının büyük çoğunluğu, finansal okuryazarlığı ya hiç ele almamakta ya da yalnızca temel bütçe yönetimi ve tasarruf kavramları düzeyinde sınırlı tutmaktadır. Oysa dijital çağın gereklilikleri, finansal eğitimin kapsamının mobil bankacılık, kripto varlıklar, siber güvenlik pratikleri, algoritmik karar sistemleri ve veri mahremiyeti gibi konuları da kapsayacak biçimde köklü biçimde genişletilmesini zorunlu kılmaktadır (*Rani vd., 2025; Dalabaev, 2025*).

Bu dönüşümün etkili olabilmesi için finansal eğitimin erken yaşlarda, okul öncesi ve ilköğretim düzeyinden itibaren müfredata entegre edilmesi büyük önem taşımaktadır. Araştırmalar, kısa süreli ve münferit finansal eğitim programlarının kalıcı davranış değişikliği üretmedeki etkinliğinin son derece sınırlı kaldığını; buna karşılık uzun soluklu, müfredata yerleşik ve yaşa uygun biçimde kademeli olarak derinleşen programların çok daha anlamlı ve sürdürülebilir sonuçlar ürettiğini ortaya koymaktadır (*Çetin, 2024*). Türkiye bağlamında bu gereklilik özellikle belirgindir; zira mevcut eğitim politikaları finansal okuryazarlığı sistematik bir müfredat bileşeni olarak henüz yeterince içselleştirmiş değildir.

Müfredat yenileme sürecinde dikkat edilmesi gereken bir diğer kritik nokta, içeriklerin yalnızca bilgi aktarımına değil; beceri ve tutum geliştirmeye de odaklanmasıdır. Simülasyon tabanlı öğrenme ortamları, gerçek finansal senaryolar üzerinden yürütülen tartışmalar ve dijital araçlarla doğrudan etkileşime dayanan uygulamalı etkinlikler; bu becerilerin pekiştirilmesi açısından özellikle etkili pedagojik yaklaşımlar olarak öne çıkmaktadır. Dijital finansal okuryazarlık eğitiminin bilgisayar ve teknoloji okuryazarlığı programlarıyla bütünleştirilmesi ise disiplinlerarası öğrenme ortamları yaratarak her iki alandaki yetkinliklerin karşılıklı olarak pekişmesine zemin hazırlayacaktır.

### 4.2. Kamusal ve Özel Sektör İş Birliğinin Güçlendirilmesi

Dijital finansal okuryazarlığın geliştirilmesi; yalnızca eğitim kurumlarının değil, devlet kurumları, finansal kuruluşlar, teknoloji şirketleri ve sivil toplum örgütlerinin koordineli biçimde hareket etmesini gerektiren çok aktörlü bir sorumluluk alanı olarak konumlanmaktadır. Kamu ve özel

sektör arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesi, hem kaynakların etkin kullanımını hem de toplumun farklı kesimlerine ulaşabilme kapasitesi açısından belirleyici bir işlev görmektedir (*Rani vd., 2025; Bushra & Mir, 2024*).

Finansal kurumların bu süreçteki rolü özellikle kritiktir. Bankalar ve fintech şirketleri; müşterileriyle doğrudan ve sürekli temas halinde olan aktörler olarak, dijital finansal okuryazarlık geliştirme sürecinde hem içerik üreticisi hem de dağıtım kanalı işlevi görebilecek konumdadır. Mobil bankacılık uygulamaları içine entegre edilmiş etkileşimli finansal eğitim modülleri, müşteri destek hizmetleri aracılığıyla sunulan kişiselleştirilmiş rehberlik ve hesap hareketleri üzerinden otomatik olarak üretilen finansal davranış geri bildirimleri; bu kapsamda değerlendirilebilecek yenilikçi uygulama biçimleri arasında sayılabilir. Türkiye’de bankaların dijital kanallar üzerinden sunduğu mevcut finansal eğitim içeriklerinin ise özellikle genç kullanıcı kitlesi açısından derinlik ve etkileşim boyutunda yetersiz kaldığı görülmektedir (*Özbek, 2020*). Bu tablonun iyileştirilmesi için sektörde ortak standartların benimsenmesi ve düzenleyici teşvik mekanizmalarının devreye sokulması büyük önem taşımaktadır.

Düzenleyici kurumların üstlenmesi gereken rol ise iki temel eksen üzerinde şekillenmektedir. Birincisi, dijital finansal hizmet sağlayıcılarının kullanıcıları yeterli ve anlaşılır biçimde bilgilendirme yükümlülüğünü yerine getirmesini sağlayacak etkin denetim mekanizmalarının oluşturulmasıdır. İkincisi ise dijital finansal okuryazarlık eğitimine yatırım yapan kuruluşların teşvik edilmesini sağlayacak politika araçlarının geliştirilmesidir. Bu iki eksen etrafında şekillenecek bir düzenleyici çerçeve; hem tüketici koruma işlevi görecek hem de sektördeki iyi uygulamaların yaygınlaşmasını hızlandıracaktır (*Muslim, 2024; Desyatnyuk & Птащенко, 2024*).

### 4.3. Dezavantajlı Gruplara Yönelik Hedefli Müdahaleler

Dijital finansal okuryazarlık politikalarının toplumsal etkinliği, büyük ölçüde dezavantajlı grupların bu süreçten dışlanmamasına bağlıdır. Yaşlı bireyler, düşük gelirli hanehalkları, kırsal nüfus ve göçmen topluluklar gibi demografik gruplar; dijital finansal hizmetlere erişim ve bu hizmetleri güvenli biçimde kullanma konusunda yapısal engellerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu engellerin aşılması için genel politika araçlarının ötesinde, söz konusu grupların özgün ihtiyaçlarına ve koşullarına yanıt veren hedefli müdahalelerin tasarlanması gerekmektedir (*Wang vd., 2022; Rašticová vd., 2025*).

Yaşlı bireyler söz konusu olduğunda, dijital finansal hizmetlere ilişkin güvensizliğin ve yeni teknolojilere adaptasyon güçlüğünün ötesinde, kullanıcı arayüzlerinin yaş dostu tasarım ilkelerinden uzaklığı da belirleyici

bir engel olarak öne çıkmaktadır. Bu kitlenin dijital finansal sisteme etkin katılımının sağlanabilmesi için kullanıcı deneyimi tasarımının erişilebilirlik standartlarına uygunluğu ve akran temelli destek ağlarının güçlendirilmesi belirleyici etkenler olarak değerlendirilmelidir. Düşük gelirli gruplar için ise dijital araçlara fiziksel erişimin sağlanması kadar bu araçların pratik kullanımına yönelik destekleyici toplum merkezli eğitim programlarının geliştirilmesi de kritik önem taşımaktadır (*Putra vd., 2024; Gumilar vd., 2024*).

Davranışsal müdahale (*nudge*) yaklaşımları, bu hedefli politikaların etkinliğini artırmak için giderek daha fazla başvurulan bir araç olarak öne çıkmaktadır. Thaler ve Sunstein (2008) tarafından geliştirilen seçim mimarisi yaklaşımı, bireylerin karar alma süreçlerine müdahale etmeden, tercih ortamını yeniden tasarlayarak daha iyi finansal sonuçlara ulaşmalarını sağlamanın mümkün olduğunu göstermektedir. Varsayılan tasarruf seçenekleri sunma, finansal karar süreçlerinde hatırlatıcı bildirimler gönderme ve kişiselleştirilmiş geri bildirim mekanizmaları aracılığıyla bireyleri daha iyi finansal davranışlara yönlendirme; bu yaklaşımın pratik uygulama biçimleri arasında sayılabilir. Araştırmalar, söz konusu davranışsal araçların doğru bağlamda kullanıldığında bireylerin finansal karar kalitesini anlamlı ölçüde iyileştirebildiğini göstermektedir; bu da müdahale tasarımında psikolojik boyutun göz ardı edilmemesi gerektiğine işaret etmektedir.

#### 4.4. Dijital Finansal Okuryazarlığın Ölçülmesi ve İzlenmesi

Politika etkinliğinin değerlendirilebilmesi ve müdahalelerin zamanında uyarlanabilmesi için dijital finansal okuryazarlığın güvenilir, kapsamlı ve bağlamsal olarak duyarlı biçimde ölçülmesi büyük önem taşımaktadır. Mevcut OECD/INFE çerçevesi değerli bir başlangıç noktası sunmakla birlikte, dijital boyutu yeterince kapsamamakta ve yerel bağlam farklılıklarını göz ardı edebilmektedir (*Van Hove & Ahunov, 2024*). Bu sınırlılıkların aşılması için ülkeye özgü dijital finansal okuryazarlık endekslerinin geliştirilmesi ve düzenli aralıklarla güncellenmesi; hem akademik araştırmalar hem de politika yapım süreçleri açısından kritik bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır (*Rani vd., 2025*).

Ölçüm süreçlerinin demografik kısımları yeterince temsil eden örneklemelerle yürütülmesi; farklı toplumsal gruplar arasındaki dijital finansal yetkinlik farklarının görünür kılınması ve politika önceliklerinin bu verilere göre şekillendirilmesi açısından zorunlu bir koşuldur. Türkiye bağlamında ise mevcut ampirik çalışmaların büyük ölçüde kolayca örneklemeler üzerinde yoğunlaştığı; kırsal kesimi, yaşlı nüfusu ve düşük gelirli hanehalkları gibi en savunmasız grupları kapsayan temsili veri setlerinin son derece sınırlı kaldığı görülmektedir (*Kaya & Kaya, 2023*). Bu veri boşluğunun

kapatılması; hem akademik bilgi birikiminin güçlendirilmesi hem de kanıta dayalı politika tasarımının önünün açılması açısından öncelikli bir gündem maddesi olmalıdır.

#### 4.5. Güvenli Dijital Finansal Davranışların Teşviki

Dijital finansal yetkinliğin davranışsal boyutuna yönelik politikalar, bilgi aktarımının ötesinde bireyin günlük finansal pratiklerini güvenli ve bilinçli biçimde sürdürmesini destekleyen somut araçları da kapsamalıdır. Güçlü şifre kullanımı ve çok faktörlü kimlik doğrulamanın yaygınlaştırılması; yalnızca bireysel tercih meselesi olarak ele alınmamalı, kurumsal yükümlülükler ve düzenleyici standartlar aracılığıyla sistemik düzeyde desteklenmelidir (*Ayaz & Gündüz, 2025; Komandla, 2023*).

Uygulama güvenliğine ilişkin farkındalığın artırılması da bu kapsamda değerlendirilen bir öncelik alanı olarak öne çıkmaktadır. Kullanıcıların yalnızca güvenilir kaynaklardan uygulama indirmesi, uygulama izinlerini bilinçli biçimde yönetmesi ve düzenli güncellemelerin önemini kavraması; hem bireysel güvenliği hem de daha geniş ölçekte dijital finansal ekosisteminin bütünlüğünü korumak açısından işlevsel birer savunma katmanı oluşturmaktadır (*Yanchuk vd., 2025; Ogunola vd., 2024*). Bu farkındalığın yalnızca belirli platformlar üzerinden yürütülen kampanyalarla sağlanamayacağı; çok kanallı, sürekli ve katılımcı bir iletişim stratejisine ihtiyaç duyulduğu açıktır.

Son olarak, kullanıcı sorumluluğunu kurumsal hesap verebilirlikten ayrı tutmamak gerektiği vurgulanmalıdır. Bireysel farkındalık ve beceri geliştirme çabalarının kalıcı sonuçlar üretebilmesi; finansal kurumların, teknoloji şirketlerinin ve kamu otoritelerinin kendi sorumluluk alanlarını dürüstçe sahiplenmelerine ve kullanıcı güvenliğini stratejik bir öncelik olarak benimsemelerine bağlıdır (*Madasi, & Pratibha, 2024*). Dijital finansal sistemin sürdürülebilir güvenliği; ne yalnızca teknolojik çözümlerle ne de yalnızca bireysel eğitimle sağlanabilir; bu iki unsurun birbirini tamamladığı bütüncül ve çok paydaşlı bir yaklaşım zorunludur.

### SONUÇ

Dijitalleşme, finansal sistemleri tarihsel olarak eşi görülmemiş bir hız ve derinlikte dönüştürmekte; bu dönüşüm bireylerin ekonomik yaşamla kurdukları ilişkinin temel mantığını köklü biçimde yeniden biçimlendirmektedir. Geleneksel finansal okuryazarlık anlayışının çerçevelediği dünya; yavaş işleyen, görece öngörülebilir ve kurumsal güvencelerle desteklenen bir finansal ortamı yansıtmaktaydı. Oysa günümüzün dijital finansal ekosistemi; anlık işlemler, algoritmik kararlar, küresel piyasalarla doğrudan

temas ve sürekli değişen risk profilleriyle tanımlanan çok daha karmaşık, çok daha hızlı ve çok daha talepkâr bir yapıya bürünmüştür. Bu dönüşüm karşısında dijital finansal okuryazarlık; artık bir tercih ya da ek yetkinlik olmaktan çıkmış, bireyin ekonomik varoluşunu sürdürebilmesinin temel koşulu haline gelmiştir.

Bu bölüm boyunca ele alınan kavramsal çerçeve, riskler ve yetkinlik modeli bir bütün olarak değerlendirildiğinde, üç temel bulgu öne çıkmaktadır. Birincisi, dijital finansal okuryazarlığın geleneksel finansal bilginin basit bir dijital uzantısı olmadığıdır. DFO; teknik beceriler, eleştirel düşünme kapasitesi, siber güvenlik farkındalığı, davranışsal öz-düzenleme ve dijital haklara ilişkin bilinç gibi birbirini tamamlayan ve birbirinden beslenen çok katmanlı bir yetkinlik yapısını kapsamaktadır (*Prykaziuk & Khodakivska, 2023; Choung vd., 2023*). Bu yapının herhangi bir katmanındaki eksiklik, bireyi hem finansal hem de güvenlik açısından ciddi risklerle karşı karşıya bırakmaktadır.

İkincisi, dijital finansal ortamın barındırdığı risklerin boyut ve çeşitlilik açısından sürekli genişlediğidir. Kimlik avı saldırıları, sosyal mühendislik taktikleri, yanıltıcı sosyal medya içerikleri, algoritmik manipülasyon ve bilişsel önyargıların dijital ortamda güçlenmesi; bireylerin karşılaştığı tehdit tablosunu giderek daha karmaşık bir görünüme büründürmektedir (*Vodnala & Gangadhar, 2025; Ogunola vd., 2024; Sarin, 2024*). Bu risklerin yönetilebilmesi için bireysel farkındalık kaçınılmaz olmakla birlikte tek başına yeterli değildir; kurumsal hesap verebilirlik ve etkin düzenleyici çerçeveler de bu denkleme dahil edilmek zorundadır.

Üçüncüsü, dijital finansal okuryazarlığın toplumsal düzeydeki dağılımının derin eşitsizlikler barındırdığıdır. Yaşlı bireyler, düşük gelirli gruplar ve kırsal nüfus başta olmak üzere toplumun önemli bir kesimi; dijital finansal hizmetlere erişim ve bu hizmetleri güvenli biçimde kullanma konusunda yapısal dezavantajlarla mücadele etmektedir (*Wang vd., 2022; Rašticová vd., 2025*). Dijital uçurum olarak adlandırılan bu eşitsizlik; yalnızca teknolojik altyapı meselesi olmayıp bilgi, güven ve kurumsal destek boyutlarını da kapsayan çok katmanlı bir sosyal sorundur. Bu eşitsizliğin giderilmeden sürdürülen dijitalleşme süreci; finansal katılımı genişletmek bir yana, var olan ekonomik uçurumları daha da derinleştirme riski taşımaktadır (*Putra vd., 2024*).

Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, tablonun sistematik bir müdahale gerektirdiği açıkça görülmektedir. Finansal okuryazarlık düzeyinin hâlâ yetersiz olduğu, ulusal ölçekte temsili veriye dayanan kapsamlı araştırmaların son derece sınırlı kaldığı ve eğitim sisteminin dijital finansal yetkinlikleri müfredata bütünleşik biçimde henüz içselleştiremediği Türkiye; bu alanda

yapılacak akademik ve politika odaklı çalışmalar açısından hem zorunlu hem de verimli bir zemin sunmaktadır (*Kaya & Kaya, 2023; Çetin, 2024; Özbek, 2020*). Kamunun, özel sektörün, sivil toplumun ve akademinin koordineli biçimde hareket edeceği ulusal bir dijital finansal okuryazarlık stratejisinin geliştirilmesi; bu zemini somut kazanımlara dönüştürebilecek en işlevsel politika aracı olarak öne çıkmaktadır.

Bununla birlikte, bu bölümde Türkiye'ye ilişkin olarak sunulan değerlendirmelerin belirgin metodolojik sınırlılıklar taşıdığını açıkça belirtmek gerekmektedir. Mevcut ampirik literatür, ağırlıklı olarak üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları gibi görece homojen ve eğitilmiş örneklem üzerinde yürütülmüş olup (*Kaya & Kaya, 2023; Özbek, 2020*); kırsal nüfus, düşük gelirli hanhalkları, yaşlı bireyler ve göçmen topluluklar gibi en kırılgan grupları kapsayan temsili veri setleri yok denecek kadar azdır (*Çetin, 2024*). Ulusal ölçekte geçerli ve güvenilir bir DFO endeksinin henüz geliştirilmemiş olması, Türkiye'ye dair çıkarımların karşılaştırmalı bir zemine oturtulmasını güçleştirmektedir. Ayrıca, mevcut çalışmaların kesitsel tasarımlara dayanması, dijital finansal okuryazarlık düzeyindeki zamansal değişimi ve eğitim müdahalelerinin nedensel etkisini değerlendirmeye imkân vermemektedir. Bu kısıtlar, bölümdeki Türkiye odaklı argümanların ihtiyatla yorumlanmasını gerektirmekte; söz konusu bulguların Türkiye nüfusunun tamamına genellenemeyeceğine işaret etmektedir. Gelecek araştırmaların çok aşamalı tabakalı örnekleme stratejileriyle yürütülmesi ve boylamsal veri toplaması, bu metodolojik boşlukların giderilmesi açısından öncelikli bir ihtiyaçtır.

Geleceğe yönelik bir perspektiften bakıldığında, dijital finansal okuryazarlık alanının, yapay zeka, metaverse ortamları ve merkez bankası dijital paraları gibi dönüştürücü teknolojilerin finansal sistemi giderek karmaşıkleştirmesine paralel olarak çok daha kritik bir önem kazanacağı öngörülmektedir (*Kaur vd., 2023; Chari, S. G. 2025*). Bu teknolojilerin beraberinde getireceği yeni finansal davranış biçimleri, yeni risk kategorileri ve yeni etik sorular; DFO çerçevesinin statik bir yapı olarak değil, sürekli güncellenen ve genişleyen dinamik bir model olarak tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır. Akademik araştırmaların bu dinamizmi takip edebilmesi; hem kavramsal çerçevelerin hem de ölçüm araçlarının düzenli olarak yenilenmesine bağlıdır.

Bu bölüm, mevcut DFO literatürüne üç temel özgün katkı sunmaktadır. Birincisi, dijital finansal okuryazarlığı geleneksel finansal okuryazarlığın basit bir dijital uzantısı olarak değil; teknik beceriler, eleştirel bilgi değerlendirme kapasitesi, siber güvenlik farkındalığı, davranışsal öz-düzenleme ve dijital haklar bilinci olmak üzere beş katmanlı, bütünleşik bir yetkinlik çerçevesi olarak kavramsallaştırmasıdır. Bu çerçeve, literatürdeki parçalı ta-

nımları bir üst yapı altında toplamakta ve DFO'nun disiplinlerarası doğasını görünür kılmaktadır. İkincisi, dijital finansal riskleri —siber dolandırıcılık, sosyal mühendislik, algoritmik manipülasyon ve bilişsel önyargıları— tek bir analitik düzlemde bütünleştirerek, bu risklerin birbiriyle etkileşimini ve birbirini besleme mekanizmalarını ortaya koymasındadır. Bu bütüncül risk analizi, eğitim ve politika müdahalelerinin niçin çok boyutlu olması gerektiğine dair kavramsal bir temel sağlamaktadır. Üçüncüsü, Türkiye bağlamındaki mevcut ampirik birikimi sistematik biçimde değerlendirerek, ulusal bir DFO stratejisinin önündeki yapısal engelleri ve veri boşluklarını somutlaştırmasıdır. Bu katkılar bir arada, DFO'yu yalnızca bir bireysel beceri seti olarak değil; aynı zamanda kurumsal hesap verebilirlik, düzenleyici çerçeveler ve toplumsal eşitlikle doğrudan bağlantılı yapısal bir mesele olarak konumlandırmaktadır.

Sonuç itibarıyla bu bölüm, dijital çağda finansal okuryazarlığın yalnızca teknik bir yetkinlik meselesi değil; aynı zamanda sosyal adalet, ekonomik katılım ve bireysel özerkliği doğrudan ilgilendiren yapısal bir toplumsal mesele olduğunu ortaya koymaktadır. Bireylerin dijital finansal sistemde güvenli, bilinçli ve etkin biçimde yer alabilmesi; onlara sunulan eğitim fırsatlarının niteliğine, bu fırsatlara erişimin eşitliğine ve kurumsal ile düzenleyici çerçevelerin bu süreci destekler nitelikte tasarlanmasına bağlıdır. Dijitalleşmenin sunduğu fırsatların gerçek anlamda kapsayıcı bir refaha dönüşebilmesi; ancak bu koşulların birlikte sağlandığı bir ortamda mümkün olacaktır. Aksi hâlde dijitalleşme, yalnızca varolan eşitsizlikleri yeniden üreten ve derinleştiren bir teknolojik süreç olarak kalmaya devam edecektir.

## KAYNAKÇA

- Ahamed, A. J. (2025). Chapter-1 FINANCIAL LITERACY. Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5084835>
- Aisyah, N., Isoni, I., & Suryani, R. (2025). Behavioral Finance in the Digital Age: How Social Media Influences Investment Decisions. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 347–354. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.6519>
- Akbal, F. (2025). Narasi Digital dan Keputusan Finansial: Tinjauan Sistematis tentang Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Investor dan Analisis Keuangan. *Future Academia*, 3(3), 1262–1278. <https://doi.org/10.61579/future.v3i3.577>
- Ayaz, İ., & Gündüz, M. Z. (2025). Evaluation of Effective Password Generation Processes in Terms of Cyber Security. *Bitlis Eren Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 14(3), 1306–1330. <https://doi.org/10.17798/bitlisfen.1569257>
- Baba, M. M., & Gümüş, N. (2026). Financial Literacy in Türkiye: A Bibliometric Analysis. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (110), 163-182.
- Bondili, N. S. B. C., Khound, K., Dongre, S., Jose, C. P., Chadwick, L. B., Krishnamoorthy, A., Lee, S. J., & Singh, S. (2025). Digital Banking and Fintech Disruption: A Systematic

- Review of Financial Innovation. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 279–287.
- Bushra & Mir, M. A. (2024). Digital Financial Literacy and Financial Well-Being. In G. Malik, R. Bansal, S. Gupta, & Y. Ansari (Eds.), *Emerging Perspectives on Financial Well-Being* (pp. 57-73). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1750-1.ch003>
- Chari, S. G. (2025). Unveiling the digital frontier: A comprehensive study of virtual digital assets, AI, cryptocurrencies, and metaverse. *International Journal of Computer Application*, 15(5), 17-146.
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Colić, V. (2022). Financial literacy: Best practices. *Norma*, 27(1), 41–52. <https://doi.org/10.5937/norma27-38377>
- Çavuşoğlu, S. & Doğan, Ö. (2025). Finansal Okuryazarlığın İnternet Bankacılığı Tutumu ve Kredi Kartı Kullanımı Tutumu Üzerine Etkisinde Dijital Okuryazarlığın Aracılık Rolü. In: İpek, E. & İpek, Ö. (eds.), *Dijital Ekonomi, Finansal Piyasalar ve İşletme Çalışmaları*. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1021.c4097>
- Çetin, M. (2024). Küresel ve Ulusal Düzeyde Finansal Okuryazarlık ve Yatırımcı Eğitimi Çalışmaları Üzerine İnceleme. *Dogus University Journal*. <https://doi.org/10.31671/doujournal.1301010>
- Dalabaev, U. (2025). Digital financial literacy as a driver of economic inclusion in emerging economies. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15312505>
- Desyatnyuk, O., & Птащенко, O. B. (2024). Impact of Digitalization on Financial Systems and Services. 334–337. <https://doi.org/10.1109/acit62333.2024.10712540>
- Dhangu, M. H. (2025). Digital banking and the evolution of financial services. *CompSci Journal*, 1(2), 1–3. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17098473>
- Er, H., Er, M., & Altunışık, R. (2026). Y ve Z Kuşağının Dijital Finansal Okuyarlık Düzeylerinin İncelenmesi. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 9(17), 170-191.
- Golden, W. J., & Cordie, L. (2022). Digital Financial Literacy. *Adult Literacy Education*, 4(3), 20–26. <https://doi.org/10.35847/wgolden.lcordie.4.3.20>
- Gumilar, D. W. A., Sangka, K. B., & Totalia, S. A. (2024). Digital Financial Literacy and Digital Financial Inclusion in the Era of Digital Disruption: Systematic Literature Review. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(5), 1563–1576. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i5.9213>
- Kaur, N., Agarwal, V., & Gulati, S. (2023). Metaverse and Fintech: Pathway for Innovation and Development. 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICIPTM57143.2023.10117956>
- Kaya, E., & Kaya, Ö. (2023). Türkiye’de Finansal Okuryazarlık: Ampirik Araştırmalar Üzerine Bir İnceleme. Özgür Yayınları. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub395.c1727>
- Khan, F. (2024). Does Financial Education Improve The Use of Fintech Services And Boost Sustainable Financial Inclusion? An Investigation Using Extended Technology Acceptance Model. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10874584>

- Kipngetich, A. (2025). A review of online scams and financial frauds in the digital age. *GSC Advanced Research and Reviews*, 22(1), 302–329 <https://doi.org/10.5281/zenodo.17034640>
- Komandla, V. (2023). Safeguarding Digital Finance: Advanced Cybersecurity Strategies for Protecting Customer Data in Fintech. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13864692>
- Kulkarni, M. S., Pramod, D., & Patil, K. P. (2025). Digital Financial Literacy and Its Impact on Financial Inclusion and Financial Well-Being. 390–395. <https://doi.org/10.1109/aic66080.2025.11211919>
- Kumar, P., Pillai, R., Kumar, N., & Tabash, M. I. (2023). The interplay of skills, digital financial literacy, capability, and autonomy in financial decision making and well-being. *Borsa Istanbul Review*, 23(1), 169-183.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of economic literature*, 52(1), 5-44.
- Madasi, A., & Pratibha, G. (2024). Cybersecurity measures for financial data. *International Journal of Advance and Applied Research*, 5(10)
- Mariana, C. D., Husodo, Z. A., Ekaputra, I. A., & Fahlevi, M. (2025). The Digital Payment Revolution in the Metaverse: A Systematic Review of Emerging Technologies, Challenges, and Future Directions. *Strategic Change*. <https://doi.org/10.1002/jsc.2676>
- Muslim, M. (2024). The Evolution of Financial Products and Services in the Digital Age. *Advances in Economics & Financial Studies*, 2(1). <https://doi.org/10.60079/aefs.v2i1.269>
- Raviteja N. (2024). Financial Technology (Fintech) and Banking Industry Transformation: A Symbiotic Evolution into the Digital Era. <https://doi.org/10.59256/ijreat.20240401004>
- OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy. (2023). OECD Business and Finance Policy Papers. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>
- Ogunola, A. A., Sonubi, T., Toromade, R. O., Ajayi, O. O., & Maduakor, A. H. (2024). The intersection of digital safety and financial literacy: Mitigating financial risks in the digital economy. *International Journal of Science and Research Archive*. <https://doi.org/10.30574/ijra.2024.13.2.2183>
- Onay, C., Aydin, G., & Kohen, S. (2023). Overcoming resistance barriers in mobile banking through financial literacy. *International Journal of Mobile Communications*, 21(3), 341-364.
- Özbek, A. (2020). Türkiye’de bankaların web sayfa uygulamalarında finansal okuryazarlık içeriği. 4(3), 145–156. <https://doi.org/10.47525/ULASBID.790934>
- Özbilge, G., & Demirel, S. (2023). The Role of Digital Skills in Household Finance: Micro Evidence from Turkey.
- Prykaziuk, N., & Khodakivska, Y. (2023). Digital financial literacy: components and methods of enhancement. *Innovation and Sustainability Series*. <https://doi.org/10.31649/ins.2023.2.31.37>
- Putra, F. H., Suhardjanto, D., Trinugroho, I., & Arifin, T. (2024). Overcoming Barriers to Inclusion: The Role of Financial Literacy and Digital Divide in Expanding Financial

- Access in Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(8). <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.5608>
- Rani, J., Guru, R., Santhanam, S., & Mitra, B. (2025). Advancing Financial Literacy in the Digital Age. *Advances in Computational Intelligence and Robotics Book Series*, 357–390. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-0725-1.ch013>
- Rašticová, M., Versal, N., Prykaziuk, N., Balytska, M., & Dudnyk, Y. (2025). Digital banking and (in)equality: a systematic overview. *Finansovo-Kreditna Diál'nist': Problemi Teorii Ta Praktiki*, 1(60), 49–62. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.1.60.2025.4657>
- Sarin, A. B. (2024). Behavioral Finance in the Digital Era. *Advances in Finance, Accounting, and Economics Book Series*, 1–26. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8583-8.ch001>
- SOYKAN, H., & CİHANGİR, Ç. K. (2025). Sosyal Medyanın Finansal Okuryazarlık Üzerindeki Etkisi: Samsun Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 60(4), 4204-4228.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin.
- Tursunov, O. O. (2023). The impact and challenges of financial cybersecurity: safeguarding the digital economy. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8045117>
- Van Hove, L., & Ahunov, M. (2024). Financial literacy: different indicator, different insights? *Cogent Economics & Finance*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2437005>
- Vieira, K. M., Junior, F. de J. M., & Potrich, A. C. G. (2020). Measuring financial literacy: proposition of an instrument based on the Item Response Theory. 42, 38. <https://doi.org/10.5902/2179460X39864>
- Vodnala, S., & Gangadhar, M. (2025). Cyber Frauds & Fiduciary Fumbles: Unveiling the Dark Side of Social Media Investment Advice. *International Journal For Multi-disciplinary Research*, 7(2). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i02.39371>
- Wang, D., & Zou, T. (2024). Financial literacy, Cognitive bias, And personal investment decisions: A new perspective in behavioral finance. *Environment & Social Psychology*, 9(11). <https://doi.org/10.59429/esp.v9i11.3050>
- Wang, Q., Liu, C., & Lan, S. (2022). Digital literacy and financial market participation of middle-aged and elderly adults in China. *Economic and Political Studies*, 1–28. <https://doi.org/10.1080/20954816.2022.2115191>
- Yanchuk, V., Talaver, O., Dunev, S., & Dovgaluk, I. (2025). Data security in financial assistants [Фінансові помічники: забезпечення безпеки даних]. *Sciences of Europe*, 166, 72-75. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15654554>
- Zaimović, A., Nuhic Meskovic, M., Dedović, L., Arnaut-Berilo, A., Zaimović, T., & Torlaković, A. (2024). Measuring Digital Financial Literacy. *Procedia Computer Science*, 236, 574–581. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.05.068>
- Zait, A., & Berteau, P. E. (2014). Financial Literacy – Conceptual Definition and Proposed Approach for a Measurement Instrument. *The Journal of Accounting and Management*, 3, 37–42. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:dug:jaccma:y:2014:i:3:p:37-42>

## ENGELLİLERLE İLETİŞİM

Dr. Gıyasettin TAYFUR<sup>1</sup>

### ÖZET

Engelli bireylerle iletişim, fiziksel, duyuşal, zihinsel, gelişimsel veya çoklu engellere sahip bireylerle etkili, saygılı, erişilebilir ve kapsayıcı etkileşimler kurma sürecidir. Engelli bireylerle iletişim, insan hakları, sosyal içirme ve eşit katılımın temel bir sorunu olarak kabul edilmektedir.

Farklı engelli grupları farklı iletişim yaklaşımları gerektirebilir. Görme engelli kişilerle iletişim kurarken, net sözlü açıklamalar, kesin talimatlar ve erişilebilir bilgi formatları şarttır. İşitme engelli bireyler için iletişim, işaret dili, yazılı iletişim, altyazı veya görsel ipuçlarıyla desteklenen konuşmayı içerebilir. Fiziksel engelli kişilerle iletişim, kişisel bağımsızlığa saygı duymaya ve yetenekleri hakkında varsayımlarda bulunmaktan kaçınmaya odaklanmalıdır. Zihinsel veya gelişimsel engelli bireyler için, basit dil kullanımı, görsel destekler, tekrar ve yeterli işlem süresi, anlamayı ve katılımı artırabilir. Down sendromlu ve otizmlili bireylerle iletişimde, bireylerin bilişsel, sosyal ve gelişimsel özelliklerini dikkate alarak etkili, saygılı ve kapsayıcı etkileşimler kurulabilir. Bu nedenle iletişim sürecinde bireysel farklılıkların dikkate alınması temel bir gerekliliktir.

Engelli bireylerle iletişim, salt bilgi alışverişinin ötesine geçer. Kapsayıcı iletişim uygulamalarını benimseyerek ve iletişim engellerini ortadan kaldırarak, toplumlar engelli bireylerin yaşamın tüm alanlarına tam ve bağımsız olarak katılabilecekleri ortamlar yaratabilirler. Bu tür çabalar, eşitlikçi, çeşitli ve kapsayıcı toplulukların gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunur.

*Anahtar Kelimeler: İletişim, Engel, Gelişim, Etkileşim*

---

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Geyve MYO Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü  
gtayfur@subu.edu.tr

## GİRİŞ

İletişim, bireylerin bilgi alışverişinde bulunduğu, duygularını ifade ettiği, ilişkiler kurduğu ve sosyal hayata katıldığı temel bir insan sürecidir. Etkili iletişim, karşılıklı anlayışı, sosyal entegrasyonu ve toplumda eşit katılımı teşvik etmede çok önemli bir rol oynar. Bununla birlikte, iletişim tüm bireyler tarafından aynı şekilde deneyimlenmez.

Engelli bireyler, farklı iletişim ihtiyaçları ve tercihleri olan bireylerdir. Görme engelliler, işitme engelliler, fiziksel engelliler, zihinsel engelliler, otizm spektrum bozukluğu olanlar, Down sendromlular ve diğer gelişimsel sorunları olan bireyler farklı iletişim stratejilerine ve uyarlamalara ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle, engellilerle yapılan bireysel farklılıklara saygıya, erişilebilirliğe ve kapsayıcılığa dayanmalıdır. Kişi merkezli iletişim yaklaşımlarının benimsenmesi, bireylerin öncelikle insan olarak tanınmasını ve yalnızca engelleriyle tanımlanmamasını sağlar.

Bu bölüm, engelli bireylerle iletişimin teorik temellerini, ilkelerini ve pratik boyutlarını incelemektedir. Erişilebilir ve kapsayıcı iletişim kavramlarını ele almakta, farklı engelli grupları için iletişim stratejilerini tartışmakta ve etkili etkileşimleri teşvik etmede empati, saygı ve erişilebilirliğin rolünü vurgulamaktadır. Engelli bireylerin çeşitli iletişim ihtiyaçlarını anlamak, tüm bireylerin haklarını tam olarak kullanabildiği, kimliklerini ifade edebildiği ve sosyal hayata anlamlı bir şekilde katılabildiği eşitlikçi toplumlar geliştirmek için elzemdir.

### 1. İletişim Kavramı

İnsan sosyal bir varlıktır, bu nedenle çevresindekilerle düşüncelerini, görüşlerini paylaşmak ve onlarla hayatı birlikte yaşamak ister. (Necip, 2003:17) İnsanın yaşamını devam ettirebilmesi ve toplumsal etkileşimi sağlayabilmek için iletişim eyleminde bulunması zorunludur. (Tutar-Yılmaz, 2003:7)

İletişim, iletilmek istenen konunun ilgili herkes tarafından tam olarak anlaşılabilmesi amacıyla, bilgi kanaat ve yada düşüncelerin yazı, konuşma ve görsel araçlarla veya bunların bir arada kullanımıyla iletilmesi, alınması ve değiştirilmesidir. (Sillars, 2001 :1)

*İletişim*, bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanırlarla, davranış biçimlerinin kaynak ile alıcı arasındaki bir ilişki yoluyla bir insan ya da insanlardan diğerine bazı kanallar kullanılarak, anlam olarak üzerinde uzlaşılan simgeler aracılığıyla değişimi ve aktarılması sürecidir (Yüksel, 2010:11)

İletişim genel olarak ikiye ayrılır: İfade edici iletişim ve alıcı iletişim. İfade edici iletişim, başkalarına istek ya da görüş bildirmeyi hedeflerken; *alıcı iletişim*, başkaları tarafından iletilen isteği ya da görüşü almayı hedefler. (<https://www.rehabilitasyon.com>)

Doğası gereği iletişim kurmak insanın temel ihtiyaçları arasındadır. Aile, okul, iş, arkadaş, eş, kurumlar hatta devlet bile bireyin iletişim kurduğu birimlerdir. Bireyin hayatta var olma mücadelesinde onun için en önemli rehabilitasyon kaynağı öncelikle kendini ifade edebilmesidir. Bu sebeple iletişimin insan hayatında önemli bir yeri vardır ve çevresiyle anlaşabilmesinde en büyük araçtır. Çünkü canlılar içinde özellikle insan, çevresiyle olan iletişimin yaygınlığı oranında sosyal hayatta kendisine yer bulmaktadır. Birey iletişim neticesinde sevgiyi, mutluluğu, başarıyı, üzüntüyü, başarısızlığı, problemleri paylaşacaktır. Dertleri paylaştıkça paylaşmanın verdiği deşarjla, üzüntüleri, problemleri dert etmekten çıkarabilecek, sevincine sevinç katabilecektir. (Özdemir,2017:144) Ayrıca ruhsal - bedensel ihtiyaçları gidermek için de iletişim oldukça gereklidir. Toplum düzeninin sağlanması ya da kanun ve kuralları sağlıklı bir biçimde işletilmesi için yine iletişim gereklidir. (<https://www.neoldu.com>).

İletişim becerileri gelişimi insanın doğduğu andan itibaren başlar. Koşul ve olanaklara göre farklılık gösterse de bu beceri gelişimi, yaşamın her anında farklı yöntem ve özelliklerin kazanılması ile devam eder. Geçmiş çağlarda dünya üzerinde yaşayan birçok toplum, farklı iletişim yetenekleri kazansa ve iletişimin farklı yöntemleri üzerinde gelişme sağlasa da insanların birbirleri ile ilişki kurma çabası her zaman tüm insanlığın ortak yönlerinden biri olmuştur. (<https://www.otsimo.com>)

## 1.1. İletişim Engeli

İletişim engelleri (*veya bariyerleri*) adı verilen faktörler, iletişim sürecinin çeşitli unsurlarını etkilemekte ve sonuçta iletişim noksanlığı ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle *iletişim engeli*, bireyin, ailesiyle, çevresiyle, arkadaşlarıyla iletişim kurmada karşılaştığı engellerdendir. Aile, çevre ve akranlar, kişiyle ne kadar çok iletişim kurma çabası ve arayışı içerisinde olursa, engelli bireyin sosyalleşmesi de o kadar kolay olacaktır. İletişimin kurulması, sosyalleşmeyi arttıracak, yalnızlığı ve bireyselleşmeyi bastıracaktır. Bu da bireyin sosyalleşmesinin önündeki engeli kaldıracaktır. Yani sosyalleşme, bireydeki yalnızlık duygusu gibi karmaşık düşünceleri yok edecektir (Özdemir,2017:144).

### 1.1.1. Etkin Bir İletişimi Engelleyen Başlıca Faktörler

#### 1.1.1.1. Kişisel Faktörler

Kişisel amaçlar, hisler, duygular, değer yargıları ve alışkanlıklar, bir yandan mesajı oluşturan sembollerini formüle etmeyi etkilerken bir yandan da belirli kişilerden gelen mesajlara karşı olumsuz ve kayıtsız bir tutum takınmaya sebep olabilir. Başka bir deyişle alıcının göndericiye olan tu-

tumu, güveni ve inancı, göndericiden gelecek mesajları farklı şekillerde değerlemesi ile sonuçlanacaktır.

#### 1.1.1.2. Gürültü (Fiziksel ve İçsel Faktörler)

*Gürültü* iletişim eylemini yani mesajın kaynaktan hedefe doğru bir şekilde gitmesini engelleyen her türlü unsurdur. Gürültüyü fiziksel ve içsel olmak üzere ikiye ayırabiliriz. Gözle görülen, kulakla duyulan engelleyicilere fiziksel, hedefin kendi iç dünyasında oluşan ve mesajın doğru alınmasını engelleyen etkenlere de içsel gürültü denir.

#### 1.1.1.3. Semantik Faktörler

Semantik faktörler mesajı formüle etmek için kullanılan sembollerle ilgilidir. Bazı sembollerin birden fazla anlamı olması yanında, belirli bir sembol belirli kişiler için farklı anlamlar ifade edebilir. Bu nedenle göndericinin bir sembole verdiği anlam ile alıcının buna verdiği anlam farklı olabilir.

#### 1.1.1.4. Zaman Baskısı

Bazen iletişim sürecinin aldığı süre de bir bariyer olarak görülebilir. Örneğin, özellikle zaman baskısı varsa mesaj asıl alıcıya ulaştırılmak üzere başka birisine aktarılır.

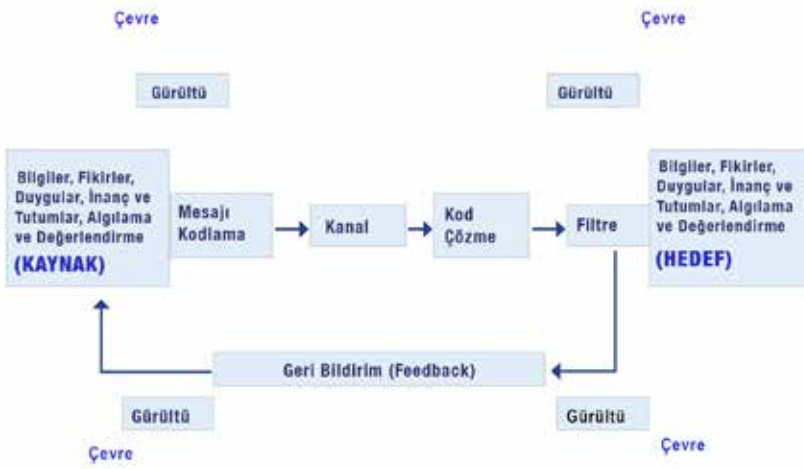
#### 1.1.1.5. Algılamadaki Seçicilik

*Algılamadaki seçicilik* bazı mesajların veya mesajın bir kısmının algılanmaması ile ilgilidir. Örneğin kişiler belirli öntiplere ve önyargılara sahip iseler, belirli kaynaktan gelecek olan mesajları ya hiç algılamayacaklar veya göndericinin kastettiğinden farklı bir şekilde algılayacaklardır. (Koçel,2005:544-545)

#### 1.1.2. İletişimin Kişisel Engelleri

- Dil ve anlatım güçlükleri
- Dinleme ve algılama yetersizliği
- Bilgi eksikliği
- Statü farklılıkları
- Cinsiyet farklılıkları ve kültürel farklılıklar
- Hatalı tanımlama
- Algılama farklılıkları
- Gürültü

- Duygusal faktörler
- Sözlerle mimikler arasındaki uyumsuzluk
- Yetersiz bilgi
- Eksik pekiştirme
- Yüz yüze iletişim olanağı bulamamak
- İletişimde farklı ve yetersiz kanal kullanmak (<https://www.sanalsantiye.com>)



Şekil:1 Temel İletişim Süreci

## 1.2. Temel İletişim Sürecinde Yer Alan Faktörler

### 1.2.1. Kaynak

*Kaynak* iletişim sürecinin başlangıcını temsil eder, yani iletişimi başlatan taraftır. Kaynak bir kişi veya bir kurum olabilir. Kaynak, bilgilerini duygularını, tutumlarını ve davranışlarını hedefe ulaştırmak ister. İletinin hedef üzerinde istenilen etkiyi ya da sonucu oluşturmasında birinci derecede önemlidir. İletişim sürecinde istenilen sonuca ulaşılması açısından kaynağın iletiyi aktarmadaki durumu hem iletinin anlaşılabilirliği hem de hedef üzerinde etki oluşturması açısından ele alındığında geniş bir kapsama sahiptir. Bu nedenle kaynak durumundaki kişi, kurum ya da birimlerin hedef kitleyi oluşturan bireylere oranla, olaylar arasındaki ilişkileri çabuk kavrayabilmeleri, isabetli kararlar alabilmeli, duygu ve düşüncelerini akıcı bir üslupla, akılcı ve etikli bir şekilde ifade edebilmeleri gerekmektedir. (Işık ve Biber, 2006: 13)

### 1.2.2. Mesaj

Mesaj, kaynak tarafından hedefe gönderilen ve iletişimin gerçekleşmesini sağlayan önemli unsurlarından birisidir. Mesaj kaynağın bir kanal vasıtasıyla, hedef kitleye gönderdiği her türlü bilgi, duygu ve düşünceye *mesaj* denir. İletişim sürecinde mesajlar kaynak tarafından oluşturulup, kodlanarak, bir kanal ile hedef kitleye sunulmaktadır. Mesaj oluşturulmasında hedef kitlenin yaş, cinsiyet, gelir ve eğitim durumu gibi sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özelliklerinin dikkate alınması gerekmektedir.

İletişim sürecinde mesajını oluşturup, bir kanalla hedef kitleye gönderen kaynak, mesajın hedef kitle tarafından kendi istediği şekilde algılanmasını ister. Bunu sağlamak için kaynak mesajı dikkat çekici ve ilgi uyandırıcı bir biçimde hazırlayarak, en uygun zaman ve içerikle hedef kitleye ulaştırmalıdır.(*Işık, 2013:10*)

### 1.2.3. Mesajı Kodlama

Mesajın iletilmesini sağlamak için önce kodlanması gerekir. *Kod* mesajın işaret haline dönüştürülmesinde kullanılan simgeler ve bunların arasındaki ilişkileri düzenleyen kurallar bütünüdür. (*Cüceloğlu,1992:76*)

Mesajın kodlanma şekli mesajın özelliğine göre değişiklik gösterir. Sözlü bir mesaj gönderilecekse kodlama işlemi sözcüklerle, görsel bir mesaj gönderilecekse, fotoğraf, şekil, hareketli görüntülerle, yazılı bir mesaj gönderecekse yazıya gerçekleştirilir.

### 1.2.4. Kanal

*Kanal*; kaynak ve hedef alıcı arasında yer alan ve simge veya sembollere dönüşmüş (*kodlanmış*) iletinin gitmesine olanak sağlayan yoldur. Hem yüz yüze iletişimde, hem de kitle iletişimde kaynak mesajlarını hedefe ulaştırmak için mutlaka bir kanala ihtiyaç duyar. Yüz yüze iletişimde ses, beden ve giysiler kanal olarak ifade edilebilir. Kitle iletişimde ise gazete, radyo ve televizyonlar kitle iletişim kanalı olarak kabul edilmektedir. (*Işık,2005:24*) İletişim kanalının sayısı arttıkça iletişimin etkinlik derecesi de artar.

### 1.2.5. Kod Çözme

Kaynaktan kodlanarak gelen mesaj, hedef tarafından çözülür. Mesaj sesli ise kulakla, görsel veya yazılı ise gözle, görsel-işitsel ise göz ve kulakla çözülecektir.

### 1.2.6. Alıcı ( Hedef )

*Hedef* kaynaktan gelen mesajı alan kişi veya kişilerdir. Kaynak bir kişi olmasına rağmen hedef bir veya birden fazla kişi olabilir. Hedef kaynaktan gelen mesajı, kendi düşüncelerine, inançlarına göre filtre ederek alır.

### 1.2.7. Geri Bildirim (Feedback)

Geribildirim iletişim sürecinin son aşamasıdır. *Geribildirim* kaynaktan gelen mesaja hedefin cevap vermesidir. Geri bildirim ile kaynaktan gelen mesajın hedef tarafından, nasıl ve ne kadar anlaşıldığı diğer bir değişle kaynağın istediği şekilde anlaşılıp anlaşılmadığı bilinmiş olur. Geri bildirim bir iletişim sürecinin denetim mekanizmasıdır

<http://www.kitleiletisimi.blogspot.com.tr>).

*Çevre*; İletişim eyleminin gerçekleştiği mekân iletişimin çevresini oluşturur. Bu çevre okul, sokak, ev vb olabilir.

## 1.3. İletişimin Fonksiyonları

İletişimin herhangi bir sosyal sistem içindeki temel fonksiyonları aşağıdaki gibidir:

### 1.3.1. Enformasyon

Kişisel, çevresel, yerel, ulusal ve uluslararası koşulları anlamak, bilinçli tepkiler göstermek ve doğru sonuçlara ulaşmak için gerekli olan haber, veri, bilgi, mesaj, fikir ve yorumların toplanması, depolanması, işlenmesi ve yayılması,

### 1.3.2. Sosyalizasyon

Kişilerin içinde yaşadıkları toplumun etkin üyeleri olarak, faaliyet göstermelerini sağlayarak; toplumsal bağlılığı ve bilinci besleyecek genel bilgi birikimini oluşturmak ve böylelikle, toplumsal yaşama aktif olarak katılmalarına izin vermek,

### 1.3.3. Motivasyon

Her toplumun ve topluluğun yakın ve uzak hedeflerini oluşturmak, kişisel tercihlerin teşviki, kişisel ve toplumsal etkinlikleri geliştirmek, herkesçe kabul gören hedeflere ulaşmaya yardımcı olmak.

### 1.3.4. Tartışma

Karşılıklı fikir birliğini, alış-verişi kolaylaştırmak ve kamuoyunu ilgilendiren konularda farklı görüşleri netleştirmek için gerekli ortamı

oluşturmak, genel kabul gören tüm yerel, ulusal ve uluslararası konularda daha geniş bir kamuoyu ilgisi ve katkısı oluşturmak,

### 1.3.5. Eğitim

Yaşamın tüm aşamalarında entelektüel gelişme, kişilik oluşumu, kişisel yetenek ve kapasitenin gelişim için bilgi aktarmak.

### 1.3.6. Kültürel Gelişme

Geçmişin mirasını korumak amacıyla, kültürel ve sanatsal ürünlerin yayınlanması, bireyin ufkunun genişletilmesi, hayal gücünün, estetik gereksinimlerinin ve yaratıcılığın canlandırılması yoluyla, kültürel gelişimin sağlanması,

### 1.3.7. Eğlence

Kişisel veya toplu olarak eğlenme amacıyla işaret, sembol, ses, görüntü aracılığıyla tiyatro dans, sanat, edebiyat, müzik, spor vb. aktivitelerin yaygınlaştırılmasını sağlamak.

### 1.3.8. Entegrasyon

Tüm insanların, grupların ve ulusların birbirlerini tanıma ve anlamlarını sağlamak, kendileri dışındakilerin yaşam koşullarını, görüşlerini ve isteklerini değerlendirebilmek için gereksinim duydukları farklı mesajlara ulaşmalarını sağlamak.(Özçağlayan,1998:37)

Aşağıdaki tabloda iletişimin bireysel ve toplumsal fonksiyonları yer almaktadır.

BİREYSEL FONKSİYONLAR	TOPLUMSAL FONKSİYONLAR
- Enformasyon Toplar ve Dağıtır,	- Toplumu Bilgilendirir
- Duygu ve Düşünceler Paylaşılır,	- Öğrenme Sürecini Destekler
- Karar Destek Sistemi Sağlar,	- Kültürel Yakınlaşma Sağlar,
- Toplumsal Statü Kazandırır,	- Kültürel Aktarma Sağlar,
- Birey Kendini Gerçekleştirir,	- Toplumsal Yakınlaşma Sağlar,
- Temsil Yeteneği Kazandırır,	- Toplumu Motive Eder,
- Sosyalleşme Sürecine Katkı Sağlar	- Toplumu Yönlendirir.

Tablo:1 İletişimin Bireysel ve Toplumsal Fonksiyonları (Tutar-Yılmaz :18)

## 2. Engelli (Özürlü) Kavramı

*Engelli* kelimesinin tanımı, 5378 sayılı ve 01.07.2005 tarihli “Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” un 3/a maddesinde “Doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle, toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlükleri olan ve korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişiler” olarak yapılmıştır. (*Göktaş ve Bulgan, 2016:37*)

Engellilik insan olma halinin bir parçasıdır; neredeyse herkes yaşamının belli bir noktasında geçici veya kalıcı olarak zayıf düşecek ve uzun yıllar yaşayan insanlar işlevlerini yerine getirme konusunda artan zorluklarla karşılaşacaktır. Özürlüler toplumda yaşayan en dezavantajlı grup olarak nitelendirilmekte ve sürekli olarak sosyal hayatın tüm alanlarında engellerle karşılaşmaktadırlar.

### 2.1. Engelli Grupları Ve İletişim

Engelli birey ile iletişimde temel kıstas, engelli bireyi kendine özgü kişiliğe sahip, kendi kararlarını kendisi verebilen biri olarak görmektir. Onlar yalnızca özel durumlarından dolayı farklı ihtiyaçları olan insanlardır ve iletişim sırasında dikkat edilmesi gereken bazı hususlar vardır. Bu ihtiyaçlar dışında diğer tüm insanlar gibi saygı görmek, dikkate alınmak isterler.

Engelli gruplarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

#### 2.1.1. Zihinsel Engellilik

*Zihinsel Engellilik*; doğum öncesi, doğum sırası ve doğum sonrasında çeşitli nedenlere bağlı, genel zihinsel işlevlerde normallerden önemli derecede gerilik ve bunun yanı sıra uyumsuz davranışlarda da yetersizlik gösterme durumu olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle zihinsel engellik, iletişim, sağlık ve özbakım, sosyal ve akademik beceriler, günlük yaşam, kendine yeterlilik gibi alanlarda zihinsel işlevler bakımından akranlarına göre sınırlılık, uyumsuzluk ve yetersizlik durumudur. Zihinsel engelliler eğitilebilir, öğretilir, ağır ve ileri derece olmak üzere dört grupta sınıflandırılmıştır. (*Ege, 2006:12*)

Zihinsel engellilerde; konuşma, dikkat, bellek, düşünme gibi zihinsel işlevlerde belirgin bozukluk görülmektedir. Özellikle bellekte ve dikkatte görülen bozukluk ön plandadır. Zihin engelliğinde, zihinsel işlevlerdeki bozukluğa eşlik eden bir durum ise uyumsuz davranışlardaki yetersizliktir.

Uyumsal davranışlardaki yetersizlik, bireyin kendi yaşından ve kültür grubundan beklenen kişisel bağımsızlık ve sosyal sorumluluklarını yerine getirememesidir. Uyumsal davranışı, insanlarla iletişim kurabilme (*dili anlamak*), günlük yaşam aktivitelerini yapabilme (*yemek yiyebilme, banyo yapabilme vb*), akademik beceriler de bulunma (*okuma, yazma ve aritmetik işlemleri yapabilme*) ve bir iş bulup çalışabilme olarak tanımlayabiliriz. (<http://www.ergeneozelegitim.com>)

Zihinsel engellilerin dil gelişimi diğer gelişim alanlarına göre daha zayıftır. Kısa ve uygunsuz cümlelerle konuşurlar, bu devrede dilin geliştirilmesine çok önem verilmelidir. Kullanılan kelime hazinesinin sürekli olarak zenginleştirilmesi, kelimelerin anlamlarını ve kavramları geliştirme, uygun cümlelerle kendi kendini anlatma yeterliğini kazandırma dil yeteneğinin geliştirilmesinde önemlidir. (<http://www.ozelegitimsitesi.com>)

Zihinsel engelliler ile yapılan çalışmalarda kullanılacak olan iletişimin çoğunlukla oyun aracılığı ile olmasına dikkat edilmelidir. Uzmanlar, oyun ile iletişim konusunda kendilerini daha yetkinleştirecek çabalar içinde bulunmalıdır. Zihinsel engellilerin ailelerinin engelli ile iletişimleri konusunda oyunu kullanmaları yönünde eğitilmeleri gereklidir. Bu konuda hizmet uzmanlar tarafından ailelere danışmanlık hizmeti verilmelidir. Çünkü aileler çocukları ile oyun oynamayı her zaman gerçekleştiremezler. Zihinsel engelli ile iletişimde önemli bir grup da engelli ile ilgili diğer meslek elemanlarıdır. Zihinsel engelli ile çalışma bir takım çalışmasını gerektirir. Zihinsel engellinin yeni sosyal davranışlar öğrenmesi, kendisini geliştirmesine fırsatlar tanınması, ailelerin engelli nedeniyle karşılaştıkları sorunlarının çözümlenmesi, toplumun engelliye yönelik tutumlarının değişmesi ve onu kabul etmeleri şeklinde çok genel bir şekilde ele almak mümkündür. (*Ulutaşdemir,2007:5*)

Zihinsel engellilerin temel özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Akademik zekâları zayıftır.
- İlgileri kısa sürelidir.
- Soyut algıları gelişmemiştir.
- Genelleme yapmakta zorlanırlar.
- Bellekleri zayıftır.
- Uzak gelecekle ilgilenmezler
- Görsel ve işitsel algıları zayıftır.
- Duygu ve düşünceleri net ifade edemezler.
- Yakın dostluk kuramazlar.
- Kurallara uymakta zorlanırlar

- Öz bakım becerileri zayıftır.
- İnisiyatif kullanma ve karar alma yetenekleri sınırlıdır.
- Bağımlıdırlar
- Sorumluluk almazlar
- Sosyal faaliyetlere ilgileri azdır. (<http://www.eydb.aile.gov.tr>)

### **2.1.1.1. Zihinsel Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler**

- Zihinsel engelli bireylerle iletişim kurarken sözel ve sözel olmayan mesajların açık ve anlaşılır olmasına, mesajların basit, özel ve dikkatle seçilmiş olmasına ve ayrıca engelli bireyi etkileyen aile, okul, toplum gibi etmenlere özen göstermek gerekmektedir.
- Zihinsel engeli olan bireyler ile iletişim doğrudan kurulmalıdır.
- Zihinsel engelliyle iletişimde kullanılan dil, engelinin dil düzeyini fazla aşmamalıdır.
- Zihinsel engeli olan bireyler karışık dili, mecazları (*benzetmeleri*), kinayeli (*dolaylı*) anlatımları kolaylıkla anlayamayabilirler. Bunun için iletişimde açık bir dil kullanılmalıdır.
- Zihinsel engeli olan bireyler daha önce sözü edilen bir konuyu, durumu hatırlatmakta güçlük çekebilirler. Kişinin hatırlamasını kolaylaştıracak hatırlatıcılar bulup, tekrarlar yapılmalıdır.
- Zihinsel engelli çocukları günlük yaşam ve yaşantıları ile ilgili konularda serbest konuşmalara teşvik etmek gerekir. Bu serbest konuşmalar çocukların evleri, o gün gördükleri, duydukları olaylar, hava durumu, sağlık durumu, arkadaşları, okulda o gün olan bir olay, konu vb. hakkında olabilir.
- Konuşma sırasında çocuğun tek tek kelimelerle konuşması yerine çok basit ve kısa olarak cümle kurması teşvik edilmelidir.
- Zihinsel engeli olan bireylerin bir kısmı okumada/yazmada zorluk çekebilirler. Bu nedenle, özellikle tekrarlayan bir işte birlikte çalışılacaksa yönergeleri kaydedip tekrar tekrar dinlenilebilecek bir hale getirilmelidir.
- Zihinsel engeli olan bireyler konuşurken ya da işi yaparken yavaş davranabilirler, bu onların tembel olmalarından değil zihinsel engellerinden kaynaklanmaktadır. (<http://www.omuzomuza.com.tr>)

### 2.1.2. Görme Engelliliği

Çeşitli nedenlerle doğuştan ya da sonradan tamamen veya kısmen görme kaybı olan ve bu yüzden destek hizmetlerine gereksinim duyan kişiler *görme engelli* olarak tanımlanır. Bazı görme engelli bireyler günlük yaşamlarını kolaylaştırmak ve kendi başlarına bağımsız hareket edebilmek için beyaz baston kullanırlar.

Görme engellilerin karşılaştıkları iletişim engelleri görme keskinliği veya görme açısına göre değişmektedir. Görme engelliler tamamen görmeyen (*körler*), az gören ve görme yetersizliği olanlar olmak üzere üç grupta değerlendirilmektedir. (*Özyürek, 2010:182*)

#### 2.1.2.1. Görme Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler

- Görme engelli bir kişi ile karşılaşıldığında sesli olarak tanıtım yapmak gerekir.
- Bir görme engelliye yardımcı olmak için, önce nazik bir dille yardıma ihtiyacı olup olmadığını sorulur, ihtiyacı varsa yardım edilir.
- Az gören kişilerin ışığa karşı duyarlılıkları ve etkilenmeleri farklı olabilir. Bu nedenle görme engelli bir kişi ile bir görüşme yapılacaksa onun durumdan rahatsız olup olmadığı sorulmalıdır.
- Görme engelli kişi ile normal bir ses tonu ile ve doğrudan ona yönelik olarak konuşulmalıdır.
- Görme engelli biri ile tanışan kişi kendisiyle ilgili bazı özel bilgiler vermelidir. Çünkü bu kişiler çok sayıda insanla tanışmakta ve onları hatırlayabilmek için bazı ipuçlarına ihtiyaç duymaktadırlar.
- Görme engelli bir kişinin yanına gelirken ya da yanından ayrılırken mutlaka sesli olarak bildirim yapılmalıdır.
- Görme engelli kişi ile konuşurken o göz kontağı kuramayacaktır. Buna karşın konuşma ona yönelik olmalıdır. (<http://www.omuzomuza.com.tr>)
- Diğer insanlara nasıl hitap ediyorsa görme engelli bir kişiye de aynı şekilde hitap edilmelidir. Onunla küçümser tarzda bir ses tonuyla konuşulmamalıdır ve sanki işitme güçlüğü varmış gibi yüksek sesle hitap edilmemelidir. (<http://www.tkorlervakfi.org.tr>)
- Az gören biri büyük puntolarla yazılmış yazıları okuyabilir. Bu kişilerin rahat okuyabilmeleri için satırların aralık olması, uygun bir zemin üzerine kolay okunabilir yazı karakterlerinin kullanılması önemlidir. Tabela ve işaretlerde birbirine zıt renkler kullanılmalıdır.

Örneğin az görenler için siyah zemin üzerinde beyaz harfler kullanılması uygundur. (<http://www.ibb.gov.tr>)

### 2.1.3. Dil ve Konuşma Engelliliği

İletişim sürecinde mesaj değiş-tokuş edebilmek için, çoğu zaman, dilden yararlanılır. Dil, belli bir toplumda yaşayanlar tarafından üzerinde uzlaşmaya varılmış semboller ve bu sembollerin nasıl bir araya getirileceğini gösteren kurallar bütünü olarak tanımlanabilen soyut sistemdir. Kendine özgü sembolere ve kurallara sahip binlerce dil vardır.

İletişim sürecinde dilin kullanılabilmesi için, dilin sembollerinin bazı araçlar yoluyla somutlaştırılması gerekir. Bu araçlara ise, iletişim biçimi denir. Tüm toplumlarda ve tüm çağlarda geçerli olan geleneksel iletişim biçimi konuşmadır. Konuşmanın ve konuşulanı anlamının öğrenilememesi durumlarında ise, alternatif iletişim biçimlerinden yararlanılır. (<https://www.rehabilitasyon.com>)

Sözel iletişimde farklı seviye ve biçimlerde ortaya çıkan aksaklıklar ve düzensizlikler nedeniyle dili kullanma, konuşmayı edinme ve iletişimdeki güçlüklerin, bireyin eğitim performansı ve sosyal uyumunu olumsuz yönde etkilemesi durumudur. Konuşma, hoş olmayan bir sesle ve yaşına uygun olmayan veya anlaşılmayan bir şekilde yapılır, dolayısıyla normalden çok farklılık gösterir ve dikkati konuşana çeker ise genellikle engelli konuşma olarak kabul edilir. (<http://ozelegitimsitesi.gen.tr>). Herhangi bir nedenle konuşamayan veya konuşma hızında, akıcılığında, ifadesinde bozukluk olan ve bu yüzden iletişim güçlüğü yaşayan kişiler **dil ve konuşma engelli** olarak tanımlanır. Konuşma bozuklukları dilin sesli sembolleri, artikülasyon, ses ve işitme olmak üzere geniş bir alanı kapsar.

#### 2.1.3.1. Konuşma ve Dil Sorunu Olan Bireyin Konuşma Davranışlarında Görülen Özellikler

- İşitilemeyecek kadar aşırı alçak sesle konuşma
- Konuşmanın rahat bir şekilde anlaşılabilmesi
- Konuşurken zorluk çekme
- Dilin vurgu, ezgi, ritim özelliklerine uygunluk göstermemesi, konuşmanın bunlardan yoksun olması, tekdüzelik
- Dil yönünden kelime dağarcığı ve gramer yetersizliklerinin olması
- Sözdizimi, dilbiçimi vb sapmaları
- Yaşına, cinsiyetine, fiziksel gelişimine uygun olmayan ses ve konuşma (<https://www.rehabilitasyon.com>)

### 2.1.3.2. Dil ve Konuşma Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler

- Dil ve konuşma engelli konuştuğunda, yüz ona dönük olmalı ve göz teması kurularak, tüm dikkati vererek dinlemek gerekir.
- Sözü kesilmemeli ve bitirmesi için acele ettirilmemeli ve sabırla dinlenilmelidir.
- Söyledikleri anlaşılmıyorsa, anlamış gibi baş sallanmamalı, söylediklerini tekrar etmesi istenmelidir. Bu tekrarda yeterli olmaz ise söylediklerini bir kâğıda yazması istenmelidir. (<http://www.ibt.gov.tr>)
- Konuşmanın akışına ve anlamına uygun abartısız jest ve mimikler kullanılmalı
- Uzun cümleler yerine basit, kısa ve kurallı cümleler kurmalı
- Yüksek sesle konuşmamalı
- Sözcükler hecelenmemelidir
- Birey konuşurken onun dudak hareketlerine değil gözlerinin içine bakılmalıdır
- Yaşadığı konuşma güçlüğü hakkındaki duygularını konuşmaktan çekinilmemelidir
- Kişinin nasıl söylediğinden çok, ne söylediğini dikkatle dinlenilmesi, konuşmaya müdahale etmeden göz kontağını sürdürülmelidir. (<https://www.eydb.aile.gov.tr>)

### 2.1.4. İşitme Engeli

İnsan kulağının belirli sesleri, iletişimdeki sesleri (*konuşmaları*) algılayma özelliği vardır. Bu özelliğin olmadığı durumlara, yani kulağın duyma görevini yeterince yerine getirememesi haline *işitme kaybı* denir. Diğer bir deyişle işitme testi sonucunda belli bir bireyin aldığı sonuçlar kabul edilen normal işitme eşiklerinden belirli derecede farklı olup, bu kaybın derecesi bireyin dil edinmesine ve eğitimine engelleyici derecede ise işitme engelinin varlığından söz edilir. Buna göre duyma yetisini tamamen ya da kısmen kaybetmiş kişilere ise *işitme engelli* denir.

#### 2.1.4.1. İşitme Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler

- Konuşmaya başlarken önce bireyin dikkatini çekilmelidir. İhtiyaç halinde eline veya omzuna hafifçe dokunulmalıdır ve göz teması kurduktan sonra konuşmaya başlanmalıdır.

- Açık, net ve rahatsız etmeyecek yükseklikte bir ses tonu ile konuşulmalıdır.
- Tane tane, basit kelimeler ve kısa cümlelerle konuşmaya çalışılmalıdır.
- İşitme engelli bireyler, iletişim kurarken dudak okuma yöntemini de kullanabilecekleri için, bulunulan ortamda ışığın yeterli olmasına dikkat edilmelidir.
- Konuşurken bir şeyler yenmemeli, sakız çiğnenmemeli ve pipo/sigara gibi şeyleri içilmemelidir. Bu tarz şeyler, işitme engellinin dudak okumasını zorlaştırır.
- İşitme engelli bireyin konuşulanları anlayamaması halinde, aynı cümleyi tekrar etmek yerine başka kelimelerle yeni bir cümle kurulmalıdır.
- İşitme engelli bireyin söyledikleri anlaşılmadığı durumlarda anlaşılmuş gibi davranmamalı, söylediklerini tekrarlaması istenmelidir. İstemedikçe yüksek sesle konuşulmamalı çünkü işitme cihazı kullanan bireyler için yüksek sesler parazitli hale dönüşür ve anlamayı daha da güçleştirir.
- Tercüman olması halinde konuşurken tercümana değil işitme engellinin kendisine bakarak konuşulmalıdır.
- İşitme engelli olan bireylerle yazarak veya biliyorsa işaret diliyle iletişim kurulmalıdır. (<http://www.tkorlervakfi.org.tr>)
- İşitme engellilerin önemli bir kısmı telefonla konuşamaz. SMS veya e-posta gibi alternatif yolları denenebilir.
- İşitme engelliler, grup halindeki sohbetlere ve toplantılara katılmakta zorlanırlar. Bu nedenle, bu tarz bir durumda işitme engellinin oturacağı yeri iyi seçin ve mümkünse diğer katılımcılar önceden bilgilendirilmelidir.
- İşitme engellinin konuşulacak konu hakkında önceden haberdar olması işini kolaylaştırır.
- Kullanılan kelimeyi birkaç defa anlamadıysa, eşanlamlısını kullanılmalıdır.  
(<http://www.spo.org.tr>)
- Konuşmaların rahatlıkla anlayıp anlayamadığını test edilmelidir.
- Konuşurken göz hizasına gelecek şekilde ayakta durulmalı veya oturulmalıdır.
- Konuşmaya başladığı anda yüzün özellikle dudağın işitme engelli bireyin görebilecek bir konumda olmasına dikkat edilmelidir.

- Ağır işiten bireylerle için mümkünse gürültüsüz ortamlarda konuşma denenmelidir. (<http://www.eydb.aile.gov.tr>)
- İşitme özürülü kişinin işaret diliyle mi, jestle mi, yazılı ya da sözlü olarak mı anlaşmayı tercih ettiğini anlamaya çalışılmalıdır.
- İşitme özürülü kişinin konuşmasını anlamakta güçlük çekiliyorsa, bu durum kendisine iletilmelidir.

#### 2.1.4.2. İşaret Dili

Dilsel ve işitsel yetisini kullanamayan işitme engellilerin iletişim sağlamak amacıyla parmak, el kol, yüz hareketlerinden yararlanarak oluşturduğu *işaret dili*, dilin başka bir boyutudur. İnsanoğlunun dili nasıl milletten millete farklılık gösterirse, işitme engellilerin işaret dili de milletten millete farklılık göstermektedir (Akalm,2013:1496). Bu dil belirli bir eğitim sonunda öğrenilir.

İşaret dili beden dili değildir, beden dilini herkes kullanır. İnsan ilişkilerinde (*iletişiminde*) kelime ve ses yüzde 40 lık bir oran teşkil ederken, beden dilinin bu ilişkilerdeki oranı yüzde 60 tır. İşaret dili ise belirli bir eğitim istediğinden, bu eğitimi alan işitme engelliler ve işitme engellilerle, işitme engeli olmayanlar arasında tercümanlık yapacak olan ve bu nedenle işaret dili eğitimini alan kişiler kullanır.(Reca,2010:19)

##### 2.1.4.2.1. İşaret Dilinin Genel Özellikleri

- Sözel dillerde olduğu gibi işaret dilinde de belli bir gramer yapısı bulunmaktadır. Her kavram için kullanılan işaretler, kullanıcılar arasında ortaktır.
- Soyut kavramlar için kullanılan işaretler ortaktır ve beden dili bu kavramların anlatılmasında oldukça işe yaramaktadır.
- Her ülkenin farklı dili olduğu gibi farklı işaret dili vardır.
- Aynı coğrafyada bulunan fakat farklı sözel dilleri konuşan toplumların işaret dilleri birbirinden etkilenmiş ve birçok ortak işaret dili ortaya çıkmıştır.
- Sözlü diller ve işaret dilleri birbirinden etkilense de farklı yapı ve kullanım özelliğine sahiptirler
- Diğer dillerde olduğu gibi işaret dilinde kullanımının erken yaşta öğrenilmesi gerekmektedir.

##### 2.1.4.2.2. Türk İşaret Dilinin Genel Özellikleri

- Türkçe sözel dil ile Türkçe işaret dilinin gramer yapısı birbirinden farklılık göstermektedir.

- Türk işaret dilinde eylem bildiren ifadelerde son ek bulunmaz. Türkçedeki çalışıyorum, geliyorum, gidiyorum gibi eylem bildiren ifadeler Türk işaret dilinde "Ben – çalışmak, ben – gitmek, ben – gelmek gibi iki farklı yapıya bölünerek kullanılır.
- Türk İşaret Dili (TİD) soru eki bulundurmeyen bir gramer yapısı oluşturmaktadır. Cümlenin soru cümlesi olduğunun anlatılması için mimikler ve jestler devreye girer. Dünyada işaret dili kullanımında en fazla mimik ve jestlerin kullanıldığı dil Türk işaret dilidir.
- Türk işaret dilinse sıfatları ve filleri olumsuz yapmak için değil ifadesi kullanılır. Fiillerde; gitmek değil, gelmek değil, içmek değil gibi. Sıfatlarda; güzel değil, aynı değil, kolay değil gibi şekillerde kullanılır. (<https://www.nettercume.com.tr>)



Şekil:2 Türkçe İşaret Dili

### 2.1.5. Bedensel (Ortopedik) Engellilik

Bedensel (*Ortopedik*) Engellilik: İskelet (*kemik*), kas ve sinir sistemindeki bozukluklar ve fonksiyon kaybı sonucu, bedensel işlevlerini çeşitli derecelerde kaybeden, bu nedenle hareket güçlüğü yaşayan kişiler *bedensel engelli* olarak tanımlanır.

### 2.1.5.1. Bedensel Engelli Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler

- Bedensel engelliye “Size yardım etmemi ister misiniz” cümlesiyle izin isteyerek yaklaşmak yapıcı bir diyalogu başlatabileceği gibi her özel bireyin yardım kabul etmek istememe hakkına saygı duyulduğunu gösterir. (<http://www.hurriyet.com.tr>)
- Eğer engelli birey tekerlekli sandalyede ise, onunla uzun süreli konuşulacaksa, göz hizasına gelebilecek şekilde siz de bir sandalyeye oturulmalıdır.
- Yere çökerek konuşulmamalıdır.
- Fiziksel engellere odaklanıp; acıma, şaşırma, aşağılama hissi uyandıracak jest, mimik ve davranışta bulunulmamalı
- Tekerlekli sandalye kullanan kişilere “Tekerlekli sandalyeye mahkûm” ifadesi kullanılmamalıdır.
- Tekerlekli sandalye kullanan engelli bireyi merdivenden çıkarmak ya da indirmek gerektiğinde, tek kişiyle taşınabilecek durumdaysa tekerlekli sandalyenin arka tutma kollarını hafifçe geriye yatırarak basamakları tek tek çıkarıp indirilmelidir.
- Tekerlekli sandalye o kişinin kendine ait özel alanı olduğundan bir eşya niyetiyle sandalyeye yaslanılmamalı, onu itip çekmemeli.
- Kullandığı kanedyan ya da koltuk değneklerine izinsiz dokunulmamalıdır.
- Bedensel engelli birey istemedikçe koluna girilmemeli. Onun rahatsız olmasına ya da düşmesine neden olunabilir. (<http://www.tkorlervakfi.org.tr>)

### 2.1.6. Otizm

*Otizm*, doğuştan olan, beynin ve sinir sisteminin farklı yapısından ya da işleyişinden kaynaklandığı kabul edilen nörobiyolojik bir bozukluktur. Başkalarıyla etkileşimde bulunmayı engelleyen ve kişinin kendi iç dünyasıyla baş başa kalmasına yol açan otizm, genellikle 3 yaştan önce ortaya çıkmakta ve bireylerin sosyal iletişim, etkileşim ve davranışlarını olumsuz olarak etkilemektedir. (<https://www.arikovani.com>) Otizm ömür boyu devam eder.

### 2.1.6.1. Otistik Bozukluğun (Otizm) Belirtileri

#### 2.1.6.1.1. Sosyal Etkileşimde Niteliksel Bozulma

- İnsanlara karşı belirgin bir ilgisizlik ve onlardan bağımsız olma hali. Diğer insanlarla ilgilenme, ilgilerini ve başarılarını kendiliğinden paylaşma arayışı içinde olmama.
- Başka insanlardan gelen ilgileri pasif olarak kabul etme, toplumsal ya da duygusal karşılıklar vermeme.
- Başka insanlara kendi ilgi ve ihtiyaçları için yönelme.
- Toplumsal etkileşim sağlamak için yapılan el-kol hareketleri, alınan beden konumu ve duruşu, takınılan yüz ifadesi, göz göze gelmeme gibi sözel olmayan birçok davranışta belirgin bir bozulmanın olması.
- Toplumsal etkileşimin kurallarını ve düzenini anlayamama durumu.
- Yaşıtlarıyla gelişimsel düzeyine uygun ilişkiler geliştirememe.
- Otistik çocukların çoğunda sosyal etkileşim bozukluğu oldukça belirgindir ve bu bozukluk hem bozulmanın şiddeti hem de sayısı açısından normal popülasyonun dışına çıkmaktadır.
- Otistik çocukların çoğunlukla künt bir yüz ifadeleri vardır. Yaşıtlarının aksine yaşıtları ile sosyal etkileşime girmezler ve yalnız başlarına oynamayı tercih ederler. Diğer insanlarla ilgilerini paylaşma ve eğlenme eğiliminde değildirler. Ebeveynler çocukları ile ilgilendiklerinde, çocuk çok az ilgi gösterir ya da hiç ilgi göstermeyebilir. Sosyal olarak otistik çocukların başkaları ile etkileşimi oldukça zayıftır, hatta yakın akrabalarını bile görmezden gelebilirler.
- Otistik çocuklar, bazen sanki buldukları yerde değillermiş gibi bir duygu yaratırlar ve bazen de karşısındaki insanları delip geçen bakışları olduğu görülür. (<http://www.adnancoban.com.tr>)

#### 2.1.6.1.2. İletişimde Otizmin Belirtileri

- Konuşmayı öğrenememe veya konuşmada gecikme. Otistiklerin yüzde 40'ı asla konuşmaz
- Sohbet etmeye başlamada zorlanma. Ayrıca otistikler başlamış bir konuşmayı sürdürmede zorlanırlar.
- Kalıplaşmış veya sürekli tekrarlanan konuşma. Otistikler daha önceden duydukları belli bir cümleyi sürekli tekrar ederler (*ekolali*).

- Dinleyicilerinin bakış açısını anlamada zorlanma. Örneğin bir otistik karşısındakinin espri yaptığını anlamayabilir. Kelimelerin teker teker karşılıklarını algılar ve ima edileni anlayamaz. (<https://www.e-psikiyatri.com>)
- Yaşlarına göre konuşma becerilerinin beklenen düzeyde olmaması, monoton bir sesle konuşmaları, konuşulan dili ve karşısındaki kişinin yüz ifadesini, mimik ve jestlerini anlayamamaları, özellikle soyut kavramlarda güçlük çekmeleri, tehlikeyi algılayamama. (Koyuncu,2009:5)

### 2.1.6.2. Otistik Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler

- Etkileşimli oyun oynamak dil gelişimini destekler
- Basit bir dil kullanılmalıdır
- Açık ve net ifadeler kullanılmalı
- Jest ve mimikler abartılmalıdır.
- Sözel ifadeler beden diliyle desteklenmelidir
- İletişime soru sorarak başlanmamalı, çünkü sorulara cevap vermekte zorlanırlar.
- Sözel iletişim görsel unsurlarla desteklenmelidir. (Resim çizmek gibi)
- İletilmek istenilen mesaj için her seferinde aynı ifadeler kullanılmalıdır. Bu tekrarlar mesajın kalıcılığını sağlar

### 2.1.7. Down Sendromu

*Down sendromu*, genetik bir farklılık, bir kromozom anomalisidir. En basit anlatımı ile sıradan bir insan vücudunda bulunan kromozom sayısı 46 iken Down sendromlu bireylerde bu sayı üç adet 21. kromozom olması nedeniyle 47 olmaktadır. Down Sendromu tedavi edilmesi gereken bir hastalık değil, genetik bir farklılıktır. Hücre bölünmesi sırasında yanlış bölünme sonucu 21. kromozom çiftinde fazladan bir kromozom yer alması ile meydana gelir. Down sendromlularda görülen bazı fiziksel özellikler çekik küçük gözler, basık burun, kısa parmaklar, kıvrık serçe parmak, kalın ense, avuç içindeki tek çizgi, ayak başparmağının diğer parmaklardan daha açık olmasıdır. Bu özelliklerin hepsi veya birkaçı görülebilir. Down sendromlu bireyler genel olarak yaşlılarından daha kısa boylu olurlar ve metabolizmalarının yavaş çalışması nedeni ile doğru beslenme alışkanlığı edinmezlerse ileri yaşlarda kilo problemi yaşayabilirler. (<https://www.downturkiye.org>)

### 2.1.7.1. Down Sendromlu Çocuklarda Görülen Konuşma Problemleri

- Down sendromlu çocukların sosyal yönleri, jest ve mimik kullanımları daha hızlı gelişirken dil ve konuşma becerileri yavaş gelişebilir.
- Down sendromlu çocuklarda genellikle artikülasyon bozuklukları (*konuşma seslerinin yanlış üretimi*) ve fonolojik problemler görülür. Bu sorunlarının nedenleri arasında anatomik ve fizyolojik farklılıklar (*yüksek damak, solunum güçlüğü vb.*), zamanlama ve koordinasyon problemleri, kulak enfeksiyonuna bağlı işitme kaybı ve kısa süreli bellek güçlükleri sayılabilir.
- Çocuk, fonolojik bozukluğa bağlı olarak konuşma seslerini atabilir, yerlerini değiştirebilir, benzeşim işlemi yapabilir ve işitsel ayırt etmede sorun yaşayabilir. Örneğin "tabak" ile "kabak", "pencere" ile "tencere", "gel" ve "kel" sözcüklerini işitsel olarak karıştırabilir.
- Ayrıca down sendromlu çocuklar uzun ve kompleks cümleler kurmada, sözcük üretiminde, ekleri kullanmada sorun yaşayabilirler.
- Genellikle kurdukları cümlelerin uzunluğu yaşıtlarına kıyasla kısa olur, soru cümlesi ve olumsuz cümle kurmada zorlanabilirler.
- Ekleri yanlış ya da eksik şekilde kullanabilirler. Fiil zamanlarını birbiriyle karıştırabilir ya da iyelik ekini atabilirler.
- Down sendromlu çocukların ifade edici sözcük dağarcığı yavaş gelişir ve sözcük kullanımı açısından yaşıtlarının gerisinde kalırlar. (Sümeysra Öztürk <http://www.hurriyetaile.com>)
- Down sendromluların çocukluk döneminde işitsel kısa süreli bellek güçlükleri açık olup sesbilgisel hataları nedeniyle konuşmanın anlaşılabilirliği düşüktür. (*Acarlar,2006:5*)

### 2.1.7.2. Down Sendromlu Bireylerle İletişim Kurmak ve Kolaylaştırmak İçin Yapılması Gereken İşlemler

- Down sendromlu kişilerin konuşma, duyma ve görme ile ilgili karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelmek için, verilen bilgiler sözlü ve görsel olarak bir arada verilmelidir.
- İletişim kurarken vücut dili ve yüz ifadeleri iyi kullanılmalıdır İşaret ederek, eylemleri göstererek ifade etmek, mimikleri ve elleri kullanmak, konunun anlaşılmasını kolaylaştırır.
- Kelimeleri hecelerine ayırarak ve hecelerine ayrılmış kelimeyi söylerken alkışlayarak ritim tutmak mesajı algılamayı kolaylaştırır.

- Down sendromlu bireyle yüz yüze gelecek şekilde oturulmalı kelimeleri söylerken (*el işareti kullanırken*) birbirinizin yüz ve ağza bakma teşvik edilmelidir.
- Bilgilerin aktarılmasında nesnelere kullanılmalıdır. (<http://www.ulusaldown.com>)

## SONUÇ

Engelli bireylerle iletişim, bilgi aktarımından çok daha fazlasını temsil eder; bireylerin haklarını kullanmaları, kimliklerini ifade etmeleri, sosyal ilişkiler kurmaları ve topluma tam olarak katılmaları için temel bir mekanizma oluşturur. Engelliliğe ilişkin çağdaş bakış açıları, eksiklik odaklı yaklaşımlardan sosyal içerme ve insan hakları çerçevelerine doğru kayarken, iletişim, yaşamın tüm alanlarında eşitliği, erişilebilirliği ve katılımı teşvik etmede kritik bir faktör olarak ortaya çıkmıştır.

Bu bölüm boyunca, engelliliğin yalnızca bireysel bir özellik değil, bireyler ve onların sosyal, fiziksel ve iletişimsel çevreleri arasındaki etkileşimle şekillenen bir durum olduğu vurgulanmıştır. Bu bakış açısıyla, iletişim engelleri genellikle engellerin kendisinden değil, erişilemeyen sistemler, yetersiz düzenlemeler ve anlamlı etkileşim fırsatlarını sınırlayan toplumsal tutumlardan kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak, etkili iletişim yalnızca kişilerarası becerileri değil, aynı zamanda erişilebilirlik ve kapsayıcılığa yönelik kurumsal bağlılığı da gerektirir.

Engellilik deneyimlerinin çeşitliliği, esnek ve kişi merkezli iletişim yaklaşımlarının benimsenmesini gerektirir. Görme, işitme, fiziksel, zihinsel, gelişimsel veya çoklu engelli bireylerin farklı iletişim tercihleri ve destek ihtiyaçları olabilir. Bu farklılıkları tanımak ve saygı duymak, anlamlı etkileşimler kurmak ve bilgi ve hizmetlere eşit erişimi sağlamak için çok önemlidir. Bu nedenle kapsayıcı iletişim, duyarlılık, sabır, saygı ve iletişim yöntemlerini bireysel koşullara göre uyarlama isteğini gerektirir. İletişim ortamları erişilebilir olduğunda, engelli bireyler karar alma süreçlerine daha iyi katılabilir, sosyal ağlar geliştirebilir, eğitim ve mesleki fırsatlardan yararlanabilir ve topluluklarına katkıda bulunabilirler.

Sonuç olarak, engelli bireylerle iletişim, erişilebilirlik, kapsayıcılık, saygı ve gerektirir. Bu bireyleri, kuruluşları, eğitimcileri, sağlık çalışanlarını, politika yapımcıları ve toplulukları iletişimi ortak bir sorumluluk ve temel bir insan hakkı olarak tanımaya çağırır. Kapsayıcı iletişim uygulamalarını benimseyerek ve katılım önündeki engelleri kaldırarak, toplumlar, engellilik durumuna bakmaksızın tüm bireylerin tam olarak katılım sağlayabileceği, anlamlı katkıda bulunabileceği ve potansiyellerini gerçekleştirebileceği ortamlar oluşturulabilir.

**KAYNAKÇA**

- ACARLAR Funda (2006), *Down Sendromlu Çocuklar ve Yetişkinlerde Dil Gelişimi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi, 7 (1)
- AKALIN Şükrü Haluk (2013), *Türk İşaret Dili*, Yeni Türkiye Dergisi
- ARAL Neriman-GÜRİSOY Figen (2010), *Özel Eğitimi Gerektiren Çocuklar ve Özel Eğitime Giriş*, Editör: Necati Baykoç, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara
- CÜCELOĞLU Doğan (1992), *İnsan ve Davranışı*, Remzi Kitabevi, İstanbul
- EGE Pınar (2006) *Farklı Engel Gruplarının İletişim Özellikleri ve Öğretmenlere Öneriler* " Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi, Ankara
- GÖKTAŞ Pınar, BULGAN Gülay (2016), *Turizm Sektöründe Engelliler İle İletişimin Geliştirilmesine Yönelik Bir Çalışma* Erciyes İletişim Dergisi "akademia"
- IŞIK Metin-BİBER Levent (2006), *İletişim, İletişim Süreci ve İletişim Çeşitleri*, Eğitim Kitabevi, Konya
- IŞIK Metin (2013), *İletişim ve Etik*, Eğitim Kitabevi, Konya
- IŞIK Metin (2005), *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, , Eğitim Kitabevi, Konya
- KOÇEL Tamer (2005), *İşletme Yöneticiliği*, 10. Baskı, Arıkan Basım Yayım Dağıtım, İstanbul
- KOYUNCU Mustafa (2009), *Karşılıklı Yoğunlaştırılmış Etkileşim Yönteminin Otizmlili Çocuklarda İletişim Becerilerinin Gelişimine Etkisinin Değerlendirilmesi*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya
- NECİP M. İzzet (2003), *Sözsüz İletişim*, Çev: Ramazan Önal, Bilge Yayınları, İstanbul
- ÖZÇAĞLAYAN Mehmet (1998), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul
- ÖZDEMİR Saadettin (2017), *"Engelli Bireylerin Mânevî Rehabilitelerinde İletişimin Önemi"* Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Yıl: 22
- ÖZYÜREK Mehmet (2010) *Öğretmenlik Programları için Özel Eğitim*, Editör: Necati Baykoç, Ankara: Gündüz Eğitim Yayıncılık
- RECA Ö. Faruk (2010), *Beden Dili ve Konuşma Sanatı*, Tutku Yayınevi, Ankara
- SİLLARS Stuart (2003), *İletişim*, 3.Baskı, Milli Eğitim Basımevi, Ankara
- TUTAR Hasan-YILMAZ M.Kemal, (2003), *Genel İletişim: Kavramlar ve Modeller*,4. Baskı, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara
- ULUTAŞDEMİR, Nilgün (2007). *Engelli Çocuklarda İletişim ve Oyunun Önemi*. Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi, Cilt:2, Sayı:5.
- YÜKSEL Ahmet Hamdi (2011), *İletişimin Tanımı ve Temel Bileşenleri*, (Ed:Uğur Demiray). Etkili İletişim, Pegem Yayınları, Ankara
- <http://www.eydb.aile.gov.tr> Erişim Tarihi:05.04.2018
- <http://www.tkorlervakfi.org.tr> Erişim Tarihi:05.04.2018
- <https://www.arikovani.com> Erişim Tarihi:05.04.2018
- <http://www.spo.org.tr> Erişim Tarihi:06.04.2018

<https://www.neoldu.com> Erişim Tarihi:07.04.2018  
<http://www.ibb.gov.tr> Erişim Tarihi:11.04.2018  
<http://www.kitleiletisimi.blogspot.com.tr> Erişim Tarihi:12.04.2018  
<http://www.iletisimbilimleri.blogspot.com.tr> Erişim Tarihi:15.04.2018  
<http://www.downturkiye.org> Erişim Tarihi:02.05.2018  
<http://www.hurriyetaile.com> Sümeyra Öztürk Erişim Tarihi:03.05.2018  
<http://www.ulusaldown.com> Erişim Tarihi:03.05.2018  
<http://www.hurriyet.com.tr> Erişim Tarihi:04.05.2018  
<http://www.adnancoban.com.tr> Erişim Tarihi:05.05.2018  
<https://www.e-psikiyatri.com> Erişim Tarihi:05.05.2018  
<http://www.ergeneozelegitim.com> Erişim Tarihi:06.05.2018  
<http://www.ozelegitimsitesi.com> Erişim Tarihi:06.05.2018  
<http://www.omuzomuza.com.tr> Erişim Tarihi:07.05.2018  
<https://www.rehabilitasyon.com> Erişim Tarihi:07.05.2018  
<https://www.otsimo.com> Erişim Tarihi:07.05.2018  
<https://www.sanalsantiye.com> Erişim Tarihi:07.05.2018

## ÖZGEÇMİŞLER

### ÖĞR. GÖR. DR. GIYASETTİN TAYFUR

Kurum	: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi / Geyve MYO
E-Posta	: gtayfur@subu.edu.tr
İnternet Sitesi	: <a href="https://profil.subu.edu.tr/gtayfur">https://profil.subu.edu.tr/gtayfur</a>
ORCID	: 0000-0001-5231-1044
YÖK Araştırmacı ID	: 136370
Google Scholar URL	: <a href="https://scholar.google.com/citations?user=rXvwDxkAAA-AJ&amp;hl=tr">https://scholar.google.com/citations?user=rXvwDxkAAA-AJ&amp;hl=tr</a>

#### Özgeçmiş:

Marmara Üniversitesi Basın-Yayın YO (İletişim Fakültesi/Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü) 1985 lisans mezunudur. Yüksek lisansını 1989 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo ve Televizyon Anabilim Dalında tamamlamıştır. Doktora eğitimini, 2012 yılında, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalında bitirmiştir. 1996-2007 yılları arasında Atatürk Üniversitesi, Erzurum MYO, Radyo Televizyon Yayımcılığı Bölümünde öğretim görevlisi olarak görev yapmıştır. 2007-2018 yılları arasında Sakarya Üniversitesi Ali Fuat Cebesoy MYO, 2018 yılından itibaren Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Geyve MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü/Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında Doktor Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

**ÖĞR. GÖR. OYA ÜTÜK BAYILMIŞ**

Kurum	: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
E-Posta	: oyabayilmis@subu.edu.tr
Internet Sitesi	: <a href="https://profil.subu.edu.tr/oyabayilmis">https://profil.subu.edu.tr/oyabayilmis</a>
ORCID URL	: 0000-0002-0426-4463
WosID	: OCF-1098-2025
Wos URL	: <a href="https://www.webofscience.com/wos/author/record/OCF-1098-2025">https://www.webofscience.com/wos/author/record/OCF-1098-2025</a>
Yök Akademik URL	: Araştırmacı ID : 107297
Google Scholar URL	: <a href="https://scholar.google.com/citations?user=xxE1LCoAAAAJ">https://scholar.google.com/citations?user=xxE1LCoAAAAJ</a>

**Özgeçmiş:**

Oya ÜTÜK BAYILMIŞ, lisans eğitimini 2005 yılında İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde tamamlamıştır. Yüksek lisans eğitimini 2013 yılında Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları ve Çalışma İlişkileri Anabilim Dalı'nda tamamlamış olup, halen Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam etmektedir. Meslek hayatına 2006 yılında Kırklareli Barosu'na kayıtlı avukat olarak başlamıştır. 2013–2018 yılları arasında Sakarya Üniversitesi Sakarya Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak görev yapmış; 2018 yılından itibaren ise Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Sakarya Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak akademik çalışmalarını sürdürmektedir.

Çalışma alanları arasında iş ve sosyal güvenlik hukuku, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, yeni istihdam biçimleri, gig ekonomisi, platform çalışması, dijital iş modelleri ve dijital ekosistemler yer almaktadır. Ulusal ve uluslararası dergilerde yayımlanmış çeşitli akademik çalışmaları bulunmaktadır.

**ÖĞR. GÖR. ÖMER FARUK ALEMDAR**

Kurum : Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi / Geyve M.Y.O  
E-Posta : omerfarukalemdar@subu.edu.tr  
İnternet Sitesi : <https://profil.subu.edu.tr/omerfarukalemdar>  
ORCID : 0000-0002-2424-7046  
YÖK Araştırmacı ID : 306233  
Google Scholar URL : <https://scholar.google.com/citations?hl=tr&user=id2IOWIA-AAAJ>

**Özgeçmiş:**

Sakarya Üniversitesi Hendek Meslek Yüksekokulu İşletme Yönetimi programını tamamladıktan sonra, lisans eğitimini Karadeniz Teknik Üniversitesi İşletme bölümünde tamamlamıştır. Yüksek lisansını 2014-2018 yılında İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesinde Uluslararası Finans Ve Katılım Bankacılığı programında tamamlamıştır. 2019 yılından itibaren Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Geyve MYO Finans Bankacılık ve Sigortacılık bölümünde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

**DOÇ.DR. SERDAR ORHAN**

Kurum	: Sakarya Üniversitesi
E-Posta	: sorhan@sakarya.edu.tr
İnternet Sitesi	: <a href="https://sorhan.sakarya.edu.tr/">https://sorhan.sakarya.edu.tr/</a>
ORCID URL	: 0000-0003-4326-8413
WosID	: OTQ-1197-2025
Wos URL	: <a href="https://www.webofscience.com/wos/author/record/84588993">https://www.webofscience.com/wos/author/record/84588993</a>
Yök Akademik URL	: Araştırmacı ID : 48219
Google Scholar URL	: <a href="https://scholar.google.com/citations?hl=tr&amp;user=nrusoggA-AAAJ">https://scholar.google.com/citations?hl=tr&amp;user=nrusoggA-AAAJ</a>

**Özgeçmiş:**

Serdar ORHAN, lisans eğitimini 2000 yılında Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde tamamlamıştır. Yüksek lisans eğitimini 2003 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı'nda tamamladı. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı'nda doktora eğitimini 2011 yılında tamamladı.

Meslek hayatına 2001 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Araş. Gör. olarak başlamıştır. 2007–2011 yılları arasında Sakarya Üniversitesi Ali Fuat Cebesoy Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak görev yaptı. 2011 Yılında Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümünde Yardımcı Doçent olarak görev yaptı. 2021 yılından itibaren ise Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, İş Hukuku Anabilim dalında Doçent Doktor olarak akademik çalışmalarını sürdürmektedir.

Çalışma alanları arasında iş hukuku, toplu iş hukuku, iş ve sosyal güvenlik hukuku, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, yeni istihdam biçimleri, gig ekonomisi, platform çalışması, dijital iş modelleri ve dijital ekosistemler yer almaktadır. Ulusal ve uluslararası dergilerde yayımlanmış çeşitli akademik çalışmaları bulunmaktadır.

**ÖĞR. GÖR. SÜLEYMAN BAKKAL**

Kurum : Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi / Geyve M.Y.O  
E-Posta : sbakkal@subu.edu.tr  
İnternet Sitesi : <https://profil.subu.edu.tr/sbakkal>  
ORCID : 0000-0001-8234-366  
YÖK Araştırmacı ID : 23444  
Google Scholar URL : <https://scholar.google.com/citations?user=rXvwDxkAAA-AJ&hl=tr>

**Özgeçmiş:**

Uludağ Üniversitesi İktisat bölümü lisans mezunudur. Yüksek lisansını 2007 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye programında tamamlamıştır. 2003 - 2018 yılları arasında Sakarya Üniversitesi Ali Fuat Cebesoy MYO, 2018 yılından itibaren Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Geyve MYO Finans Bankacılık ve Sigortacılık bölümünde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

## ÖĞR. GÖR. TOLGA GÜREŞ

Kurum : Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi / Geyve Meslek  
Yüksekokulu  
E-Posta : [tolgagures@subu.edu.tr](mailto:tolgagures@subu.edu.tr)  
İnternet Sitesi : <https://profil.subu.edu.tr/tolgagures>  
ORCID : Bulunmamaktadır.  
YÖK Araştırmacı ID : 385538  
Google Scholar URL : Bulunmamaktadır.

### Özgeçmiş:

2003 yılında Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümünden mezun olmuştur. Yüksek lisans eğitimini 2006 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında tamamlamıştır. 2008-2023 yılları arasında Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.'de çeşitli görevlerde çalışmıştır. Şubat 2023 tarihinden itibaren Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Geyve Meslek Yüksekokulu Bankacılık ve Sigortacılık Programında Öğretim Görevlisi olarak görev yapmaktadır.