



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

The Journal of Institute of Social Sciences



E-ISSN 2667-4750

Yıl: 2023 Sayı:

50



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

THE JOURNAL OF SELÇUK UNIVERSITY SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

Yıl: 2023 - Nisan / Sayı: 50
E-ISSN 2667 - 4750

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2023 • Sayı: 50 • E-ISSN 2667-4750

İmtiyaz Sahibi / Owner

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına
Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU

Yazı İşleri Müdürü – Baş Editör / Editor-in- Chiefs

Prof. Dr. Şükrü BALCI

Editör Yardımcısı / Editorial Asistants

Doç. Dr. Özlem ÖZGÜR
Arş. Gör. Elif KAYA

Editör Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Ali AKGÜN – Doç. Dr. Abdulkadir GÖLCÜ
Doç. Dr. Özlem ÖZGÜR - Arş. Gör. Elif KAYA

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Şükrü BALCI - Prof. Dr. Alexandra MUTIU - Prof. Dr. Joots PLATJE
Prof. Dr. Karmen MEDICA - Prof. Dr. Miruna NACHESCU
Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY- Prof. Dr. Özdemir KOÇAK - Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ
Prof. Dr. Fatih MANGIR - Prof. Dr. Ahmet TARHAN - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN
Prof. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN - Doç. Dr. Selcen ERDAL - Doç. Dr. Ali AKGÜN

Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Fatih MANGIR - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Adnan ÇELİK Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Mustafa TOKER - Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TARHAN - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Mehmet GÖKÜŞ - Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Osman KUNDURACI - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Gürcan Şevket AVCIOĞLU Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Onur BEKİROĞLU - Ondokuz Mayıs Üniversitesi - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN - Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Enes BAL - Necmettin Erbakan Üniversitesi - Prof. Dr. Rabia Köse DOĞAN - Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Barbara PISKER - University of Zagreb - Doç. Dr. Hasan Ali POLAT - Selçuk Üniversitesi

Dil Editörleri / Language Editors

Prof. Dr. M. Salih GÜBAN (Gümüşhane Ü.) - Dr. Öğr. Üyesi Huri Deniz KARCI (Ankara Medipol Ü.)

Yayın ve Etik Editörü / Publication and Ethics Editor

Doç. Dr. Abdulkadir GÖLCÜ (Selçuk Ü.)

Yöntem ve İstatistik Editörü / Method and Statistics Editors

Doç. Dr. Yunus AKDOĞAN (Selçuk Ü.)

Danışman Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Metin AKSOY (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Alexandra MUTIU (University of Babeş Bolyai)
Prof. Dr. Murat TÜRK (Osmaniye Korkut Ata Ü.) - Prof. Dr. Joots PLATJE (University of Wrocław)
Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin E.Ü.) - Prof. Dr. Karmen MEDICA (University of Primorska)
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Zülfikar DAMLAPINAR (Hacı B. V. Ü.)
Prof. Dr. Mahmut KARGIN (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Haluk DUMAN (Aksaray Ü.)
Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Hüseyin ÇINAR (Yıldırım Beyazıt Ü.)
Prof. Dr. Mehmet MUCUK (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Hakan AYDIN (Erciyes Ü.)
Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. İzzet ÖZGENÇ (Ankara Hacı B. V. Ü.)
Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes Ü.) - Prof. Dr. Hamza ÇAKIR (Kırgızistan Manas Ü.)
Prof. Dr. Mehmet ÖZ (Hacettepe Ü.) - Prof. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN (Pamukkale Ü.)
Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Sakarya Ü.) - Prof. Dr. Aykut BEDÜK (Selçuk Ü.)
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (KTO Karatay Ü.) - Prof. Dr. Mehmet Fatih KİRİŞÇİOĞLU (Hacı B. V. Ü.)
Prof. Dr. Caner ARABACI (Necmettin E.Ü.) - Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN (Selçuk Ü.)
Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Ü.) - Prof. Dr. Miruna NACHESCU (University of Timişoara)
Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY (University of Baltimore) - Assist. Prof. Luca FERRI (University of Naples Federico II)
Prof. Dr. Barbara PISKER - (University of Zagreb)

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2023 • Sayı: 50 • E-ISSN 2667-4750

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin Dizinlendiği Veri Tabanları:

TÜBİTAK - ULAKBİM TR Dizin, MLA, İSAM (Türkiye Diyanet Vakfı - İslam Araştırmaları Merkezi),
Tei (Türk Eğitim İndeksi), EBSCO, DRJI (Directory of Research Journals Indexing),
Academic Resource Index (Research Bib), ERIHPLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences)

Yazışma Adresi / Contacts

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Editörlüğü
42060 Selçuklu – KONYA
Tel: 0.332.241 05 21 & Fax: 0.332.241 05 24

Kapak: Abdullah Gümüş

Dizgi: Ahmet Önder Erdoğan

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda üç defa yayınlanan (Nisan, Ağustos ve Aralık) Uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimizde yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2023 • Sayı: 50 • E-ISSN 2667-4750

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Ebeveyn Sağlık Okuryazarlığı ile Pediatri
Hizmetleri Kullanımını İncelenmeye Yönelik Bir
Araştırma

A Research to Examine Parental Health Literacy
and Use of Pediatric Services

(Araştırma/Research)

Sevet Alp – Nurdan Oral Kara

1 – 19

Arap-İsrail Anlaşmazlığının AB'nin Akdeniz
Politikaları Üzerindeki Etkisi

Impact of the Arab-Israeli Dispute on the EU's
Mediterranean Policies

(Araştırma/Research)

Omca Altın

20 – 33

Banka Kredileri ile Cari Açık Arasındaki İlişki:
Türkiye İçin Asimetrik Nedensellik Analizi

The Relationship between Bank Loans and the
Current Deficit: Asymmetric Causality Analysis for
Turkey

(Araştırma/Research)

Levent Sezal

34 – 44

Mantar Yönetim Yaklaşımı ile İşe Gömülmüşlük
İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

The Relationship between Mushroom Management
Approach and Job Embeddedness

(Araştırma/Research)

Efekan Taha Özel - Serap Kalfaoğlu

45 – 62

An Investigation of Processes of Children's Digital
Technologies Usage from the Perspective of
Digital Age Parents

Çocukların Dijital Teknolojileri Kullanım
Süreçlerinin Dijital Çağ Ebeveynlerinin
Perspektifinden İncelenmesi

(Araştırma/Research)

Nesrin Hark Söylemez

63 – 77

Ülkelerin Sosyo-Ekonomik Göstergelerinin
Cinsiyete Özgü Ortalama Yaşam Süreleri
Üzerindeki Etkisinin Panel Veri Analiziyle
İncelenmesi

Investigation of The Effect of Countries' Socio-
Economic Indicators On Gender-Specific Average
Life Expectancy With Panel Data Analysis

(Araştırma/Research)

Osman Şenol – Fevzi Akbulut
78 – 88

Uluslararası Politikada Sistem Düşüncesi

The Idea of International System in International
Politics

(Araştırma/Research)

Süleyman Elik
89 – 105

Kapitalizmin Gölgesinde Geleneksel ve Modern
Toplum Tasviri: 'Asteriks: Roma Sitesi' Üzerine Bir
İnceleme

The Description of Traditional and Modern
Society in the Shadow of Capitalism: A Research
on 'Asterix: The Mansions of the Gods'

(Araştırma/Research)

Fatih Barıtcı
106 – 115

Mustafa Kemal Paşa'nın Millî Mücadele
Dönemindeki Dış Politikasının Millî Bağımsızlık
İlkesi Çerçevesinde Analizi

The Analysis of Foreign Policy Mustafa Kemal
Pasha in the Period of National Struggle Within
the Scope of National Independence Principle

(Araştırma/Research)

Halil İbrahim Çelik
116 – 132

Veriye Dayalı bir Politika Tasarım Modeli Önerisi:
Türkiye'de Yenilenebilir Enerji Teknolojilerinin
Yayılmalarının Niteliksel Analizi

An Evidence-based Policy Design Model Proposal:
Qualitative Analysis of Renewable Energy
Diffusion in Türkiye

(Araştırma/Research)

Yelda Erden Topal
133 – 155

Bekçi İmajı Ölçeği'nin Geliştirilmesi

Development of the Night Watchman Image Scale
(Araştırma/Research)

Recep Çolak
156 – 169

Gerçeküstü Kodlar Üzerinden Reha Erdem
Sinemasına Bakmak

Looking at Reha Erdem Cinema through Surreal
Codes

(Araştırma/Research)

Elif Güntürkün - Alper D. Altunay

170 – 183

Türkiye’de Fitness Dergi Reklamlarında İnsan
Bedeninin Sunumu

Presentation of the Human Body in Fitness
Magazine Advertisements in Turkey

(Araştırma/Research)

Nuri Paşa Özer - Ali Erkam Yazar

184 – 203

Kadın Köşe Yazarlarının 8 Mart Dünya Kadınlar
Gününe Bakışlarının Analizi

Analysis of the Views of Woman Columnists on
March 8 International Women's Day

(Araştırma/Research)

Emre Osman Olkun - Eda Er

204 – 218

Sürdürülebilir Giyim Markalarında Algılanan
Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Yenilikçilik
Bağlamında Marka İmajının Davranışsal Niyet
Üzerine Etkisi

The Effect of Brand Image on Behavioral
Intention in the Context of Perceived Corporate
Social Responsibility and Innovation within
Sustainable Apparel Brands

(Araştırma/Research)

Ayşenur Banu Altun - Vural Çağlıyan

219 – 236

Modern Yaşamın Çelişkileri: Bohem Hayatı
(Boheemielämää)

The Contradiction of Modern Life: Bohemian Life

(Araştırma/Research)

Fazilet Lekesiz - Nermin Küçüksönmez

237 – 250

2021 Yılında Akdeniz ve Ege Bölgesinde
Gerçekleşen Orman Yangınlarının Afet Kriz
İletişimi Yönetimi Bağlamında İncelenmesi

Investigation of Forest Fires in the Mediterranean
and Aegean Regions in 2021 in the Context of
Disaster Crisis Communication Management

(Araştırma/Research)

Faruk Yazar

251 – 272

How Influencer Doctors Use Social Media? A
Content Analysis on Marketing Communications,
Patient Privacy and Ethics

(Araştırma/Research)

Fenomen Hekimler Sosyal Medyayı Nasıl
Kullanıyor? Pazarlama İletişimi, Hasta Mahremiyeti
ve Etik Üzerine Bir İçerik Analizi

Güldane Zengin
273 – 286

Kadın Tüketicilerin Marka Tercihlerinde Yeşil
Reklamların Önemi

(Araştırma/Research)

The Importance of Green Advertisements in
Brand Preferences of Female Consumers

Esen Şahin - Nazkhanım Chilashvili
287 – 302

Kamusal Halkla İlişkilerde Sosyal Medya: Milli
Eğitim Bakanlığı'nın Öğretmenlikte Kariyer
Basamakları Çalışmasına İlişkin Bir Duygu Analizi
Araştırması

(Araştırma/Research)

Social Media in Public Public Relations: A
Sentiment Analysis Research on Ministry of
National Education's Study of Career Steps in
Teaching

Havva Nur Tarakcı
303 – 320

Boşanma ve Etkileri: Çocuklar ve Ergenler
Üzerindeki Psikolojik Sonuçları

(Derleme/Review)

Divorce and Its Effects: Psychological
Consequences on Children and Adolescents

Özlem Çakmak Tolan
321 – 338

Ebeveyn Sağlık Okuryazarlığı ile Pediatri Hizmetleri Kullanımını İncelenmeye Yönelik Bir Araştırma*

Servet ALP** 
Nurdan ORAL KARA*** 

ÖZ

Bu araştırmanın amacı Burdur il merkezindeki anasınıfına kayıtlı çocuğu olan ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeylerini belirlemek, sosyodemografik özelliklere göre farklılıklarını ortaya koymak, ebeveynlerin pediatri sağlık hizmetlerini kullanım düzeyini belirlemek ve bu düzeyi etkileyen faktörleri saptamaktır. Araştırmada, örneklem seçimine gidilmemiş olup, 237 ebeveyn veri elde edilmiştir. Analizler sonucunda, ebeveynlerin yüksek sağlık okuryazarlık düzeyine sahip olduğu hesaplanmıştır. Ebeveyn sağlık okuryazarlık düzeyinin tanı konulmuş kronik bir rahatsızlığa sahip çocuğu olma durumu hariç diğer sosyodemografik ve araştırma sorularına göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Yapılan ki kare analizi sonucunda, gelir düzeyi ile çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar; çocuk sayısı ve çocuklarına reçetesiz ilaç verme durumu ve son bir yıl içerisinde çocuğu için sağlık kurumuna başvuru sayısı ile çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ancak çocuğuna tanı konulmuş kronik bir hastalığa sahip olma durumu ile sürekli başvuru sağlık kuruluşu; çocuk sayısı ile çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi ve çocuk sayısı ve çocuklarına reçetesiz ilaç verme durumu arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır. Kronik bir hastalığa sahip olma ve/veya böyle bir ortamda sürekli bulunmanın sağlık okuryazarlık düzeyi üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Okuryazarlığı, Pediatri Hizmetleri, Ebeveyn, Sağlık Geliştirme, Sağlık Politikası

A Research to Examine Parental Health Literacy and Use of Pediatric Services

ABSTRACT

The aim of this study was to determine the health literacy levels of parents with children enrolled in kindergartens in Burdur city center, to reveal the differences according to sociodemographic characteristics, to determine the level of use of pediatric health services by parents and to determine the factors affecting this level. In the study, no sample selection was made and data were obtained from 237 parents. As a result of the analysis, it was calculated that parents had a high level of health literacy. It was determined that the level of parental health literacy did not differ significantly according to other sociodemographic and research questions, except for having a child with a diagnosed chronic disease. As a result of the chi-square analysis, a statistically significant relationship was found between income level and the most common medicines given to the child without a prescription, the number of children and the status of giving medicines to their children without a prescription, the number of visits to a health institution for their child in the last year and the level of reaction in an unexpected/emergency situation related to the child(ren). However, no statistically significant relationship was found between having a chronic disease diagnosed in a child and the health institution to which the child(ren) is regularly referred; between the number of children and the level of reaction in an unexpected/emergency situation related to the child(ren); and between the number of children and the level of giving over-the-counter medication to their children. Having a chronic disease or being constantly in such an environment has a positive effect on the level of health literacy.

Keywords: Health Literacy, Pediatric Services, Parent, Health Promotion, Health Policy

1. Giriş

Modern sağlık sistemleri, sağlık tüketicisi üzerinde karmaşık taleplerde bulunur. Sağlık hizmetlerinin öz yönetimi arttıkça bireylerden bilgi arama, hak ve sorumlulukları anlama, kendileri ve başkaları için sağlık kararları verme konusunda yeni roller üstlenmeleri istenmektedir. Bu taleplerin altında, insanların bilgi ve

* Bu çalışma, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'nun (Karar No: GO 2021/233) kararı ile uygun bulunmuştur.

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İkinci adres: Ankara Üniversitesi, salp@mehmetakif.edu.tr

*** Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, nokara@mehmetakif.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 02.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 09.03.2023

Citation/Atf: Alp, S., Oral Kara, N. (2023). Ebeveyn sağlık okuryazarlığı ile pediatri hizmetleri kullanımını incelenmeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 1-19. <https://doi.org/10.52642/susbed.1153216>



becerileri hakkındaki varsayımlar yatmaktadır (IOM, 2004). Mevcut kanıtlar, insanların becerileri ile sağlık sistemlerinin talepleri arasında bir uyumsuzluk olduğunu ortaya koymaktadır (Rudd vd., 2000). Bu uyumsuzluğun nedenlerinden birisi sağlık okuryazarlığı beceri eksikliğidir. Çünkü düşük okuryazarlık becerisine sahip veya sağlık hizmetleri konusunda kafası karışmış kişiler, sağlık hizmetleriyle karşılaştıkları sorunlar hakkında konuşmaktan utanabilirler (Baker vd., 1998; Parikh vd., 1996) ve/veya nasıl talep edeceklerini bilmeyebilir. Bütün sağlık okuryazarlık seviyelerindeki insanlar, günlük yaşamalarında sıklıkla karşılaştıkları sağlık bilgi metinlerini (ilaç reçeteleri ve sağlık bilgileri) anlamaya çalışmaktadır. Ancak genellikle zor ve kafa karıştırıcı bu sağlık metin türleriyle ilgili sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar (Kirsch vd., 1993). Bu noktada sağlık okuryazarlığı ön plana çıkmaktadır. Çünkü sağlık okuryazarlığı, hasta eğitimi ve katılımına önem vermesi nedeniyle son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Bununla birlikte tıpta paternalizm olarak ifade edilen hasta görüşlerinin dikkate alınmamakta hekim merkezli yaklaşım artık geçerli bir yöntem değil ve hastalar giderek artan bir şekilde kendi sağlık bakım kararlarına katılmaktadır. Tedavi sürecine etkin bir şekilde katılabilmeleri için potansiyel tedaviler ve bu müdahalelerin riskleri ve faydaları hakkında eğitilmeleri gerekir. Sağlık okuryazarlığı, bu bilgilerin sağlanması gereken karmaşıklık düzeyinin bir değerlendirmesini sağladığı için her geçen gün önem kazanmaktadır (Aaronson vd., 2019).

Sağlık okuryazarlığı, bireylerin uygun sağlık kararları vermek için gerekli olan temel sağlık bilgi ve hizmetlerini edinme, işleme ve anlama kapasitesine sahip olma derecesi olarak ifade edilebilir (Ratzen & Parker, 2000). Sınırlı-kötü sağlık okuryazarlığına sahip bireyler hayatın birçok kesiminde görüle de sınırlı-kötü sağlık okuryazarlığı sorununu genellikle yaşlı yetişkinler, eğitim düzeyi daha düşük insanlar arasında yaygın bir şekilde görülmektedir (Beers vd., 2003; Gazmararian vd., 1999; Williams vd., 1995). Yetersiz sağlık okuryazarlığı durumu bakıma daha az erişim, hastalık alevlenmesi ve komplikasyonlar, daha yüksek hastaneye yatış, acil bakım oranları ve daha zayıf tedavi uyumuyla ilişkilidir (Davis & Wolf, 2004). Alan yazınında sağlık okuryazarlığını anlama ve geliştirme çabalarının çoğu, kronik hastalığa sahip çocukların ebeveynlerinin sağlık okuryazarlığı becerileri göz ardı edilerek yetişkin hastalara odaklanmıştır (Betz vd., 2008). Ancak toplumların bütün kesiminde asgari düzeyde olması istenen sağlık okuryazarlık becerisinin özellikle ebeveynler arasında yeterli, hatta mükemmel düzeyde olması kamu sağlığı ve politikası için oldukça önem arz etmektedir. Çünkü ebeveynler, kendi sağlıklarını yönetmekle birlikte çocuklarının ve bakıma muhtaç aile üyelerinin sağlıkları konusunda da tasarruf sahiptirler. Öyle ki diyabete sahip bir çocuğu olan ebeveynin bilgi ve becerileri, çocuğunkinden daha fazla uyum ve glisemik kontrol yordayıcısı olabilmektedir (Wysocki vd., 2009).

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sağlık Okuryazarlığı

Sağlık okuryazarlığı, 1970'li yıllarda Amerika'da okul sağlığı eğitiminin bir parçası olarak ortaya çıkmıştır (Simonds, 1974). 1980'li yıllarda konu ile ilgili araştırma yapılmaya başlanırken herhangi bir adım atılmamıştır. Ancak 1990-2000'li yıllar arasında araştırmalar ivme kazanmış, fakat bu araştırmaların çoğunun odak noktasını yetişkinler oluşturmuştur. Bu dönemde çocuk ve ergenlerin sağlık okuryazarlığı üzerine çok az araştırma yapılmış, (Manganello vd., 2015) 2006 yılından itibaren çocukların ve ergenlerin sağlık okuryazarlığı üzerine araştırmalar hızla artmaya başlamıştır (Paakkari & Paakkari, 2012; Shih vd., 2016; Velardo & Drummond, 2017). Sağlık okuryazarlığına yönelik büyük ölçüde artan araştırma ilgisine rağmen, içerdiği boyutlar hakkında çok fazla belirsizlik bulunmaktadır. Şimdiye kadar sağlık okuryazarlığının genel kabul görmüş bir tanımı yoktur; aksine, kavramı tanımlamaya yönelik çeşitli yaklaşımlar vardır (Frisch vd., 2012; Kickbusch, 2009; Wills, 2009). Sağlık okuryazarlığı araştırmalarına yapılan mevcut katkılar da aynı yöndedir. Örneğin, en ünlü araştırmacılarından biri olan Diane Levin-Zamir'in sözleriyle, sağlık okuryazarlığı araştırması hala "devam eden bir çalışma" ve dinamik bir yapı olmaya devam etmektedir (Levin-Zamir vd., 2017), bugüne kadar, sağlık okuryazarlığının metodik olarak sorgulanması ve ölçülmesiyle ilgili herhangi bir altın standart oluşturulmamıştır (Nguyen vd., 2017). Şu anda sağlık okuryazarlığı için çok sayıda farklı ölçüm yöntemi bulunmaktadır. Sağlık okuryazarlığının bu denli rağbet görmesi ve önemli olması sağlık okuryazarlığının, sosyal ve bireysel faktörlerin ortak bir işlevi olmasından gelmektedir (Okan vd., 2017).

Bireylerin eğitimleri ve sosyokültürel özellikleri sağlık okuryazarlık becerilerini ve kapasitelerini etkiler. Bireylerin sağlıkla ilgili etkileşimde bulunduğu kişilerin iletişim ve değerlendirme becerileri ile medyanın, pazarın ve devlet kurumlarının sağlık bilgilerini izleyicilere uygun bir şekilde sağlama yeteneği de aynı

derecede önemlidir (IOM, 2004). Sağlık okuryazarlığı, bireyleri güçlendirir ve onların toplum sağlığı geliştirme eylemine katılmalarını sağlar. Yüksek sağlık okuryazarlığı becerisine sahip karar vericiler (hekim, halk sağlığı planlamacıları, bürokrat vb.), çevre ve davranış gibi sağlığın belirleyicileri üzerinde etkili eylemleri (fiziksel aktiviteyi destekleme, daha temiz çevre, daha az sigara ve alkol tüketimi, sağlıklı beslenme gibi) teşvik ederek sağlıklı olma durumunu desteklerler. Sağlık okuryazarlığı, kaliteli eğitime ve yaşam boyu öğrenmeye, kapsayıcı ve adil erişim üzerine kurulmuştur (Bittlingmayer vd., 2021). Sağlık okuryazarlığı okuryazarlıkla bağlantılıdır ve insanların sağlık bilgilerine erişme, anlama, değerlendirme ve sağlık bilgilerine sırayla erişme, anlama, değerlendirme, uygulama konusundaki bilgi, motivasyon ve yeterliliklerini içerir. Bunun yanında sağlık okuryazarlığı, hayat boyu yaşam kalitesini korumak veya iyileştirmek için sağlık bakımı, hastalıkların önlenmesi, sağlığın teşvikiyle ilgili günlük yaşamda kararlar almaya ve yargıda bulunmaya katkı sağlamaktadır. Sağlık okuryazarı olmak, kişinin kendi sağlığının, ailesinin, toplumun sağlığını bir bağlama oturtması, hangi faktörlerin onu etkilediğini anlaması ve bunlara nasıl hitap edeceğini bilmesi anlamına gelir (Sorensen vd., 2012). Düşük sağlık okuryazarlığı, hastalık hakkında daha düşük bilgi oranı (Williams vd., 1998), hastaneye daha yüksek başvuru, gereksiz acil servis ziyareti (Baker vd., 1998) ve koruyucu bakım hizmetlerinin daha düşük kullanımı demektir (Scott vd., 2002). Bununla birlikte daha yüksek komplikasyon oranları ve önlenemez hastalıklar nedeniyle, sağlık okuryazarlığı düşük hastalar için sağlık bakım maliyetleri daha yüksektir (Friedland, 1998; Yin vd., 2009; Berkman vd., 2011).

Sağlık okuryazarlığı, insanların kararlarını, yaşam davranışını, sağlık statülerini çeşitli şekillerde etkilemektedir. Nitekim sağlık okuryazarlığı becerisi yüksek olan bireyler, daha sağlıklı yaşam davranışı, daha az gereksiz sağlık hizmeti kullanımı ve daha bilinçli kararlar almaktadır. Bu beceri yalnızca bireyleri değil onların aile ve arkadaş gibi yakın çevrelerini de etkileyebilmektedir. Aşağıda yer alan bölümde ebeveyn sağlık okuryazarlığı becerisi ile pediatri hizmetleri kullanımı arasındaki ilişki ele alınmıştır.

2.2. Ebeveyn Sağlık Okuryazarlığı ile Pediatri Hizmetleri Kullanımı Arasındaki İlişki

Sağlık okuryazarlığı bağlama özgüdür. Her özel sağlık kararı durumu, hastanın durumla başa çıkması için ihtiyaç duyduğu sağlık okuryazarlığının miktarını ve türünü tanımlar. Gerekli sağlık okuryazarlığının seviyesi ve türü, büyük ölçüde sağlık kararının türüne, duruma ve çevresel faktörlere bağlıdır. Bir kişi, ortak bir durumla ilgilenen sağlık personeli ile etkileşim söz konusu olduğunda yüksek düzeyde sağlık okuryazarlığı sergileyebilir, ancak farklı bir ortamda alışılmadık bir durumla karşılaştığında düşük sağlık okuryazarlığı sergileyebilir (Kickbusch, 2013). Bir sağlık bakımında, birey sağlık sisteminin yapısal ve örgütsel çerçevesinde etkileşime girer. Bu nedenle sağlık okuryazarlığı içinde hareket etmek, mevcut bilgilerle, sağlık sistemiyle, kişinin kaynaklarıyla ve olası destekle başa çıkma yeteneğidir (Bitzer ve Schwendemann, 2021). Sağlık okuryazarlığı, sağlıklı davranışlarda bulunma ve sağlıklı bir sosyal çevrede yaşama gibi önde gelen sağlık göstergeleriyle yakından ilişkilidir. Ebeveynler, sadece kendi sağlıklarından değil aynı zamanda çocuklarının sağlığından da sorumlu olmalarından dolayı yetişkin nüfus içinde kritik bir alt grubu temsil etmektedir. Önceki araştırmalar, düşük sağlık okuryazarlığına sahip ebeveynlerin, çocuklarının koruyucu ve sağlık bakım ihtiyaçlarını karşılama olasılığının daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Düşük ebeveyn sağlığı okuryazarlığı, sosyoekonomik statü, daha az sağlıklı beslenme ve daha az egzersiz dâhil olmak üzere sağlıklarını ve refahlarını olumsuz yönde etkilemesi muhtemel bazı çocuk sağlığı davranışları arasında bir ilişki bulunmuştur (de Buhr & Tannen, 2020). Yeterli sağlık okuryazarlığına sahip ebeveynler çocuklarının sağlıklarını daha iyi yönetmelerine yardımcı olabilmekte ve benzer şekilde hastalık ortamı ve sağlık bilgileriyle sürekli olarak aynı ortamda bulunan ebeveynlere göre sağlık okuryazarlık becerileri görece daha yüksek olmaktadır. Yapılan bir araştırmada, insüline bağımlı diyabetli yüksek riskli ergenlerin ebeveynlerinin sağlık okuryazarlığının yüksek olduğu bulunmuştur. Bu ebeveynlerin çocuklarının belirli bir insülin dozunu aldıkları ve önceden belirlenmiş bir yemek planını takip ettikleri geleneksel rejimlerde, yazılı materyale hâkim olarak diyabet yönetimi becerilerini kazandıkları bulunmuştur (Janisse vd., 2010). Ebeveynlerdeki düşük sağlık okuryazarlığı ise bir çocuğun teşhis ve tedavi ihtiyacının anlaşılmasını potansiyel olarak etkileyebilir (Morrison vd., 2013).

Bir çocuk, sağlık kuruluşuna gittiğinde, ebeveynlerin sağlık okuryazarlığı becerileri tıbbi karar vermeye rehberlik etme, tedavi hakkında bilinçli kararlar verme ve çocuğun takibini sağlama gibi durumlarda gerekli

bilgileri sağlamada çok önemlidir (Morrison vd., 2013). Bu gerçekliğe rağmen, çocuklarını sağlık kuruluşuna getiren ebeveynler, sağlık okuryazarlığı hakkında çok az şey bilmektedirler. Kanıta dayalı sağlık politikaları geliştirebilmek ve eylemde bulunabilmek amacıyla ebeveyn sağlık okuryazarlığı ile pediatri kullanımını ele alan araştırmalara daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Daha yüksek risk altında bir grup olan ebeveyn sağlık okuryazarlığı ile pediatri hizmetlerinin kullanımının bir arada ele alındığı çalışmaları belirlemek amacıyla yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda konuyla ilgili benzer uluslararası çalışmalara rastlanmıştır (Dore-Stites vd., 2020; Harrington vd., 2015; Pulgarón vd., 2014; Kern vd., 2015). Bunun yanında ebeveyn sağlık okuryazarlığı ve pediatri kullanımını ele alan bazı ulusal çalışmalara da rastlanılmış ancak bu çalışmaların yeterince kapsamlı olmadığı ve/veya eksiklikler içerdiği (Ulusoy vd., 2020; Demirköse vd., 2021; Ertuğrul ve Albayrak, 2021), tespit edilmiştir. Bu durum araştırmanın çıkış noktası ve özgünlüğünü oluşturmaktadır. Ayrıca yapılan bu araştırmanın ulusal yazındaki boşluğun doldurulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, okul öncesi yaş grubu çocuğa sahip ebeveynlerin sağlık okuryazarlığı düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Ebeveynlerin sağlık okuryazarlığı düzeyi ebeveynin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, gelir düzeyi, çalışma durumu, genellikle gittiği sağlık kuruluşu, son bir yıl içerisinde hastaneye başvuru sayısı ve tanı konulmuş kronik bir rahatsızlığı olan çocuğa sahip olma durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Çocuğuna tanı konulmuş kronik rahatsızlığa sahip ebeveyn olma durumu ile çocuğunun sağlığı dolayısıyla sürekli başvurulanan sağlık kuruluşu türü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Son bir yıl içerisinde hastaneye toplam başvuru sayısı ile ebeveynlerin çocukları ile ilgili beklenmedik/acil bir durum (yüksek ateş, yaralanma, yanık gibi) geliştiğinde tepki verme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Çocuk sayısı ile çocukları ile ilgili beklenmedik/acil bir durum (yüksek ateş, yaralanma, yanık gibi) geliştiğinde ebeveynin tepki verme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Çocuk sayısı ile çocuğuna reçetesiz ilaç verme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Gelir düzeyi ile çocuğuna reçetesiz ilaç verme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?

3. Yöntem

3.1. Çalışma Grubu

Kesitsel nitelikte olan bu araştırmanın evrenini, Burdur il merkezindeki anasınıflarına kayıtlı çocuğu olan ebeveynler oluşturmaktadır. Araştırmada, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği seçilerek (Büyüköztürk vd., 2021), 198 anne ve 39 baba olmak üzere toplam 237 ebeveyn veri elde edilmiştir. Araştırmada dâhil etme kriteri Burdur il merkezindeki anasınıflarına kayıtlı çocuğu olan ebeveynler oluşturmaktayken, hariç tutma kriterini araştırmaya katılım için aydınlatılmış onam formunu reddeden ebeveynler oluşturmaktadır.

Tablo 1. Araştırma Grubuna İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Değişkenler	Özellik	N	Geçerli Yüzde (%)
Ebeveyn	Anne	198	85,3
	Baba	34	14,7
Yaş	30 yaş ve altı	113	47,9
	31 yaş ve üzeri	123	52,1
Eğitim	Okuryazar değil	2	0,8
	İlköğretim	45	19,1
	Ortaöğretim	32	13,6
	Lise	53	22,5
	Lisans ve lisansüstü	104	44,1

Çalışma Durumu	Herhangi bir işte çalışan	165	69,9
	Emekli	3	1,3
	Çalışmıyor	68	28,8
Gelir	Asgari ücretin altında (0-2824TL)	22	9,3
	Asgari ücretin altında(2825 TL)	60	25,4
	Asgari ücretin iki katı (2826-5650 TL)	84	35,6
	5651 TL ve üzeri	70	29,7
Sosyal Güvence	SGK	186	78,8
	Özel Sağlık Sigortası	9	3,8
	Herhangi bir sağlık sigortası güvencesi kapsamı dışında	16	6,8
	Diğer güvence kapsamında	25	10,6
Çocuk Sayısı	1	84	35,6
	2	105	44,5
	3	37	15,7
	4 ve üzeri	10	4,2
Çocuğunun yaşı	0-3 yaş	99	31,0
	4-6 yaş	55	17,2
	7-12 ya	78	24,5
	13-17 yaş	87	27,3
Sürekli Başvurulan Sağlık Kuruluşu	Aile Hekimliği	95	40,3
	Hastane	92	39,0
	Acil servis	1	0,4
	Pediyatri / çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi	14	5,9
	Özel çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi	29	12,3
Diğer sağlık kuruluşları	5	2,1	
Sağlık Kuruluşuna Başvuru Yapılmadan Önce Yapılanlar	İnternette araştırma yapma	87	21,4
	Yakınlara (eş, anne baba, kardeş, komşu vb.) danışma	60	14,8
	Aile hekimime danışma	112	27,6
	Eczaneye danışma	19	4,7
	Doğrudan sağlık kuruluşuna gitme	108	26,6
	Diğer	20	4,9
Sağlık Kuruluşunu Tercih Etme Nedeni	Hastaneye yakınlık (kolay ulaşılabilirlik)	104	22,9
	Hizmetin kaliteli olması	160	35,2
	Hastanede bekleme süresi	59	13,0
	Randevu almada kolaylık	76	16,7
	Sosyal güvencenin geçerli olması	50	11,0
	Sevk edilme	5	1,1
Diğer	1	0,2	
Çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi	1	15	6,5
	2	18	7,8
	3	32	13,8
	4	24	10,3
	5	40	17,2
	6	27	11,6
	7	19	8,2
	8	21	9,1
	9	12	5,2
	10	24	10,3
Çocuğunu/çocuklarını en son sağlık kurumuna götürme zamanı	1-7 gün önce	30	12,7
	1 -3 ay önce	86	36,4
	3- 6 ay önce	56	23,7
	6 -12 ay önce	42	17,8
	1 yıldan daha fazla	22	9,3
Son bir yıl içerisinde çocuğu için sağlık kurumuna başvuru sayısı	1	60	25,4
	2	62	26,3
	3	39	16,5
	4	29	12,3
	5 ve üzeri	46	19,5

Çocuğuna, tanı konulmuş kronik bir hastalığa sahip olma durumu	Evet	25	10,6
	Hayır	211	89,4
Çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar	Antibiyotik	8	3,4
	Ateş düşürücü	47	19,9
	Ağrı kesici	44	18,6
	Vitamin	48	20,3
	Kullanmıyorum	89	37,7

Araştırma grubunun, %85,3'ü anne, %14,7'si baba; %47,9'u 35 yaş ve altı, %52,1'i 36 yaş ve üzeri; %0,8'i okuryazar değil, %19,1'i ilköğretim, %13,6'sı ortaöğretim, %22,5'i lise ve %44,1'i lisans ve üstü eğitim düzeyine sahiptir. Araştırma grubunun %69,9'u herhangi bir işte çalıştığını, %1,3'ü emekli olduğunu ve %28,8'i herhangi bir işte çalışmadığını; %9,3'ü asgari ücretin altında, %25,4'ü asgari ücret düzeyinde, %35,6'sı 2826-5650 TL arasında ve %29,7'si ise asgari ücretin iki katından daha fazla bir gelire sahip olduğunu belirtmiştir. Araştırma grubunun %78,8'inin SGK, %3,8'inin özel sağlık sigortası, %6,8'i herhangi bir güvenceye sahip olmadığı, %10,6'sının diğer güvence kapsamında olduğu; %35,6'sının bir çocuk, %44,5'i iki çocuk, %15,7'si üç çocuk ve %4,2'si 4 çocuk ve üzeri çocuğa sahip olduğu saptanmıştır. Araştırma grubunun, %31,0'i 0-3 yaş aralığı, %17,2'si 4-6 yaş aralığı, %24,5'i 7-12 yaş aralığı ve %27,3'ü ise 13-17 yaş aralığında çocuğa sahip olduğunu; %40,3'ü çocuklarını genellikle götürdüğü sağlık kurumunun aile hekimliği, %39,0'u genel hastane, %0,4'ü acil servis, %5,9'u pediatri/çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi, %12,3'ü özel çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi ve %2,1'i ise diğer sağlık kuruluşlarına başvurduğunu belirtmiştir (Tablo 1).

Araştırma grubunun, "Çocuğunuz/çocuklarınızı hastalandığında veya rahatsızlandığında sağlık kurumuna gitmeden önce neler yaparsınız?" sorusuna verdikleri cevapların dağılımı incelendiğinde; %27,6'sının aile hekimine başvurduğu, %26,6'sının doğrudan sağlık kuruluşuna gittiği, %21,4'ünün internetten araştırma yaptığı, %14,8'inin yakınlarına (eş, anne baba, kardeş, komşu vb.) danıştığı, %4,7'sinin eczaneye gittiği ve %4,9'unun diğer seçeneğini işaretlediği belirlenmiştir. Araştırma grubunun "Çocuğunuz/çocuklarınızı götürdüğünüz sağlık kurumunu tercih etmede hangi faktörler etkili olmaktadır?" sorusuna %35,2'si hizmetin kaliteli olması, %22,9'u hastaneye yakınlık (kolay ulaşılabilirlik), %16,7'si randevu almada kolaylık, %13,0'ü hastanede muayene ve tetkikler için bekleme süresi, %11,0'i sağlık güvenlik kurumunun geçerli olması, %1,1'i sevk edilme ve %0,2'si ise diğer olarak cevap vermiştir (Tablo 1).

Araştırma grubunun "Çocuğunuz/çocuklarınız ile ilgili beklenmedik/acil bir durum (yüksek ateş, yaralanma, yanık gibi) geliştiğinde nasıl bir tepki verirsiniz?" sorusuna skala (sakin kalırım 1, paniklerim 10) üzerinden verdikleri yanıtların dağılımı incelendiğinde; %7,6'sı "1", %7,6'sı "2", %13,6'sı "3", %10,2'si "4", %16,9'u "5", %11,4'ü "6", %8,1'i "7", %8,9'u "8", %5,1'i "9" ve %10,6'sı "10" sayısını işaretlediği tespit edilmiştir. Araştırma grubunun %12,7'si 1-7 gün önce, %36,4'ü 1 -3 ay önce, %23,7'si 3- 6 ay önce, %17,8'i 6 -12 ay önce ve %9,3'ü 1 yıldan daha fazla süre önce çocuğunu en son hastaneye götürdüğünü; çocuğu için son bir yıl içerisinde hastaneye yapılan başvuru sayısı incelendiğinde, %25,4'ü "1", %26,3'ü "2", %16, %5'i "3", %12,3'ü "4" ve %19,5'i "5" ve daha fazla sayıda başvuru yaptığı gözlenmiştir. Araştırma grubunun %10,6'sının tanı konulmuş bir kronik rahatsızlığa sahip çocuğu olduğu, %89,4'ünün sahip çocuğu olmadığı; %3,4'ünün antibiyotik, %19,9'unun ateş düşürücü, %18,6'sının ağrı kesici, %20,3'ünün vitamin ve ebeveynlerin %37,7'sinin herhangi bir ilaç kullanmadığı bulunmuştur (Tablo 1).

3.2. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın verileri, Google Forms aracılığıyla internet ortamında 23 Şubat- 12 Mayıs 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Form çeşitli iletişim araçlarıyla (e-posta, Whatsapp, Instagram, Facebook vb.) ebeveynlere iletilmiştir. Anket formunun üst kısmında araştırmanın niçin yapıldığını açıklayan aydınlatılmış onam formu eklenmiş ve araştırma grubunun araştırmaya gönüllü olarak katıldıklarına ilişkin bir onam vermeden araştırmaya katılamayacakları bildirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplamak amacıyla iki bölümden oluşan on-line anket formu kullanılmıştır. İlk bölümde, ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeylerini ölçmek amacıyla Toçi vd. (2013), tarafından alan yazınına kazandırılan, Aras ve Bayık Temel (2017), tarafından Türkçeye uyarlanan “Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği” kullanılmıştır. Bilgiye Erişim (1.-5. madde), Bilgiyi Anlama (6.-12. madde), Değer Bıçme/ Değerlendirme (13.-20. madde) ve Uygulama/Kullanma (21.-25. madde) olmak üzere toplam dört alt boyut ve 25 maddeden oluşan ölçek, beşli likert (“1= Az zorluk çekiyorum”, “5= Hiç zorluk çekmiyorum”) olarak tasarlanmıştır. Ölçekten alınabilecek yüksek puanlar yeterli ve çok iyi sağlık okuryazarlığı becerisini yansıtırken, düşük puanlar ise yetersiz, sorunlu ve zayıf sağlık okuryazarlığı becerisini yansıtmaktadır. Ölçeğin geneli için Cronbach Alpha değeri 0,92, “Bilgiye Erişim” alt boyutu için 0,71, “Bilgileri Anlama” alt boyutu için 0,79, “Değer Bıçme/Değerlendirme” alt boyutu için 0,66, “Uygulama/Kullanma” alt boyutu için 0,62 olarak hesaplanmıştır. İkinci bölümde, araştırma grubunun sosyodemografik özelliklerini ve pediatri kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla kapsamlı literatür taraması yapılmış, bu kapsamda araştırmacılar tarafından 16 soru (ebeveyn, eğitim, gelir, çalışma durumu, sosyal güvence, çocuk sayısı, çocuğunun yaşı, sürekli başvuru sağlık kuruluşu, sağlık kuruluşuna başvuru yapılmadan önce yapılanlar, sağlık kuruluşunu tercih etme nedeni, çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi, çocuğunu/çocuklarını en son sağlık kurumuna götürme zamanı, son bir yıl içerisinde çocuğu için sağlık kurumuna başvuru sayısı, çocuğuna, tanı konulmuş kronik bir hastalığa sahip olma durumu, çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar) oluşturulmuştur (Akbulut, 1998; Payza, 2014; Sheikh vd., 2016; Çakmak, 2018; Deniz, 2018; Bozdağ, 2019).

Bu araştırmada “Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği” Cronbach Alpha değeri 0,91 olarak hesaplanmıştır. Sosyal bilim araştırmalarında 0,70 ve üzerinde değer alan ölçeklerin güvenilir olduğu önerilmektedir (Robinson vd., 1991; Alpar, 2012; Can, 2014). Dolayısıyla bu araştırmada kullanılan ölçeklerin yüksek oranda güvenilir olduğu ifade edilebilir.

Bu araştırmada, ebeveynlerin sağlık okuryazarlık tutumlarını ölçmek amacıyla kullanılan ölçeğin yapı geçerliliğinin doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek amacıyla Jamovi 1.6.23 solid programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda model tarafından üretilen ve alan yazınında genel kabul görmüş olan model uyum iyiliği değerleri kullanılmıştır. Bu değerler Tablo 1’de gösterilmiştir (Finch vd., 2016; Bayram, 2010; Kline, 2015; Byrne, 2016; Yılmaz & Çelik, 2009).

DFA yapılırken alan yazınında belirtilen kuramsal gerçekler/teoriler ve modelin önermiş olduğu düzeltmeler dikkate alınarak aynı boyut altındaki ifadelerden modele en yüksek katkı yapan maddeler, kovaryans denilen iki yönlü oklar (\leftrightarrow) tarafından bağlanarak model tekrar hesaplanmıştır. Model tarafından önerilen düzeltme indekslerindeki hatalar minimize edilinceye kadar bu işlem her defasında tekrar edilmiştir. Yapılan işlem sonucunda; modele daha iyi katkı sağlayacağı düşünülen faktör yükü ,40’ın altında olan madde “23” ve “24” analizden çıkarılmış olup SO2 \leftrightarrow SO5, SO3 \leftrightarrow SO4, SO6 \leftrightarrow SO7, SO14 \leftrightarrow SO15, SO11 \leftrightarrow SO12 ve SO13 \leftrightarrow SO14 maddeleri ise kovaryans okları ile birbirine bağlanmıştır. Tablo2’de yer alan uyum iyiliği değerlerinden TLI değerinin kabul edilebilir değerleri sağlamadığı ancak bu değere çok yakın bir değer aldığı görülmektedir. Model sonucunda elde edilen diğer bütün değerlerin kabul edilebilir değerleri sağlaması nedeniyle yüksek düzeyde yapı geçerliliğine sahip olduğu görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2. DFA Modellerine İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

İndeksler	X ²	df	p	CFI	TLI	SRMR	RMSEA
Kabul Edilebilir Değerler			p \geq ,05	\geq ,90	\geq ,90	\leq ,08	\leq ,08
Sağlık Okuryazarlığı	430	197	<0,001	,901	,884	,0613	,0708

3.4. Verilerin Analizi

Analizler, Jamovi 1.6.23 solid ve SPSS 27.0 programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analizlere başlanmadan önce veri düzenleme işlemi yapılmıştır. Veri setini oluşturan 237 anketten 5 anket, uç değerler içerdiğinden analiz dışında bırakılmıştır. Verilerin analizi aşamasında tanımlayıcı istatistiksel yöntemler (yüzde, ortalama gibi) kullanılmıştır. Elde edilen veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri (+1 ile -1) dikkate alınmıştır (Morgan vd.,

2019; George ve Mallery, 2020). Yapılan analiz neticesinde veri setinin normal dağılım gösterdiği için araştırmada parametrik testler (bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi-ANOVA) kullanılmıştır. Araştırma grubunun sağlık okuryazarlık düzeyinin sosyodemografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla farklılık testleri, kategorik değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla ki kare analizi, (Tablo içerisindeki hücrelerde yer alan değerler 5'ten az beklenen sayıya sahip olduğu için yapılan tüm Ki Kare analizlerinde Pearson Ki-Kare testi yerine Fisher-Freeman-Halton Exact Testi kullanılmıştır.) ölçme aracının ne kadar tutarlı bir ölçüm yaptığını test etmek için güvenilirlik analizi ve geçerlik analizi gerçekleştirilmiştir.

4. Bulgular

Tablo 3. Ebeveynlerin Sağlık Okuryazarlık Becerisine Yönelik Verdikleri Cevapların Minimum Maksimum, Toplam Puan, Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişken	Minimum	Maksimum	Ortalama	S
Sağlık Okuryazarlığı Toplam Puan	70,00	125,00	109,71/125	11,71
Sağlık Okuryazarlığı Puan Ortalaması	2,70	5,00	4,41/5,00	0,47

Tablo 3 incelendiğinde, araştırma grubunun sağlık okuryazarlık düzeyinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir ($\bar{X}=109,71/125,00$).

Ebeveyn sağlık okuryazarlık düzeyinin sosyodemografik özelliklere ve araştırma kapsamında hazırlanmış bazı sorulara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla fark testleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Araştırma Grubunun Sosyodemografik Özelliklerine İlişkin Farklılık Analizi Bulguları

Özellik	N	\bar{X}	S	t testi		
				SH	t	p
Ebeveyn						
Anne	198	4,43	0,46	0,03	1,4	,143
Baba	34	4,30	0,55	0,10	69	
Yaş						
35 ve altı yaş	113	4,42	0,46	0,04	,25	,800
36 ve üzeri yaş	119	4,41	0,49	0,04	4	
Eğitim				F/ANOVA testi		
	N	\bar{X}	S	SH	F	p
Okuryazar değil	2	4,59	0,34	0,24		
İlköğretim	45	4,42	0,45	0,07		
Ortaöğretim	32	4,26	0,59	0,10	1,262	,28
Lise	53	4,39	0,45	0,06		6
Lisans ve lisansüstü	100	4,47	0,45	0,05		
Gelir						
Asgari ücretin altında	22	4,49	0,36	0,08		
Asgari ücret (2825 TL)	60	4,33	0,51	0,07		
Asgari ücretin üzerinde (2826 TL -5650 TL)	84	4,38	0,52	0,06	1,660	,17
Asgari ücretin 2 katından fazla (5651 TL ve üstü)	66	4,50	0,40	0,05		6
Çalışma Durumu						
Herhangi bir işte çalışan	161	4,45	0,46	0,04		
Emekli	3	4,03	0,76	0,44	1,974	,14
Çalışmıyor	68	4,35	0,48	0,06		1
Genellikle Başvurulan Sağlık Kuruluşu						
Aile hekimliği	95	4,34	0,50	0,05		
Hastane	92	4,44	0,45	0,05		
Acil servis	1	4,65				
Pediatri/çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi	14	4,72	0,24	0,07	1,305	,25
Özel çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi	29	4,45	0,51	0,09		6
Diğer sağlık kuruluşları	5	4,43	0,57	0,26		

Son Bir Yıl içerisinde Çocuğu için Sağlık Kurumuna Başvuru Sayısı						
1	60	4,39	0,48	0,06		
2	59	4,49	0,45	0,06		
3	38	4,38	0,44	0,07	1,944	,10
4	29	4,23	0,57	0,11		4
5 ve üzeri	46	4,49	0,45	0,07		
Çocuğuna, Tanı Konulmuş Kronik Bir Hastalığa Sahip Olma Durumu						
Evet	25	4,60	0,31	0,06	4,365	0,3
Hayır	207	4,39	0,49	0,03		8

Tablo 4'e göre ebeveyn sağlık okuryazarlık düzeyinin tanı konulmuş kronik bir rahatsızlığa sahip çocuğu olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ($p < 0,05$). Tanı konulmuş kronik rahatsızlığa sahip çocuğu olanla ebeveynlerin ($X=4,60$), herhangi bir tanı konulmuş kronik rahatsızlığa sahip çocuğu olmayanlara göre ($X=4,39$), daha yüksek sağlık okuryazarlık puanına sahip olduğu gözlenmiştir. Ancak ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeylerinin ebeveyn, yaş, eğitim, gelir, çalışma durumu, genellikle gidilen sağlık kuruluşu ve son bir yıl içerisinde hastaneye başvuru sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > 0,05$).

Tablo 5. Çocuğuna Tanı Konulmuş Kronik Bir Hastalığa Sahip Olma Durumu ile Sürekli Başvurulan Sağlık Kuruluşu Arasındaki İlişki

Çocuğuna Tanı Konulmuş Kronik Bir Hastalığa Sahip Olma Durumu	Sürekli Başvurulan Sağlık Kuruluşu						Toplam	Değer	p
	Aile Hekimliği	Hastane	Acil servis	Pediyatri/çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi	Özel çocuk sağlığı ve hastalıkları merkezi	Diğer Sağlık Kuruluşları			
Evet	10	10	0	3	1	1	25		
Hayır	86	80	1	8	28	4	207		
Toplam	95	90	1	11	29	5	232		
Fisher-Freeman-Halton Exact Testi								6,886	,339

Tablo 5 incelendiğinde, çocuğuna tanı konulmuş kronik bir hastalığa sahip ebeveyn olma durumu ile sürekli başvuru alan sağlık kuruluşu arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$). Elde edilen sonuca göre tanı konulmuş herhangi bir kronik hastalığa sahip olma veya olmama durumu, sürekli başvuru alan sağlık kuruluşunu etkilememektedir.

Tablo 6. Son Bir Yıl içerisinde Çocuğu için Sağlık Kurumuna Başvuru Sayısı ile Çocuk(lar) ile İlgili Beklenmedik/ Acil Bir Durumda Tepki Düzeyi Arasındaki İlişki

Çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi	Son Bir Yıl içerisinde Çocuğu için Sağlık Kurumuna Başvuru Sayısı						Toplam	Değer	P
	1	2	3	4	5 ve daha üzeri				
1	7	2	3	2	1	15			
2	4	7	7	0	0	18			
3	11	6	6	1	8	32			
4	7	6	3	4	4	24			
5	8	9	6	7	10	40			
6	5	12	4	4	2	27			
7	2	5	4	4	4	19			
8	4	9	2	2	4	21			
9	3	0	2	3	4	12			
10	9	3	1	2	9	24			
Toplam	60	59	38	29	46	232			
Fisher-Freeman-Halton Exact Testi								52,021	,019

Tablo 6'ya göre, çocuk(ları) ile ilgili beklenmedik/acil bir durum gerçekleştiğinde ebeveyn tarafından gösterilen tepki düzeyi ile son bir yıl içerisinde çocuğu için sağlık kurumuna başvuru sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Buna göre son bir yıl içerisinde çocuğu için sağlık kurumuna başvuru sayısı arttıkça çocuk(ları) ile ilgili beklenmedik/acil bir durum gerçekleştiğinde ebeveyn tarafından gösterilen tepki düzeyi nispeten daha az olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Çocuk Sayısı ile Çocuk(lar) ile İlgili Beklenmedik/Acil Bir Durumda Tepki Düzeyi Arasındaki İlişki

Çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi	Çocuk Sayısı				Toplam	Değer	p
	1	2	3	4 ve üzeri			
1	6	8	0	1	15		
2	9	6	2	1	18		
3	11	14	7	0	32		
4	10	10	3	1	24		
5	14	19	7	0	40		
6	11	11	4	1	27		
7	7	9	2	1	19		
8	6	10	4	1	21		
9	0	9	0	3	12		
10	10	5	8	1	24		
Toplam	84	101	37	10	232		
Fisher-Freeman-Halton Exact Testi						35,234	0,60

Tablo 7 incelendiğinde, çocuk sayısı ile çocuk(ları) ile ilgili beklenmedik/acil bir durum gerçekleştiğinde ebeveyn tarafından gösterilen tepki düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$). Buna göre çocuk sayısının az ya da çok olma durumunun çocuk(ları) ile ilgili beklenmedik/acil bir durum gerçekleştiğinde ebeveyn tarafından gösterilen tepki düzeyini etkilememektedir.

Tablo 8. Çocuk Sayısı ile Çocuğa Reçetesiz En Sık Verilen İlaçlar Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Çocuğa Reçetesiz En Sık Verilen İlaçlar					Toplam	Değer	p
	Antibiyotik	Ateş düşürücü	Ağrı kesici	Vitamin	Kullanmıyorum			
1	3	15	4	25	37	84		
2	2	20	21	19	39	101		
3	2	8	15	1	11	37		
4 ve üzeri	1	3	4	0	2	10		
Toplam	8	46	44	45	89	232		
Fisher-Freeman-Halton Exact Testi						40,567	,000	

Tablo 8 incelendiğinde, çocuk sayısı ile ebeveyn tarafından çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır ($p < 0,001$). Elde edilen sonuca göre çocuk sayısı arttıkça ebeveyn tarafından çocuğa reçetesiz verilen ilaçlar azalmakta ve reçetesiz ilaç kullanmama durumu artmaktadır.

Tablo 9. Gelir ile Çocuğa Reçetesiz En Sık Verilen İlaçlar Arasındaki İlişki

Gelir	Çocuğa Reçetesiz En Sık Verilen İlaçlar					Toplam	Değer	p
	Antibiyotik	Ateş düşürücü	Ağrı kesici	Vitamin	Kullanmıyorum			
Asgari ücretin altında (0-2824TL)	1	2	7	4	8	22		
Asgari ücretin altında(2825 TL)	4	15	15	3	23	60		
Asgari ücretin iki katı (2826-5650 TL)	2	16	18	15	33	84		
5651 TL ve üzeri	1	13	4	23	25	66		
Toplam	8	46	44	45	89	232		
Fisher-Freeman-Halton Exact Testi							30,467	,002

Tablo 9 incelendiğinde, gelir düzeyi ile ebeveyn tarafından çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır ($p < 0,05$). Elde edilen bulguya göre, gelir düzeyi yükseldikçe ebeveynlerin reçetesiz ilaç kullanmama durumlarının da arttığı belirlenmiştir.

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, Burdur ili merkezinde yaşayan ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi, sosyodemografik (eğitim, gelir, tanı konulmuş kronik rahatsızlığı olan çocuğa sahip olma vb.) özelliklere göre farklılıklarını ortaya koymak, ebeveynlerin pediatri sağlık hizmetlerini kullanım düzeyini belirlemek ve bu düzeyi etkileyen faktörleri belirlemek amaçlanmıştır. Ayrıca ebeveynlerin bazı özellikleri ve davranışları (gelir durumu ile reçetesiz ilaç kullanma durumu gibi) arasında ilişki olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyi yüksek bulunmuştur. Varlı vd., (2019) yapmış oldukları çalışmada, ebeveyn sağlık okuryazarlık düzeyinin sorunlu-sınırlı olduğunu bulmuştur. Yeniçeri (2019) yapmış olduğu araştırmada, ebeveyn sağlık okuryazarlığını 23,0 puan üzerinden 15,4 puan olarak bulmuştur. Dore-Stites vd. (2020), Amerika'da yaşayan pediatrik karaciğer nakli alıcıları ile ailelerinin nakil uyumu ve sağlık okuryazarlık ilişkisini inceledikleri araştırmada, ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeylerini yüksek bulmuştur. Harrington vd. (2015), ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyinin pediatrik astım üzerindeki etkisini saptamak amacıyla yaptığı araştırmada, büyük çoğunluğu Afrika kökenli Amerikalı ebeveynlerden (%86,8'i anne) oluşan ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyinin yeterli olduğunu saptamıştır. Benzer sonuçlar Pulgarón vd. (2014), Kern vd. (2015), Shin vd. (2014), Otal vd., (2012) ve Janisse vd. (2010), tarafından yapılan çalışmalarda da ortaya konmuştur.

Bu sonuçların aksine Demirköse vd. (2021), 0-6 yaş aralığında çocuğu olan anneler üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, %62,9'unun yetersiz ve sınırlı sağlık okuryazarlığına sahip olduğunu, %37,1'inin ise yeterli ve mükemmel sağlık okuryazarlık becerisine sahip olduğunu saptamıştır. Halatçı vd. (2020), serebral palsi tanılı çocuk sahibi olan ebeveynler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, ebeveynlerin yarısından fazlasının yetersiz sağlık okuryazarlığı becerişe sahip olduğunu tespit etmiştir. Ulusoy vd. (2020), 0-5 yaş aralığında çocuğu olan ebeveynler üzerinde yapmış oldukları bir diğer araştırmada, ebeveynlerin sınırlı sağlık okuryazarlık düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Macy vd. (2011), pediatrik acil servisine başvuran ebeveynler üzerinde yaptıkları araştırmada, ebeveynlerin %31'inin düşük sağlık okuryazarlığı becerisine sahip olduğunu gözlemlemiştir. Sanders vd. (2007), yaptıkları bir diğer araştırmada, ebeveynlerin %42,8'inin düşük sağlık okuryazarlık düzeyine sahip olduğunu; Morrison vd. (2015) ise, Amerika'da bulunan bir pediatrik acil servisinde gerçekleştirdikleri çalışmada, ebeveynlerin yarısının (%48,4) düşük sağlık okuryazarlığına, diğer yarısının (%51,6) ise yeterli sağlık okuryazarlığına

sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer sonuçlar Ertuğrul & Albayrak, (2021), (%62.8'i yetersiz ve sınırlı sağlık okuryazarlığı) ve Morrison vd. (2014), tarafından yapılan çalışmada da (%55,7 düşük sağlık okuryazarlığı) saptanmıştır. Alan yazınında yapılmış ilgili araştırmalardan bazıları bu araştırmanın bulgularını destekler nitelikte iken bazılarının desteklemediği bulunmuştur.

Bu çalışmada, sağlık okuryazarlık düzeyinin cinsiyetlerini/anne veya baba olma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Buna göre anne ve babaların sağlık okuryazarlık becerilerinin benzer olduğu görülmüştür. Aaronson vd. (2019), Amerika'da pediatrik kulak burun boğaz kliniğini çocuğuna başvuran ebeveynler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin ebeveyn olma durumlarına göre anlamlı şekilde farklılık göstermediğini bulmuştur. Kampouroglou vd. (2020), yapmış oldukları bir diğer çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin ebeveyn olma durumlarına göre anlamlı şekilde farklılaşmadığını ortaya koymuştur. Bu sonuçların aksine Ertuğrul ve Albayrak (2021) 0-12 ay yaş grubunda çocuğu olan ebeveynler üzerinde gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, sağlık okuryazarlık düzeyinin ebeveynlere göre anlamlı şekilde farklılaştığını, babaların annelere göre daha kötü sağlık okuryazarlığı becerisine sahip olduğu belirlemiştir. Alan yazınında yapılmış çalışmaların bazıları bu araştırmanın bulgularını desteklerken bazılarının desteklemediği belirlenmiştir. Farklılığın çıkmamasının nedeni olarak ebeveynlerin yakın eğitim becerilerine ve özelliklere sahip olması olduğu düşünülmektedir.

Ebeveynler üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre yaş faktörünün sağlık okuryazarlığı beceri düzeyi üzerinde bir etkisi olmadığı gözlenmiştir. Ertuğrul & Albayrak, (2021) yapmış oldukları çalışmada, yaşa göre sağlık okuryazarlığı becerisinin anlamlı şekilde farklılaşmadığını saptamıştır. Benzer sonuçlar Soyler ve Kadioğlu (2020), yetişkin bireyler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada da ortaya koyulmuştur. Alan yazınında incelenen araştırmaların bu araştırmanın bulgularını destekler nitelikte olduğu görülmüştür. Yaşa göre farkın olmamasının nedeni olarak ebeveynlerin çoğunlukla benzer yaş aralığında olmaları olarak düşünülmektedir.

Bu çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Ertuğrul & Albayrak, (2021) yapmış oldukları çalışmada, eğitim düzeyine göre sağlık okuryazarlık becerisinin farklılık göstermediğini saptamıştır. Aaronson vd. (2019), Amerika'da ebeveynler ile yapmış oldukları çalışmada, eğitim düzeyine göre sağlık okuryazarlık becerisinin farklılaşmadığını ortaya koymuştur. Bu sonuçların aksine DeWalt vd. (2007), Amerika'da klinik astım tanısı almış çocuğu olan ebeveynler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin eğitim düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaştığını tespit etmiştir. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça sağlık okuryazarlık becerisinin de arttığını saptamıştır. Kumar vd. (2010) Amerika'da bebek bakıcıları üzerinde yapmış oldukları çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin eğitim düzeyine göre farklılaştığını, eğitim düzeyi arttıkça söz konusu okuryazarlık becerisinin de arttığını gözlemiştir. Alan yazınında yapılmış çalışmaların bazıları bu araştırmanın bulguları ile uyurken bazılarının uyuşmadığı gözlenmiştir. Aslında çok küçük olsa da ebeveynler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Bu çalışmada, gelir düzeyine göre sağlık okuryazarlık becerisinin anlamlı şekilde farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Ertuğrul & Albayrak, (2021) yapmış oldukları çalışmada, sağlık okuryazarlık becerisinin gelir düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığını ortaya koymuştur. van der Heide vd. (2016) Hollanda'da yapmış oldukları çalışmada, farklı gelir düzeyi gruplarında sağlık okuryazarlığı düzeyinin farklılık göstermediğini bulmuştur. Bu sonuçların aksine DeWalt vd. (2007), klinik astım tanısı almış çocuğu olan ebeveynler ile gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiğini saptamıştır. Gelir düzeyi arttıkça sağlık okuryazarlık becerisinin arttığını bulmuştur. Kumar vd. (2010) tarafından Amerika'da bebek bakıcıları üzerinde gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin gelir düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Gelir düzeyi arttıkça sağlık okuryazarlığı becerisinin de arttığı saptanmıştır. Alan yazınında yapılmış çalışmaların bazıları bu araştırmanın bulgularını desteklerken bazılarının desteklemediği tespit edilmiştir. Gelir düzeyine göre farklılığın olmayışının nedeni olarak gelir gruplarının birbirine yakın olması olarak düşünülmektedir. Nitekim farkın olduğu çalışmalarda gelir grupları arasında ciddi farklılığın olduğu belirlenmiştir.

Bu araştırmada, çalışma(ma) durumuna göre sağlık okuryazarlık becerisinin anlamlı şekilde farklılık göstermediği hesaplanmıştır. van der Heide vd. (2016) Hollanda'da yapmış oldukları araştırmada, sağlık okuryazarlığı düzeyinin çalışma(ma) durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediğini saptamıştır. Bu sonuçların aksine Kampouroglou vd. (2020), tarafından Yunanistan'da pediatrik cerrahi konsültasyona sahip çocuğu olan ebeveynler üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, çalışma durumuna göre sağlık okuryazarlığı becerisinin anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Buna göre çalışmayanların çalışanlara göre daha yüksek sağlık okuryazarlığa sahip olduğu saptanmıştır. Çimen ve Bayık Temel (2017) kronik rahatsızlığa sahip yaşlı bireyler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, çalışma durumuna göre sağlık okuryazarlığı düzeyinin anlamlı şekilde farklılaştığını tespit etmiştir. Çalışan yaşlıların çalışmayanlara göre daha yüksek beceriye sahip olduğu belirlenmiştir. Alan yazınında yapılmış çalışmaların bazıları ile bu araştırmanın bulguları uyurken bazılarının uyuşmadığı saptanmıştır. Aslında çok küçük olsa da bu araştırmada, çalışma(ma) durumlarına göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (Tablo 4).

Bu araştırmada, sağlık okuryazarlığı becerisinin genellikle gidilen sağlık kuruluşu türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre sağlık kuruluşunun türü söz konusu beceri düzeyinde etkili değildir. Alan yazınındaki ilgili araştırmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen herhangi bir araştırmaya ulaşılamamıştır. Farklılık olmamasının nedeni olarak sağlık kuruluşlarının hastaya ayırdıkları zamanın minimum olması, dolayısıyla sağlık okuryazarlık becerilerine yönelik bilgilendirmenin yapılmadığı olarak düşünülmektedir.

Bu araştırmada, sağlık okuryazarlığı düzeyinin hastaneye başvuru sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur. Sağlık kuruluşu başvuru sıklığının sağlık okuryazarlık becerisini etkilemediği görülmektedir. Alan yazınındaki ilgili araştırmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Herhangi bir farklılık çıkmamasının nedeni olarak sağlık kuruluşuna yapılan başvuru sayısının görece az olması olduğu düşünülmektedir. Çünkü ebeveynlerin neredeyse önemli bir kısmının yılda 2-3 defayı aşmayacak şekilde başvuru yapıldığı belirlenmiştir (Tablo 4).

Tanı konulmuş kronik bir rahatsızlığa sahip çocuğu olan ebeveynlerin tanı konulmamış kronik bir rahatsızlığa sahip olmayan ebeveynlere göre daha yüksek sağlık okuryazarlığı becerisine sahip olduğu belirlenmiştir. Kampouroglou vd. (2020), Yunanistan'da ebeveynler üzerinde yaptıkları araştırmada, daha önce tıbbi bir öyküye sahip çocuğa sahip olma durumunun ebeveyn sağlık okuryazarlığı beceri düzeyini anlamlı şekilde farklılaştırdığını hesaplamıştır. Buna önceden cerrahi bir işleme maruz kalan veya ciddi sağlık sorunları olan çocuğa sahip ebeveynlerin, olmayanlara göre daha yüksek sağlık okuryazarlığı becerisine sahip olduğu saptanmıştır. Kumar vd. (2010) Amerika'da gerçekleştirdikleri araştırmada, kadınlar, bebekler ve çocuklar için özel ek beslenme eğitimi alan bakıcıların daha yüksek sağlık okuryazarlığı becerisine sahip olduğu belirlenmiştir. Dewalt vd. (2007), tarafından Amerika'da ebeveynler üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyinin yeterli olduğu bulunmuştur. Dore-Stites vd. (2020), yapmış olduğu bir diğer çalışmada, pediatrik karaciğer nakli alıcısı çocuğu olan ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyinin yeterli olduğu gözlenmiştir. Benzer sonuçlar Harrington vd. (2015) ve Pulgarón vd. (2014), tarafından da bulunmuştur. Bu araştırmanın bulguları ile alan yazında yapılmış araştırma bulguları uyusmaktadır.

Bu araştırmada, çocuğuna tanı konulmuş kronik rahatsızlığa sahip çocuğa sahip olma durumu ile çocuğunun sağlığı dolayısıyla sürekli başvurulmuş sağlık kuruluşu türü arasında anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir. Alan yazınındaki ilgili araştırmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen araştırmaya rastlanılmamıştır. İlişki çıkmamasının nedeni olarak çocuğuna kronik rahatsızlık tanısı konulmuş ebeveyn sayısının olmayanlara göre çok az olması olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırmada, son bir yıl içerisinde çocuğu için sağlık kurumuna başvuru sayısı ile çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda tepki düzeyi arasında ilişki olduğu hesaplanmıştır. Alan yazınındaki ilgili çalışmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen araştırmaya rastlanılmamıştır. Buna göre sağlık kuruluşuna başvuru sıklığı arttıkça beklenmedik/acil bir durumda verilen tepki düzeyi azalmaktadır.

Bu araştırmada, çocuk sayısı ile çocuk(lar) ile ilgili beklenmedik/acil bir durumda ebeveynler tarafından verilen tepki düzeyi arasında ilişki gözlenmemiştir. Alan yazınındaki ilgili çalışmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen araştırmaya rastlanılmamıştır. Her ne kadar değişkenler arasında anlamlı ilişki

olmazsa bile analiz sonuçları incelendiğinde (Tablo 7) çocuk sayısı artışına paralel olarak verilen tepki düzeyinin de azaldığı görülmektedir.

Bu araştırmada, çocuk sayısı ile çocuğa ebeveyn tarafından çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Alan yazınındaki ilgili araştırmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen araştırmaya rastlanılmamıştır. Bulgulara göre çocuk sayısı çocuk sayısı arttıkça reçetesiz verilen ilaçlar azalmakta ve reçetesiz ilaç kullanmama durumu ise artmaktadır.

Bu araştırmada, gelir düzeyi ile ebeveyn tarafından çocuğa reçetesiz en sık verilen ilaçlar arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Alan yazınındaki ilgili araştırmalar incelendiğinde, söz konusu ilişkiyi inceleyen araştırmaya rastlanılmamıştır. Buna göre gelir düzeyi yükseldikçe ebeveynler tarafından reçetesiz verilen ilaçlar azalmakta ve reçetesiz ilaç kullanmama durumu artmaktadır.

Ebeveynlerin gerek kendileri ve gerekse çocuklarının sağlık durumları nedeniyle sürekli olarak sağlık veya hastalıkla ilgili bilgilere maruz kalma veya sağlık ortamında bulunma durumları, sağlık okuryazarlık becerilerini artırmaktadır. Toplumun ve toplumu oluşturan fertlerin sağlık düzeyini iyileştirme ve geliştirmenin en etkili ve optimal yollarından birisi de hastalıkların oluşmadan önlenmesidir. Bu durum ise sağlık ve hastalık konusunda bilinçli ve farkındalık sahibi bireylerin yetiştirilmesiyle mümkündür. Bu amaçla, hasta hekim ilişkisinin daha güçlü olduğu aile hekimliklerinin özelinde diğer sağlık kuruluşları (toplum sağlığı merkezi, sağlıklı yaşam merkezi gibi) aracılığıyla ebeveynlere yönelik sağlık eğitimleri verilmesi önerilmektedir. Ayrıca aile hekimliği ve pediatri hastaneleri başta olma üzere tüm kamu ve özel sağlık kuruluşlarında hasta ve yakınlarının sağlık okuryazarlık becerileri ve farkındalıklarını artırmak amacıyla Sağlık Bakanlığı öncülüğünde temel sağlık okuryazarlık bilgilerinin yer aldığı broşürler, dergiler, raporlar yer alabilir. Ayrıca büyük bilbord, tahtalarına güncel ve dikkat çekici bilgiler eklenebilir. Kamu spotları (bilbord, tv, medya) ve reklamları yoluyla sağlık eğitimlerin desteklenmesi önemlidir ve önerilmektedir. Ebeveynlerin sağlık bilgilerinin ve yeterliliklerinin güçlendirilmesi, beslenme, egzersiz ve diş sağlığı gibi alanlarında çocuk sonuçlarının iyileştirilmesine katkıda bulunabilir. Bu araştırmanın sonuçları araştırmanın yürütüldüğü çalışma grubu ile sınırlı olmakla birlikte, ebeveyn sağlığı okuryazarlığı ile çocuk sağlığı arasındaki ilişkiye ışık tutmaktadır. Ebeveyn sağlığı okuryazarlığının çocukların sağlık davranışlarına ve sonuçlarına etkisini daha zengin ve anlaşılır olacak şekilde ortaya koyabilmek amacıyla daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

6. Extended Abstract

When a child attends a health facility, parents' health literacy skills are crucial in providing necessary information to guide medical decision-making, make informed decisions about treatment, and follow-up the child. Despite this reality, little is known about the health literacy of parents who bring their children to the health facility. More research is needed to address parental health literacy and pediatric use in order to develop evidence-based health policies and take action. As a result of the extensive literature review conducted to identify studies that combine parental health literacy and the use of pediatric services, which are a group at higher risk, similar international studies on the subject.

The population of this cross-sectional study consists of parents who have children registered in kindergartens in the city center of Burdur. No sample selection was made in the study, and data were obtained from 237 parents. In the study, the inclusion criterion consists of parents with children registered in kindergartens in the city center of Burdur, while the exclusion criterion consists of parents who refused the informed consent form for participation in the study.

The data of the research were collected on the internet via Google Forms between February 23 and May 12, 2021. The form was delivered to the parents via various communication tools (e-mail, social media, whatsapp, etc.). In the demographic information section, there are a total of 16 questions related to determining the socio-demographic characteristics of the research group and the research. In the study, Toçi et al. (2013), and adapted into Turkish by Aras & Bayık Temel (2017), "Health Literacy Scale" was used.

Analyzes were performed using Jamovi 1.6.23 solid and SPSS 27.0 programs. Before starting the analysis, data editing was done. 5 questionnaires were excluded from the analysis as they contain extreme values. Descriptive statistical methods (such as percentage, mean) were used in the analysis of the data.

Skewness and kurtosis values (1 to -1) were taken into account in order to determine whether the obtained data set showed a normal distribution (Morgan et al., 2019; George, D., & Mallery, 2020). Parametric tests (independent sample T-test and one-way ANOVA) were used in the study since the data set showed normal distribution as a result of the analysis. Difference tests (independent sample T-test and one-way ANOVA) to determine whether the health literacy level of the research group differs according to socio-demographic characteristics, chi-square analysis to determine the relationship between categorical variables, reliability analysis to test how consistent the measurement tool is. and confirmatory factor analysis was performed to test the construct validity of the scale.

In this study, the Cronbach Alpha value of the "Health Literacy Scale" was .908; was calculated as. It can be said that scales with values between $0.60 \leq \alpha < 0.80$ in social science research are quite reliable (Robinson et al., 1991; Alpar, 2012; Can, 2014). Therefore, it can be stated that the scales used in this study are highly reliable. Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted using the Jamovi 1.6.23 solid program to test whether the construct validity of the scale used to measure parents' health literacy attitudes was confirmed. As a result of the analysis, it was determined that the scale was valid.

83.9 percent of the research group is mothers; 52.1 percent is 36 years and over; 44.1 percent is undergraduate or higher; 69.9 percent work in any job; It was determined that 35.6 percent had an income between 2826-5650 TL and 29.7 percent had an income more than twice the minimum wage. 78.8 percent of the research group has a social security; 44.5 percent are two children; 31.0 percent of them have children aged 0-3; 40.3 percent stated that the health institution they usually take their children to is family medicine.

As a result of the analysis, the health literacy level of the parents was found to be high. In addition, it was determined that parents who have a child with a diagnosed chronic disease have higher health literacy skills than parents who do not have an undiagnosed chronic disease.

The fact that parents are constantly exposed to information about health or illness due to their own health and their children's health status, or being in a health environment increases their health literacy skills. Although the results of this research are limited to the sample in which the research was conducted, it sheds light on the relationship between parental health literacy and child health. More research is needed to reveal the effect of parental health literacy on children's health behaviors and outcomes in a healthier way.

Keywords: Health Literacy, Pediatric Services, Parent, Health Promotion, Health Policy

Kaynakça

Aaronson, N. L., Cox, C. T., & Boss, E. F. (2019). Parental health literacy in pediatric otolaryngology: A pilot study. *International Journal of Pediatric Otorhinolaryngology*, 125, 87–91. <https://doi.org/10.1016/j.ijporl.2019.06.029>

Akbulut, Y. (1998). *Acil servislerin amaç dışı kullanımı ve nedenleri*. [Yüksek Lisans Tezi], Hacettepe Üniversitesi.

Alpar, R. (2012). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlilik-Güvenirlilik*. Ankara: Detay Yayıncılık

Aras, Z., & Bayık Temel, A. (2017). Sağlık okuryazarlığı ölçeğinin Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi (Evaluation of the validity and reliability of the turkish form of the health literacy scale). *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 25(2), 85-94.

Baker, D. W., Parker, R. M., Williams, M. V., & Clark, W. S. (1998). Health literacy and the risk of hospital admission. *Journal of General Internal Medicine*, 13(12), 791–798. <https://doi.org/10.1046/j.1525-1497.1998.00242.x>

Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: AMOS Uygulamaları* (1. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi

Beers, B., McDonald, V., Quistberg, D., Ravenell, K., Asch, D., & JA., S. (2003). Disparities in health literacy between African American and non-African American primary care patients. In *Journal of General Internal Medicine* (Vol. 18, pp. 169-169). 350 Main ST, Malden, MA 02148 USA: Blackwell Publishing Inc.

Berkman, N. D., Sheridan, S. L., Donahue, K. E., Halpern, D. J., & Crotty, K. (2011). Low health literacy and health outcomes: An updated systematic review. *Annals of Internal Medicine*, 155(2), 97-107. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-155-2-201107190-00005>

- Betz, C. L., Ruccione, K., Meeske, K., Smith, K., & Chang, N. (2008). Health literacy: A pediatric nursing concern. *Pediatric Nursing*, 34, 231–239.
- Bittlingmayer, U. H., Harsch, S., & Isleras, Z. (2021). Health Literacy in the context of health inequality - a framing and a research overview *New Approaches to Health Literacy: Linking Different Perspectives*, 1, 11-43. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30909-1_2
- Bitzer, E. M., & Schwendemann, H. E. (2021). The significance of health literacy for public health and health promotion. *New Approaches to Health Literacy: Linking Different Perspectives*, 83-97. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30909-1_5
- Bozdağ, Z. (2019). *Amaç dışı acil servis kullanım nedenleri ve amaç dışı kullanımı azaltmaya ilişkin yönetsel öneriler: Çorum ili örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. Hitit Üniversitesi.
- Byrne, B. (2016). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming (Third Edit)*. New York: Routledge.
- Çakmak, O. (2018). *Gazi üniversitesi tıp fakültesi acil servisine başvuran hastaların demografik özellikleri, triyaj uygunlukları ve sağlık okuryazarlığı durumlarının dağılımı* [Tıpta Uzmanlık Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Can, A. (2013). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi* (3. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Çimen, Z. & Temel, A. B. (2017). Kronik hastalığı olan yaşlı bireylerde sağlık okuryazarlığı, sağlık algısı ve ilişkili faktörler. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 33(3), 105-125.
- Davis, T. C., & Wolf, M. S. (2004). Health literacy: Implications for family medicine. *Family Medicine*, 36, 595–598.
- DeWalt, D. A., Dilling, M. H., Rosenthal, M. S., & Pignone, M. P. (2007). Low parental literacy is associated with worse asthma care measures in children. *Ambulatory pediatrics*, 7(1), 25-31.
- de Buhr, E., & Tannen, A. (2020). Parental health literacy and health knowledge, behaviours and outcomes in children: A cross-sectional survey. *BMC Public Health*, 20(1), 1096. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-08881-5>
- Demirköse, H., Yapar, D., & Seçil, Ö. (2021). 0-6 yaş grubu çocuğu olan annelerin sağlık okuryazarlığı düzeyi ve çocukların ev kazası geçirme durumu ile ilişkisi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 31(2), 74–82.
- Deniz, S. (2018). *Malatya ili Akçadağ ilçesinde sağlık okuryazarlığı düzeyinin değerlendirilmesi* [Doktora Tezi]. Fırat Üniversitesi.
- Dewalt, D. A., Dilling, M., Rosenthal, M. S., & Pignone, M. P. (2007). Asthma care measures in children. *Ambulatory Pediatrics*, 7(1), 25-31.
- Dore-Stites, D., Lopez, M. J., Magee, J. C., Bucuvalas, J., Campbell, K., Shieck, V., Well, A., & Fredericks, E. M. (2020). Health literacy and its association with adherence in pediatric liver transplant recipients and their parents. *Pediatric Transplantation*, 24(5), 1–7. <https://doi.org/10.1111/petr.13726>
- Ertuğrul, B., & Albayrak, S. (2021). Ebeveynlerin sağlık okuryazarlığı düzeyinin çocukluk dönemi aşılarına yönelik tutum ve davranışlarıyla ilişkisi. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 8(2), 186–195. <https://doi.org/10.31125/hunhemsire.966461>
- Finch, W. H., Jason C., I., & French, B. F. (2016). Finch WH, Immekus JC, French BF (2016). *Applied Psychometrics Using SPSS and AMOS*. USA: Information Age Publishing Inc.
- Friedland R. (1998) 'New estimates of the high costs of inadequate health literacy'. In: *Proceedings of Pfizer Conference "Promoting Health Literacy: A Call to Action."* October 7-8, 1998, Washington, DC: Pfizer, Inc., 6-10.
- Frisch, A.-L., Camerini, L., Diviani, N., & Schulz, P. J. (2012). Defining and measuring health literacy: How can we profit from other literacy domains? *Health Promotion International*, 27(1), 117–126. <https://doi.org/10.1093/heapro/dar043>
- Gazmararian, J. A., Parker, R. M., & Baker, D. W. (1999). Reading skills and family planning knowledge and practices in a low- income managed-care population. *Obstetrics and Gynecology*, 93(2), 239–244. [https://doi.org/10.1016/S0029-7844\(98\)00431-1](https://doi.org/10.1016/S0029-7844(98)00431-1)
- George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS Statistics 26 Step By Step: A Simple Guide and Reference*. (Sixteenth Edition) New York: Routledge.

Halatçı, M. F., Demirköse, H., & İlhan, M. N. (2020). Ankara'da özel bir eğitim ve rehabilitasyon merkezinde tedavi gören serebral palsi tanılı çocuk sahibi olan ailelerde sağlık okuryazarlığının incelenmesi. *Ergoterapi ve Rehabilitasyon Dergisi*, 8(2), 131-136.

Harrington, K. F., Zhang, B., Magruder, T., Bailey, W. C., & Gerald, L. B. (2015). The impact of parent's health literacy on pediatric asthma outcomes. *Pediatric, Allergy, Immunology, and Pulmonology*, 28(1), 20–26. <https://doi.org/10.1089/ped.2014.0379>

IOM (Institute of Medicine). (2004). Health literacy: A prescription to end confusion. Washington DC: The National Academies Press,

Janisse, H. C., Naar-King, S., & Ellis, D. (2010). Brief report: Parent's health literacy among high-risk adolescents with insulin dependent diabetes. *Journal of Pediatric Psychology*, 35(4), 436–440. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsp077>

Kampouroglou, G., Velonaki, V. S., Pavlopoulou, I., Drakou, E., Kosmopoulos, M., Kouvas, N., ... & Tsoumakas, K. (2020). Parental anxiety in pediatric surgery consultations: the role of health literacy and need for information. *Journal of pediatric surgery*, 55(4), 590-596.

Kern, A. S., Watts, K. D., Rychlik, K., & McColley, S. A. (2015). Disparities in parental health literacy at a pediatric cystic fibrosis center. *Pediatric, Allergy, Immunology, and Pulmonology*, 28(1), 55–59. <https://doi.org/10.1089/ped.2014.0396>

Kickbusch, I. (2013). Health literacy. The solid facts. Geneva: World Health Organization. <http://gbv.ebib.com/patron/FullRecord.aspx?p=1582975>.

Kickbusch, Ilona. (2009). Health Literacy: Engaging in a political debate. *International Journal of Public Health*, 54(3), 131–132. <https://doi.org/10.1007/s00038-009-7073-1>

Kirsch, I., Jungeblut, A., Jenkins, L., & Kolstad, A. (1993). Adult literacy in America: A first look at the results of the national adult literacy survey (NALS). Washington, DC: National Center for Education Statistics.

Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Publications.

Kumar, D., Sanders, L., Perrin, E. M., Lokker, N., Patterson, B., Gunn, V., ... & Rothman, R. L. (2010). Parental understanding of infant health information: health literacy, numeracy, and the Parental Health Literacy Activities Test (PHLAT). *Academic pediatrics*, 10(5), 309-316.

Levin-Zamir, D., Leung, A. Y. M., Dodson, S., & Rowlands, G. (2017). Health literacy in selected populations: Individuals, families, and communities from the international and cultural perspective. *Information Services & Use*, 37(2), 131–151. <https://doi.org/10.3233/ISU-170834>

Macy, M. L., Davis, M. M., Clark, S. J., & Stanley, R. M. (2011). Parental health literacy and asthma education delivery during a visit to a community-based pediatric emergency department: A pilot study. *Pediatric Emergency Care*, 27(6), 469–474. <https://doi.org/10.1097/PEC.0b013e31821c98a8>

Manganello, J. A., DeVellis, R. F., Davis, T. C., & Schottler-Thal, C. (2015). Development of the health literacy assessment scale for adolescents (HAS-A). *Journal of Communication in Healthcare*, 8(3), 172–184. <https://doi.org/10.1179/1753807615Y.0000000016>

Morgan, G. A., Barrett, K. C., Leech, N. L., & Gloeckner, G. W. (2019). *IBM SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation* (Sixth Edition). New York: Routledge.

Morrison, A. K., Brousseau, D. C., Brazauskas, R., & Levas, M. N. (2015). Health literacy affects likelihood of radiology testing in the pediatric emergency department. *Journal of Pediatrics*, 166(4), 1037-1041.e1. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2014.12.009>

Morrison, A. K., Myrvik, M. P., Brousseau, D. C., Hoffmann, R. G., & Stanley, R. M. (2013). The relationship between parent health literacy and pediatric emergency department utilization: A systematic review. *Academic Pediatrics*, 13(5), 421–429. <https://doi.org/10.1016/j.acap.2013.03.001>

Morrison, A. K., Schapira, M. M., Gorelick, M. H., Hoffmann, R. G., & Brousseau, D. C. (2014). Low caregiver health literacy is associated with higher pediatric emergency department use and nonurgent visits. *Academic Pediatrics*, 14(3), 309–314. <https://doi.org/10.1016/j.acap.2014.01.004>

Nguyen, T. H., Paasche-Orlow, M. K., & McCormack, L. A. (2017). The state of the science of health literacy measurement. *Information Services & Use*, 37(2), 189–203. <https://doi.org/10.3233/ISU-170827>

- Otal, D., Wizowski, L., Pemberton, J., Nagel, K., Fitzgerald, P., & Walton, J. M. (2012). Parent health literacy and satisfaction with plain language education materials in a pediatric surgery outpatient clinic: A pilot study. *Journal of Pediatric Surgery*, 47(5), 964–969. <https://doi.org/10.1016/j.jpedsurg.2012.01.057>
- Paakkari, L., & Paakkari, O. (2012). Health literacy as a learning outcome in schools. *Health Education*, 112(2), 133–152. <https://doi.org/10.1108/09654281211203411>
- Parikh, N. S., Parker, R. M., Nurss, J. R., Baker, D. W., & Williams, M. V. (1996). Shame and health literacy: The unspoken connection. *Patient Education and Counseling*, 27(1), 33–39. [https://doi.org/10.1016/0738-3991\(95\)00787-3](https://doi.org/10.1016/0738-3991(95)00787-3)
- Payza, U. (2014). *Acil servise başvuran hastaların demografik özellikleri, aciliyet algıları, bu algıyı etkileyen faktörler ve acil servise bakış açıları* [Tıpta Uzmanlık Tezi]. Kâtip Çelebi Tıp Fakültesi.
- Pulgarón, E. R., Sanders, L. M., Patiño-Fernandez, A. M., Wile, D., Sanchez, J., Rothman, R. L., & Delamater, A. M. (2014). Glycemic control in young children with diabetes: The role of parental health literacy. *Patient Education and Counseling*, 94(1), 67–70. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2013.09.002>
- Ratzan, S., & Parker, R. (2000). Introduction. In: National library of medicine current bibliographies in medicine: Health literacy. Selden CR, Zorn M, Ratzan SC, Parker RM, Editors. NLM Pub. No. CBM 2000-1. Bethesda, MD: National Institutes of Health, U.S. Department of Health and Human.
- Robinson, J., Paulhus, D., Shaver, P., & Wrightsman, L. (1991). Measures of personality and social psychological attitudes. *Measures of Social Psychological Attitudes Series*, 1, 17-59.
- Rudd, R., Moeykens, B. A. & Colton, T. C. (2000). Health and literacy: A review of the medical and public health literature. In J. Comings, B. Gerners, & C. Smith (Eds.), *Annual review of adult learning and literacy*. New York: Jossey-Bass
- Sanders, L. M., Thompson, V. T., & Wilkinson, J. D. (2007). Caregiver health literacy and the use of child health services. *Pediatrics*, 119(1). <https://doi.org/10.1542/peds.2005-1738>
- Scott, T. L., Gazmararian, J. A., Williams, M. V., & Baker, D. W. (2002). Health literacy and preventive health care use among medicare enrollees in a managed care organization. *Medical Care*, 40(5), 395–404. <https://doi.org/10.1097/00005650-200205000-00005>
- Sheikh, S., Hendry, P., Kalynych, C., Owensby, B., Johnson, J., Kraemer, D. F., & Carden, D. (2016). Assessing patient activation and health literacy in the ED. *American Journal of Emergency Medicine*, 34(1), 93–96. <https://doi.org/10.1016/j.ajem.2015.09.045>
- Shih, S.-F., Liu, C.-H., Liao, L.-L., & Osborne, R. H. (2016). Health literacy and the determinants of obesity: a population-based survey of sixth grade school children in Taiwan. *BMC Public Health*, 16(1), 280. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-2879-2>
- Shin, W. K., Braun, T. M., & Inglehart, M. R. (2014). Parents' dental anxiety and oral health literacy: Effects on parents' and children's oral health-related experiences. *Journal of Public Health Dentistry*, 74(3), 195–201. <https://doi.org/10.1111/jphd.12046>
- Simonds, S. (1974). Health education as social policy. Proceedings of the will rogers conf on health education. *Health Education Monographs*, 2(1), 1–10.
- Soylar, P., & Kadıoğlu, B. U. (2020). Yetişkin bireylerin sağlık okuryazarlığı ve obeziteyle ilişkili bazı davranışlarının incelenmesi. *Sakarya Tıp Dergisi*, 10(2), 270-276.
- Sørensen, K., Van Den Broucke, S., Fullam, J., Doyle, G., Pelikan, J., Slonska, Z., & Brand, H. (2012). Health literacy and public health: A systematic review and integration of definitions and models. *BMC Public Health*, 12(1), 80. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-80>
- Toçi, E., Genc, B., Sorensen, K., Jerliu, N., Ramadani, N., Roshi, E., & Brand, H. (2013). Health literacy and socioeconomic characteristics among older people in transitional Kosovo. *British Journal of Medicine and Medical Research*, 3(4), 1646–1658. <https://doi.org/10.9734/BJMMR/2013/3972>
- Ulusoy, E., Yılmaz, T. E., Çifci, A., Yılmaz, T., Kasım, İ., & Özkara, A. (2020). The role of parents and health literacy in healthy child follow-up. *Ankara Medical Journal*, 20(3), 588–604. <https://doi.org/10.5505/amj.2020.59320>
- van der Heide, I., Uiters, E., Sørensen, K., Röthlin, F., Pelikan, J., Rademakers, J., ... & EPHORT consortium. (2016). Health literacy in Europe: The development and validation of health literacy prediction models. *The European Journal of Public Health*, 26(6), 906-911.

Varlı, S., Çelikyürek, N. A., & Sevinç, Ö. (2019). Varlı S., Atalay Çelikyürek N. ve Sevinç Ö. (2019). Bir üniversite hastanesi pediatri poliklinikleri'ne başvuran çocukların ailelerinin sağlık okuryazarlığı düzeyleri. 3.Uluslararası-21.Ulusal Halk Sağlığı Kongresi, 26-30 Kasım 2019, Antalya.

Velardo, S., & Drummond, M. (2017). Emphasizing the child in child health literacy research. *Journal of Child Health Care*, 21(1), 5–13. <https://doi.org/10.1177/1367493516643423>

Williams, MV, Parker, R., Baker, D., Parikh, N., Pitkin, K., Coates, W., & JR., N. (1995). Inadequate functional health literacy among patients at two public hospitals. *Journal of the American Medical Association*, 274(21), 1677–1682.

Williams, Mark V, Baker, D. W., Parker, R. M., & Nurss, J. R. (1998). Relationship of functional health literacy to patients' knowledge of their chronic disease a study of patients with hypertension and diabetes. *Arch Intern Med.*, 158, 166–172. <https://jamanetwork.com/>

Wills, J. (2009). Health literacy: New packaging for health education or radical movement? *International Journal of Public Health*, 54(1), 3–4.

Wysocki, T., Nansel, T. R., Holmbeck, G. N., Chen, R., Laffel, L., Anderson, B. J., & Weissberg-Benchell, J. (2009). Collaborative involvement of primary and secondary caregivers: Associations with youths' diabetes outcomes. *Journal of Pediatric Psychology*, 34(8), 869–881. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsn136>

Yeniçeri, Ş. (2019). Yeniçeri Ş. (2019). *Çocuk acil hastaları ebeveynlerinin akılcı ilaç kullanımı ve yetişkin sağlık okuryazarlığı* [Yüksek Lisans Tezi]. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi.

Yin, H. S., Johnson, M., Mendelsohn, A. L., Abrams, M. A., Sanders, L. M., & Dreyer, B. P. (2009). The health literacy of parents in the united states: A nationally representative study. *Pediatrics*, 124, S289–S298. <https://doi.org/10.1542/peds.2009-1162E>

Yılmaz, Y., & Çelik, H. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi – I: Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama* (1. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Servet Alp)%60/(Nurdan Oral Kara)%40 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Servet Alp)%60/(Nurdan Oral Kara)%40 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Arap-İsrail Anlaşmazlığının AB'nin Akdeniz Politikaları Üzerindeki Etkisi

Omca ALTIN* 

ÖZ

Akdeniz bölgesi, Avrupa Birliği için hem tarihi hem de bölgesel açıdan daima önemli bir bölge olmuştur. Birliğin bir bölge olarak Akdeniz'e toplu, ilk resmi yaklaşımı 1972 yılındaki "Küresel Akdeniz Politikası" ile başlamış, 1995 yılında "Avrupa-Akdeniz Ortaklığı" nı sağlayan Barcelona Bildirgesi yayınlanmış ve ardından 2007 yılında Fransa devlet başkanlığı görevini yürüten Nicolas Sarkozy'nin girişimleri ile "Akdeniz İçin Birlik", Barcelona Süreci'nin devamı olacak şekilde 13 Temmuz 2008'de hayata geçirilmiştir. Bu çalışma; Arap-İsrail arasındaki çatışmanın Birliğin Akdeniz politikaları üzerindeki etkisini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın sonucunda, Arap-İsrail çatışmasının Birliğin Akdeniz'e yönelik politikalarını olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Birlik her ne kadar Filistin ve İsrail arasındaki sorunun çözümüne ilişkin barış girişimlerinde aktif bir rol oynamaya çalışsa da özellikle Kudüs meselesi, Yahudi yerleşimleri, mülteciler, sınırlar gibi temel anlaşmazlık konularında etkin olamamıştır. Bu doğrultuda AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarından başarılı sonuçlar elde edilebilmesi için Arap-İsrail arasındaki sorunların çözülmesi, Birliğin bu noktada daha etkin bir yol izlemesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Akdeniz Politikası, Arap-İsrail Çatışması, Filistin, İsrail

Impact of the Arab-Israeli Dispute on the EU's Mediterranean Policies

ABSTRACT

The Mediterranean region has always been an important region for the European Union, both historically and regionally. The first official approach of the Union to the Mediterranean as a region began with the "Global Mediterranean Policy" in 1972, and the Barcelona Declaration, which led to the "Euro-Mediterranean Partnership", was published in 1995, and then, as a continuation of the Barcelona Process, the "Union for the Mediterranean", was implemented on 13 July 2008 with the initiatives of Nicolas Sarkozy, who held the presidency in 2007. This study aims to evaluate the impact of the conflict between Arab-Israeli on the Union's Mediterranean policies. As a result of the study, it was seen that the Arab-Israeli conflict was found to negatively affect the Union's policies towards the Mediterranean. Although the Union tries to play an active role in peace initiatives regarding the solution of the conflict between Palestine and Israel, it could not be effective in the main disputes particularly such as the Jerusalem issue, Jewish settlements, refugees, and borders. Accordingly, to achieve successful results from the EU's Mediterranean policies, the Arab-Israeli issues should be resolved, the Union should follow a more effective course of action for this.

Keywords: European Union, Mediterranean Policy, Arab-Israeli Conflict, Palestine, Israel

1. Giriş

AB'nin Akdeniz bölgesi ile yakınlığı, ikili anlaşmalar çerçevesinde 1960'lı yıllara dayanmaktadır. Bu yıllarda Birliğe üye olan ülkeler Akdeniz ülkeleri ile ilişkilerini ikili ticaret anlaşmaları temelinde sürdürmüşlerdir. Ancak ilerleyen zamanlarda ikili anlaşmalar sebebiyle Akdeniz'in kuzeyinde ve aynı zamanda güney kıyısında bulunan ülkeler arasında giderek artan farklılık, Birliği daha bütüncül politikalar geliştirmeye yönlendirmiştir. Bu doğrultuda, AB'nin bir bölge olarak Akdeniz'e toplu, ilk resmi yaklaşımı 1972'de gerçekleştirilen ve ikili anlaşmalar yerine bölgesel anlaşmaları ön plana çıkaran "Küresel Akdeniz Politikası" ile başlamış, 1995 yılında AB'nin Akdeniz'deki bölgesel bütünleşme politikasının bir uzantısı olarak nitelendirilen ve "Avrupa-Akdeniz Ortaklığı" nı sağlayan Barcelona Bildirgesi yayınlanmış ve 2007 yılında Fransa devlet başkanı Nicolas Sarkozy'nin girişimleri ile "Akdeniz İçin Birlik", Barcelona Süreci'nin devamı olarak 13 Temmuz 2008'de hayata geçirilmiştir. Ancak Birliğin Akdeniz'e yönelik bu politikaları bölgede mevcut olan Arap-İsrail çatışmasından olumsuz yönde etkilenmiş ve tam anlamıyla başarılı olamamıştır. Bunlardan birisi de AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarını güçlendirme doğrultusunda atmış

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, oaltin@kastamonu.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 15.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 15.03.2023

Citation/Atf: Altın, O. (2023). Arap-İsrail anlaşmazlığının AB'nin akdeniz politikaları üzerindeki etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 20-33. <https://doi.org/10.52642/susbed.1219279>



olduğu önemli adımlardan biri olan Avrupa-Akdeniz Ortaklığı farklı bir söylemle Barcelona Süreci'dir. Bu çerçevede Birlik Filistin-İsrail arasındaki meselenin çözülmesini zaruri görse de iki taraf arasındaki Kudüs sorunu, sınırlar, mülteciler, Yahudi yerleşimleri gibi temel anlaşmazlık konularına çözüm noktasında etkin bir rol oynayamamıştır. Diğer yandan 1995 yılı sonrasında gerçekleştirilen Avrupa-Akdeniz Konferansları da Orta Doğu Barış sürecinde yaşanan olumsuzluklardan ciddi ölçüde etkilenmiş ve başarısızlıkla sonuçlanmıştır. 2000'li yıllarda Ariel Şaron tarafından Kudüs'te yer alan El-Aksa Camii'ne gerçekleştirilen ziyaret neticesinde başlayan İkinci İntifada, İsrail'in İntifadayı söndürmek ve kendi güvenliğini garanti altına almak için gerçekleştirmiş olduğu tüm uygulamalar ve bunların sonucunda Filistin-İsrail arasında gittikçe artan gerilim Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nda çok daha fazla hissedilmiştir. Ardından Kasım 2000'de Marsilya'da yapılmış olan dördüncü Avrupa-Akdeniz Konferansı'na da Suriyeli ve Lübnanlı temsilcilerin katılmaması, Arap-İsrail arasındaki problemlerin çözüme kavuşturulmadan AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarının başarılı olamayacağını önemli bir göstergesi olmuştur. 13 Temmuz 2008 yılında hayata geçirilen "Akdeniz İçin Birlik" de Arap-İsrail probleminden etkilenen AB Akdeniz politikalarından bir diğeridir. 2006'daki Lübnan işgali, 2009'daki "Dökme Kurşun Operasyonu", İsrail'in Doğu Kudüs'e 1300 tane yeni yerleşim yerleri inşa edileceğine yönelik ifadeleri ile beraber Arap-İsrail ilişkilerinin daha da kötü bir hal alması, bunların neticesinde Arap devletlerinin zirveleri boykot etmesi, AİB'nin faaliyetlerini devam ettirememesinde önemli birer etken olmuşlardır. Arap-İsrail arasında gerçekleşen çatışma, 2010 yılındaki AB'nin Akdeniz politikaları üzerinde de olumsuz bir etki yaratarak, taraflar arasındaki turizm, su, tarım gibi alanlara yönelik gerçekleştirilen toplantılardan olumlu sonuçlar elde edilememesine sebep olmuştur. Tüm bunlardan yola çıkılarak, AB'nin Akdeniz politikalarının Arap-İsrail çatışmasından bağımsız ilerleyemediği düşünüldüğünde Birliğin Akdeniz'e yönelik politikalarının başarılı olabilmesi için Arap-İsrail arasındaki sorunların çözülmesi, Birliğin de bu noktada çok daha etkin bir rol oynaması gerekmektedir.

Litaratür analiz edildiğinde, Arap-İsrail anlaşmazlığı, Avrupa Birliği'nin Akdeniz politikası ile ilgili birçok çalışmanın olduğu ancak Arap-İsrail anlaşmazlığının Birliğin Akdeniz politikalarını ne derece etkilediğine ilişkin çalışmaların ise daha kısıtlı kaldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu boşluğun doldurulması amacıyla ortaya konan bu çalışma ile AB'nin Akdeniz politikaları, Birliğin bölgeye yönelik bu politikaları gerçekleştirmesindeki temel amaçlarına ulaşma ve Akdeniz ülkeleri ile ilişkilerini geliştirme noktasında başarılı olmuş mudur? Birliğin Akdeniz politikaları, her iki taraf (AB ve Akdeniz ülkeleri) için de olumlu sonuçlar doğurmakta mıdır? Birliğin Akdeniz politikaları Arap-İsrail arasındaki sorunlardan etkilenmiş midir? sorularına cevap aranmış olup, bu sorular ışığında, çalışmada öncelikle Akdeniz'in AB için önemine ve AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarına değinilmiş, ardından tarihsel süreç içerisinde Arap-İsrail anlaşmazlığı incelenmiş, daha sonra AB'nin Arap-İsrail anlaşmazlığına bakışı ele alınarak, Arap-İsrail anlaşmazlığının AB'nin Akdeniz politikaları üzerindeki etkisi değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. Akdeniz'in AB İçin Önemi ve AB'nin Akdeniz Politikaları

AB Akdeniz ülkeleri ile yakın ilişkiler içerisinde olmaya bölgenin fiziki yakınlığından dolayı daima çok önem vermiştir (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 13). AB'nin ilk ve aynı zamanda önemli ticari ortaklarından biri olan Akdeniz bölgesi ile yakınlığı, ikili anlaşmalar çerçevesinde 1960'lı yıllara dayalıdır. Diğer bir ifade ile bu yıllarda Birlik üyeleri Akdeniz ülkeleri ile ikili ticaret anlaşmaları imzalamıştır. İlerleyen süreçte ikili anlaşmalardan dolayı Akdeniz'in kuzeyinde ve güney kıyısında yer alan ülkeler arasında giderek artan farklılıklar neticesinde Birlik bölgede istikrarı sağlamaya yönelik yeni, farklı bir söylemle daha bütüncül politikalara öncelik vermiştir (Baran, 2017, s. 177).

Birliğin bölgeye yönelik politikalar gerçekleştirmesinde dört temel unsur önemli bir rol oynamaktadır. Bunlardan birincisi bölgede yer alan enerji kaynaklarıdır. Bölgede yer alan enerji kaynakları, Birlik üye ülkelerine enerji transferi bakımından büyük önem taşımaktadır. Rusya'ya olan enerji bağımlılığı her geçen gün daha da artan Birlik, Rusya'ya olan bağımlılığını azaltmak için enerji arzını çeşitlendirme arayışı içerisinde. Bu doğrultuda özellikle Orta Doğu ve Kuzey Afrika, enerji arzını çeşitlendirmek isteyen Birlik için önemli bir alternatif olmaktadır. Dolayısıyla bölgenin güvenliği konusu, enerji kaynaklarının güvenli bir şekilde Avrupa ülkelerine iletilmesi bakımından son derece önemlidir. Birliğin bölgeye yönelik politikalar geliştirmeye öncelik vermesinde rol oynayan ikinci unsur, bölgede yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlığın Birliğin güvenliğini olumsuz yönde etkileyeceğinden duyulan kaygıdır. Birlik, bölgede yer

alan siyasi rejimlerle işbirliklerini arttırarak, bölgeden gelebilecek ve kendi güvenliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek tehditleri ortadan kaldırmayı hedeflemiştir (Silvestri, 2005, s. 399). Birlik için bölgede barışçıl ve istikrarlı bir ortam yaratılması yolunda başarı sağlanması son derece önemli olmuş, Birlik bu doğrultuda demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü gibi normları bölge ülkelerine benimsetme politikasına yönelmiştir. Böylece Birlik normlar aracılığıyla bölgede barış, güvenlik ve refah sağlayarak Akdeniz'de kalıcı bir istikrar sağlamanın yolunu aramış, diğer bir ifade ile (Turan, 2015, s. 209) etrafında barış ve istikrarın hâkim olduğu bir komşu alan yaratmaya çalışmıştır (Silvestri, 2005, s. 399). Birliğin bölgeye yönelik politikalar geliştirmesinde etkili olan üçüncü unsur da yasadışı göçlerdir. Özellikle bölge ülkelerinden ya da bölgeyi bir geçiş güzergâhı şeklinde kullanarak Afrika ülkelerinden Avrupa ülkelerine doğru gerçekleşen ve her geçen gün daha da artan yasadışı göçlerin yaratmış olduğu problemlerdir. Bölgede yer alan ülkelerle gerçekleştirilen işbirliklerinin yasadışı göçle mücadele kapsamında etkin olacağı düşünülmüştür. Aynı zamanda bölge ülkelerinde teşviki sağlanacak olan siyasi ve ekonomik reformlarla bölgedeki istikrarı arttırmak suretiyle bölgeden gelebilecek göçün önlenmesi hedeflenmiştir (Youngs, 2001, s. 59). Son unsur ise Birliğin bölgeye ilişkin ticari ve aynı zamanda yatırımı kapsayan ekonomi odaklı ilgisidir (Dillman, 2002, s. 65). Birlik Akdeniz ülkeleri ile yakın ilişkiler kurarak bölgede ekonomik kalkınmayı sağlamak suretiyle kendi bünyesinde yer alan ülkelere yeni pazarlar açmayı ve bölgenin ticari ve ekonomik imkânlarını daha da arttırmayı amaçlamıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 13). Dolayısıyla bahsedilen tüm bu unsurlar AB'nin bölgeye yönelik politikalar geliştirmesinde oldukça etkin olmuştur.

AB'nin, bir bölge olarak Akdeniz'e toplu ilk resmi yaklaşımı 1972 yılında benimsenen Küresel Akdeniz Politikası ile başlamıştır (Collyer, 2016, s. 609). Bu politika ile Birlik, o zamanki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET), tüm Akdeniz ülkelerinde ayırım gözetmeyen tarife imtiyazlarının yaygınlaştırılmasını amaçlamıştır. Aynı zamanda mevcut anlaşmaların çerçevesinin mali yardım ve teknik işbirliği de dâhil olmak üzere ticaret dışındaki alanlara genişletilmesi de politikanın bir diğer hedefini oluşturmuştur. Bu kapsamda 1973 ve 1980 yılları arasında hemen hemen tüm Akdeniz ülkeleri ile "İşbirliği Anlaşmaları" imzalanmıştır (Peridy, 2005, s. 130). Bu anlaşmalarda ticari imtiyazlar, finansal ve teknik yardımlar, Avrupa'da yer alan göçmenlerin statüsünün daha da iyileştirilmesi ve ortak kurumların geliştirilmesi gibi konulara yer verilmiştir (Dias, 2014, s. 36). Dolayısıyla küresel nitelikli olan Küresel Akdeniz Politikası ile Akdeniz ülkeleri arasında eşitsizliklere sebep olan ikili anlaşmalar yerine bölgesel anlaşmalar benimsenmiştir (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 15-16). Ancak Küresel Akdeniz Politikası çerçevesinde imzalanan anlaşmalar bölgede ekonomik kalkınmayı sağlama noktasında zayıf kalmış, daha çok teknik düzeyle sınırlı kalmıştır (Dias, 2014, s. 36).

Küresel Akdeniz Politikası somut sonuçlar ortaya koyamaması nedeniyle eleştirilmiş, bu durum mevcut Akdeniz politikasını destekleyen 1992-1996 dönemlerini kapsayacak olan "Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası"nın yaratılması zorunluluğunu doğurmuştur (Pierros, Meunier, & Abrams, 1999, s. 128-129). Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası ile Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund- IMF) ve Dünya Bankası aracılığıyla hazırlanmış olan Yapısal Uyum Fonlarını desteklemek, orta ve küçük ölçekli işletmelerin gelişimini teşvik etmek, çevresel ve bölgesel bütünleşme projelerini desteklemek, yatay işbirliğini kuvvetlendirmek, insan haklarının önemine vurgu yapmak, Akdeniz ülkeleri tarafından gerçekleştirilen reformları destekleyecek önlemler almak, ulusal tasarruflar ve aynı zamanda direk Avrupa yatırımı aracılığıyla bölgede özel sektör yatırımlarının teşviğini sağlamak, Akdeniz ülkelerinin Avrupa pazarına erişimini kolaylaştırmak, eğitim, teknoloji, gümrük gibi alanlarda ortak programların yaratılması maksadıyla Akdeniz ülkelerinin programlara katılımını sağlamak, vergi, ulaştırma, makroekonomik politikalar, enerji, tarım, göç, nüfus, çevre gibi konularda Akdeniz ülkeleri ve Topluluk arasındaki diyalogu güçlendirmek hedeflenmiştir (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 17; Pierros, Meunier, & Abrams, 1999, s. 128-129). Aynı zamanda Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası ile Akdeniz Programları (MED) başlatılarak sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliklerinin geliştirilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede bu programlar ile daha çok üniversitelerarası işbirliğine, yerel yönetimler ve belediyeler arasında iletişim kanallarının kurulmasına ve KOBİ'lerin teşviğine odaklanılmıştır (Pierros, Meunier, & Abrams, 1999, s. 126-134).

Haziran 1992'de gerçekleştirilen Lizbon Zirvesi'nde Avrupa Konseyi, Akdeniz'e vermiş olduğu önemi tekrar dile getirmiş ve Topluluğun Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası'nı olumlu karşıladığını belirtmiştir.

Haziran 1994'deki Korfu Zirvesi'nde Birliğin Akdeniz bölgesine yönelik politikalarının daha da güçlendirilmesi gerektiği üzerinde durulmuş ve Aralık 1994'de gerçekleştirilen Essen Zirvesi'nde de Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nın kurulmasına ilişkin kararlar alınmıştır. 1995 Avrupa Konseyi Zirvesi'nde Topluluk bütçesinde Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'na ayrılacak olan bütçe kararlaştırılmıştır. Gerçekleştirilen tüm bu zirveler ve zirvelerin ardından alınan kararlar, Topluluğu Barcelona Sürecine götürmüştür (Karabacak, 2004, s. 25).

Barcelona Süreci, 1995 yılı Kasım ayında 15 AB üye ülkesi ve 12 Akdeniz ülkesinden meydana gelen 27 katılımcının Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nı sağlayan Barcelona Bildirgesi'ni ilan etmesi ile başlamıştır. Bu, Akdeniz havzasının bir barış, istikrar ve aynı zamanda refahın olduğu bir alana dönüştürülmesini hedefleyen son derece önemli bir proje olarak sunulmuştur (Uzun, 2003, s. 1). 1995 yılında Barcelona Bildirgesi ile oluşturulan Avrupa-Akdeniz Ortaklığı, AB'nin Akdeniz'deki bölgesel entegrasyon politikasının bir devamı niteliğindedir (Baran, 2017, s. 179). Bu doğrultuda Avrupa-Akdeniz Ortaklığı, üç bölümden meydana gelen Bildirge'nin üç bölümünde de farklı farklı ele alınan üç ana hedefe sahiptir. Bildirge'nin birinci bölümü olan siyasal ortaklık ve güvenlik konularında ortaklık başlığı altında insan haklarının, demokrasinin ana ilkelerinin temel alındığı bir barış ve istikrar ortamı yaratmak hedeflenirken, Bildirge'nin ikinci bölümü olan ekonomik ve mali ortaklık başlığı altında Birlik ve Akdeniz'deki ortaklar arasında ve aynı zamanda ortakların kendi arasındaki serbest ticaretin aşamalı bir şekilde sağlanmasıyla paylaşılan bir refah ortamının meydana getirilmesi, ortakların ekonomik bakımdan değişimlerinin sağlanması ve bu değişimlerin ardından karşılaşılabilecek hem toplumsal hem de ekonomik problemlerin üstesinden gelmek için Birlik tarafından finansal bir destek sağlanması hedeflenmiştir. Bildirgenin son bölümü olan kültürel, toplumsal ve beşeri alanlarda ortaklık başlığı altında ise bölgede yer alan toplumlar arasındaki karşılıklı anlayışın yükseltilmesi ve insan kaynaklarının daha da gelişimi ve dönüşümü, sivil topluluklara ve toplumsal kalkınmaya destek verilmesiyle özgür ve aynı zamanda verimli bir sivil toplumun yaratılması amaçlanmıştır (Uzun, 2003, s. 12-19). Avrupa Konseyi aynı zamanda Temmuz 1996'da Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nın yürütülmesinde AB'nin temel mali enstrümanı olan Akdeniz Kalkınma Yardımları (Mediterranean Development Aid-MEDA) Programını, gerçekleştirilen Barcelona Konferansı ile onaylamıştır (Musu, 2010, s. 46, 56). Bu program ekonomik geçiş süreci, bölgesel ve sınır işbirliği, ekonomik ve aynı zamanda sosyal kalkınma gibi üç ana alanda Akdeniz ülkelerine mali bakımdan destek olmayı amaçlamıştır (Kahraman, 2008, s. 1735). Diğer yandan bu program ile birlikte ortaklığın kurulma amaçlarından biri olan Akdeniz ve Birlik arasında bir serbest ticaret bölgesinin aşamalı bir şekilde kurulmasının kolaylaştırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla MEDA programı, ekonomik ve toplumsal yapılarını yenilemede istekli olan ortakların bu konudaki çabalarına destek olmayı ve ekonomik gelişim ile birlikte ortaya çıkacak olan her türlü toplumsal ve aynı zamanda çevresel sonucu azaltma amacı taşımaktadır (Uzun, 2003, s. 21). Bu doğrultuda, 1995 ve 1999 yıllarını kapsayan MEDA I programı ile ağırlıklı olarak Akdeniz ülkelerindeki bağımsız projelere destek olunurken, MEDA II programı ile ise 2000-2006 yıllarını kapsayan MEDA II programı ise bölgesel ilişkilerin geliştirilmesinde destek olunmaktadır (Kahraman, 2008, s. 1735).

Barcelona Bildirgesi'nin uygulanmasının takibini gerçekleştirmek, ortaklığın amacına ulaşılmasını sağlamak için bakanlar seviyesinde dönemsel olarak Avrupa-Akdeniz Dışişleri Bakanları Konferansları gerçekleştirilmesi yönünde karar alınmıştır (Uzun, 2003, s. 19). Bu konferanslardan özellikle 15-16 Nisan 1997'de Malta'da gerçekleştirilen Avrupa-Akdeniz Dışişleri Bakanları siyasi iletişim ve güvenlik, finansal konular ile kültürel, insani, sosyal konulara odaklanılmıştır. Bu konferansın hemen ardından Haziran 1997'de Amsterdam'da gerçekleştirilen Avrupa Birliği Zirvesi'nde ise serbest ticaret alanının yaratılması yönünde bir karara varıldığı görülmektedir (Karluk, 2002, s. 206). Bu kapsamda Topluluk ile Akdeniz ülkeleri arasında bir Serbest Ticaret Anlaşmaları ağı yaratılmaya başlanmıştır. Özellikle Türkiye ve Cezayir dışında tüm Barcelona Süreci'nde yer alan taraflarla bu anlaşma tamamlanmıştır. Aynı zamanda Suriye haricinde Akdeniz bölgesinde bulunan ülkelerle Tercihli Ticaret Anlaşmaları yapılmıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 19). 25 Şubat 2004 yılında da Tunus, Fas, Ürdün ve Mısır arasında ticarete daha yakın işbirliğini teşvik etmek amacıyla Agadir Anlaşması imzalanmıştır. 2007 yılında yürürlüğe giren bu anlaşma ile Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması hükümlerine uygun bir şekilde bir serbest ticaret alanı yaratmak, katılımcı ülkelerin dış ticaret, tarım, sanayi ve hizmetler başta olmak üzere sektörel politikalarının

koordinasyonunu sağlamak ve ekonomik entegrasyonlarını teşvik etmek için bu alanlardaki mevzuatlarını uyumlu hale getirmek hedeflenmiştir (Kourtellis, 2021, s. 306). Diğer yandan Türkiye ve Mısır arasında Ortaklık Anlaşması, Ürdün, Suriye ve Filistin ile de Serbest Ticaret Anlaşmaları gerçekleştirilmiştir. Birliğin Türkiye ile imzalamış olduğu Ortaklık Anlaşması da Mart 2011'de yürürlüğe girmiştir (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 19).

Daha öncede bahsedildiği gibi Barselona'dan itibaren Avrupa-Akdeniz ortaklık sürecini geliştirmeye yönelik bakanlar seviyesinde birçok Avrupa-Akdeniz Dışişleri Bakanları toplantısı yapılmıştır. Barselona II olarak nitelendirilen toplantılardan biri Malta'da gerçekleştirilirken, Barselona III olarak adlandırılan gayri resmi toplantılar da Stuttgart ve Palermo'da yapılmıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 19).

Barselona süreci Arap-İsrail arasındaki sorunların çözümüne yönelik umutları arttırma açısından bölgede olumlu bir atmosfer oluşturmuştur. Ancak bu noktada bazı zorluklarla karşı karşıya kalınmıştır. Bu zorluklar sürecin kendisinden kaynaklanan zorluklar olduğu gibi aynı zamanda Arap-İsrail arasında yaşanan gerilimin yaratmış olduğu zorluklardır (Batt, Lynch, Missiroli, Ortega, & Triantaphyllou, 2003, s. 90). Barselona süreci Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tarafından başlatılan Orta Doğu Barış süreci ile paralel ilerlemiş, fakat Orta Doğu barış sürecinde meydana gelen problemler Akdeniz bölgesel işbirliğinin ilerleyişini olumsuz yönde etkilemiştir. Oslo'da beliren Arap-İsrail zıtlığının barışçıl yollarla çözüme ulaşması yönündeki beklentiler hem Arap hem de İsrail tarafının siyasi aşırı uçlarının şiddete başvurusu neticesinde son bulmuştur (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 19). Kısaca Arap-İsrail arasındaki gerilim Avrupa-Akdeniz ortaklık sürecini olumsuz yönde etkilediği gibi aynı zamanda bölgedeki siyasi atmosfer üzerinde de negatif bir etki yaratmıştır. Özellikle bu gerilim bölgesel yakınlaşmayı, ekonomik büyümeyi engelleyerek, güvensiz bir ortamın oluşumunda önemli bir rol oynamıştır (Batt, Lynch, Missiroli, Ortega, & Triantaphyllou, 2003, s. 101).

2007-2012 yılları arasında Fransa devlet başkanlığı görevini yürüten Nicolas Sarkozy, Barselona sürecinden farklı olarak, yeni bir Akdeniz ülkeleri oluşumunu, 2007 yılındaki başkanlık seçimi propagandasında rakiplerine karşı önemli bir dış politika projesi olarak gündeme getirmiş ve Akdeniz Birliği olarak nitelendirilen bu inisiyatifi hem ulusal hem de uluslararası alanda kamuoyu ile paylaşmıştır. 2007 yılında başkan seçilmesinin ardından Birlikten bağımsız, Akdeniz'de kıyası bulunan ülkeleri içermesi planlanan Akdeniz Birliği için çalışmalara başlamıştır. Ancak Sarkozy'nin kurmayı planladığı Akdeniz Birliği girişimi bazı Birlik üyelerini rahatsız etmiştir. Bu girişime karşı çıkanların en büyük kaygısı bu girişimin Barcelona sürecini sekteye uğratacağı ve Fransa'nın bu girişimi kendi menfaatleri doğrultusunda kullanarak kendine ekonomik çıkar ve nüfuz alanı yaratacak olması olmuştur. Bu endişeyi en fazla taşıyan Birlik üyesi Almanya, özellikle Fransa'nın bu girişimi ile Akdeniz'i kendi çıkar alanı yapmaya çalıştığını, Akdeniz'e kıyası olmayan Birlik üyelerini dışladığını dile getirerek, Sarkozy'nin bu girişimine şiddetle karşı çıkmış ve Fransa ile olan resmi görüşmelerini iptal etmiştir. Almanya'nın bu katı tavrı karşısında Fransa, Akdeniz Birliği fikrinden vazgeçerek, çalışmalarına herkesi kapsayacak olan "Akdeniz İçin Birlik" adıyla devam etmeye karar vermiştir (Çakmak, 2018, s. 218-220). Bu doğrultuda Akdeniz İçin Birlik Barselona Süreci'nin devamı olacak şekilde 13 Temmuz 2008'de hayata geçirilmiştir (Bicchi, 2011, s. 3; Çakmak, 2018, s. 220).

Barselona Sürecinin devamı niteliğinde olan Akdeniz İçin Birlik ile Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nın kurumlarının, sekreterliğinin ve aynı zamanda başkanlığının tekrar yapılandırılması öngörülmüştür. Bu doğrultuda yönetimden bir Birlik üyesi ülke ile bir Birlik bünyesinde olmayan Akdeniz ülkesinden meydana gelen ve belli zaman aralıklarında değişen eş başkanlığın sorumlu olması, tüm devletlerin hükümet ve devlet başkanı seviyesinde temsili ve küçük bir sekreterya meydana getirilmesi kararlaştırılmıştır (Ataç, 2011, s. 11; Bicchi, 2011, s. 3). Akdeniz İçin Birlik diğer süreçlerden farklı olarak bölgeselcilik ve çok taraflılık yerine daha çok ikili ilişkilerin önemine vurgu yapmıştır (Bicchi, 2011, s. 9).

Akdeniz İçin Birlik öneri aşamasındayken Akdeniz'in güney kıyısında yer alan bazı ülkeler projeye ilişkin çekincelerini belirtmişlerdir. Özellikle İsrail'in projeye yaklaşımı, Arap Ligi'nin daha öncekilerle karşılaştırıldığında Akdeniz İçin Birlik projesinde daha aktif rol oynayacağından duyduğu kaygıdan dolayı olumsuz olmuştur (Hollis, 2011, s. 101). Diğer taraftan Arap ülkeleri de iki önemli sebepten dolayı öneriye tepki göstermişlerdir. Bu sebeplerden ilki önerinin Arap ülkeleri ile İsrail arasındaki ilişkilerin 2006'da İsrail'in Lübnan'da gerçekleştirdiği askeri operasyondan dolayı gergin olduğu ve barış görüşmelerinin

sekteye uğradığı bir zamanda ortaya çıkmasıydı. Bu dönemde Arap ülkeleri, Akdeniz İçin Birlik projesinde yer almaları halinde, bunun uluslararası alanda İsrail ile ilişkilerinin iyiye gittiği şeklinde yorumlanmasından kaygı duymuşlardır (Schlumberger, 2011, s. 137-138). Ancak 2008 yılının sonunda İsrail'in kendisine Akdeniz İçin Birlik'te genel sekreter yardımcılığının teklif edilmesinin ardından, Arap Ligi'nin Akdeniz İçin Birlik'e katılımını kabul etmesi ile birlikte Akdeniz İçin Birlik'in hayata geçirilecek olmasına yönelik beklentiler daha da yükselmiştir. Buna rağmen 2008 yılında İsrail'in Gazze'ye yönelik operasyonundan hemen sonra Arap ülkeleri, İsrail ile ilişkilerin iyileştiği yönünde bir izlenim vermemek adına çeşitli sebeplerle toplantılarda yer almamışlardır (Schlumberger, 2011, s. 138).

3. Tarihsel Süreç İçerisinde Arap-İsrail Anlaşmazlığı

AB'nin Akdeniz ülkeleri ile siyasi, kültürel ve ekonomik kapsamda ilişkilerini ilerletmek amacıyla geliştirdiği Küresel Akdeniz Politikası, Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası, Barselona Süreci, Avrupa-Akdeniz Ortaklığı ve aynı zamanda Akdeniz İçin Birlik gibi projeler Arap-İsrail arasındaki anlaşmazlıklardan dolayı kesintiye uğramış ve sona ermek durumunda kalmıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 21), Avrupa Topluluğu (AT) 1972 yılında benimsemiş olduğu Küresel Akdeniz Politikası'nı 1973'ün sonuna kadar uygulamaya koymayı düşünse de 1973 yılında patlak veren Arap-İsrail Savaşı ve ardından gelen petrol ambargosu gibi faktörlerin etkisiyle bunu gerçekleştirememiştir (Ochenwald & Fisher, 2004, s. 559-562). Arap-İsrail Savaşlarının dördüncüsü olan Yom Kippur Savaşı, 1973 yılında gerçekleşmiştir. Mısır ve aynı zamanda Suriye'nin orduları, Yahudiler tarafından kutsal olan Yom Kippur gününde, İsrail'e karşı saldırıda bulunmuşlar ve bazı bölgeleri ele geçirmişlerdir. Ancak ABD tarafından sağlanan lojistik destekle İsrail ordusu kısa sürede kendini toparlamış ve üstünlüğü ele geçirerek, Mısır ve Suriye ordularını mağlup etmeyi başarmıştır (Yılmaz & Kalkan, 2017, s. 182). Ancak ABD tarafından İsrail'e sağlanan destek Arap ülkelerini oldukça rahatsız etmiş ve ilerleyen süreçte Arap ülkeleri ABD'nin bu desteğine tepki olarak petrol ambargosu uygulamışlardır (Bulut, 2018, s. 347). Böylece petrol üretimini %5 oranında azaltma niyetinde olduklarını belirtmişlerdir. Petrol üretimindeki bu azalmanın İsrail'i destekleyenleri olumsuz bir şekilde etkileyeceğine dikkat çekilmiştir. Uygulanmaya başlanan petrol ambargosu neticesinde İngiltere ve Fransa dışındaki AT üyesi ülkeler %5'lik azalma oranına tabi tutulmuştur. Özellikle Hollanda ve ABD üzerindeki azalma oranı %25'leri bulmuştur. Üretimdeki bu azalma ve aynı zamanda petrol fiyatlarında yaşanan artış AT ülkelerini olumsuz yönde etkilemiştir (Mercan, 2015, s. 171-172). Bu durum da AT ülkelerinin petrolü stratejik bir silah olarak kullanan Arap dünyası ile ilişkilerinin gerginleşmesine neden olmuş, böylece iki taraf arasında küresel boyutta bir işbirliğini imkânsız hale getirmiştir. Yaşanan petrol ambargosu sebebiyle ekonomik bir krize giren AT ülkeleri, Akdeniz ülkeleri ile yenilecek anlaşma girişimleri içerisinde bulunmamıştır (Kurtbağ, 2003, s. 77).

Yaşanan petrol ambargosu haricinde AET'nin 1973 yılında İngiltere, Danimarka ve İrlanda'yı bünyesine dâhil etmesi de Akdeniz politikalarını etkilemiştir. Özellikle İngiltere Akdeniz ülkeleri ile gerçekleştirmiş olduğu anlaşmalar aracılığıyla kendi tüketicilerinin ucuz tarım ürünlerine ulaşabilmesine imkân yarattığı için Akdeniz politikalarına ciddi destek vermiştir. Bunun yanında İtalya ve Fransa ise İngiltere'nin tam tersine Küresel Akdeniz Politikaları sonucunda kendileri ile oldukça benzer ürünler üreten Akdeniz ülkelerinin yaratacağı rekabet ortamından rahatsız olacakları için bu politikalarından oldukça rahatsız olmuşlardır. Bu doğrultuda, 1974 yılında AT Bakanlar Konseyi bölgesel boyutta bir anlaşma için görüşmeler gerçekleştirmekten vazgeçmiş, bu durum da AT'nin Küresel Akdeniz Politikası'ndan vazgeçtiğinin önemli bir göstergesi olmuştur. AT, Akdeniz ülkeleri ile tek bir anlaşma yapmak yerine her biri ile ayrı ikili anlaşma yapmayı tercih etmişlerdir (Kurtbağ, 2003, s. 77).

Soğuk Savaşın sona ermesi ile birlikte Arap-İsrail arasındaki problem Sovyetler ve ABD arasında bir güç meselesi olmaktan çıkarak, daha bölgesel bir probleme dönüşmüştür. Özellikle Orta Doğu'da bir istikrar sağlanmasının Arap-İsrail barışına bağlı olduğu sonucuna varılmış ve barış sürecine hız kazandırılmıştır. Körfez Savaşı'nı neticelendiren ABD yine bölgede etkin bir güç olmayı başarmıştır. Hem İsrail tarafı hem de Filistin tarafı aralarındaki problemi ABD olmadan çözemeyeceklerine bir kere daha kanaat getirmişlerdir (Shlaim, 2005, s. 241-261). Ardından ABD ve Sovyetler Birliği'nin desteği ile İspanya 30 Ekim-1 Kasım 1991 tarihleri arasında İsrail, Suriye, Lübnan ve Filistinlilerin yer alacağı Madrid Barış Konferansı'na ev sahipliği yapmıştır (Viveash, 2021, s. 50). Bu konferans, Suriye, Lübnan ve Ürdün'ün de

içinde bulunduğu Arap ülkeleri ile İsrail ve Filistin arasında bir barışın sağlanması için ilk adım oluşturmak açısından önemli bir girişim olmuştur (Dağcı & Sak, 2016, s. 17).

İsrail'de ılımlı kanat olarak nitelendirilen İshak Rabin'in 1992'de iktidara gelmesi ile İsrail ve Filistinliler arasında yeni bir dönüm noktasını meydana getiren görüşmeler başlamıştır. Bu görüşmelerin bir kısmı 1993 yılında Oslo'da gerçekleştirilmiştir. 13 Eylül 1993 tarihinde Filistin Kurtuluş Örgütü (FKÖ) başkanı Yasser Arafat ve İsrail Başbakanı İshak Rabin tarafından imzalanan İlkeler Bildirgesi şeklinde de ifade edilen Oslo görüşmeleri dünya kamuoyu tarafından çatışmaları sonlandıracak bir anlaşma olarak görülmüştür (Özkoç, 2009, s. 179-180).

Bu bildirme ile birlikte barış sürecinin 242 ve 338 sayılı kararlara dayalı bir şekilde sürdürüleceğini hem İsrail hem de Filistin onaylamıştır. Aynı zamanda bildirmede İsrail'in FKÖ'yü tanıyacağı, İsrail'in ordusunun Gazze ve Batı Şeria'nın bir parçası olan Eriha'dan ayrılmasını, beş yıl devam edecek müzakerelerden sonra bağımsız bir Filistin Devleti'nin yaratılacağını ancak bu süre zarfında İsrail'in kademeli bir şekilde çekildiği bölgelerin denetimini gerçekleştirecek bir Filistin Geçici Yönetimi'nin oluşturulacağı ifade edilmiştir. Bildirme'de FKÖ'nün İsrail Devleti'ni tanıyacağı, terörizmin sonlandırılacağı belirtilmesine karşın İsrail askerlerinin beş yıllık geçici bir süre içerisinde belirtilecek başka bölgelerden de çekilmesine karar verilmiştir. Beş yıllık geçici sürecin hemen sonrasında bağımsız Filistin Devleti'ni kuracak olan bir anlaşma imzalanacaktı. Bunun yanında Kudüs, Yahudi yerleşimciler, mülteciler, sınırlar, güvenlik düzenlemeleri ve diğer ülkelerle ilişkiler gibi konular ise ilerleyen tarihlerde görüşülmek üzere ertelenmiştir (Özkoç, 2009, s. 180).

Oslo aracılığıyla başlayan İsrail ve Filistin arasındaki barış süreci çok uzun soluklu olmamış, İsrail hem de Filistin'in karşılıklı saldırıları ile sona ermiştir. Oslo Anlaşmaları'nın imzalanmasını izleyen beş yılda birçok Filistin ve İsraili yaşanan çatışmalar sonucunda hayatını kaybetmiştir. Aynı zamanda Kasım 1995'de İshak Rabin'in de öldürülmesi sonucunda barış süreci ciddi bir yara almıştır (Ayman, 2009, s. 49; Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 24; Musu, 2010, s. 57). Barış sürecinin ciddi yara alması ve İsrail-Filistin görüşmelerinin duraksaması ortak bir Avrupa-Akdeniz barış ve istikrar bölgesinin oluşumunu da olumsuz yönde etkilemiş dolayısıyla bu durumu tamamen imkânsız bir hale getirmiştir.

İshak Rabin'in öldürülmesi ile birlikte 1996 yılında gerçekleştirilen İsrail seçimlerini Oslo Anlaşmaları'na karşıtlığı ile tanınan Benyamin Netanyahu kazanmış, Mayıs 1999'da gerçekleştirilen seçimlerde de İşçi Partisi'nden Ehud Barak başbakan olmuştur (Ayman, 2009, s. 49; Özkoç, 2009, s. 186). ABD Başkanı Bill Clinton, Barak Obama döneminden yeniden bir Orta Doğu barış zirvesi gayreti içerisine girmiş ve Temmuz 2000'de İsrail Başbakanı Ehud Barak ile Filistin Yönetimi Başkanı Yasser Arafat'ın bir araya gelmesini sağlamıştır. Ancak bu görüşmeler başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Görüşmelerin başarısızlıkla sonuçlanmasında Kudüs'ün ve kutsal yerlerin statüsü, mültecilerin geri dönüş hakları ve İsrail'in güvenlik konusundaki kaygıları önemli bir rol oynamıştır. Yerleşim alanlarında İsrail'in inşaatlarını sürdürmesi, Camp David görüşmelerinin başarısızlığı ikinci intifadanın sebepleri arasında yerlerini almıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 25).

28 Eylül 2000'de Likud Partisi'nin Netanyahu'dan sonraki lideri Ariel Şaron'un 1000 asker ile Mescid'i Aksa'yı ziyareti Filistinlileri son derece rahatsız etmiş ve Filistinlilerin ikinci intifadası başlamıştır (Sharm El-Sheikh Fact-Finding Committee, 2001; Rabbani, 2002, s. 135). İkinci İntifada da Barcelona sürecini olumsuz yönde etkilemiştir.

Tüm bunların yanında 2006'nın Temmuz ayında Hizbullah'ın sınırı aşarak üç İsrail askerini öldürmesi, aynı zamanda ikisini alkoyması ve karşılık bir şekilde İsrail'in askeri operasyon başlatması neticesinde İsrail ve Hizbullah arasında ortaya çıkan Lübnan Savaşı (Bulut & Bulut, 2021, s. 107; Köse, 2007, s. 55), ardından 27 Aralık 2008'de İsrail'in, Filistin'in Gazze kentinden kendi topraklarına gönderilen Hamas füzelerine karşı "meşru müdafaa" olarak Gazze'de başlattığı 22 günlük Dökme Kurşun Harekâtı (Turhan, 2009, s. 161-162), Arap ülkelerinde gerçekleşen İsrail karşıtı toplantılar, Aralık 2008, Ocak 2009 İsrail saldırıları, Hamas'ın İsrail'e yönelik roket saldırısını gerekçe göstererek İsrail tarafından 8 Temmuz 2014'te Gazze'ye yönelik gerçekleştirilen "Sınır Koruma Operasyonu" AB'nin Akdeniz politikasını olumsuz yönde etkilemiştir (Çinkara, 2014).

4. AB'nin Arap-İsrail Anlaşmazlığına Bakışı

AB'nin, Arap-İsrail çatışması ile yakından ilgilenmesi bölgenin sahip olduğu stratejik önemle doğrudan ilgilidir. AB açısından Filistin-İsrail problemi kendi güvenliğini ve aynı zamanda yakın bölgenin istikrarını bozan bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla Filistin-İsrail problemi AB'nin son derece önemli gördüğü bir konu olup (Dağcı & Sak, 2016, s. 9), özellikle 12 Aralık 2003 tarihli Avrupa Güvenlik Stratejisi'nde Filistin-İsrail probleminin çözümü "stratejik önceliği olan bir konu" şeklinde nitelendirilmiş ve bu problem çözülmeden bölgedeki diğer problemlerin çözümünün oldukça zor olacağı belirtilmiştir (Council of European Union, 2003, s. 35-36).

Kuruluşundan günümüze kadar Avrupa bütünleşmesinin en önemli aşamalarından birisi ortak bir dış politika yaratma isteği olmuştur. Filistin-İsrail meselesi de Avrupa bütünleşmesi bakımından son derece önemli dış politika konularından biri olma özelliğine sahiptir. Özellikle 1967 yılında meydana gelen Filistin-İsrail geriliminin daha da şiddetli bir hal alması o zamanki adıyla Avrupa Topluluğu'nun (AT), 1970'li yıllarda ortak bir dış politika geliştirme yönündeki çabalarına yoğunluk kazandırmıştır (Dağcı & Sak, 2016, s. 10-11). AT'nin Arap-İsrail çatışmasına ilişkin ilk ortak politikası ise 1973 Yom Kippur Savaşı'nın ardından gerçekleşmiştir. Özellikle AT üyesi 9 ülke savaş sonrası yayınlamış oldukları Deklarasyon ile soruna Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin 242 sayılı kararı kapsamında çözüm bulunması gerektiğine dikkat çekmişlerdir (Altunışık, 2008, s. 106). Aynı zamanda Topluluk 6 Kasım 1973'de Brüksel Zirvesi'nde de İsrail'in 1967 yılından beri sürdürmüş olduğu toprak işgalini bitirmesi gerektiğini, açık bir şekilde ifade edilmese de Filistinlilerin meşru haklarını tanıdıklarını işaret etmiştir. Topluluğun böyle bir yaklaşım sergilemesinde Yom Kippur Savaşı'nın ardından petrol üreticisi ülkelerin Avrupa'ya ambargo uygulama istekleri büyük bir etken olmuştur. Dolayısıyla eş zamanlı olarak "Avrupa-Arap Diyalogu"nu başlatmıştır (Khader, 1984, s. 165-170).

1980'li yıllarda Avrupa devletlerinin Filistinlilere olan desteği yine devam etmiştir. Özellikle Avrupa devletleri Filistinlilerin Orta Doğu Barış sürecinde temsil edilmeleri ve aynı zamanda kendilerine ait bir devletlerinin olması gerektiğini vurgulamışlardır (Bill & Sippingborg, 2000, s. 276). AT'ye üye ülkeler 1980'li yıllar boyunca çeşitli deklarasyonlar yayınlamayı sürdürmüşlerdir. Özellikle bunların en dikkat çekicilerinden biri 13 Haziran 1980'de yayınlanmış olan Venedik Deklarasyonu olmuştur. Bu deklarasyon AT'nin Filistin-İsrail meselesini ele alışının ve önceki deklarasyonlarda açık bir şekilde ifade edilmeyen düşüncelerinin yer aldığı oldukça geniş boyutlu bir belge niteliği taşımasından dolayı son derece önemli olmuştur (Mercan, S., 2008, s. 109).

Soğuk Savaşın sona ermesi ve Berlin duvarının yıkılması ile birlikte Filistin-İsrail meselesi farklı bir niteliğe sahip olmuştur (Dağcı & Sak, 2016, s. 17). 1990'lı yıllarda AB, ABD karşısında çok daha pasif bir tutum sergilemiş, özellikle barış görüşmeleri için sıklıkla konferans düzenlenmesi gerektiğine yönelik vurguda bulunan AB, ABD'nin girişimi ile 1991 yılında gerçekleştirilen Madrid Konferansı'nda yer almıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 30). ABD Dışişleri Bakanı James Baker öncülüğünde gerçekleştirilen bu konferansın bağlayıcı kararları olmamakla beraber, bu konferansta alınan kararlarla ABD, Filistin ve İsrail arasındaki problemi barışçıl yollarla çözmeyi amaç edinmiştir. Madrid Konferansı'nın ardından 1993'de imzalanan Oslo Anlaşması ile İsrail işgal altında bulunan Filistin'in tek temsilcisinin FKÖ olduğunu kabul ederek son derece önemli bir adım atmıştır. Böylece FKÖ'yü resmi olarak tanımaya giden yol açılmıştır (Yıldırım, 2021, s. 3855-3856). Oslo Anlaşması'nı takip eden yıllarda da AB hem Filistin hem de İsrail ile olan ilişkisini daha da güçlü bir hale getirmiştir. AB'nin Filistin ile olan ilişkisi ekonomik işbirliği esaslıydı. Gazze ve Batı Şeria'ya gerçekleştirilen finansal destekler ilişkilerinin odak noktası olmuştu. AB aynı zamanda Oslo Barış sürecinde, hem İsrail'in güvenlik politikalarına hem de Gazze ve Batı Şeria üzerindeki ekonomik sınırlamalarına da karşı çıkmıştır (Karakır Aşkar & Aknur, 2015, s. 30).

Filistin-İsrail barış görüşmeleri ile başlamış olan süreç, 2000'li yıllara gelindiğinde yerini yeniden başlayan çatışmalara bırakmıştır. 14 Temmuz 2000 yılında gerçekleştirilen Camp David Zirvesi ile barış süresince göz ardı edilen Kudüs'ün durumu, Filistin devletinin geleceği, Yahudi yerleşimciler, mülteciler gibi konuların ele alınması ve bu konularda anlaşma sağlanamaması neticesinde Oslo süreci yara almıştır. Oslo sürecinin yara alması, 28 Eylül 2000'de İsrail muhalefet lideri ve bir muhafazakâr olarak nitelendirilen Ariel Şaron'un Kudüs'te yer alan El-Aksa Camii'ne gerçekleştirdiği ziyaret ve bu ziyaretin ardından

başlayan İkinci İntifada (Özkoç, 2009, s. 187,189-190) AB'nin güvenlik konusunda kaygı yaşamasına neden olmuştur (Peters, 2010, s. 512). Avrupa Konseyi'nin 2009 yılındaki deklarasyonunda Filistin ve İsrail arasında barışın sağlanmasının AB'nin en büyük temennisi olduğu, Orta Doğu Barış Süreci'nin 2009 yılında da AB'nin öncelikli konusu olmaya devam ettiği, bölgede güvenlik ve istikrarın varlığının son derece önemli olduğu özellikle vurgulanmıştır (Council of The European Union, 2009, s. 1). Ortadoğu Barış Süreci ile ilgili yayınlanan 2012 tarihli deklarasyon ile de Filistin'in BM'de "üye olmayan gözlemci devlet" pozisyonuna sahip olmasının oylama sürecinde de Birlik, Filistin'in BM'ye tam üyeliği için sağlamış olduğu katkıyı yinelemiştir (European Union, 2012, s. 1).

Bu doğrultuda, AB'nin aslında Filistin-İsrail meselesine yaklaşımında bölgeye ilişkin değişen menfaatlerinin büyük etkisi olmuştur. AB, her ne kadar bölgede İsrail ve bağımsız bir Filistin devleti olmak üzere iki devletin bulunduğu ve aynı zamanda bu iki devletin birbirleri ile barış içinde olduğu bir ortam istese de Filistin ve İsrail arasındaki Kudüs meselesi, Yahudi yerleşimleri, sınırlar, mülteciler gibi temel anlaşmazlık konularına çözüm noktasında etkin bir rol oynayamamıştır (Keskin, 2010, s. 124-125).

5. Arap-İsrail Anlaşmazlığının AB'nin Akdeniz Politikaları Üzerindeki Etkisi

Akdeniz tarih boyunca Doğu ve Batı'nın buluştuğu ekonomik, siyasi ve kültürel alışverişlerin gerçekleştiği bir kavşak noktası olmuştur. Aynı zamanda Akdeniz'in enerji yolları açısından da bir kavşak noktası olması onu uluslararası sistemin güçlü aktörleri için vazgeçilmez bir bölge haline getirmiştir. Akdeniz'in bu stratejik ve ekonomik öneminin farkında olan AB (Şençelebi, 2015, s. 142), Akdeniz ülkeleri ile işbirliklerini artırmaya ve bölgeye yönelik farklı politikalar geliştirmeye önem vermiştir. Ancak AB her ne kadar Akdeniz ülkeleri ile işbirliklerini artırmaya ve bölgeye yönelik farklı politikalar geliştirmeye çalışsa da Arap-İsrail arasındaki sorun, Birliğin Akdeniz ülkeleri ile geliştirmeye çalıştığı işbirlikleri ve özellikle Birliğin bölgeye yönelik politikaları üzerinde olumsuz bir etki yaratmıştır. Özellikle AB'nin Akdeniz'e yönelik politikasını güçlendirme yönünde attığı önemli bir adım olan Avrupa-Akdeniz Ortaklığı farklı bir ifade ile Barselona süreci Arap-İsrail arasındaki sorundan olumsuz yönde etkilenen önemli örneklerden biri olmuştur.

Barselona sürecinin ilk senesinde (1995) Arap-İsrail sorununun kötüleşmesine karşın Avrupa-Akdeniz Ortaklığı üzerinde olumsuz yönde ciddi bir etkisi olmamıştır. Ancak 1997 yılına gelindiğinde Orta Doğu'da yeniden kendini gösteren Arap-İsrail sorunu Barselona sürecinin işleyişini olumsuz yönde etkilemeye başlamıştır. Özellikle 1997 yılının Nisan ayında Malta'da gerçekleştirilen ikinci Avrupa-Akdeniz Konferansı, İsrail'in Mart ayı içerisinde Doğu Kudüs'te yeni Yahudi yerleşimleri kurma isteği, Arap Birliği'nin İsrail ile ilişkilerini bitirme yönündeki eğilimi sonucunda Orta Doğu Barış Süreci'nde çıkmaza girildiği bir döneme denk gelmiş ve böylece konferans herhangi bir karar alınmadan sonlandırılmıştır (Kurtbağ, 2003, s. 84).

1998 yılında İsrail ve Filistin Yönetimi arasında Wye River Memorandumu imzalanmıştır. Wye River Memorandumu ile İsrail, işgal etmiş olduğu toprakların bir kısmından ayrılmayı kabul ederken, Filistin Ulusal Otoritesi ise İsrail'in bu adımı karşısında güvenliği bozucu herhangi bir eyleme izin vermeyeceğini açıklamıştır (Ayman, 2009, s. 49-50). Bu durumun 1999 yılında Stuttgart'ta gerçekleştirilen üçüncü Avrupa-Akdeniz Konferansı'na olumlu yansımaları olduğu görülmüş ve işbirliklerinin daha da artırılması gerektiği vurgulanmıştır. Ancak bu durum kısa sürmüştür. Genel olarak süreç çok taraflı bir boyutla değerlendirildiğinde, 1995 sonrasında gerçekleştirilen konferansların, özellikle Orta Doğu Barış Süreci'ndeki olumsuzluklardan önemli ölçüde etkilendiği ve başarılı sonuçlar alınmadığı görülmektedir (Kurtbağ, 2003, s. 85).

28 Eylül 2000'de Şaron'un El-Aksa Camii'ne girmesi ile beraber, Filistin'de patlak veren II. İntifada ve İsrail'in İntifada'yı söndürmek ve aynı zamanda kendi güvenliğini sağlamak amacıyla gerçekleştirdiği uygulamalar (Yadak, 2014, s. 169), Kasım 2000'de Marsilya'da gerçekleştirilen dördüncü Avrupa-Akdeniz Konferansı'nı olumsuz etkilemiş, Suriyeli ve Lübnanlı temsilciler İsrail'in İntifada'ya karşı gerçekleştirdiği uygulamaları protesto etmek amacıyla konferansa katılmamışlar, dolayısıyla Orta Doğu çatışmasının tüm tarafları aynı masanın etrafında toplanamamıştır. Aynı zamanda Marsilya'da "Barış ve İstikrar için Akdeniz Şartı"nın kabul edilmesine de engel olmuştur (Asseburg, 2003, s. 174). 22-23 Nisan 2002 tarihinde Valencia'da gerçekleştirilen beşinci Avrupa-Akdeniz Konferansı, İsrail'in Cenin Kasabası'nı işgal ettiği ve

II. İntifada'nın devam ettiği bir döneme denk gelmiş, Suriyeli ve Lübnanlı temsilciler konferansa yine katılmamıştır. Ancak buna rağmen bu konferans Orta Doğu'da yaşananlardan, Marsilya'da gerçekleştirilen dördüncü konferansa oranla daha az etkilenmiştir (Kurtbağ, 2003, s. 87). Diğer yandan 13 Temmuz 2008 yılında hayata geçirilen AİB de tüm Akdeniz politikalarının sekteye uğramasında rol oynayan Arap-İsrail çatışmasından etkilenmiştir. Özellikle İsrail'in 2006 yılındaki Lübnan işgali, 2009'daki "Dökme Kurşun Operasyonu" gibi askeri operasyonlar, İsrail'in Doğu Kudüs'e 1300 tane yeni yerleşim yerleri inşa edileceği yönündeki ifadeleri ile beraber Arap-İsrail ilişkilerinin giderek daha da gerginleşmesi, bunların sonucunda Arap devletlerinin zirveleri boykot etmesi, AİB'nin faaliyetlerini sürdürmemesine neden olmuştur (Ayaz, 2013, s. 71-72). Görüldüğü gibi Birliğin Akdeniz'e yönelik politikaları Arap-İsrail anlaşmazlığından bağımsız ilerleyememekte, bu anlaşmazlık Birliğin Akdeniz politikalarını olumsuz yönde etkilemektedir.

6. Sonuç

Arap-İsrail anlaşmazlığı bölgenin siyasi atmosferi üzerinde olumsuz bir etki yarattığı gibi bölgesel yakınlaşmaları engellemekte, ekonomik problemlere sebep olmakta, bölgede güvensiz bir ortamın var olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bu durum Avrupa'ya yönelik güvenlik tehdidinde de bir artış yaratmış ve AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Bu doğrultuda çalışmada da Arap-İsrail arasındaki çatışmanın Birliğin Akdeniz politikaları üzerindeki etkisini değerlendirilmiş olup, çalışmanın kapsamı konusu ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarını olumsuz yönde etkileyen Arap-İsrail çatışmaları dışındaki diğer etkenler ve dolayısıyla Arap-İsrail çatışmalarının da AB'nin Akdeniz politikaları üzerindeki olumsuz etkileri dışındaki diğer alanlar üzerindeki etkileri çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Bu minvalden hareketle, özellikle "Avrupa-Akdeniz Ortaklığı" diğer bir söylemle Barcelona sürecinin Arap-İsrail çatışmasından olumsuz yönde etkilenen Birliğin Akdeniz politikalarından biri olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda Filistin-İsrail arasındaki sorunun çözüme kavuşturulması Birliğin öncelikli bir hedefi haline gelmiştir. Ancak Birlik her ne kadar Filistin ve İsrail arasındaki sorunun çözümüne ilişkin barış girişimlerinde aktif bir rol oynasa da özellikle Kudüs meselesi, Yahudi yerleşimleri, mülteciler, sınırlar gibi temel anlaşmazlık konularında etkin olamamıştır. Aynı zamanda 1995 yılı sonrasında gerçekleştirilen Avrupa-Akdeniz Konferansları da Orta Doğu Barış sürecinde yaşanan olumsuzluklardan önemli ölçüde etkilenmiş ve başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

2000'li yıllara gelindiğinde Ariel Şaron'un Kudüs'te yer alan El-Aksa Camii'ne gerçekleştirdiği ziyaret ve bu ziyaretin hemen ardından başlayan İkinci İntifada, İsrail'in İntifadayı söndürmek ve kendi güvenliğini garanti altına almak amacıyla gerçekleştirdiği uygulamalar ve tüm bunlar sonucunda Filistin-İsrail arasında artan gerilim Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nda daha fazla hissedilmiştir. Özellikle Kasım 2000'de Marsilya'da yapılmış olan dördüncü Avrupa-Akdeniz Konferansı'na Suriyeli ve Lübnanlı temsilcilerin katılmaması neticesinde tarafların aynı masa etrafında toplanamaması, Arap-İsrail sorununun çözüme kavuşturulmadan AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarından başarılı sonuçlar elde edilemeyeceğinin göstergesi olmuştur. 13 Temmuz 2008 yılında hayata geçirilen AİB de Arap-İsrail gerginliğinden etkilenen AB Akdeniz politikalarından biridir. Özellikle 2006 yılında gerçekleşen Lübnan işgali, 2009'daki "Dökme Kurşun Operasyonu", İsrail'in Doğu Kudüs'e 1300 tane yeni yerleşim yerleri inşa edileceğine ilişkin söylemleri ile birlikte Arap-İsrail ilişkilerinin git gide daha da kötüye gitmesi, bunların neticesinde Arap devletlerinin zirveleri boykot etmesi, AİB'nin faaliyetlerini devam ettirememesinde büyük bir rol oynamıştır. Diğer taraftan Arap-İsrail çatışması 2010 yılında Birliğin Akdeniz politikaları üzerinde olumsuz bir etki yaratarak, taraflar arasındaki turizm, su, tarım gibi alanlara yönelik gerçekleştirilen toplantılardan olumlu sonuçlar elde edilememesine neden olmuştur. Tüm bunlarda da anlaşılacağı gibi Birliğin Akdeniz politikalarını Arap-İsrail çatışmasından bağımsız ilerleyememektedir. Dolayısıyla AB'nin Akdeniz'e yönelik politikalarından başarılı sonuçlar elde edilebilmesi için Arap-İsrail arasındaki sorunların çözülmesi, Birliğin de bu noktada daha etkin bir rol oynaması gerekmektedir.

7. Extended Abstract

The Mediterranean has always been an important region for the EU in terms of history and culture. Also, the following issues have been other significant factors that increased the region's importance for the Union: the richness of the region in terms of energy resources; concerns that the political and

economic instability in the region will adversely affect the security of the Union; increasing illegal migrations from the countries of the region or from African countries to European countries by using the region as a transit route; the Union's desire to open new markets to the member countries by improving its relations with the Mediterranean countries for ensuring economic development in the region. Therefore, the EU, which is aware of the historical, cultural, economic, and strategic significance of the Mediterranean, has tried to improve its cooperation with the Mediterranean countries and develop different policies for the region.

The close relationships between the Union and the Mediterranean date back to the 1960s in terms of bilateral agreements. In those years, the Union members maintained their relationships with the Mediterranean through bilateral trade agreements. However, the increasing difference between the north and south of the Mediterranean due to bilateral agreements over time led the Union to develop a holistic policy towards the region. Accordingly, the Union's first holistic approach to the Mediterranean as a region started in 1972 with the implementation of the "Global Mediterranean Policy", which prioritized regional agreements rather than bilateral agreements. In 1995, the Barcelona Declaration was published, which was characterized as the continuation of the Union's regional integration policy in the Mediterranean and provided the "Euro-Mediterranean Partnership". Then, in line with the initiatives of French President Nicolas Sarkozy in 2007, the "Union for the Mediterranean" was implemented on 13 July 2008 as a continuation of the Barcelona Process. The study aims to evaluate the effect of the Arab-Israel conflict on the EU's Mediterranean policies. The study was conducted using the literature review method; accordingly, the current articles, books, and EU reports on the subject were reviewed. Accordingly, the study first addresses the significance of the Mediterranean for the EU and the EU's policies towards the Mediterranean. Next, the Arab-Israeli conflict was discussed considering the historical process. Then, the impact of the Arab-Israeli conflict on the EU's Mediterranean policies was evaluated considering the EU's view of the Arab-Israeli conflict.

The study was concluded that the following factors indicate that the EU's policies towards the Mediterranean have been adversely affected by the Arab-Israeli tension in the region and have not been fully successful: the negative impact of the Arab-Israeli tension on the functioning of the Barcelona process in 1997; the failure of the 1997 Malta Conference, which coincided with Israel's declaration of its willingness to establish new Jewish settlements in East Jerusalem and the deadlock in the Middle East Peace Process as a result of the Arab League's tendency to end its relations with Israel; the Second Intifada in Palestine as a result of Sharon's entry into the Al-Aqsa Mosque on 28 September 2000 and that the practices carried out by Israel in order to stop the intifada, as well as to ensure its own security, adversely affected the fourth Euro-Mediterranean Conference held in Marseille in November 2000; the failure of the Union for the Mediterranean (UfM), which was established on 13 July 2008, to continue its activities due to the Arab-Israeli conflict. Although the Union desires an environment where Israel and an independent Palestinian state exist and where they lived in peace with each other in the region, it could not play an active role in the fundamental disputes between the two parties such as the Jerusalem issue, refugees, borders, and Jewish settlements. Considering that the Union's Mediterranean policies cannot progress independently from the Arab-Israeli tension, the Arab-Israeli problems should be resolved and the EU should play a more active role at this point to achieve successful results from its Mediterranean policies.

Keywords: European Union, Mediterranean Policy, Arab-Israeli Conflict, Palestine, Israel

Kaynakça

- Altunışık, M. B. (2008). EU foreign policy and the Israeli-Palestinian conflict : How much of an actor? *European Security*, 17(1), 105-121. doi:<https://doi.org/10.1080/09662830802503763>
- Asseburg, M. (2003). The EU and the Middle East conflict: Tackling the main obstacle to Euro-Mediterranean partnership. *Mediterranean Politics*, 8(2-3), 174-193. doi:<https://doi.org/10.1080/13629390308230011>
- Ataç, C. A. (2011). AB'nin normatif kapasite sorunu, Akdeniz için birlik ve Türkiye. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 11(1), 1-24. doi:https://doi.org/10.1501/Avraras_0000000169

- Ayaz, E. (2013). Arap Baharı Sonrası Dönemde Avrupa Birliği'nin Orta Doğu ve Akdeniz Politikalarının Geleceği ve Türkiye'nin Rolü. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 60-87.
- Ayman, S. G. (2009). Filistin çıkmazı üzerinde yeniden düşünme gereği. *Akademik Orta Doğu*, 3(2), 41-61.
- Baran, D. D. (2017). Avrupa Birliği Akdeniz politikalarının tarihsel gelişimi. *Europolitika Özel Sayı*, 177-188.
- Batt, J., Lynch, D., Missiroli, A., Ortega, M., & Triantaphyllou, D. (2003). *Partners and neighbours: A CFSP for A wider Europe no:64*. Institute for Security Studies: <https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/cp064e.pdf> adresinden alındı
- Bicchi, F. (2011). The Union for the Mediterranean or the changing context of Euro-Mediterranean relations. *Mediterranean Politics*, 16(1), 3-19. doi:<https://doi.org/10.1080/13629395.2011.547365>
- Bill, J. A., & Sipringborg, R. (2000). *Politics in The Middle East*. Newyork: Longman.
- Bulut, M. (2018). Altı Gün ve Yom Kippur savaşının modern İsrail kimliği üzerine etkisi. *Uluslararası Tarib ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20, 339-350.
- Bulut, M., & Bulut, S. (2021). 2006 Temmuz savaşı, 2011 Suriye krizi ve 2019 protestoları perspektifinden Hizbullah'ın Lübnan'daki rolü. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 10(1), 101-120.
- Collyer, M. (2016). Geopolitics as a migration governance strategy: European Union bilateral relations with Southern Mediterranean countries. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 42(4), 606-624. doi:<https://doi.org/10.1080/1369183X.2015.1106111>
- Council of European Union. (2003). European security strategy: A secure Europe in a better World: <https://www.consilium.europa.eu/media/30823/qc7809568enc.pdf> adresinden alındı
- Council of The European Union. (2009). Brussels European Council: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/108622.pdf adresinden alındı
- Çakmak, H. (2018). Akdeniz için birlik ve Türkiye'nin rolü. (Bildiri Sunumu). İstanbul: TESAM III. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi .
- Çinkara, G. (2014). Gazze saldırıları ile İsrail neyi hedefliyor? ASEM. Ağustos 12, 2022 tarihinde <http://www.asem.org.tr/tr/publication/details/3078/GazzeSald%C4%B1r%C4%B1lar%C4%B1-ile-%C4%B0srail-Neyi-Hedefliyor> adresinden alındı
- Dağcı, K., & Sak, E. (2016). AB'nin dış politikası açısından Filistin İsrail sorununa temel yaklaşımı ve araçları: Deklarasyonlar ve ekonomik yardımlar. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 9-30. doi:<https://doi.org/10.17828/yasbed.22429>
- Dias, V. A. (2014). A critical analysis of The EU's response to The Arab spring and its implications for EU security. *Human Security Perspectives*, 10(1), 26-61.
- Dillman, B. (2002). International markets and partial economics reforms in North Africa: What impact on democratization? *Democratization*, 9(1), 63-86. doi:<https://doi.org/10.1080/714000243>
- European Union. (2012). Declaration by the high representative on behalf of The European Union on The Middle East peace process: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/cfsp/133902.pdf adresinden alındı
- Hollis, R. (2011). The UfM and the Middle East 'Peace Process': An unhappy symbiosis. *Mediterranean Politics*, 16(1), 99-116. doi:<https://doi.org/10.1080/13629395.2011.547392>
- Kahraman, S. (2008). AB-Akdeniz bölgesel politikaları ve Türkiye'nin uyumu. *Journal of Yasar University*, 12(3), 1721-1742.
- Karabacak, H. (2004). Avrupa Birliği'nin mali yardım prosedür ve teknikleri ve Türkiye ile mali işbirliği. Avrupa Birliği uzmanlık tezi. *T.C. Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı* .
- Karakır Aşkar, İ., & Aknur, M. (2015). Arap İsrail çatışmasının Avrupa Birliği'nin Akdeniz politikalarına etkisi. U. B. Yıldız (Dü.) içinde, *Avrupa Birliği'nin dış ilişkileri: Bölgesel politikalar, bölgeler ve uluslararası aktörler ile ilişkiler* (s. 13-40). Ankara: Nobel.
- Karluk, R. (2002). *Avrupa Birliği ve Türkiye*. İstanbul : Beta Yayınları .

- Keskin , M. H. (2010). İsrail-Filistin sorununa yönelik AB politikaları. *Akademik Orta Doğu*, 5(1), 117-130.
- Khader, B. (1984). *Europe and the Arab-Israeli Conflict 1973-1983: An Arab Perspective*. Temmuz 5, 2022 tarihinde https://books.google.com.ec/books?id=VQ5fnljllZ8C&pg=PR5&hl=tr&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false adresinden alındı
- Kourtelis, C. (2021). The Agadir Agreement: The capability traps of isomorphic mimicry. *World Trade Review*, 20, 306-320. doi:<https://doi.org/10.1017/S1474745620000488>
- Köse, T. (2007). Değişen Ortadoğu denkleminde Lübnan İsrail krizi ve Türkiye'nin rolü. *Akademik Ortadoğu*, 55-89.
- Kurtbağ, Ö. (2003). Avrupa-Akdeniz ortaklığı: Barselona süreci. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 73-92.
- Mercan, S. (2008). Avrupa dış Politikası: İsrail-Filistin çatışması örnek olayı. *Akademik Orta Doğu*, 3(1), s. 97-131.
- Mercan, S. (2015). Avrupa Birliği'nin Ortadoğu'ya yönelik politikası. U. B. Yıldız (Dü.) içinde, *Avrupa Birliği'nin dış ilişkileri: Bölgesel politikalar, bölgeler ve uluslararası aktörler ile ilişkiler* (s. 13-40). Ankara: Nobel.
- Musu, C. (2010). *European Union Policy towards The Arab-Israeli peace process, the quiksands of politics*. Hampshire ve Newyork : Palgrave MacMillan.
- Ochenwald, W., & Fisher, S. N. (2004). *The Middle East, a history*. Boston: Mc Graw Hill.
- Özkoç, Ö. (2009). Savaş ve barış: Doksanlı yıllarda Filistin-İsrail sorunu. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(3), 167-195. doi:https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002117
- Peridy, N. (2005). The trade effects of the Euro-Mediterranean partnership: What are the lessons for ASEAN countries? *Journal of Asian Economics*, 16, 125-139.
- Peters, J. (2010). Europe and the Israel-Palestinian peace process: The urgency of now. *European Security*, 19(3), 511-529.
- Pierros, F., Meunier, J., & Abrams, S. (1999). *Bridges and barriers: The European Union's Mediterranean policy, 1961-1998*. England: Ashgate Publishing.
- Rabbani, M. (2002). Envai çeşit başarısızlık: Oslo ve El-Aksa intifadası. R. Carey (Dü.) içinde, *Yeni intifada: İsrail'in apartheid politikasına direnmek*. İstanbul: Everest yayınları.
- Schlumberger, O. (2011). The ties that do not bind: The Union for the Mediterranean and the future of Euro-Arab relations. *Mediterranean Politics*, 16(1), 135-153. doi:<https://doi.org/10.1080/13629395.2011.547401>
- Sharm El-Sheikh Fact-Finding Committee. (2001). *Sharm El-Sheikh Fact Finding Committee report*. <https://reliefweb.int/report/israel/sharm-el-sheikh-fact-finding-committee-report> adresinden alındı
- Shlaim, A. (2005). The rise and fall of the Oslo Peace Process. L. Fawcett (Dü.) içinde, *International relations of the Middle East* (s. 241-261). Oxford: Oxford University Press.
- Silvestri, S. (2005). EU Relations with Islam in the context of the EMP's cultural dialogue. *Mediterranean Politics*, 10(3), 385-405. doi:<https://doi.org/10.1080/13629390500289474>
- Şençelebi, C. (2015). European Union and The Mediterranean: Before and After the Arab Spring. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 14(1), 141-154.
- Turan, A. P. (2015). Avrupa Birliği'nin Akdeniz'de normatif güç olma arayışı ve Arap uyanışı. U. B. Yıldız (Dü.) içinde, *Avrupa Birliği'nin dış ilişkileri: Bölgesel politikalar, bölgeler ve uluslararası aktörler ile ilişkiler* (s. 209-237). Ankara: Nobel.
- Turhan, T. (2009). Uluslararası insalcıl hukuk ve İsrail'in Gazze harekatı. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 41, 161-181.
- Uzun, E. (2003). Avrupa Birliği'nin Akdeniz Politikası ve Barselona süreci. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 1-32.
- Viveash, D. (2021). Has president Trump killed the Middle East peace process? *Canadian Foreign Policy Journal*, 27(1), 49-61. doi:<https://doi.org/10.1080/11926422.2020.1842219>
- Yadak, A. (2014). İsrail güvenlik politikası ve güvenlik duvarının Filistin halkına etkileri. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(9), 163-176.

Yıldırım, Y. (2021). İsrail-Filistin sorununda iki devletli çözüm arayışları. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(41), 3840-3884. doi:<https://doi.org/10.26466/opus.874933>

Yılmaz, S., & Kalkan, D. K. (2017). Enerji güvenliği kavramı: 1973 petrol krizi ışığında bir tartışma. *Journal of Crisis and Political Research*, 1(3), 169-199.

Youngs, R. (2001). *The European Union and the promotion of democracy*. Oxford: Oxford University Press.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Omca Altın)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Omca Altın)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Banka Kredileri ile Cari Açık Arasındaki İlişki: Türkiye İçin Asimetrik Nedensellik Analizi

Levent SEZAL* 

ÖZ

Ülke ekonomileri birçok makroekonomik sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Sorunların çözüldüğü düşünüldüğü noktalarda, başka sorunlar ortaya çıkmaktadır. Türkiye ekonomisi, enflasyon, cari açık, işsizlik, döviz kuru, ödemeler dengesi, tasarrufların yetersizliği, aşırı yükselen kredi hacmi gibi makroekonomik sorunlarla yıllardır mücadele etmektedir. Bu sorunların her biri ayrı ayrı ciddi düzeyde irdelenmesi muhakkak gereklidir. Ancak cari açık, uzun süredir çözülememiş, kronik hale gelmiş bir sorundur. Cari açığın en önemli belirleyicilerinden bir tanesi ise bankacılık kesimi tarafından kullanılan kredileridir. Bu çalışma, Türkiye’de banka kredileri ile cari açık arasındaki ilişkiyi test etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada kullanılan seriler, Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF), Philips Perron (PP) birim kök testlerinin yanı sıra yapısal kırılmaları da dikkate alan Zivot-Andrews birim kök testiyle serilerin durağanlık dereceleri araştırılmıştır. Seriler arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığı, nedensellik varsa yönlerinin tespit edilmesi için karşılıklı olarak Toda-Yamamoto yöntemiyle analiz edilmiştir. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre, %5 anlamlılık seviyesinde kredi hacmi ve cari açık değişkenleri arasında karşılıklı olarak nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Banka Kredileri, Cari Açık, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

The Relationship between Bank Loans and the Current Deficit: Asymmetric Causality Analysis for Turkey

ABSTRACT

Country economies are faced with many macroeconomic problems. Where problems are thought to be solved, other problems arise. The Turkish economy has been struggling with macroeconomic problems such as inflation, current account deficit, unemployment, exchange rate, balance of payments, insufficient savings, excessively high credit volume for years. It is absolutely necessary to seriously examine each of these problems separately. However, the current account deficit is a problem that has not been solved for a long time and has become chronic. One of the most important determinants of the current account deficit is bank loans. This study aims to test the relationship between bank loans and current account deficit in Turkey. The series used in the study, the Extended Dickey Fuller (ADF), Philips Perron (PP) unit root tests, as well as the structural break Zivot-Andrews unit root of the related series were investigated. Whether or not there is causality between the variables, and if there is a causal relationship, the directions were analyzed using the "Toda-Yamamoto" method. According to the results of the Toda-Yamamoto causality test, a bidirectional causality relationship was found between the loan volume and current account deficit variables at the 5% significance level.

Keywords: Current Account Deficit, Bank credits, Toda-Yamamoto Causality Test

1. Giriş

1990’lı yıllardan itibaren hızlanan küreselleşme eğilimi neticesinde, dış ticaret hacimlerinin büyümesi ve sermaye hareketlerinin serbestleşmesi ülkeleri ekonomik olarak birbirlerine daha bağımlı hale getirmiştir. Ülkelerin ekonomi yönetimlerinde, sermaye hareketleri, rezerv hareketler, hizmetler ve yatırım gelirleri ve dış ticaret gibi kalemlerden oluşan ödemeler dengesi son yıllarda büyük önem kazanmıştır. Sermaye akımlarının ve dış ticaret hacimlerinin hızla artmasıyla birlikte, ekonomik krizlerin bir göstergesi olarak, Türkiye gibi çoğu gelişmekte olan ülkeler cari açık sorunuyla karşı karşıya kalmıştır. Cari işlemler hesabı bu yüzden ekonomik gelişmelerin analiz edilmesinde politika yapıcıları tarafından etkin olarak kullanılmaktadır.

Ekonomik değişkenlerin yeniden değerlendirilmesi yönünde sürekli değişen çevresel faktörler önemli bir güdü sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında ülke ekonomileri birçok makroekonomik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Makroekonomik sorunların başında da cari açık gelmektedir. Cari açık ya da cari

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, leventsezal@ksu.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 15.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.03.2023

Citation/Atf: Sezal, L. (2023). Banka kredileri ile cari açık arasındaki ilişki: Türkiye için asimetrik nedensellik analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 34-44. <https://doi.org/10.52642/susbed.1219328>

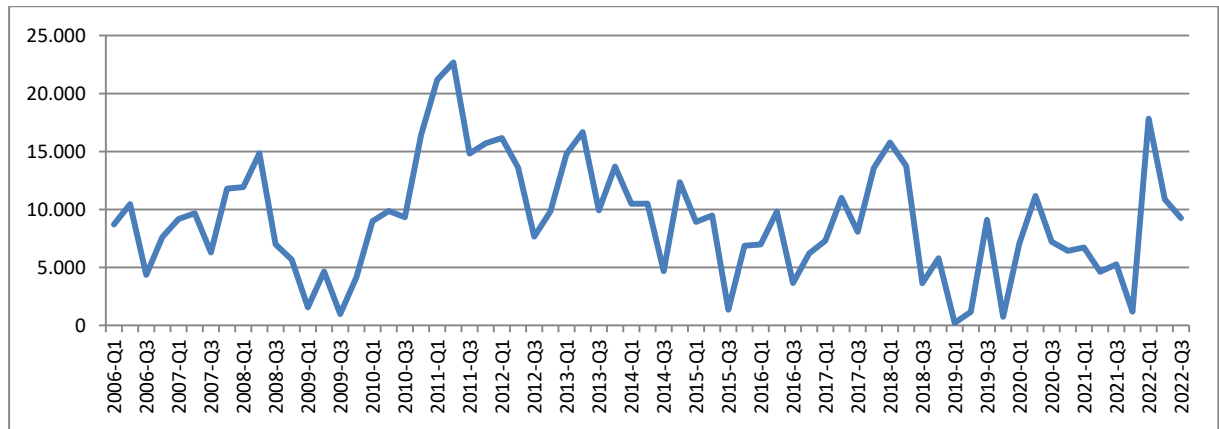


işlemler açığı ülke ekonomilerinde süreklilik arz eden başka bir ifadeyle kronikleşmiş bir sorundur. Gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH) ve cari açık arasında bilhassa Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Gelişmekte olan ülkelerde ithalata dayalı bir büyüme dinamiği mevcuttur. Bu nedenle bu tarz ülkelerde büyüme ile birlikte cari açığında büyüdüğü görülmektedir. Dolayısıyla cari açığın GSYİH'ya oranı önemli bir gösterge olarak takip edilmektedir. Bu oranın %4 ve %5'in üzerinde olması o ülke ekonomisi açısından tehlike arz etmektedir (Yardımcı, 2020, s. 235).

Türkiye ekonomisinin yakın tarihine bakıldığında, krizlerle geçen 1990 yıllardan sonra 2001 krizi ve sonrasında toparlanma süreci ve 2008 küresel kriz ve etkisinin hissedildiği 2009 yılı dışında, makroekonomik göstergelerde görünen olumlu gelişmelere rağmen cari açık sorunu günümüze kadar artarak gündemdeki yerine korumuştur. Bu nedenle cari açığın sürdürülebilir olması, ekonomi yönetiminin başlıca amaçlarından birisi olmuştur. Türkiye'de cari açığın oluşmasına sebep olan unsurlar incelendiğinde, yüksek ekonomik büyümelerin gerçekleşmesine sağlayan ara ve yatırım mallarının yanı sıra enerji ithalatı gibi girdi kalemlerinin ihracatla karşılanamaması olarak görülmektedir (Sandalcılar & Altınar, 2014, s. 29). Bununla birlikte, 2008 yılında yaşanan mortgage krizinin ardından likidite sıkışıklığının yaşanmaması için uygulamaya alınan genişletici ekonomi politikaları neticesinde tüketimde yaşanan artış kredi hacimlerinin de artmasına neden olmuştur. Özellikle tüketici kredilerindeki artışa paralel olarak cari açığın daha artması T.C. Merkez Bankası'nın dikkatini çekmiştir. Tüketici kredilerindeki artış ve buna paralel olarak toplam kredilerdeki büyüme, cari açığın sebeplerinden birisi olarak görülmüştür. Merkez Bankası tarafından, bu duruma karşılık olarak cari açığın sürdürülebilirliğinin sağlanmasına için, tüketici kredilerindeki artışın önüne geçmeye yönelik olarak bir takım tedbirler uygulama konulmuştur.

Kredi kartı ve tüketici kredilerinden oluşan bireysel krediler, Türkiye'de son yıllarda finansal istikrar ve cari açık bağlamında sürekli olarak gündemdeki yerini korumakta ve tartışılmaktadır. 1990 sonrası yapılan dünya genelinde birçok çalışmada, banka kredilerinin genel olarak finansal krizlere ve ekonomik büyümeye olan etkisi hakkında çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu sebeple makroekonomik ve finansal istikrarın sürdürülmesinde ve sağlanmasında, Basel Bankacılık Düzenleme İlkeleri'nde yapılan ilaveler ve revizyonlar olmak üzere hem bireysel borçlanma durumu hem de toplam kredi hacimlerinin gelişimleri sıkı bir şekilde takip edilmeye başlanmıştır (Tiryaki, 2012, s. 23).

2006 yılında 31 milyar USD olan cari açık, 2008 yılında 39 milyar USD'ye, 2010 yılına gelindiğinde ise 45 milyar USD'ye yükselmiştir. Cari açıktaki bu artış karşısında T.C. Merkez Bankası (TCMB) 2010 yılının son çeyreğinden itibaren finansal istikrarın yanında fiyat istikrarını da gözetken politikalar yürürlüğe koymuştur. Buradan hareketle TCMB, politika faiz oranlarında indirime giderken zorunlu karşılık oranını arttırdığı görülmektedir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), kredi artış hızının önüne geçmek amacıyla, bireysel destek kredilerinde vade ve tutar sınırlaması, konut kredilerinde konut değerinin %75'i ile sınırlandırılması ve kredi kartının asgari ödeme tutarının kart limitine göre yükseltilmesi gibi bir takım önlemler almıştır.



Şekil 1. Cari İşlemler Açığı (Milyon USD)

Kaynak: TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). Değerler (-1) ile çarpılarak elde edilmiştir.

Finansal krizler öncesinde kredi genişlemesi ve sermaye girişleri artmakta, buna bağlı olarak cari açık da artmaktadır. Kriz dönemlerinde ise, kredi daralması ve sermaye çıkışlarının yaşanması cari açığa iyileşme olmasına neden olmaktadır. Şekil 1, Türkiye’de 2006-2022 yılları arasındaki dönemleri kapsayan cari açığının 3’er aylık dönemler halinde gelişimi gösterilmektedir. Şekil 1’de görüleceği üzere, 2008 küresel finans krizi öncesinde cari açığın ciddi bir şekilde arttığı, krizle birlikte azaldığı ve sonrasında yeniden artış eğilimine girdiği görülmektedir. Cari açık 2009 yılından 2011 yılına kadar önemli ölçüde artmış, 2016 yılında darbe kalkışmasından sonra yeniden düşüş göstermiş ve sonrasında yeniden yükselme trendi içerisinde girmiştir. Takip eden yıllarda, 2018 kur atak krizinden sonra tekrar düşmüş, bu düşüş covid-19 pandemi sürecinde de devam etmiş ve 2021 sonu yılı itibariyle yeniden yükseliş trendine girdiği görülmüştür.

Bu çalışmada, Türk bankacılık sektörü kredi hacimleri ile cari açık arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmada konu nedensellik kapsamında ele alınmıştır. Buradan hareketle, Türkiye’nin 1998-2022 yılları arasında banka kredileri ile cari açık verileri kullanılarak, zaman serisi analizlerinden faydalanılmıştır. Çalışmada ilk olarak konunun genel özetinin yapıldığı giriş bölümünün ardından, ikinci bölümde kredi ve cari açık arasındaki ilişkileri inceleyen yerli ve yabancı literatürün özeti sunulmuştur. Üçüncü bölümde veri seti ve analizde kullanılan istatistiksel modellere ilişkin bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde ise analiz sonuçlarına yer verilmiş ve son olarak da çalışmanın genel bir değerlendirilmesinin yapıldığı sonuç bölümü ile sonlandırılmıştır. Bu çalışmanın, banka kredileri ile cari açık arasındaki ilişkinin ele alınış biçimi, uygulanan güncel analiz metotları ile literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

2. Literatür Taraması

Literatürde banka kredileri ile cari işlemler açığı ilişkisini araştıran birçok çalışma olduğu tespit edilmiştir. Literatürdeki çalışmaların birçoğunda yurtiçi toplam kredi hacmi, tüketici kredileri ve kredi kartı kullanımı gibi değişkenlerin analizlerde bağımsız değişken olarak yer aldığı görülmüştür. Diğer taraftan, banka kredilerinin cari açık üzerindeki etkisini araştıran çalışmalarda, kredi hacmindeki artışın etkileri, bilhassa 2008 Küresel finans krizinden sonra ağırlık kazandığı tespit edilmiştir. Ülkelerin merkez bankaları tarafından uygulanan genişletici para politikaları ile bu süreç şekillenmiştir. Bu nedenle, kredi hacmi ve cari açık arasındaki ilişkinin tespit edilmesine odaklanmaktan ziyade kredi hacimindeki artışın finansal krizlerin meydana gelişinde ne ölçüde etken oldukları araştırmacıların yoğunlaştığı konu olmuştur. Direk olarak banka kredileri ile cari açık arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların ise sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu alana yönelik literatür taraması sonucu tespit edilen çalışmaların bir kısmı Tablo 1’de özetlemiştir.

Tablo 1. Literatür İncelemesi

Yazarlar	Ülke	Yöntem	Bulgular
(Kiyotaki, & Moore, 1997)	Japonya	Dinamik Genel Denge (DGD) Analizi	Çalışmaya göre, kredi hacmindeki kısıtlamaların cari açığı azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.
(Hilbers, Otker-Robe, & Johnsen, 2005)	Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri	Panel Veri Analizi	Bankaların özel sektöre verdiği kredilerdeki artışını incelemiş ve finansal risklerin azaltılması için bu kredilerin sınırlandırılmasına yönelik parasal ve finansal önlemlerin alınması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır.
(Biztis, John, & Papazoglou, 2008)	Yunanistan	Johansen Eşbütünleşme analiz	Çalışma sonucunda, cari açığı artıran en önemli faktörlerin; kredi hacmi, navlun giderleri ve petrol fiyatları olduğunu tespit etmiştir.
(Schularick & Taylor, 2009)	14 Ülke	Panel Veri Analizi	Çalışmaya göre, kredi hacmindeki artışların finansal krizleri tetiklediği ve buna bağlı olarak da cari açığı artırdığı tespit edilmiştir.
(Sooreea & Wheeler, 2010)	ABD	VECM	ABD faiz oranlarındaki yükseliş ve Japon ekonomisinde yaşanacak ekonomik büyüme ABD cari açık rakamının azalmasına yardım ettiği sonucuna varılmıştır.
(Yang, 2011)	Asya ülkeleri	Johansen Eşbütünleşme Yöntemi	Çalışma sonucunda, cari açığın nedeninin dışa açıklık ve yabancı varlık stoku olduğu tespit edilmiştir.
(Telatar, 2011)	Türkiye	Granger Nedensellik Testi	Çalışmaya göre, cari açık ile krediler arasında nedensellik ilişkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

(Togan & Berument, 2011)	Türkiye	VAR Modeli	Çalışma sonucunda, cari açığın GSYİH'nın artmasında sermaye hareketlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir.
(Ganioglu, 2012)	50 Ülke	Panel Logit Veri Tekniği	Araştırma sonucuna göre, cari açığın gelişmekte olan ülkelerde, kredi artışlarının ise gelişmiş ülkeler, finansal kriz riskini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.
(Liang, 2012)	ABD	Doğrusal Regresyon ve VAR Modeli	Özel tasarruf oranlarının Doğu Asya ekonomileriyle olan cari işlemler dengesinin ve Amerika'nın cari açığını etkileyen en önemli faktörler olduğunu ortaya koymuştur.
(Sharma, 2012)	ABD	Johansen Juselius Eşbütünleşme Analizi	Çalışmada, faiz oranlarına yönelik alınan önlemlerin, uzun dönemde cari açık üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.
(Saito, Savoia & Lazier, 2013)	OECD, BRIC ve LAC Ülkeleri	Panel Veri Analizi	BRIC ve LAC ülkelerinde, cari hesap dengesi en önemli belirleyen olup, %1'lik bir negatif değişim, sırasıyla BRIC ülkeleri için Kredi/GSYİH oranını %2,07, LAC ülkeleri için %0,61 artırdığı sonucuna varılmıştır.
(Akbaş, Şentürk, & Sancar, 2013)	G7 Ülkeleri	Panel Veri Analizi	Çalışma sonucuna göre, cari işlemler açığı ve banka kredi hacmi arasında karşılıklı olarak bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.
(Lane & McQuade 2013)	Avrupa Ülkeleri	Panel Veri Analizi	Çalışmada, kredi artışları ve sermaye girişleri ilişkisinde, cari dengenin yanıtıcı bir gösterge olduğunu savunulmuştur.
(Göçer, Mercan, & Pek, 2013)	Türkiye	Çoklu Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Analizi	Çalışmaya göre, banka kredilerdeki artışın, cari açığı artırdığı sonucuna varılmıştır.
(Aizenman & Jinjara, 2014)	36 Ülke	Panel Veri Analizi	2008 Küresel finans dönemini kapsayan çalışmasının sonucunda, cari açık ve kredi arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.
(Dinçer & Yaşar, 2015)	Türkiye	VAR Modelini	Çalışma sonucuna göre, cari açığın büyümede, sermaye hesabında ve kredilerde yaşanan şoklardan etkilendiği sonucuna varılmıştır.
(Davis, Mack, Phoa, & Vandenaabee, 2014)	35 ülke	Panel Veri Analizi	Çalışma sonucunda, analiz kapsamındaki 35 ülkede kredi artışlarının cari açık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı, fakat bankacılık krizlerini artırdığı yönünde bulgulara ulaşılmıştır.
Sandalcılar ve Altınar (2014)	Türkiye	Granger Nedensellik Testi	Çalışmada, taşıt kredileri ve ihtiyaç kredilerinden cari açığa doğru nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.
(Mian, Sufi, & Verner, 2015)	Gelişmekte Olan Ülkeler	Panel Veri Analizi	Çalışma sonuçlarına göre, tüketici kredilerindeki artışın cari açığa bozulmalara neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
(Kılıç, 2015)	Türkiye	Johansen Eşbütünleşme Analiz	Çalışmanın sonucunda, cari açık ile bireysel nitelikli krediler arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.
(Dücan, Polat, & Balcioglu, 2016)	Türkiye	VAR Modeli	Bulgulara göre, tüketici kredilerinin cari açığa pozitif yönde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.
(Akçayır & Albeni, 2016)	Türkiye	Dolado & Lütkepohl Nedensellik Testi	Çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye'de cari açık ile kredi hacmi arasında karşılıklı nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir.
(Unger, 2016)	Avrupa Ülkeleri	Panel Veri Analizi	Yapılan analizler sonucunda; Euro bölgesi ülkelerinde kredi hacmindeki artışların, cari işlemler dengesini kötüleştirici yönde etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.
(Garg & Prabheesh, 2017)	Hindistan	Panel Veri Analizi	Çalışmada, İkiz açıklar hipotezini destekleyici şekilde bütçe açığının azaltılmasının cari açığın iyileşmesine katkı sağlayacağı tespit edilmiştir.
(Eita, Manuel & Naimhwaka, 2018)	Namibya	ARDL Testi	Yapılan analizler sonucunda bu ülkedeki cari açığı; kredilerdeki, finansal dengedeki (bütçe dengesindeki), enflasyondaki, reel efektif döviz kurundaki ve nüfustaki artışların pozitif, yatırımlardaki artışların negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

(Uslu, 2020)	Türkiye	Toda & Yamamoto ve ARDL Testleri	Çalışma sonucuna göre, firmalara kullanılan kredilerin cari açığın nedeni olduğu tespit edilmiştir.
(Nar, 2020)	Türkiye	Granger Nedensellik Testi	Çalışmada, enflasyon ve bireysel kredilerdeki artışın cari açığın nedeni olduğu sonucuna varılmıştır.
(Ertuğrul, Gerni, & Toraganlı, 2022)	Türkiye	Kalman Filtresi Modeli	Çalışma sonuçlarına göre, kredilerde meydana gelen büyümenin cari açık üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Fakat bu etkinin Merkez Bankası'nın uyguladığı politikalar sayesinde giderek azaldığı sonucuna varılmıştır.

3. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada Türk bankacılık sektörü toplam kredi hacminin cari açık üzerindeki ilişkisini araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma için, 1998-2022 dönemi üç aylık veriler kullanılmıştır. Veri seti, cari açığın GSYH'ya ve kredi hacminin GSYH'ya oranı şeklinde oluşturulmuştur. Veriler, TCMB'nin Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) sağlanmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin açıklamalar, kısaltmalar ve verilere ilişkin bilgiler Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Veri Setine İlişkin Açıklamalar

Değişkenler	Değişkenlerin Açıklamaları	Zaman Aralığı	Veri Periyodu	Kaynak
KH	Kredi Hacmi	1998-Q1- 2022-Q3	3 Aylık	EVDS
CA	Cari Açık			

Değişkenler mevsimsel etkilerden arındırılarak, iki değişken arasındaki ilişki aşağıdaki şekilde modellenmiştir:

$$CA_t = \beta_0 + \beta_1.KH_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Modelde,

CA_t : Cari Açık/GSYH oranını,

KH_t : Toplam Kredi Hacmi/GSYH oranını,

β_0 (sabit) ve β_1 ise tahmin edilecek parametreleri ve

ε_t : Hata terimini ifade etmektedir.

Ekonomik birimlerin yatırım ve tüketim harcamalarının artmalarında, kredi hacmindeki artış önemli bir unsurdur. Harcamaların bir kısmının ithal mal ve hizmetlerle yatırımlara dönüştürülmesi neticesinde cari açık artmaktadır. Bu bakımdan kredi ve cari açık arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Cari açık değişkeni incelenen dönemler itibarıyla negatif değerler aldığından ötürü, mutlak büyüklükler cinsinden modelde yer almıştır. Bu şekilde ilişkinin yönünün doğru bir şekilde tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada ilk olarak, analizde kullanılan değişkenlere ait serilerin durağan olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Zaman serisi analizlerinde, serilerin durağan yani birim kök içermemesi önemli bir husustur. Birim kök içermeyen seriler arasında sahte regresyon ilişkisi olması nedeniyle, sonuçlar gerçek ilişkiyi yansıtamayacaktır (Gujarati, 1999, s. 726). Bu sebeple serilere, Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri uygulanmıştır. Diğer taraftan çalışmanın incelendiği dönem itibarıyla üç önemli ekonomik krizi barındırması, yapısal kırılmaların olabileceği düşünüldüğünden, bu kırılmaları da dikkate alan Zivot ve Andrews (ZA) birim kök testi ile seriler ayrıca sınanmıştır. Geleneksel nedensellik testlerinde serilerin durağan hale getirilmesi gerekmektedir. Toda-Yamamoto'da (1995), nedensellik analizinde böyle bir zorunluluk yoktur. Bu şekilde seriler daha fazla bilgi içermekte ve etkin sonuçlar ortaya konulmaktadır. Bu testin uygulanabilmesi için ilk olarak, gecikme uzunluğunun (p) VAR modeli yardımıyla belirlenmesi gerekmektedir. Daha sonra, gecikme uzunluğuna (p) en yüksek bütünlük derecesi (d_{max}) ilave edilir. Toda-Yamamoto nedensellik testinin denklemleri aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Toda & Yamamoto, 1998, s. 227)

$$Y_t = \omega + \sum_{i=1}^m a_{1i} x_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \delta_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \theta_{1i} Y_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (2)$$

$$X_t = \varphi + \sum_{i=1}^m a_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{2i} Y_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \delta_{2i} X_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \theta_{2i} Y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (3)$$

Denklemin hipotezleri aşağıdaki şekilde olmaktadır:

H_0 : Y değişkeni X değişkeninin Granger nedeni değildir.

H_1 : Y değişkeni X değişkeninin Granger nedenidir.

4. Analiz Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde Türk Bankacılık Sektöründe kredi hacmi ile cari açık arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek amacı ile uygulanan testler ve elde edilen bulguların sonuçları sunulmuştur.

4.1. Birim Kök Testi Sonuçları

Zaman serileri ile çalışıldığında, doğru model seçimini yapabilmek için değişkenlerin durağanlık özelliklerinin belirlenmesi gerekmektedir. Serilerin birim kök içerip içermediğinin araştırılması için gerçekleştirilen ADF, PP ve yapısal kırılmaların da göz önünde bulundurulduğu ZA birim kök testlerinin sonuçları aşağıda Tablo 3 ve Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 3. ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	ADF Test İstatistiği		Phillips-Perron Test İstatistiği	
	Düzyey	Birinci Fark (Δ)	Düzyey	Birinci Fark (Δ)
CA	-6.1537*	-	-6.0751*	-
KH	-2.4053	-9.9261*	-2.4053	-9.9260*
Anlamlılık Düzeyi	1%	-4.0543	-4.0543	-4.0554
	5%	-3.4563	-3.4563	-3.4568
	10%	-3.1539	-3.1542	-3.1539

Not: *%1, **%5, önem seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 3'te CA ve KH değişkenlerine ilişkin birim kök testi sonuçları gösterilmiştir. Hem ADF hem de PP birim kök testlerinin temel hipotezi serilerin birim kök içerdiği şeklindedir. Söz konusu temel hipotez CA değişkeni için reddedilmektedir. Dolayısıyla CA değişkeninin %1 anlamlılık düzeyinde durağan olduğu anlaşılmaktadır. Ancak KH değişkeni için düzeyde durağan olmadığı tespit edilmiştir. Sonrasında KH değişkeni ADF ve PP birim kök testlerine yeniden tabi tutularak birinci farklı alınmış ve seri durağan hale getirilmiştir. Fakat, ADF ve PP birim kök testleri serilerdeki yapısal kırılmaları dikkate almamaktadır. Bu nedenle muhtemel bir yapısal kırılma birim kök gibi algılanmaktadır. Bu durumda ilgili serilerin durağanlık derecelerinin güvenilir bir şekilde tespit edilebilmesi için, değişkenler ayrıca ZA birim kök testi ile sınanmıştır.

Tablo 4. ZA Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Zivot-Andrews Model(C)									
	Düzyey Test İstatistiği	Düzeyin Kırılma Tarihi	Kritik Değer			1.Fark Test İstatistiği	1. Farkın Kırılma Tarihi	Kritik Değer		
			%1	%5	%10			%1	%5	%10
CA	-4.9009	2014-Q1	-5.34	-4.93	-4.58	-9.4657*	2011-Q3	-5.34	-4.93	-4.58
KH	-2.7739	2018-Q4	-5.34	-4.93	-4.58	-8.3121*	2005-Q1	-5.34	-4.93	-4.58

Not: *%1, **%5, önem seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 4'te ZA birim kök testinin sonuçları yer almaktadır. ZA birim kök testinde Model C sabit ve trendde kırılma modelini ifade edilmektedir. Model C'ye göre test istatistikleri incelendiğinde iki değişken

için de temel hipotez reddedilmiştir. Sonuç olarak, serilerin yapısal kırılma varlığında durağan olduğu tespit edilmiştir.

4.2. Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi Sonuçları

Toda-Yamamoto nedensellik testi, VAR (Vector Autoregression) modeli temeline dayandığı için serilerin durağan olup olmaması hususu dikkate alınmaz. Bu nedenle, serilerin düzey değerleri kullanılarak model tahmin edilmektedir (Toda & Yamamoto, 1998, s. 228). Seriler arasında nedenselliğin tespiti yapılırken, serilerde gecikme uzunluğu (k) “Akaike Bilgi Kriterine (AIC)” göre, maksimum bütünleşme derecesi (d_{max}) ise ZA birim kök testine göre bulunmuştur. Sonrasında bu modele ilişkin (k) gecikmeli değerlere “Wald İstatistiği” uygulanmış ve değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin bulunup bulunmadığı karşılıklı olarak tespit edilmiştir. Tablo 5 ve Tablo 6’da Toda-Yamamoto Nedensellik testinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları-1

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	d_{max}	k	Ki-Kare Test İstatistiği	Ki-Kare P - Değeri	İlişki
CA	KH	1	9	12.0484	0.0005*	Var

*: %5 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Zivot-Andrews birim kök testine göre maksimum durağanlaşma seviyesi= d_{max} , k=VAR gecikme uzunluğudur.

H_0 : KH değişkeni CA değişkeninin Granger nedeni değildir.

H_1 : KH değişkeni CA değişkeninin Granger nedenidir.

Tablo 6. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları-2

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	d_{max}	k	Ki-Kare Test İstatistiği	Ki-Kare P - Değeri	İlişki
KH	CA	1	9	7.5119	0.0061*	Var

*: %5 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Zivot-Andrews birim kök testine göre maksimum durağanlaşma seviyesi= d_{max} , k=VAR gecikme uzunluğudur.

H_0 : CA değişkeni KH değişkeninin Granger nedeni değildir.

H_1 : CA değişkeni KH değişkeninin Granger nedenidir.

Çalışmada araştırılan, CA ve KH değişkenlerinin tüm birim kök testlerine göre durağanlık dereceleri $I(0)$ ve $I(1)$ olduğu ($d_{max}=1$) için Toda-Yamamoto ve Dolado ve Lütkepohl (1996) testlerinin sonuçları aynı olmaktadır. Tablo 5’teki sonuçlara göre, KH değişkeni CA değişkeninin Granger nedeni değildir şeklindeki H_0 hipotezi reddedilmektedir. Yine Tablo 6’teki CA değişkeni KH değişkeninin Granger nedeni değildir şeklindeki H_0 hipotezi de %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmelidir. O halde her iki test için de alternatif hipotezin (H_1) kabulünü yani hem cari açıktan kredi hacmine doğru hem de kredi hacminden cari açığa doğru çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı söylemek mümkündür.

Kredi Hacmi \longleftrightarrow Cari Açık

5. Sonuç

Ülkeler birçok makroekonomik sorunlarla başa çıkmak zorundadırlar. Cari açık da en önemli makroekonomik sorunların başında gelmektedir. Genel olarak literatür incelendiğinde cari açığa ilişkin olarak bir araştırma mevcuttur. Bu araştırmaların genel olarak cari açığın belirleyicilerine odaklandığı görülmektedir. Literatürdeki kısıtlı sayıda çalışmanın bir kısmı, kredi hacmi ve cari açık arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Bu çalışmanın motivasyonu ise banka kredi hacmi ile cari açık arasındaki ilişkiye yönelik olarak bir çıkarımda bulunmaktadır. Buradan hareketle, öncelikli olarak Türkiye ekonomisine ilişkin olarak bankacılık sektörü tarafından sağlanan toplam kredi hacmi ile cari açığın yıllar içerisinde sergilediği trend incelenmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için zaman serisi analizlerinden yararlanılmıştır. Değişkenlerin durağanlık seviyelerinin tespit edilmesi için, ADF ve PP birim kök testleri ve yapısal kırılmaları da dikkate alan ZA birim kök testleri aracılığıyla serilerin durağanlık dereceleri

incelenmiştir. İlgili değişkenler arasında bir nedensellik olup olmadığı, nedensellik ilişkisi varsa yönlerinin tespit edilmesi karşılıklı olarak “Toda-Yamamoto” analizi yöntemiyle test edilmiştir.

Yapılan birim kök testi sonuçlarına göre, cari açık değişkenin durağan olduğu anlaşılmıştır. Fakat, kredi hacmi değişkeninin ise düzeyde durağan olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu aşamada ilgili serilerde yapısal kırılmalarında dikkate alındığı ZA yapısal kırılmalı birim kök testine tabi tutulmuştur. Hem sabit terimde hem de trenddeki bir kırılmanın hesaplandığı test istatistikleri incelendiğinde, söz konusu serilerin yapısal kırılma varlığında durağan olduğu sonucuna varılmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre ise, %5 anlamlılık seviyesinde kredi hacmi ve cari açık değişkenleri arasında karşılıklı olarak nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Çalışmanın sonuçları, literatürdeki Hilbers vd. (2005), Biztis vd. (2008), Schularick ve Taylor (2009), Akbaş vd. (2013), Saito, Savoia & Lazier, (2013), Aizenman ve Jinjara (2014), Akçayır ve Albeni (2016), tarafından yapılan çalışmalar ile güçlü düzeyde örtüşmekteyken, Sharma (2012), Göçer vd. (2013), Ertuğrul vd. (2013), Ganioglu (2013), Sandalcılar ve Altiner (2014), Tiryaki (2014), Kılıç (2015) ve Mian vd. (2015) çalışmaları ile zayıf düzeyde paralellik göstermektedir. Telatar’ın (2011), Sandalcılar ve Altiner (2014) ve Davis vd. (2014) tarafından yapılan çalışmaları ile de ters sonuçları ortaya çıktığı görülmektedir.

Merkez Bankası tarafından hazırlanan “Ödemeler Dengesi Raporuna (2011)” göre, 2008 yılı Küresel finans krizini müteakip 2010 yılı Kasım ayından itibaren kredi büyümesinin sınırlandırılması için alınan önlemlerin cari açığın belirli bir aralıkta dengelenmesine katkı sağladığı görülmüştür. Kredi eğilim anketinde, kredilere yönelik arz ve talep yönlü önlemler cari açık üzerinde yaklaşık bir dönem gecikme ile etkisini göstermektedir. Bu bakımdan, banka kredileri cari açığın sürdürülebilir oluşunda önemli bir araç ve değişken olarak tanımlanmaktadır. Hazırlanan çalışmanın bulguları bu argümanı desteklemekle birlikte, banka kredileri cari açığın nedeni olarak en önemli ve tek değişkendir şeklinde yorumlamak da oldukça güçtür. Bu sebeple, banka kredilerinin büyüklüğüne yönelik sınırlandırmaların, cari açığın düşürülmesinde tek başına yeterli olamayacağı, cari açık kavramını oluşturan tüm faktörlerin beraber ele alınması ve banka kredilerinin bu yönü ile değerlendirilmesinin etkili sonuçlar oluşturacağı düşünülmektedir.

Cari açıkla mücadele kapsamında, yerli üretimin desteklenmesi ve nitelikli iş gücüne yönelik olarak kamu harcamalarının artırılması, yaşam kalitesi yanında toplumsal refah düzeyinin artması noktası da önemli bir husustur (Nar & Nar, 2019, s. 11) Artan üretim, fiyatlar genel seviyesinin düşmesine, buna paralel olarak da faizlerin düşmesine neden olacaktır. Özel tüketim ve katma değer gibi dolaylı vergilerin özellikle belirli malların ithaline ve lüks tüketime yönelik olarak yeniden düzenlenmesi, vergi sisteminin sürekli geliştirilmesi cari açıkla mücadelede etkin sonuçlar verecektir. Bununla birlikte kamu kesiminin savurganlığının ve gereğinden fazla borçlanması önlenmesinin yanı sıra cari açığın artmasında en önemli kalemlerin başında gelen enerjide dışa bağımlılığı azaltacak yatırımlara ağırlık verilmesine yönelik uygulama ve tedbirlerin alınması gerekmektedir.

6. Extended Abstract

Looking at the recent history of the Turkish economy, after the 1990s, which passed with crises, there was a recovery period after the 2001 crisis. Despite the positive developments in macroeconomic indicators, except for the 2008 global crisis and the year 2009, when its effects were felt, the current account deficit problem has kept its place on the agenda by increasing until today. For this reason, the sustainability of the current account deficit has been one of the main objectives of the economy administrations. When the factors that cause the current account deficit in Turkey are examined, it is seen that the input items such as energy imports, as well as intermediate and investment goods that enable the realization of high economic growth, cannot be met with exports. However, the increase in consumption as a result of the expansionary economic policies implemented in order to avoid the liquidity shortage after the financial crisis in 2008 led to an increase in loan volumes.

It has been determined that there are many studies in the literature investigating the relationship between bank loans and current account deficit. In most of the studies in the literature, variables such as total domestic credit volume, consumer loans and credit card usage were found to be independent variables in the analyses. On the other hand, in studies investigating the effect of bank loans on the current account deficit, it has been determined that the effects of the increase in credit volume have

gained weight especially after the 2008 global financial crisis. This process has been shaped by the expansionary monetary policies implemented by the central banks of the countries. Therefore, rather than focusing on the determination of the relationship between credit volume and current account deficit, the focus of researchers is to what extent the increase in credit volumes is a factor in the occurrence of financial crises. It has been observed that there are limited number of studies investigating the relationship between bank loans and current account deficit directly.

In this study, it is aimed to investigate the relationship between the total credit volume of the Turkish banking sector and the current account deficit. For the study, quarterly data for the period 1998-2022 were used. The data set was created as the ratio of current account deficit to GDP and loan volume to GDP. The data were obtained from the TCMB's Electronic Data Distribution System (EVDS).

Time series analyzes were used to examine the relationship between the variables used in the study. In order to determine the stationarity levels of the variables, the degrees of stationarity of the series were examined through Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) unit root tests and Zivot and Andrews (ZA) unit root tests, which also take into account structural breaks. If there is a causal relationship, the determination of the directions was tested with the "Toda-Yamamoto" analysis method.

According to the unit root test results, it is understood that the current account deficit variable is stationary. However, it has been concluded that the loan volume variable is not stationary at the level. At this stage, the ZA structural break unit root test, which takes into account the structural breaks in the related series, was subjected to the test. When the test statistics, in which a break in both the fixed term and the trend are calculated, are examined, it is concluded that the said series are stationary in the presence of a structural break. According to the results of the Toda-Yamamoto causality test, a reciprocal causality relationship was found between the loan volume and current account deficit variables at the 5% significance level.

According to the "Balance of Payments Report (2011)" prepared by the Central Bank, it has been observed that the measures taken to limit credit growth since November 2010, following the 2008 global financial crisis, contributed to the balancing of the current account deficit within a certain range. In the loan tendency survey, supply and demand-side measures for loans show their effect on the current account deficit with a delay of approximately one period. In this respect, bank loans are defined as an important tool and variable in the sustainability of the current account deficit. Although the findings of the study support this argument, it is very difficult to interpret bank loans as the most important and only variable as the cause of the current account deficit. For this reason, it is thought that the limitations on the size of bank loans will not be sufficient alone in reducing the current account deficit, and considering all the factors that make up the current account deficit concept together and evaluating bank loans from this aspect will create effective results.

Keywords: Current Account Deficit, Bank credits, Toda-Yamamoto Causality Test

Kaynakça

- Aizenman, J., & Jinjark, Y. (2014). Real Estate Valuation, Current Account And Credit Growth Patterns, Before And After The 2008-9 Crisis. *Journal of International Money and Finance*(48), 48-75.
- Akbaş, Y. E., Şentürk, M., & Sancar, C. (2013). Testing for Causality between the Foreign Direct Investment, Current Account Deficit, GDP and Total Credit: Evidence from G7. *Panaeconomicus*(6), 791-812.
- Akçayır, Ö., & Albeni, M. (2016). Türkiye’de Kredi Genişlemesinin Cari Açığa Etkisi: Sınır Testi Yaklaşımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 557-588.
- Biztis, G., John, M., & Papazoglou, C. (2008). The Determinants of The Greek Current Account Deficit: The EMU Experience. *Journal of International and Global Economic Studies*, 1(1), 105-122.
- Davis, J., Mack, A., Phoa, W., & Vandenberg, A. (2014). Credit Booms, Banking Crises, and the Current Account. *Federal Reserve Bank of Dallas. Globalization and Monetary Policy Institute, Working Paper*(178), 1-32.
- Dinçer, N., & Yaşar, P. (2015). Identification of Current Account Deficit: The Case of Turkey. *The International Trade Journal*(29), 63-87.

- Dücan, E., Polat, M. A., & Balcıoğlu, E. (2016). Tüketim Toplumu Örneği Olarak Türkiye'nin Cari Açık ve Tüketici Kredileri İlişkisi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 161-188.
- Eita, J. H., Manuel, V. & Naimhwaka, E. (2018). Macroeconomic Variables and Current Account Balance in Namibia. *MPRA Paper*, 888, 1-28.
- Ertuğrul, H. M., Gerni, C., & Toraganlı, K. (2022, 10 23). *A Dynamic Investigation of the Impact of Credit Growth on the Current Account of Turkey*. SSRN: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2349545 adresinden alındı
- Ganioglu, A. (2012). *Finansal Krizlerin Belirleyicileri Olarak Hızlı Kredi Genişlemeleri ve Cari İşlemler Açığı*. Ankara: TCMB Çalışma Tebliği No: 12/31.
- Garg, B. & Prabheesh, K.P. (2017). Drivers of India's Current Account Deficits, With Implications For Ameliorating Them. *Journal of Asian Economics*, 51, 23-32.
- Göçer, İ., Mercan, M., & Pek, O. (2013). Kredi Hacmi Artışının Cari Açığa Etkisi: Çoklu Yapısal Kırımlı Eşbütünleşme Analizi. *İstanbul Üniversitesi, Ekonometri ve İstatistik Dergisi*(18), 1-17.
- Gujarati, D. N. (1999). *Essentials of Econometrics* (2 b.). Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Hilbers, P., Otter-Robe, I., Pazarbaşıoğlu, C. & Johnsen, G. (2005). Assessing and Managing Rapid Credit Growth and the Role of Supervisory and Prudential Policies, *IMF Working Paper* , 5(151), 207-230.
- Kılıç, C. (2015). Tüketici Kredileri ve Cari Açık Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 407-420.
- Kiyotaki, N., & Moore, J. (1997). Credit Cycles. *Journal of Political Economy*, 105(2), 211-248.
- Mian, A. R., Sufi, A., & Verner, E. (2015). Household Debt and Business Cycles Worldwide. *NBER Working Paper*(21581), 50-69.
- Lane, P.R. & McQuade, P. (2013). Domestic Credit Growth and International Capital Flows, European Central Bank. *Working Paper Series*, (1566), 1-46.
- Liang, S. (2012). Determinants of the U.S. Current Account. *International Journal of Social and Human Sciences*, 6, 297-302.
- Nar, M. (2020). Bireysel Krediler ile Enflasyon ve Cari İşlemler Açığı Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Turkish Studies*, 15(7), 3009-3024.
- Nar, M., & Nar, M. Ş. (2019). An Updated Assessment of The Oecd's Quality of Life Index. *Problemy Ekonomiki Rozwoju-Problems of Sustainable Development*, 4(1), 7-18.
- Sandalcılar, A., & Altın, A. (2014). Türkiye'de Tüketici Kredileri İle Cari İşlemler Açığı Arasındaki Nedensellik İlişkisi. *Bankacılar Dergisi*(89), 28-40.
- Saito, A. T., Savoia, J. & Lazier, L. (2009). Determinants of Private Credit in OECD Developed, BRIC's and LAC Countries. *American International Journal of Social Science*, 3(3), 21-35.
- Schularick, M., & Taylor, A. (2009). Credit Booms Gone Bust: Monetary Policy, Leverage Cycles and Financial Crises, 1870-2008. *48*(1), 1-48.
- Sharma, A. (2012). The Long-Run Determinants of the U.S. Trade Balance: A Reexamination Using Bi & Multivariate Cointegration Approach. *Research Applied Economics*, 4(1), 16-32.
- Sooreea, R. & Wheeler, M. (2010). A Dynamic Analysis of the Determinates of the US Current Account Deficit. *Applied Financial Economics*, 20, 1687-1695.
- Telatar, E. (2011). Türkiye'de Cari Açık Belirleyicileri ve Cari Açık-Krediler İlişkisi. *Bankacılar Dergisi*(78), 22-34.
- Tiryaki, G. (2012). *Finansal İstikrar ve Bankacılık Düzenlemeleri (1990-2010 Türkiye Tecrübesi Işığında)*. İstanbul: İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Toda, H. Y., & Yamamoto, T. (1998). Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes. *Journal Of Econometrics*, 66(1), 225-250.
- Togan, S., & Berument, H. (2011). Cari İşlemler Dengesi, Sermaye Hareketleri ve Krediler. *Bankacılar Dergisi*(78), 3-24.
- Unger, R. (2016). Asymmetric Credit Growth and Current Account Imbalances in The Euro Area. *FIW Working Paper*, 166, 1-35.
- Uslu, H. (2020). Türkiye'de Kredi Genişlemesinin Cari Açık Üzerindeki Etkileri: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Maliye ve Finans Yazıları*(114), 441-482. doi:10.33203/mfy.659435

Yang, L. (2011). An Empirical Analysis of Current Account Determinants in Emerging Asian Economies. *Cardiff Economics Working Papers*, 2011(10), 1-49.

Yardımcı, C. (2020). Cari İşlemler Açığı ve Kredi Hacim İlişkisi, Türkiye Örneği. *Pearson Journal of Social Sciences - Humanities*(6), 235-239. doi:10.46872/pj.66.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Levent Sezal)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Levent Sezal)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Mantar Yönetim Yaklaşımı ile İşe Gömülmüşlük İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Efekan Taha ÖZEL* 
Serap KALFAOĞLU** 

ÖZ

Bu araştırmanın temel amacı mantar yönetim yaklaşımının işe gömülmüşlük üzerine etkisini incelemektir. Ek olarak, çalışmada demografik değişkenlere göre (yaş, medeni durum, pozisyon, kıdem gibi) hem mantar yönetim hem de işe gömülmüşlük algısının farklılaşp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Anket yöntemi ile soru sorma tekniğinin uygulandığı çalışmada ayrıca kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş olup, Konya ilinde bulunan bir fabrikaya gidilmiş ve gönüllülük esasına bağlı olarak, anketi yüz yüze yanıtlayan çalışanlar (n=87) ile araştırma nihayete ulaştırılmıştır. Araştırmada toplanan veriler hem SPSS hem de AMOS programlarıyla çözümlenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, mantar yönetim yaklaşımının işe gömülmüşlük üzerine hem istatistiksel bakımdan anlamlı hem de negatif yönlü bir etkisi bulunmaktadır. Ayrıca çalışanların eğitim durumlarına ve pozisyonlarına göre her iki değişkene ilişkin algı düzeylerinde ve medeni durumlarına göre işe gömülmüşlük düzeylerinde farklılıklar bulunmaktadır. Söz konusu sonuçlarla birlikte örgütlerde mantar yönetim yaklaşımının farklı sektör ve işletmelerde uygulanması ile ileride birbirinden bağımsız bulgular elde edileceği düşünülmektedir. Literatür taraması sonucunda iki kavramın birlikte yer aldığı bir çalışmaya rastlanılmaması dolayısıyla bu boşluğun doldurulması ve doğru yönetim anlayışının örgüt verimliliği, üretkenliği ve çalışan tutumları adına büyük bir önem arz etmesi sebebiyle bu araştırma "değerli bir araştırma" özelliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mantar Yönetim, İşe Gömülmüşlük, Çalışanlar

The Relationship between Mushroom Management Approach and Job Embeddedness

ABSTRACT

The main purpose of this research is to examine the effect of mushroom management approach on job embeddedness. In addition, it has been investigated whether the perception of both mushroom management and job embeddedness is differed according to demographic variables (such as age, marital status, position, seniority etc) or not. In the study in which the questionnaire method and questioning technique have been applied, convenience sampling method has been also preferred, a factory in Konya has been visited and the research has been finalized with employees (n=87) who voluntarily answered the questionnaire as face to face. The data collected in the research have been analyzed with both SPSS and AMOS programs. According to the results of the analysis, the mushroom management approach has a statistically significant and negative effect on job embeddedness. In addition, there are differences in the perception levels of both variables according to the educational status and positions of the employees, and in the level of job embeddedness according to their marital status. With the results in question, it is thought that the application of the mushroom management approach in organizations in different sectors and businesses will lead to independent findings in the future. As a result of the literature review, there is no study in which the two concepts are found together, so this research is a "valuable research" because this gap is filled and the right management approach is of great importance for organizational efficiency, productivity and employee attitudes.

Keywords: Mushroom Management, Job Embeddedness, Workers

1. Giriş

Yönetim, tarih boyunca insanın yer aldığı her kurum, kuruluş ve birim için en önemli yapı taşı olmuştur. Yönetim literatürü klasik yönetim anlayışı ile başlayarak dönem şartlarına göre çeşitli farklılıklar göstermiş, her dönem kendi içinde gelişen şartlara bağlı olarak yeni bir yaklaşım (örneğin sırasıyla neo-klasik yaklaşım, modern yaklaşım, post modern yaklaşım gibi) doğurmuştur. İşletmeler de söz konusu yaklaşımlardan etkilenerek, kendi kültür, anlayış, iklim ve stratejilerine göre çeşitli yönetim anlayışlarını esas

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, efeozell97@gmail.com

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, serapkalfaoglu@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 15.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 18.04.2023

Citation/Atf: Özel, E. T., Kalfoğlu, S. (2023). Mantar yönetim yaklaşımı ile işe gömülmüşlük ilişkisi üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 45-62. <https://doi.org/10.52642/susbed.1219388>



almışlardır. Örgütün hedeflerini, işleyişini çalışanlarına aktarabilmek, üst-ast ilişkilerini net bir biçimde ortaya koyabilmek ve hiyerarşik düzeni belirleyebilmek adına doğru iletişim gerekirken, söz konusu durumun sağlıklı bir şekilde gerçekleşebilmesi için de yönetim en önemli faaliyet olarak kabul edilmektedir. Örgütlerin güncel yönetim anlayışlarına yönelmeleri sebebiyle de son zamanlarda çağdaş yaklaşımlar içerisine alınan ve yönetim felsefesi olarak gösterilen mantar yönetim yaklaşımı ile çalışanların işe devam etme sebepleri olarak kabul edilen işe gömülmürlük kavramları ortaya çıkmıştır.

Mantar yönetim anlayışı, mantar metaforundan esinlenerek, yöneticilerin çalışanlar için gerekli koşulları sağlaması ancak bir mantar gibi onları karanlıkta bırakarak, örgüt ile ilgili bilgi akışı sağlamadan iş görmelerini bekliyor olmalarını esas almaktadır. Literatür incelendiğinde mantar yönetim kavramının son yıllarda araştırmalara konu olduğu, özellikle 2017 yılından bu yana çeşitli çalışmalarda (örn., Tekin & Birincioğlu, 2017; Şen, 2019; Kalfaoğlu, 2020) yer aldığı görülmektedir. Ulusal yazında konu öncelikle kavramsal açıklamalarıyla kuramı anlaşılır kılma hedefi görmüşken, sonraları kamu üniversitesi akademik alt birim çalışanlarınca algı düzeyleri (Tekin & Birincioğlu, 2017), kavrama ilişkin ölçek geliştirme çalışmaları (Kılıç ve Olgun, 2017; Birincioğlu ve Tekin, 2018) çeşitli değişkenler ile ilişkileri (örn., iş tatmini, örgütsel dedikodu, örgütsel sessizlik gibi) (Çetin, 2021; Gündüz & Özyer, 2022; Öztürk ve Aras, 2021) araştırılmıştır. Örgütsel davranış alanında uygulamaları görece yeni sayıldığından farklı değişkenlerle ilişki düzeyi ve yönü merak uyandırmış ve bu çalışmada işe gömülmürlük ile arasındaki bağıntılar çözümlenmeye çalışılmıştır.

İşe gömülmürlük ise bireylerin örgütte işlerine devam etmesini etkileyen olumlu sebepler olarak ifade edilmektedir. Geçmişte bireylerin işlerinden neden ayrıldığı sorusunun kalıplaşmış yanıtı, işlerinden memnun olmadıkları ve başka iş seçeneklerine sahip olmaları olarak gösterilirken, nadiren de olsa bireylerin işte neden kaldıklarını sorgulanırken, işlerine bağlı oldukları ve başka alternatifleri bulunmadığı cevabı verilmektedir (Lee, Burch, & Mitchell, 2014, s. 200). Çalışanların işten ayrılmasının çeşitli sonuçları bulunmaktadır. Analistlerin yapmış olduğu tahmine göre, çalışanların işten ayrılmasının maliyeti, o çalışanın yıllık gelirinin %20'sidir (Lucas, 2012, akt. Ringl, 2013, s. 1). Buna bağlı olarak çalışanların işten ayrılması maddi kayıpların yanı sıra, yerlerinin doldurulma sürecini ve işten çıkma sıklığını açıklayan iş gücü devir oranını da olumsuz etkileyecektir. Bu süreç örgütlerde finansal durum ve örgütsel bütünleşmeye de negatif bir şekilde tesir edecektir.

Bu çalışmada mantar yönetim ile işe gömülmürlük kavramları ayrı ayrı ele alınmış, mantar yönetim anlayışının işe gömülmürlük üzerindeki etkisi fabrika çalışanlarından elde edilen veriler ile çözümlenmiştir. Literatür taraması sonucunda iki kavramın yer aldığı bir çalışmaya rastlanılmaması, doğru yönetim anlayışının örgüt verimliliği, üretkenliği ve çalışan tutumları adına büyük bir önem arz etmesi sebebiyle değerli bir araştırma özelliği taşımaktadır.

Bu araştırma kapsamında sırasıyla mantar yönetim ve işe gömülmürlük kavramlarını içeren ve birlikte ele alınabilmesinin kuramsal temellerinin açıklamalarını içeren geçmiş zamanlarda yapılan çalışmalar incelenmiş (literatür incelemesi ve neticesinde hipotez geliştirme), bir fabrika çalışanlarına anket uygulaması yapılmış (metodoloji) ve sonuçlar tartışılmıştır. Bu bağlamda literatür incelemesinden başlanmak üzere diğer bölümler yazının beraberindedir.

2. Literatür İncelemesi

Bu bölümde mantar yönetim ve işe gömülmürlük kavramlarına ilişkin yapılan literatür incelemesi sonuçlarına yer verilmiştir. Ayrıca değişkenler arası ilişkiyi açıklamak üzere başvurulan kuramlardan yola çıkarak hipotezler geliştirilmiştir.

2.1. Mantar Yönetim

Mantar yönetim kavramı, mantar yetiştiriciliğine benzetme yapılarak; ısı, ışık, havalandırmanın denetim altında tutulduğu, karanlık ve düşük ışıklı yerlerde yapılan mantar üretim sürecinden esinlenerek, örgütlerde alt kademe çalışanların, mantar üretiminde olduğu gibi, yöneticilerden aldıkları direktifi hangi amaç için gerçekleştirdiklerini bilmeden, karanlıkta kalarak yerine getirdikleri bir yönetim anlayışı olarak doğmuş ve son yıllarda yönetim biliminde kullanılmaya başlanmıştır (Tekin & Birincioğlu, 2017, s. 22; Özdemir, 2010, s. 1). Bu benzetmeye göre ışık, örgütlerde bilgi ile eşdeğer tutularak karşımıza çıkarken, yönetici işin yapılması ile ilgili çalışanlara yol göstermekte fakat hangi sebeple yapıldığına dair bilgi vermekten

kaçınmaktadır (Öztürk & Aras, 2021, s. 122). Buna bağlı olarak mantar yönetim, yöneticilerin çalışanları için gerekli çalışma ortamını sağlaması ancak örgüt anlayışı, planları ve hedefleri ile ilgili bilgi paylaşımı yapmayıp, iş görenleri karanlıkta bırakarak onları bu doğrultuda yönlendirmelerine dayanmaktadır (Kalfaoglu, 2020, s. 357).

Mantar yönetim, bilgi akışının açık ve şeffaf bir biçimde sağlandığı organizasyonların aksine, yönetim tarafından çalışanlara bilgi paylaşımı yapılmayan ve çalışanların ışıktan yoksun kaldıkları bir yaklaşım olarak da ifade edilmektedir (Smith, 2015, s. 1). Çalışanlara bilgi vermektan kaçınan anlayışa göre, amaç mümkün olduğunca belirsizlik yaratıp, bilgi alışverişinin olmadığı bir yapı oluşturmaktır ve kaynaklar hiçbir şekilde geri çıkmadığından bu organizasyon bir kara deliğe benzemektedir (Baxter, 2005). Yöneticilerin bilgiyi seçici bir şekilde kullanmaları, olması gerektiğinden fazla kontrol mekanizması yaratmaları sebebiyle çalışanlar karanlıkta kaldıklarını hissederek, yönetimin sadece kendi çıkarlarını gözettiklerini düşünecek, bu bağlamda örgüte karşı güven duyguları azalacak, sinik davranışlar ortaya çıkacak ve organizasyonel bütünlük de bu durumdan olumsuz etkilenecektir (Bolea & Atwater, 2015, s. 117-118).

Mantar yönetim anlayışı ile birlikte örgütte yoğun bir güven problemi ortaya çıkabilir, bu karanlık düzende çalışanlar daha şiddetli davranışlar sergileyebilirler (Laplante & Neil, 2006, s. 119). Mantar yönetim yaklaşımında olumsuz durumlarda bilginin gizli kalması sebebiyle yöneticiler güçlerini koruyup, algıyı yöneterek kendileri için tatmin edici bir durum yaratırken (Gunn, 1995, s. 31), çoğunlukla bu yönetim biçimine uygun bireylerin yanlarında çalışmalarına olumlu yaklaşmaktadırlar (Çetinkaya & Altınbaş, 2021, s. 783).

Mantar yönetim yaklaşımının bulunduğu örgütlerde çalışanların meraklı olmaları ve kendilerini ifade etme talepleri kabul görmemekte dolayısıyla yöneticiler kimsenin görüşünü göz önünde bulundurmayıp yalnız karar almaktadırlar (Kılıç & Olgun, 2017, s. 107). Örgütte yöneticinin bilgi sahibi tek kişi olarak yer almasına bağlı olarak çalışanlar örgüt ile ilgili politikalardan, hedeflerden, işleyişten mahrum kaldıklarından olumsuz bir durumda memnuniyetsizliklerini ve eleştirilerini iletecekleri bir yetkili bulamamakta ve asimetrik bilgi paylaşımının yarattığı etki nedeniyle üst ast ilişkisi resmi kılınmaktadır (Akduru & Arslantaş, 2021, s. 69-70). Yöneticiler mantar yönetim anlayışını, hedeflerin gerçekleştirilememesi, stratejik bilgilerin iş görenler tarafından bilinmesinin istenmeyen sonuçlara yol açma olasılığı ve çalışanlar tarafından eleştiriye maruz kalmamak için benimsemektedir (Kılıç, 2015, s. 85).

2.2. İşe Gömülmüşlük

Granovetter'in ilk defa 1985 yılında nitelendirdiği gömülmüşlük kavramı (Doğantekin & Seçilmiş, 2021, s. 1101), sosyoloji disiplinde, insan ilişkilerinin ekonomik faktörler üzerindeki etkisinin yol açabileceği değişimi ve bu süreci ifade etmek için kullanılmıştır (Ay, 2020). İşe gömülmüşlük kavramı ise 1951 yılında Lewin'in yarattığı alan teorisi sonucunda Witkin ve çalışma arkadaşları tarafından ortaya atılan gömülü figürler teorisi temel alınarak (Zorlu, Avan, & Bulut, 2016, s. 5), örgütlerde çalışanlar neden kalır? ve insanlar neden ayrılır? sorularına yanıt arayan Mitchell ve arkadaşları vasıtasıyla geliştirilmiş ve literatüre kazandırılmıştır (Mitchell, Holtom, Lee, Sablynski, & Erez, 2001, s. 1102). Alan teorisine göre, bireyler hayatlarının farklı yönlerini yansıtan algısal bir yaşam alanına sahiptir (Mitchell, Holtom, Lee, Sablynski, & Erez, 2001, s. 1104). Gömülü figürler teorisi ise geçmiş ile ilişkili, bağları güçlendirerek koparmasını engelleyen sebepler bütünü olarak ifade edilmektedir.

İşe gömülmüşlük, çalışanları işinde tutan, işlerinden vazgeçerek örgüt ile bağlantı koparmasını engelleyen ve iş yerine bağlayan psiko-sosyal sebeplerin toplamını ifade etmektedir (Dedeoğlu, Özdevecioğlu, & Oflazer, 2016, s. 136). İşe gömülmüşlük, iş görenlerin işe devam etme kararını etkileyen faktörlerin bütünü kapsamında gösterilmekte ve bu bütünlük işyerinde çalışma arkadaşları ile olan iletişim, uyum ve çalışanların menfaatini karşılayıp, memnun edebilecek örgütsel destekler olarak karşımıza çıkmaktadır (Holtom, Mitchell, & Lee, 2006, s. 319). İşe gömülmüşlük, çalışanların örgütsel yaşamlarını sürdürme sebeplerinin yanı sıra iş ilişkilerini sonlandırma nedenlerini de açıklayan (Bergiel, Nguyen, Clenney, & Taylor, 2009, s. 206) bir kavram olduğundan hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara karşı çalışanların gösterdiği bir tepki olarak açıklanabilir.

Mitchell ve arkadaşları (2001) işe gömülmüşlük olgusunu "links", "fit" ve "sacrifice" olarak kategorize ederken, bu sınıflandırma yerli yazında çoğunlukla bağlantılar, uyum ve fedakârlık sözcükleri kullanılarak

karşılık bulmaktadır. *Bağlantılar*, birey ile kurum veya birey ile çevresindeki bireyler arasındaki formel (biçimsel) veya informal (doğal) ilişkileri açıklamaktadır. *Uyum*, işgörenin bulunduğu örgüt ile ilgili algıladığı uyumluluk ve rahatlık derecesini ifade etmektedir. Uyum, çalışanların kişisel değerleri, çalışma hayatındaki amaçları ve işi ile ilgili planlarının, iş gereği kendisinden beklenen işe dair bilgisi, kabiliyeti ve hünnerleri ile örtüşerek uyumlu olması durumudur. Bununla birlikte birey bu duruma ne kadar uyduğunu kendisi değerlendirecek ve uyum güçlü olduğunda, birey profesyonel ve şahsi olarak kuruluşa daha bağlı hissedecektir. *Fedakârlık* ise bireyin işten ayrılması durumunda kaybedebileceği psikolojik unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin işten ayrılıp çalışma arkadaşlarından vazgeçmesi, proje ya da avantajlar gibi olasılıklardan yoksun kalması olarak algılanan kişisel kayıplar fedakarlık boyutuna örnek olarak gösterilmektedir (Mitchell, Holtom, Lee, Sablynski, & Erez, 2001, s. 1104-1105). Bununla birlikte Mitchell ve arkadaşları (2001) içsel ve dışsal gömülmüşlük olarak iki farklı işe gömülmüşlükten bahsetmektedir. İçsel işe gömülmüşlük, çalışanların halihazırda buldukları örgütte yer alma sebepleri ve onları pozisyonlarına bağlı kılan güçleri ifade ederken, dışsal işe gömülmüşlük ise çalışanların kişisel hayatları ve bulunduğu toplumsal çevreyi nitelendirir (Ng & Feldman, 2010, s. 1069).

2.3. Mantar Yönetim ile İşe Gömülmüşlük Arasındaki İlişki ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Literatür taraması yapıldığında her ne kadar mantar yönetim ile işe gömülmüşlük arasındaki ilişkileri doğrudan inceleyen bir çalışmaya rastlanılsa da, her iki değişkenle ilgili günümüze değin yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar ışığında ve kuramsal açıklamalar ile iki değişken arası ilişkinin varlığı düşünülmektedir. Kavramların gelişim evrimlerine bakıldığında kuramsal açıklamalardan başlanarak örgütsel davranış alanında farklı değişkenlerle ilişkileri tarihsel seyrinde odağı değiştirmiştir. Mantar yönetim anlayışının olumsuzluğu pozitif örgütsel davranışa hep olumsuz yansımıştır. Literatürden sonuçlar da bu çıkarımı doğrulamaktadır. Örneğin, mantar yönetim yaklaşımının işten ayrılma niyeti, çalışanların örgütlerine karşı güven eksikliği yaşamaları, üstlerin astlara oranla örgüt ile ilgili daha fazla bilgiye sahip olmaları sebebiyle kibirli hale gelmeleri ve çalışanların bilgiye erişebilmek, örgütün gidişatından haberdar olabilmek için gösterdikleri çabanın performanslarına olumsuz yansımaları gibi sonuçları olabileceğinden (Birincioglu & Tekin, 2018, s. 170-171), çalışanları işinde tutan sebepleri niteleyen işe gömülmüşlük düzeyleri üzerinde doğrudan bir etkisi olabileceği düşünülmektedir. İşe gömülmüşlük, çalışanlar açısından olumlu bir durum olarak kabul edildiğinden (Dedeoğlu, Özdevecioğlu, & Oflazer, 2016, s. 144), mantar yönetim yaklaşımı gibi, bilgi asimetrisinin olduğu, çalışanların örgütsel durumlar ile ilgili muhalefet edemediği, muhatap bulamadıkları ve iletişim eksikliğinin yoğun yaşandığı bir anlayış içerisinde çalışanların gömülmüşlük düzeyleri söz konusu yönetim biçiminden pozitif veya negatif bir şekilde etkilenmesi beklenmektedir. Bununla birlikte mantar yönetim olgusuna göre iletişim eksikliği olduğundan, çalışanların gömülmüşlük seviyeleri bilinmemekte, işten ayrılma niyeti olan işgörenler ile ilgili bir öngörü yapılamamaktadır. Mantar yönetim yaklaşımında, işgörenlerin bilgi paylaşımının az olmasının farkına varmadığı, yöneticilerin işgörenleri iyi hissettirecek miktarda bilgi paylaştığı, örgüt ile ilgili stratejik bilgileri vermekten kaçındığı (Şen, 2019, s. 17), olgular göz önünde bulundurulduğunda, çalışanların işe gömülmüşlük düzeylerinin bu hususlardan etkileneceği fakat etkinin yönünün; sektör, çalışan karakteri, iş ile ilgili hedefler, unvan ve kişisel çıkarlar gibi çeşitli sebeplerden dolayı ayrışacağı düşünülmektedir.

Literatür özeti ile birlikte değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi sonucunda oluşturulan ana hipotez şu şekildedir:

H1: Çalışanların mantar yönetim algısının işe gömülmüşlük düzeyleri üzerine anlamlı ve negatif bir etkisi vardır.

Araştırmada iki değişken arası etkileşimin varlığına ilişkin varsayımlarından yola çıkılarak hazırlanan temel amaçtan sonra, demografik değişkenler açısından da mantar yönetim ve işe gömülmüşlük algı düzeylerinde farklılaşma olup olmadığı merak uyandırmıştır. Çünkü her insanın farklı zihinsel ve bedensel özelliklere sahip olmasının kişilik üzerindeki etkisi büyüktür. Kişiliği oluşturan faktörler arasında yer alan kalıtsal ve bedensel faktörler, sosyo-kültürel faktörler ve sosyal gruplar içindeki rol ve statü faktörleri gibi unsurlar, kişinin çevresini algılayış biçimini ve çevreye ilişkin kanılarının yorumlanmasını büyük oranda etkiler. Bireysel özelliklere bağlı olarak edinilen ve sonradan kazanılan bu faktörlerin insanların benliğini ve hayatlarını sorgulama ve değerlendirme aşamalarında fayda yarattığı görülür. Bu saptamalardan

etkilenilerek Kişilik Kuramı gereğince, farklı yaş grupları, farklı medeni haller, farklı eğitim geçmişine ve farklı çalışma deneyimine sahip olanlar, farklı pozisyonlarda çalışanlar çevresel ve içsel değişiklikleri farklı algılayabilecek ve farklı yorumlayabilecektir. Örneğin, görece yaşlı bir kişinin çalışma gayesi yalnızca para kazanma ise maddi unsurlar dışındaki diğer psiko-sosyal olumsuz etkileri önemsemeyebilecektir. Çalışma grubu ve çalışma koşulları gibi faktörler onu fazla etkilemeyebilecektir. Benzer bir yaklaşımla, eğitim geçmişi yine bireylerin çevresinde olup bitenlere yönelik algı ve önem düzeyini etkilemektedir. Yüksek eğitilmiş bir kişi, çevresinde olup bitenlere duyarsız kalamayacak, bilgi düzeyi el verdikçe örgütü için yararlı olma adına fikirler sunma isteği duyacaktır. Ayrıca yapılan literatür araştırmasında Ay (2020), banka çalışanlarının işe gömülmüşlük düzeylerinde cinsiyet açısından farklılık olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Doğantekin ve Seçilmiş (2021) medeni durum, eğitim düzeyi, deneyim ve çalışılan bölüm değişkenlerinde katılımcıların işe gömülmüşlük düzeylerinde anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir. Mantar yönetim çalışmalarında ise örneğin Günaltay ve arkadaşlarının 2022 yılı çalışmasında katılımcıların ilgili ölçeğin alt boyutlarının ortalamalarında cinsiyet ve yaş grupları açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Günaltay, Işıklı, & Durur, 2022). Bu bağlamda demografik değişkenlere bağlı olarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiş ve ilgili analizler yapılmıştır.

H2: Yaş değişkenine göre çalışanların mantar yönetim algılamaları anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H3: Yaş değişkenine göre çalışanların işe gömülmüşlük düzeyleri anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H4: Eğitim durumu değişkenine göre çalışanların mantar yönetim algılamaları anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H5: Eğitim durumu değişkenine göre çalışanların işe gömülmüşlük düzeyleri anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H6: Medeni durum değişkenine göre çalışanların mantar yönetim algılamaları anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H7: Medeni durum değişkenine göre çalışanların işe gömülmüşlük düzeyleri anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

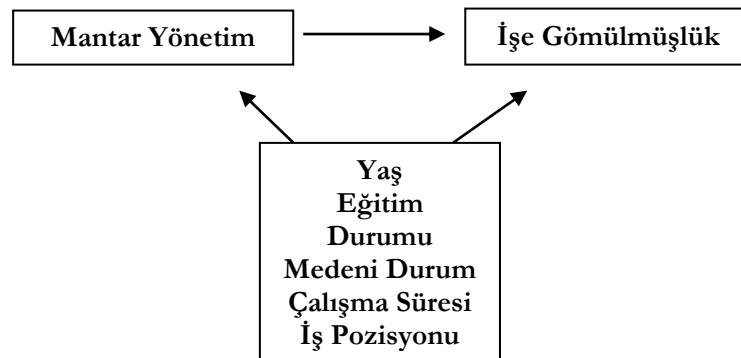
H8: Çalışma süresi değişkenine göre çalışanların mantar yönetim algılamaları anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H9: Çalışma süresi değişkenine göre çalışanların işe gömülmüşlük düzeyleri anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H10: İş pozisyonu değişkenine göre çalışanların mantar yönetim algılamaları anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H11: İş pozisyonu değişkenine göre çalışanların işe gömülmüşlük düzeyleri anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

Yukarıda yer alan literatür incelemesi ve hipotezler ışığında araştırma modeli Şekil 1'deki gibi tasarlanmıştır.



Şekil 1. Mantar Yönetimin İşe Gömülmüşlük Üzerine Etkisine İlişkin Araştırma Modeli

3. Yöntem

Yöntem kısmında araştırma amacı, önemi, sunduğu katkı, yöntemi ve tekniği gibi bilgiler yer almaktadır.

3.1. Belirlenen Amaç, Önem ve Katkı

Mevcut araştırmanın amacı, mantar yönetim anlayışının işe gömülmüşlük üzerindeki etkisini bir fabrika çalışanlarının algısıyla incelemek ve demografik değişkenlerin birbiri içerisinde anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir. Örgütlerde yönetim modeli, çalışanlara karşı tutum, yönetici ve çalışan arasındaki ilişki ve astlara verilerin değer algısı çalışanların işlerinde devam etmelerini veya işten ayrılmalarını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda mantar yönetim yaklaşımının yerli yazın için yeni bir kavram olarak kabul edildiği göz önünde bulundurulduğunda, çalışmanın farklı sektörlerde farklı çalışanlar ile yapılabileceği düşünülerek literatüre katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

3.2. Temsil Edilen Evren ve Yararlanılan Örneklem

Araştırmanın evrenini Konya ilinde bulunan bir fabrikanın 106 adet çalışanı oluşturmaktadır. 106 çalışanın hepsine anket uygulanmış olup, geri dönüş sağlayan 87 iş gören araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Buna bağlı olarak 106 kişilik evrende %95 güven düzeyinde %5 hata payıyla evren temsiliyeti bağlamında minimum 84 çalışandan veri toplanmasının yeterli olacağı hesaplanmıştır (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 129). Evren belirlenirken fabrika seçilmesinin nedeni, çalışanlar ile stratejik bilgi paylaşımının yapılmaması, karar mekanizması içerisinde çalışanlara yer verilmemesi dolayısıyla mantar yönetim anlayışının iş görenlere empoze edildiği düşüncesidir. Çalışmanın COVID-19 salgını sürecinde gerçekleşmesi, konu dolayısıyla tek bir fabrikanın onay vermesi, kısıtlı süre dahilinde anketlerin yapılmasına izin verilmesi, gönüllü katılımcıların eşlik etmesi gibi neden ve kısıtlarla bu çalışma tek bir işletme bünyesinde gerçekleştirilmek zorunda kalmıştır.

3.3. Kullanılan Veri Toplama Yöntem ve Tekniği

Çalışma, kolayda örneklem yöntemi kullanılarak, Konya ilinde bulunan bir imalat fabrikasında görevli beyaz ve mavi yakalı çalışanlar ile gönüllük esasına bağlı olarak, yüz yüze bir biçimde anket dağıtılarak gerçekleştirilmiştir. Nicel tasarımla anket yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada soru sorma tekniği uygulanmıştır.

Çalışmada yararlanılan anket formu 3 kısımdan oluşmaktadır. Anketin birinci kısmında fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılarını belirlemeye yönelik Kılıç ve Olgun (2017) tarafından oluşturulan, tek boyut ve 8 ifadeden oluşan “Mantar Yönetim Ölçeği” yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde fabrika çalışanlarının işe gömülmüşlük düzeylerini ölçmeye yönelik Crossley ve arkadaşlarının (2007) geliştirdiği tek faktör ve 7 maddeden oluşmuş “İşe Gömülmüşlük Ölçeği” kullanılmış olup, altıncı ifade analizler esnasında ters kodlanıp düzeltilmiştir. Söz konusu ölçeğin Türkçe formu Kesen ve Akyüz’ün (2016) çalışmasından alınmıştır. Her iki ölçekte de 5’li Likert Yanıtlama Sistemi (5=Kesinlikle Katılıyorum’dan 1=Kesinlikle katılmıyorum’a doğru) kullanılmıştır. Anketin üçüncü ve son bölümünde işe çalışmaya katılm gösteren fabrika çalışanlarının demografik karakteristiğinin tespitine ilişkin ifadeler bulunmaktadır.

“Araştırmada kullanılan ölçeğin bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından uygun olduğuna yönelik 19.04.2022 tarih ve 07/70 sayılı Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurul Raporu alınmıştır.”

Araştırma vasıtasıyla toplanan veriler SPSS 22.0 ve AMOS 24.0 programları aracılığıyla analiz edilip yorumlanmıştır.

4. Bulgular

Bu kısımda katılımcılara ilişkin tanıtıcı bilgileri, ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizi, normallik analizi, farklılık analizi, ilişkisel ve etkisel analiz bulgularına yer verilmiştir.

4.1. Katılımcılara İlişkin Betimleyici Bilgiler

Araştırmaya katılım gösteren fabrika çalışanlarının demografik özelliklerinin belirlenebilmesi adına bu başlık altında frekans analizi yapılmıştır. Çalışanların cinsiyet, yaş gibi demografik farklılıklarına ilişkin bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı

Değişkenler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	87	100
Yaş	25 yaş ve altı	13	14,9
	26-35 yaş	24	27,6
	36-45 yaş	36	41,4
	46 yaş ve üzeri	14	16,1
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	66	75,9
	Üniversite	19	21,8
	Lisansüstü	2	2,3
Medeni Durum	Evli	59	67,8
	Bekar	28	32,2
Çalışma Süresi	1 yıl ve altı	7	8,0
	2-6 yıl	26	29,9
	7-10 yıl	29	33,3
	11-15 yıl	19	21,8
	16 yıl ve üzeri	6	6,9
Sıfıfı	Beyaz Yaka	10	11,5
	Mavi Yaka	77	88,5
Toplam		87	100

Tablo 1’e göre katılımcıların erkeklerden oluştuğu, nispeten birbirine yakın yaş aralıkları ile dağıldığı, dörtte üç oranında ortaöğretim mezuniyet derecesine sahip oldukları, üçte ikisinin evli olduğu, %55,1 oranında en az 7 yıllık bir kıdeme sahip oldukları ve %88,5 ile büyük bir bölümünün mavi yakalı çalışan olduğu görülmektedir.

4.2. Geçerlilik Analizi

Bu başlık altında, araştırmaya katılım gösteren fabrika çalışanların mantar yönetim ve işe gömülmüşlük arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeklere ilişkin geçerliliklerini sınamak üzere keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır.

4.2.1. Mantar Yönetim Ölçeğine İlişkin Yapılan Keşfedici Faktör Analizi

Fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının belirlenebilmesi adına, ölçeğin kaç farklı boyuta ayrıldığını tespit etmek için keşfedici faktör analizi yapılmıştır. “*Toplanan verilerin keşfedici faktör analizine uygunluğunun tespit edilmesi maksatlı, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda KMO değeri 0,925 ile 0,50’nin üzerinde ve Bartlett testinin kayruk olasılığının 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğu (p=0,00)*” (Gürbüz & Şahin, 2018) buna bağlı olarak toplanan verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2’de katılımcıların mantar yönetim algılamalarının belirlenmesine yönelik ölçeğe ait faktör analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

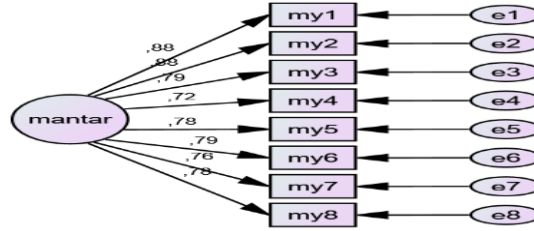
Tablo 2. Mantar Yönetim Ölçeğine İlişkin Yapılan Keşfedici Faktör Analizi Bulguları

İlgili Ölçek	Maddeler	Faktör Yükleri
		1
Mantar Yönetim Algısı	MYA1	,795
	MYA2	,788
	MYA3	,659
	MYA4	,562
	MYA5	,668
	MYA6	,676
	MYA7	,635
	MYA8	,657
Özdeğerler		5,44
Açıklanan Varyans		68,008
Notlar:		
(i)	Varimax Rotasyonlu Asal Bileşenler Analizi	
(ii)	KMO = 0,925; Bartlett Testi =485,963 ; p=0,00 (p<0,05)	

Keşfedici faktör analizi yapılırken önce faktör yükleri 0,5'in altında olan ifade olup olmadığı ve sonra binişik ifadelerin varlığı incelenmiş fakat hem ölçek tek boyuttan oluştuğundan binişik faktör olmadığı saptanmıştır hem de faktör yükü 0,5'in altında olan ifadeye rastlanmamıştır. Yapılan işlemlerin ardından, orijinal ölçekte olduğu gibi 8 ifadeli ve tek boyutlu bir ölçek ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak fabrika çalışanlarının mantar yönetim yaklaşımını tek boyutta algıladıkları tespit edilmiştir. Tek boyutlu ölçek için açıklanan toplam varyans 68,01 olarak bulunmuştur.

4.2.2. Mantar Yönetim Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Mantar yönetim ölçeğinin faktör yapısını doğrulamak adına doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Model uyumu sağlanabilmesi için indeks değerlerine bakılmış ve kovaryans yapılmasına gerek duyulmamıştır.

**Şekil 2.** Mantar Yönetim Ölçeğinin Tek Faktörlü Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Model

Yukarıda yer alan “modelde oklar üzerinde görülen değerler, regresyon değerlerini ifade etmektedir. Ölçeğe ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin 0,72 ile 0,88 arasında değiştiği görülmektedir. Faktör yükü; 0,71 üzerinde olan değerler “mükemmel”, 0,63 “çok iyi”, 0,55 “iyi”, 0,45 makul/kabul edilebilir” ve 0,32 “zayıf” olarak kabul edilmekte iken, faktör yükü 0,30'un altındaki ifadeler ise çoğunlukla değerlendirme dışında kalmaktadır” (Tabachnick & Fidell, 2018, s. 509). Buna göre mantar yönetim ölçeğine ilişkin oluşturulan model faktör yükleri mükemmel olarak dağılmaktadır. Son olarak ölçeğe ilişkin faktör yapısını doğrulamak amaçlı faktör analizi uyum indeksleri de Tablo 3'de görülmektedir.

Tablo 3. Mantar Yönetim Ölçeğine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Elde Edilen Değerler	Sonuçlar
CMIN/df(χ^2 /sd)	≤ 3	≤ 5	1,503	Mükemmel Uyum
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,076	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,046	Mükemmel Uyum
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,921	Mükemmel Uyum
AGFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,858	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	0,979	Mükemmel Uyum
NFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,941	Kabul Edilebilir Uyum
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,979	Mükemmel Uyum

Kaynak: Meydan & Şeşen, 2015, s. 37; Karagöz, 2017, s. 466

Tablo 3 incelendiğinde mantar yönetim ölçeğine ilişkin modelin uyum değerlerinin çoğunlukla mükemmel uyum düzeyinde olduğu, dolayısıyla uyum indekslerinin yeterli sınırdan geçtiği söylenebilir.

4.2.3. İşe Gömülmüşlük Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi

Fabrika çalışanlarının işe gömülmüşlük düzeylerinin belirlenebilmesi adına, ölçeğin çalışanların algısına bağlı olarak kaç farklı boyuta dağıldığını tespit etmek için keşfedici faktör analizi yapılmıştır. *KMO ve Bartlett Test Değerlerine* bağlı olarak toplanan verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4'de katılımcıların işe gömülmüşlük düzeylerinin belirlenmesine yönelik ölçeğe ait faktör analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. İşe Gömülmüşlük Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi

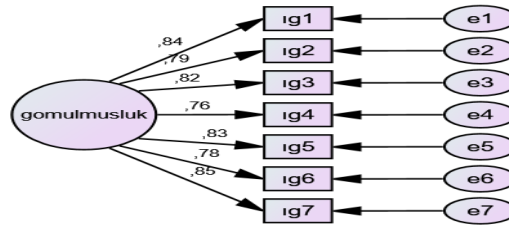
Faktörler	Maddeler	Faktör Yükleri
İşe Gömülmüşlük	İG1	,740
	İG2	,677
	İG3	,714
	İG4	,649
	İG5	,728
	İG6	,659
	İG7	,761
Özdeğerler		4,92
Açıklanan Varyans		70,419
Toplam Açıklanan Varyans		70,419

Notlar:
 (i) Varimax Rotasyonlu Asal Bileşenler Analizi
 (ii) KMO = 0,921; Bartlett Testi = 421,816 ; p=0,00 (p<0,05)

Keşfedici faktör analizi yapılırken önce faktör yükleri 0,5'in altında olan ifade olup olmadığı ve sonra binişik ifadelerin varlığı incelenmiş fakat hem ölçek tek boyuttan oluştuğundan binişik faktör olmadığı saptanmıştır hem de faktör yükü 0,5'in altında olan ifadeye rastlanmamıştır. Yapılan işlemlerin ardından, orijinal ölçekte olduğu gibi 7 ifadeli ve tek boyutlu bir ölçek ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak fabrika çalışanlarının işe gömülmüşlük davranışlarını tek boyutta algıladıkları tespit edilmiştir. Tek boyutlu ölçek için açıklanan toplam varyans 70,41 olarak bulunmuştur.

4.2.4. İşe Gömülmüşlük Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

İşe gömülmüşlük ölçeğinin faktör yapısını doğrulamak adına doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Model uyumu sağlanabilmesi için indeks değerlerine bakılmış ve kovaryans yapılmasına gerek duyulmamıştır.



Şekil 3. İşe Gömülmüşlük Ölçeğinin Tek Faktörlü Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Model

İşe gömülmüşlük ölçeğine yönelik maddelerin faktör değerlerinin 0,76 ile 0,85 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre işe gömülmüşlük ölçeğine ilişkin oluşturulan model faktör yükleri mükemmel olarak dağılmaktadır. Son olarak ölçeğe ilişkin faktör yapılanmasını doğrulamak amaçlı faktör analizi uyum indeksleri de Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5. İşe Gömülmüşlük Ölçeğine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Elde Edilen Değerler	Sonuçlar
CMIN/df(χ^2 /sd)	≤ 3	≤ 5	1,540	Mükemmel Uyum
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,079	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,048	Mükemmel Uyum
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,930	Mükemmel Uyum
AGFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,860	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	0,982	Mükemmel Uyum
NFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,951	Mükemmel Uyum
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,982	Mükemmel Uyum

Kaynak: Meydan & Şeşen, 2015, s. 37; Karagöz, 2017, s. 466

Tablo 5 incelendiğinde işe gömülmüşlük ölçeğine ilişkin modelin uyum değerlerinin çoğunlukla mükemmel uyum düzeyinde olduğu, dolayısıyla uyum indekslerinin yeterli sınırdan olduğu söylenebilir.

4.3. Güvenilirlik Analizi

Doğrulamalı ve keşfedici faktör analizinin tamamlanmasının ardından, elde edilen verilerin güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha katsayılarına bakılmış ve yorumlanmıştır. Tespit edilen değerler Tablo 6'da bulunmaktadır.

Tablo 6. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Ölçeklerinin Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Mantar Yönetim	8	,931
İşe Gömülmüşlük	7	,929

Ölçeklere ait güvenilirlik değerlerinin 0,80 üzerinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ölçeğin çok güvenilir olduğunu söyleyebiliriz.

4.4. Normallik Testi

Geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin ardından ölçek ve boyutların ortalamaları alınmış ve normallik testi yapılmıştır. Bu testin yapılmasında temel amaç, parametrik ya da non-parametrik analiz yöntemlerinden tespitine ilişkin karar almaktır. Bu kararın alınabilmesi için birçok parametre bulunmaktadır. İlk olarak Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk test sonuçlarına bakılmıştır. Elde edilen veri sayısının 30 üzerinde olması sebebiyle Kolmogorov-Smirnov değerleri dikkate alınmıştır (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 214). "Testlerde yer alan anlamlılık derecesi 0,05'ten küçük ise verilerin normal dağılmadığı, büyük ise verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir" (Altunışık, Coşkun, & Yıldırım, 2017, s. 174). Buna bağlı olarak Tablo 7'de Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk sonuçları sunulmuştur.

Tablo 7. Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Normallik Testleri Bulguları

Ölçekler	Kolmogorov ve Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	n	p	İstatistik	n	p
Mantar Yönetim	,202	87	,000	,852	,87	,000
İşe Gömülmüşlük	,217	87	,000	,883	,87	,000

Örneklem büyüklüğünün 30'u aşması sebebiyle Kolmogorov-Smirnov Testi dikkate alınırken, Ölçek değerleri 0,05'ten küçük olduğundan normal dağılıma uygun değildir. Edinilen verilerin normal dağılıma uygunluğunun saptanması için Kolmogorov-Smirnov Testi her koşulda yeterli olmamakta ve birçok kriter göz önünde bulundurulmaktadır. Bununla birlikte çarpıklık ve basıklık değerlerinin yanı sıra, histogram, Q-Q ve P-P grafikleri incelenmiştir. Tablo 8'de ölçeklere ait çarpıklık basıklık değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 8. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Ölçekleri Çarpıklık Basıklık Değerleri

Ölçekler	Çarpıklık	Std. Hata	Basıklık	Std. Error
Mantar Yönetim	-,131	258	-1,720	,511
İşe Gömülmüşlük	-,188	258	-1,540	,511

Tablo 8 incelendiğinde ilgili ölçek ifadelerinin tümünde çarpıklık ve basıklık katsayılarının -2 ile +2 arasında yer aldığı gözlenmiştir. -2 ile +2 arasındaki değerlerin normal dağılıma uygun olduğu ifade edilmektedir (George & Mallery, 2010). Bu değişkenler ile birlikte histogram, Q-Q ve P-P grafikleri de incelenirken, verilerin genel anlamda normal dağıldığına kanaat getirilmiştir.

4.5. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde her iki ölçek ile ilgili tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamaları ve işe gömülmüşlük düzeylerine ilişkin istatistikler tablo 9'da incelenmektedir.

Tablo 9. Mantar Yönetim Algısı ve İşe Gömülmüşlük Düzeylerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Değerler

Ölçekler	Ortalama	Standart Sapma	Min.	Max.
Mantar Yönetim	3,00	,991	1,38	4,38
İşe Gömülmüşlük	3,19	1,00	1,57	4,86

5'li Likert ölçeği değerlendirmeye alındığında, ortalama değerlerin 1 ile 2,33 arasında olması düşük düzeyi, 2,34 ile 3,66 arasında olması orta düzeyi ve 3,67 ile 5 arasında olması yüksek düzeyi ifade edecektir. Buna bağlı olarak her iki ölçekte de katılımcıların algı ortalamaları orta düzeydedir.

4.6. Fark Testleri

Bu bölümde mantar yönetim ve işe gömülmüşlük değişkenleri için ortalama değerlerin, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri açısından birbiri içerisinde anlamlı farklılıklar oluşturup oluşturmadığının tespiti için analizler yapılmıştır.

4.6.1. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Değişkenlerinin Yaş Skalasına Göre Tespiti

Fabrika katılımcılarının yaş gruplarına göre mantar yönetim algılamaları ve işe gömülmüşlük düzeylerine ilişkin değişkenler incelenmiş olup, çalışanların yaşları ve değişkenler arası anlamlı farklılıklara ilişkin yorumlamanın ortaya konulabilmesi maksatlı Anova test değerleri incelenmiştir.

Tablo 10. Mantar Yönetim Algısı ve İşe Gömülmüşlük Düzeyinin Yaş Skalasına Göre Tespiti

Değişken	Yaş	n	Ort.	Sd.	F	p	Gruplar Arası Fark
Mantar Yönetim	25 yaş altı	13	3,49	3	1,50	,220	-
	26-35 yaş	24	2,99				
	36-45 yaş	36	2,95				
	46 üzeri	14	2,71				
	Toplam	87	3,00				
İşe Gömülmüşlük	25 yaş altı	13	2,79	3	1,44	,235	-
	26-35 yaş	24	3,04				
	36-45 yaş	36	3,33				
	46 üzeri	14	3,45				
	Toplam	87	3,19				

Mantar yönetim algısı ($F=1,50$; $p>0,05$) ve işe gömülmüşlük düzeylerinin ($F=1,44$; $p>0,05$) yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı gözlenmiştir. Söz konusu sonuçlar neticesinde, **H2 ve H3 hipotezleri reddedilmiştir.**

4.6.2. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Değişkenlerinin Eğitim Skalasına Göre Tespiti

Fabrika katılımcılarının eğitim düzeylerine göre mantar yönetim algılamaları ve işe gömülmüşlük düzeylerine ilişkin değişkenler incelenmiş olup, çalışanların eğitim durumları ve değişkenler arasındaki anlamlı farklılıkların tespitine ilişkin t testi yapılmıştır.

Tablo 11. Mantar Yönetim Algısı ve İşe Gömülmüşlük Düzeyinin Eğitim Skalasına Göre Tespiti

Değişken	Eğitim Durumu	n	Ort.	Sd.	F	p	Gruplar Arası Fark (Tamhane)
Mantar Yönetim	Ortaöğretim	66	3,19	2	5,79	,004	1-2, 1-3 ve 2-3
	Üniversite	19	2,47				
	Lisansüstü	2	1,87				
	Toplam	87	3,00				
İşe Gömülmüşlük	Ortaöğretim	66	3,04	2	4,19	,018	1-3 ve 2-3
	Üniversite	19	3,54				
	Lisansüstü	2	4,64				
	Toplam	87	3,19				

Tablo 11'e göre mantar yönetim algısı ($F=5,79$; $p<0,05$) ve işe gömülmüşlük düzeylerinde ($F=4,19$; $p<0,05$) istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık yaşanmadığı anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre, homojenlik katsayısına bakılmış ve gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespit edilebilmesi için Tamhane testi yapılmıştır. Mantar yönetim algılamalarının ortaöğretim mezunu çalışanlarda üniversite mezunu ve lisansüstü mezunu çalışanlara göre daha yüksek olduğu, keza üniversite mezunu çalışanların mantar yönetim algılamalarının lisansüstü çalışanlara göre yüksek olduğu belirlenmiştir. İşe gömülmüşlük değişkeni için bulunan anlamlı farklılıklar sonucunda, lisansüstü mezun çalışanların, ortaöğretim ve üniversite mezunu çalışanlarla kıyaslandığında işe gömülmüşlük davranışlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ışığında, **H4 ve H5 hipotezleri kabul edilmiştir.**

4.6.3. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Değişkenlerinin Medeni Durum Değişkenine Göre Tespiti

Fabrika çalışanlarının medeni durumlarına göre mantar yönetim algılamaları ve işe gömülmüşlük düzeylerine ilişkin değişkenler incelenmiş olup, çalışanların medeni durumları ve değişkenler arasındaki anlamlı farklılıkların tespitine ilişkin t testi yapılmıştır.

Tablo 12. Mantar Yönetim Algısı ve İşe Gömülmüşlük Düzeyinin Medeni Durum Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	Medeni Durum	N	Ort.	ss	t	p
Mantar Yönetim	Evli	59	2,89	1,02	-1,59	,116
	Bekar	28	3,23	,880		
İşe Gömülmüşlük	Evli	59	3,38	,949	2,67	,009
	Bekar	28	2,79	1,01		

Tablo 12'ye göre, yapılan T Testi sonucunda araştırmaya katılım gösteren fabrika çalışanlarının işe gömülmüşlük ($t=2,67$; $p<0,05$) düzeyine ilişkin ortalama değer istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık oluşturduğu gözlenmektedir. Bu sonuca karşın mantar yönetim ($t=-1,59$; $p>0,05$), değişkeninin istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediği gözlenmektedir. Söz konusu sonuçlara göre, **H7 hipotezi kabul edilirken, H6 hipotezi reddedilmiştir.** Bulgular incelendiğinde, evlilerin bekar çalışanlara kıyasla işe gömülmüşlük davranışlarının daha fazla olduğu anlaşılmaktadır.

4.6.4. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Değişkenlerinin Çalışma Süresi Skalasına Göre Tespiti

Fabrika çalışanlarının çalışma sürelerine göre mantar yönetim algılamaları ve işe gömülmüşlük düzeylerine ilişkin değişkenler incelenmiş olup, çalışanların çalışma süreleri ve değişkenler arasındaki anlamlı farklılıkların tespitine ilişkin Anova testi yapılmıştır.

Tablo 13. Mantar Yönetim Algısı ve İşe Gömülmüşlük Düzeyinin Çalışma Süresi Skalasına Göre Tespiti

Değişken	Kıdem	n	Ort.	sd	F	p	Gruplar Arası Fark
Mantar Yönetim	1 ve az	7	3,42	4	,893	,472	-
	2-6 yıl	26	2,19				
	7-10 yıl	29	2,90				
	11-15 yıl	19	2,80				
	16 ve üzeri	6	2,79				
	Toplam	87	3,00				
İşe Gömülmüşlük	1 ve az	7	2,67	4	1,17	,327	-
	2-6 yıl	26	3,02				
	7-10 yıl	29	3,23				
	11-15 yıl	19	3,49				
	16 ve üzeri	6	3,40				
	Toplam	87	3,19				

Tablo 13'e göre mantar yönetim ($F=,893$; $p>0,05$), işe gömülmüşlük ($F=1,17$; $p>0,05$) değişkenlerine ilişkin değerlerin istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediği gözlenmektedir. Bu sonuçlara göre, **H8 ve H9 hipotezleri reddedilmiştir.**

4.6.5. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Değişkenlerinin İş Pozisyonu Skalasına Göre Tespiti

Fabrika çalışanlarının iş pozisyonlarına göre mantar yönetim algılamaları ve işe gömülmüşlük düzeylerine ilişkin değişkenler incelenmiş olup, çalışanların iş pozisyonları ve değişkenler arasındaki anlamlı farklılıkların tespitine ilişkin t testi yapılmıştır.

Tablo 14. Mantar Yönetim Algısı ve İşe Gömülmüşlük Düzeyinin İş Pozisyonu Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	Pozisyon	N	X	ss	t	p
Mantar Yönetim	BeyazYaka	10	2,08	,740	-4,01	,001
	Mavi Yaka	77	3,12	,960		
İşe Gömülmüşlük	BeyazYaka	10	4,00	1,03	2,80	,006
	Mavi Yaka	77	3,08	,957	-	

Tablo 14'e göre fabrika çalışanlarının mantar yönetim ($t=-4,01$; $p<0,05$) ve işe gömülmüşlük ($t=2,80$; $p<0,05$) düzeylerine ilişkin ortalama değer istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiği gözlenmektedir. Bu sonuçlara göre, **H10 ve H11 hipotezleri kabul edilmiştir.** Bulgular incelendiğinde, beyaz yakalı çalışanların mantar yönetim algılamalarının mavi yakalı çalışanlara göre daha düşük olduğu görülürken, beyaz yakalı çalışanların işe gömülmüşlük düzeyinin ise mavi yakalı çalışanlara göre daha fazla olduğu anlaşılmıştır.

4.7. Korelasyon Analizi

Araştırmaya katılan fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamaları ile işe gömülmüşlük düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığının değerlendirilmesi için, veriler normal dağıldığından Pearson Korelasyon Analizi katsayısı dikkate alınmıştır.

Tablo 15. Mantar Yönetim ve İşe Gömülmüşlük Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	(1)	(2)
Mantar Yönetim (1)	r	1
	p	,477**
İşe Gömülmüşlük (2)	r	-477**
	p	,000

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed). $p<0,01$; $n=87$; r =korelasyon katsayısı; p =anlamlılık

“Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değer alırken, r değeri; 0,10 ile 0,29 arasında ise düşük düzeyde, 0,30 ile 0,70 arasında ise orta düzeyde ve 0,70 ile 1,00 arasında ise yüksek düzeyde bir ilişki anlamı taşımaktadır” (Büyüköztürk, 2002). Buna bağlı olarak Tablo 15’de verilen Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamaları ile işe gömülmüşlük davranışları arasında orta seviyede, negatif ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r = -,477$; $p < 0,01$). Fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının artış gösterdiği durumda işe gömülmüşlük davranışları bu durumdan negatif bir şekilde etkilenecek ve azalış gösterecektir.

4.8. Regresyon Analizi

Çalışmada bağımsız değişken olarak kabul edilen mantar yönetim değişkeninin, bağımlı değişken olarak kabul edilen işe gömülmüşlük değişkeni üzerindeki etkinin tespit edilebilmesi için basit regresyon analizi yapılmıştır.

4.8.1. Mantar Yönetim Değişkeninin İşe Gömülmüşlük Değişkeni Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Bu bölümde araştırmanın ana hipotezinin test edilebilmesi için mantar yönetim değişkeninin işe gömülmüşlük değişkeni üzerindeki etkisi incelenmiştir. Tablo 16 ile regresyon analizi sonucu işlenmiş verilerin bulguları görülmektedir.

Tablo 16. Mantar Yönetimin İşe Gömülmüşlük Üzerine Etkisi

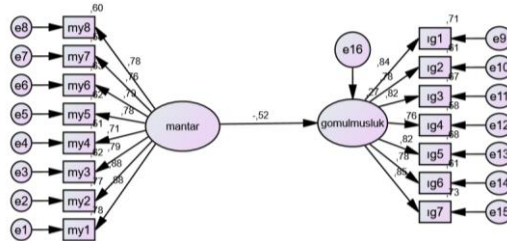
Etki Modeli	R ²	F	B	Tahmin (β)	Standart Hata	t	p
Mantar Yönetim → İşe Gömülmüşlük	,228	25,07	-,483	-,477	,089	-5,00	0,000

Uyum Değerleri:
 χ^2/df : 1.233, RMSEA: 0.052, GFI: 0.862, CFI: 0.977, IFI: 0.978, TLI: 0.973, RMR: 0,073, TLI: 0,973

Tablo 16’ya göre modelin istatistiksel açıdan anlamlılığı ilk olarak göze çarpmaktadır (Model 1; $F = 25,07$; $p = 0,000$; $p < 0,05$). Buna göre işe gömülmüşlük değişkenine ilişkin değişimin %22,8’inin ($R^2 = 0,228$; $p = 0,000$) mantar yönetim değişkeni ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bununla birlikte fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının, işe gömülmüşlük ($\beta = -0,477$; $p = 0,000$) davranışlarının anlamlı ve negatif bir yordayıcısı olduğu anlaşılmaktadır. Benzer açıklamayla, fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının işe gömülmüşlük davranışlarını negatif yönde etkilediği saptanmıştır. Ayrıca Tablo 16 incelendiğinde mantar yönetimin işe gömülmüşlük üzerine etkisine ilişkin yol modelinin uyum değerlerinin çoğunlukla mükemmel uyum düzeyinde olduğu, dolayısıyla uyum indekslerinin yeterli sınırdan olduğu söylenebilir. Bu sonuca göre, ana hipotez olarak belirlenen **H1 hipotezi kabul edilmiştir.**

4.8.2. Mantar Yönetim Değişkeninin İşe Gömülmüşlük Değişkeni Üzerindeki Etkisine İlişkin Yapısal Eşitlik Modeli

Aşağıdaki Şekil 4’de mantar yönetimin işe gömülmüşlük üzerine etkisi yol modeli görselleştirilmiştir.



Şekil 4. Mantar Yönetimin İşe Gömülmüşlük Üzerine Etkisi Yol Modeli

5. Sonuç

Bu çalışma, yönetim biliminde yeni bir kavram olarak kabul edilen mantar yönetim yaklaşımına yönelik çalışanların algılarının işe gömülmüşlük davranışları üzerine etkisi olup olmadığı sorusu üzerine

gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte çalışanların demografik karakteristikleri ışığında değişkenlerde anlamlı olarak farklılık yaşanıp yaşanmadığı merak konusu olmuş, buna bağlı olarak ilgili analizler yapılmıştır.

İlk olarak araştırma kapsamında yararlanılan ölçeklerin hem geçerli hem de güvenilir olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeklerin geçerliliği keşfedici ve doğrulayıcı geçerlik analizi ile doğrulanmış, elde edilen sonucun orijinal ölçekler (Kılıç & Olgun, 2017; Kesen & Akyüz, 2016) ve diğer çalışmalar (örn., Şen, 2019; Dedeoğlu vd., 2016) ile benzerlik gösterdiği anlaşılmıştır. Ölçeklerin Cronbach Alpha katsayısının 0,80 üzerinde olması nedeniyle yüksek bir güvenilirlik değerine sahip olduğu söylenebilir.

Örneklem grubunun tamamının erkeklerden oluştuğu, dörtte üç oranında ortaöğretim mezuniyet derecesine sahip olduğu, büyük bir bölümünün mavi yakalı ve en az 7 yıllık bir çalışma hayatı bulunan katılımcılardan elde edilen bulgulara göre; lisansüstü mezuniyet derecesine sahip iş görenlerin ortaöğretim ve üniversite mezunu çalışanlara kıyasla daha düşük bir mantar yönetim algısı olduğu belirlenirken, bu sonuç lisansüstü mezuniyet derecesine sahip çalışanların üst kademe yer aldıkları ve örgütlerinde mantar yönetim yaklaşımının olmadığını düşündükleri varsayımı ile açıklanabilir. Evli çalışanların bekar çalışanlara oranla işlerine daha gömülü davranışlar sergiledikleri, evli oldukları düşünüldüğünde yaşlarının ve çalışma sürelerinin buna bağlı olarak yüksek olduğu, bu durumda da bağlılıklarının dolayısıyla da gömülmüşlük davranışlarının artış gösterdiği çıkarımı yapılmaktadır. Çalışmanın hipotezleri ve mantalitesi ile tutarlılık gösteren bir diğer sonuç ise fabrika çalışanlarının iş pozisyonlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği, beyaz yaka sınıfında bulunan çalışanların mavi yakalılara göre daha az mantar yönetim algısına sahip oldukları, buna bağlı olarak mantar yönetim anlayışının örgütte yer edindiği ve mavi yakalı çalışanların bu durumdan olumsuz etkilendikleri anlaşılmaktadır. Bu sonuç ile örtüşen bir diğer bulgu ise, beyaz yakalı çalışanlar ile mavi yakalı çalışanlar kıyaslandığında, beyaz yakalıların daha fazla işe gömülmüşlük davranışları sergiledikleri, mantar yönetim anlayışının mavi yakalı çalışanların işe gömülmüşlük düzeylerine negatif bir biçimde tesir ettiği'dir. Nihayetinde literatürle uyumlu olarak farklılık testlerinde işe gömülmüşlükte, Ay (2020)'nin cinsiyet değişkeni ve Doğantekin ve Seçilmiş (2021)'nin medeni durum, eğitim durumu ve deneyim değişkenleri, mantar yönetimde ise Günaltay ve arkadaşları (2022)'nin cinsiyet ve yaş grupları değişkenleri açısından benzer sonuçlarla karşılaşmıştır.

İki değişken arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi adına yapılan pearson korelasyon analizi sonucunda ise, fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamaları ile işe gömülmüşlük davranışları arasında orta düzeyde, negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r = -.477$; $p < 0,01$). Fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının artış gösterdiği durumda işe gömülmüşlük davranışları bu durumdan negatif bir şekilde etkilenecek ve azalış gösterecektir. Son olarak işe gömülmüşlük değişkenine ilişkin değişimin %22,8'inin ($R^2 = 0,228$; $p = 0,000$) mantar yönetim değişkeni ile açıklanabileceği sonucuna varılmaktadır. Bununla birlikte fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının, işe gömülmüşlük ($\beta = 0,477$; $p = 0,000$) davranışlarının anlamlı ve negatif bir yordayıcısı olduğu anlaşılmaktadır. Benzer açıklamayla, fabrika çalışanlarının mantar yönetim algılamalarının işe gömülmüşlük davranışlarını negatif yönde etkilediği saptanmıştır. Bu sonuca göre ana hipotez kabul edilmiştir. Benzer bir çalışma literatürde bulunmadığından karşılaştırma yapılamamıştır.

Örgütlerde benimsenen yönetim anlayışının çalışanların işlerine karşı bakış açısına doğrudan etki ettiği, bilgi çağında bilgi paylaşımı ve sağlıklı bir iletişim olmadığı durumlarda bireylerin işlerini bırakma eğiliminde oldukları bilinmektedir. Mantar yönetim tarzına sahip işletmeler çalışanları ile bir bağ kuramayacak, bütünleşemeyecek, çalışanlar işlerini bırakmak durumunda kalacak, bununla birlikte iş gücü devir oranı olumsuz etkilenecek, bu bağlamda mantar yönetim anlayışı işletmelere maddi ve manevi olarak olumsuz bir şekilde geri dönecektir.

Araştırma Konya ilinde bulunan bir imalat fabrikasında bulunan 87 çalışan ile uygulanırken, elde edilen bulguların mantar yönetim yaklaşımı ile ilgili çalışma yapacak araştırmacılara ışık tutacağı ve çalışmanın birçok sektörde yapılabileceği, buna bağlı olarak çalışmada elde edilen sonuçlar ile karşılaştırma olanakları olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada daha önce sözü edilen kısıtlar nedeniyle gelecek araştırmalarda örneklemin artırılması önerilirken ayrıca benzer çalışma ile sonuçların karşılaştırılabilmesinin ve genellenebilmesinin mümkün olacağı ifade edilebilir.

6. Extended Abstract

The aim of this research is to examine the effect of mushroom management approach on job embeddedness with the perception of factory employees and to determine whether demographic variables show a significant difference within each other. The management model in organizations, the attitude towards the employees, the relationship between the manager and the employee, and the value perception of the data to the subordinates directly affect the employees' continuation or leaving the job. In this context, considering that the mushroom management approach is accepted as a new concept for the domestic literature, it is anticipated that the study will contribute to the literature, considering that the study can be done with different employees in different sectors.

The population of the research consists of 106 employees of a factory located in Konya. A questionnaire was applied to all 106 employees, and 87 employees who provided feedback constitute the sample of the research. The reason for choosing the factory while determining the universe is the thought that the mushroom management approach is imposed on the employees, because strategic information is not shared with the employees and employees are not included in the decision mechanism.

The questionnaire form used in the study consists of 3 parts. In the first part of the questionnaire, there is the "Mushroom Management Scale" consisting of one dimension and 8 statements, created by Kılıç and Olgun (2017) to determine the mushroom management perceptions of factory employees. In the second part of the survey, Crossley et al. (2007) developed the "Work Embeddedness Scale" consisting of a single factor and 7 items, and the sixth statement was reverse coded and corrected during the analyses. The Turkish form of the scale in question was taken from the study of Kesen and Akyüz (2016). A 5-point Likert Response System (from 5=Strongly Agree to 1=Strongly Disagree) was used in both scales. In the third and last part of the questionnaire, there are statements regarding the determination of the demographic characteristics of the factory employees participating in the study.

The data collected through the research were analyzed and interpreted with SPSS 22.0 and AMOS 24.0 programs.

First of all, the validity of the scales was tested by exploratory and confirmatory factor analysis, and it was understood that the result obtained was similar to the original scales (Kılıç & Olgun, 2017; Kesen & Akyüz, 2016) and other studies (eg, Şen, 2019; Dedeoğlu et al., 2016). It can be said that the scales have a high reliability value because the Cronbach Alpha coefficient is above 0.80.

According to the findings obtained from the participants, whose sample group consisted entirely of men, three quarters had a secondary education degree, most of them were blue collar workers and had a working life of at least 7 years; while it has been determined that employees with a graduate degree have a lower perception of mushroom management compared to employees with secondary education and university degrees, this result can be explained by the assumption that employees with graduate degrees are at the top and think that there is no mushroom management approach in their organizations. It is inferred that married employees exhibit more embedded behaviors compared to single employees, and considering that they are married, their ages and working hours are accordingly higher, and in this case, their commitment and therefore their embeddedness behaviors increase. Another result that is consistent with the hypotheses and mentality of the study is that factory employees show significant differences according to their job positions, white-collar employees have less mushroom management perception than blue-collar employees, accordingly, mushroom management understanding has a place in the organization, and blue-collar employees have a place in the organization. It is understood that they are adversely affected by this situation. Another finding that overlaps with this result is that when white-collar and blue-collar employees are compared, white-collar employees exhibit more embeddedness behaviors, and the mushroom management approach negatively affects blue-collar employees' levels of job embeddedness.

As a result of the Pearson correlation analysis performed to determine the relationship between the two variables, there was a moderate, negative and statistically significant relationship between the mushroom management perceptions of factory employees and their embeddedness behaviors ($r = -.477$; $p < 0.01$). In case the mushroom management perceptions of factory workers increase, their embeddedness behaviors will be negatively affected and decreased. Finally, it is concluded that 22.8% ($R^2 = 0.228$; $p = 0.000$) of the change in the variable of job embeddedness can be explained by the fungus management

variable. However, it is understood that the mushroom management perceptions of factory workers are a significant and negative predictor of their job embeddedness ($\beta=0.477$; $p=0.000$). With a similar explanation, it was determined that the mushroom management perceptions of factory workers negatively affected their job embeddedness behaviors. Based on this result, the main hypothesis was accepted.

Keywords: Mushroom Management, Job Embeddedness, Workers

Kaynakça

- Akduru, H., & Arslantaş, C. (2021). Mantar Yönetim Yaklaşımının Örgüte Karşı Sapkın Davranışlara Etkisi Üzerine Sektörlerarası Bir Araştırma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 9(2), 67-84.
- Altunışık, R., Coşkun, R., & Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (9 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ay, P. (2020). *Banka Çalışanlarının İşe Gömülmüşlükleri ve Tükenmişlikleri Arasındaki İlişki: Karaman İlinde Bir Araştırma*. Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baxter, L. (2005). *Top Definition of Mushroom Management*. 05 08, 2022 tarihinde Urban Dictionary: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=mushroom%20management> adresinden alındı
- Bergiel, E., Nguyen, V., Clenney, B., & Taylor, G. (2009). Human Resource Practices, Job Embeddedness and Intention to Quit. *Management Research News*, 32(3), 205-219.
- Birincioglu, N., & Tekin, E. (2018). Mantar Yönetim Ölçeği Geliştirilmesi Üzerine Bir Çalışma. *Business and Economics Research Journal*, 9(1), 169-186.
- Bolea, A., & Atwater, L. (2015). *Applied Leadership Development: Nine Elements Of Leadership Mastery*. New York: Taylor & Francis Group.
- Büyükköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimler için Veri Analiz El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Crossley, C., Bennett, R., Jex, S., & Burnfield, J. (2007). Development of a Global Measure of Job Embeddedness and Integration into a Traditional Model of Voluntary Turnover. *Journal of Applied Psychology*, 92(4), 1031-1045.
- Çetin, O. I. (2021). Mantar Yönetim Algısının İş Tatminine Etkisinde Yabancılaşmanın Aracı Rolü. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(33), 398-424.
- Çetinkaya, F., & Altınbaş, M. (2021). Whistleblowing (Erdemli Raporlama) ve Mantar Yönetim Arasındaki İlişki. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 781-793.
- Dedeoğlu, T., Özdevecioğlu, M., & Oflazer, S. (2016). Örgütlerde İşe Gömülmüşlüğü (Job Embeddedness) Çalışanların İş ve Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkisi: İyimserliğin Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(47), 135-146.
- Doğantekin, A., & Seçilmiş, C. (2021). Otel Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre İşe Gömülmüşlük Düzeyleri. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 1099-1119.
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step; A Simple Guide and Reference* (10 b.). Boston: Pearson.
- Gunn, B. (1995). The Paradigm Shift in University Management. *International Journal of Educational Management*, 9(1), 28-40.
- Günaltay, M., Işıklı, F., & Durur, F. (2022). Araştırma Görevlilerinde Mantar Yönetim ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Sağlık Yönetimi Alanında Bir Araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 12(2), 307-319.
- Gündüz, S., & Özyer, K. (2022). Mantar Yönetim Tarzı ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi: Eğitim Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*(59), 324-338.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Holtom, B., Mitchell, T., & Lee, T. (2006). Increasing Human and Social Capital by Applying Job Embeddedness Theory. *Organizational Dynamics*, 35(4), 316-331.
- Kalfaoglu, S. (2020). Mantar Yönetim. Ş. Şimşek, A. Çelik, T. Akgemci, & A. Diken içinde, *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (s. 355-362). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kesen, M., & Akyüz, B. (2016). Duygusal Emek ve Prososyal Motivasyonun İşe Gömülmüşlüğü Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), 233-250.

- Kılıç, T. (2015). Mushroom Management Theory; Sample of Health Sector. *Academy of Strategic Management Journal*(14), 85-91.
- Kılıç, T., & Olgun, H. (2017). Mantar Yönetim Yaklaşımı. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 106-113.
- Laplante, P., & Neil, C. (2006). *Antipatterns: Identification, Refactoring and Management*. New York: Auerbach Publication.
- Lee, W., Burch, T., & Mitchell, T. (2014). The Story of Why We Stay: A Review of Job Embeddedness. *Annual Review Organizational Psychology*, 1(1), 199-216.
- Meydan, C., & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. . Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mitchell, T., Holtom, B., Lee, T., Sablinski, C., & Erez, M. (2001). Why People Stay: Using Job Embeddedness to Predict Voluntary Turnover. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1102-1121.
- Ng, T., & Feldman, D. (2010). The Impact of Job Embeddedness on Innovation-Related Behaviors. *Human Resource Management*, 49(6), 1067-1087.
- Özdemir, C. (2010). *Mantar Yetiştiriciliği* (Cilt 1). Samsun: Samsun İl Tarım Müdürlüğü Çiftçi Eğitimi ve Yayın Şubesi.
- Öztürk, İ., & Aras, M. (2021). Mantar Yönetim Tarzı ve Örgütsel Dedikodunun Bilgi Paylaşımına Etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 22(2), 121-134.
- Ringl, R. W. (2013). *The Relationship Between Job Embeddedness and Work Engagement*. San Jose State University.
- Smith, N. (2015). *Mushroom Management: Leaves Employees Heading for the Door*. 05 03, 2022 tarihinde Geckoboard: <https://www.geckoboard.com/blog/research-report-one-in-four-employees-leave-due-to-mushroom-management/> adresinden alındı
- Şen, B. (2019). *Turizm İşletmelerinde Mantar Yönetim Yaklaşımı ve Örgütsel Bağlılığın Değerlendirilmesi*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2018). *Using Multivariate Statistics*. New York: Pearson.
- Tekin, E., & Birincioglu, N. (2017). Bilgi Çağının Odak Noktası Üniversitelerde Mantar Yönetimi. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(14), 22-29.
- Zorlu, Ö., Avan, A., & Bulut, Ş. (2016). Otel İşletmelerinde İşe Bağlılık Düzeyinin Arttırılması: İşgören Fedakarlık Tutumunun Rolü. *Çatalböyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 1-17.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Efekan Taha Özel)%50/(Serap Kalfaoğlu)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Efekan Taha Özel)%50/(Serap Kalfaoğlu)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

An Investigation of Processes of Children's Digital Technologies Usage from the Perspective of Digital Age Parents

Nesrin HARK SÖYLEMEZ* 

ABSTRACT

The developments in digital technologies and their widespread use among children day by day bring the need to investigate the processes of children's use of digital technologies. The purpose of this study is to investigate the processes of children's digital technologies usage from the perspective of digital age parents. The phenomenology pattern is used to conduct the study. The study group consists of 15 parents, selected according to the criterion sampling. A semi-structured interview form is used as a data collection tool. Content analysis is used in the analysis of the data. It is found that the majority of parents do not find digital environments safe. Parents stated the negative effects of digital technologies on children as developing various addictions, health problems, decline in academic success, decline in face to face communication skills, moving away from real life experiences, and moving away from cultural values. The majority of parents indicated that they did not witness a negative event that their children experienced in digital environments. Another important result is that the majority of children do not seek help from their parents regarding the problems they encounter in digital environments. It is recommended that parents should create an environment of trust where their children can share their negative situations and establish a strong communication with their children.

Keywords: Digital Age, Digital Age Parents, Digital Technologies, Use of Digital Technology, Secondary School Students

Çocukların Dijital Teknolojileri Kullanım Süreçlerinin Dijital Çağ Ebeveynlerinin Perspektifinden İncelenmesi

ÖZ

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve gün geçtikçe çocuklar arasında yaygınlaşan kullanımı, çocukların dijital teknolojileri kullanım süreçlerinin araştırılması ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Bu çalışma, çocukların dijital teknolojileri kullanım süreçlerinin, dijital çağ ebeveynlerinin perspektifinden incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma fenomenoloji deseni kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu ölçüt örnekleme göre seçilen 15 ebeveyn oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda ebeveynlerin büyük çoğunluğunun dijital ortamları güvenli bulmadığı tespit edilmiştir. Ebeveynler dijital teknolojilerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini çeşitli bağımlılıklar geliştirme, sağlık sorunları, akademik başarıda düşüş, yüz yüze iletişim becerilerinde azalma, gerçek yaşam deneyimlerinden uzaklaşma ve kültürel değerlerden uzaklaşma olarak belirtmişlerdir. Araştırmada ebeveynlerin çoğunluğu, çocuklarının dijital ortamlarda yaşadığı olumsuz bir olaya tanık olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bir diğer önemli sonuç ise, çocukların büyük çoğunluğunun dijital ortamlarda karşılaştıkları sorunlarla ilgili olarak ebeveynlerinden yardım istememeleridir. Ebeveynlere çocuklarının yaşadıkları olumsuz durumları paylaşabilecekleri bir güven ortamı oluşturmaları ve çocuklarıyla güçlü bir iletişim kurmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Çağ, Dijital Çağ Ebeveynleri, Dijital Teknolojiler, Dijital Teknoloji Kullanımı, Ortaokul Öğrencileri

1. Introduction

The opportunities and conveniences offered by digital technologies increase the use of these technologies day by day. Particularly individuals born in the middle of the technology age are exposed to intense technology and internet use. In the "State of the World's Children" report, in which UNICEF (2017) examines the effects of digital technologies on children and what awaits children in the future, it is stated that children access the Internet from an increasingly younger age, and that children and adolescents under the age of 18 make up one-third of all internet users worldwide. In the study conducted by the Turkish Statistical Institute, it is stated that internet usage is 82.7% for children in the 6-15 age group. 90.1% of children using the Internet declared that they use the Internet almost every day, 8.5% at

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Asst. Prof., Dicle University, nesrin_hark@hotmail.com
Article Submission Date: 15.12.2022; Acceptance Date of the Article: 08.03.2023

Citation/Atf: Hark Söylemez, N. (2023). An investigation of processes of children's digital technologies usage from the perspective of digital age parents. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 63-77.
https://doi.org/10.52642/susbed.1219439



least once a week, and 1.4% less than once a week. (TÜİK, 2021). The figures obtained show that children's use of digital technology is at a rate that should be monitored and supervised by their parents.

Developing digital technologies not only makes children's lives easier, but also cause them to face many risks and security threats in the unlimited and uncontrolled environment they offer. Hasebrink et al., (2008) stated the risks that children may encounter in digital environments as content, communication, and behavioral risks. In content risks, children are exposed to unwanted or inappropriate content. Contact risks include risky communications involving children or peers. Finally, in behavioral risks, children are active actors who contribute to risky content or communication.

In addition to online risks, excessive use of digital technologies can cause various health problems (headache, fatigue, etc.), psychosocial problems such as social isolation, depression, and self-esteem concerns (David et al., 2021; Pandya & Lodha, 2021). Negative symptoms such as loss of appetite, insomnia, feeling unhappy, and hopeless can be seen with prolonged usage periods (Yang et al., 2013). Technological devices prevent the development of children's imaginations as they encourage passivity and sedentary behavior (Plowman et al., 2010).

According to various studies, excessive use of technological devices hinders the development of children's cooperation and sharing skills, reduces their motivation and affects their ability to take responsibility. Thus, the emotional development of children is at risk (Plowman et al., 2010). In addition, it has been stated in some studies that an increase in the use of digital technology increases in musculoskeletal system problems in children (Harris et al., 2015; Jacobs et al., 2009; Kelly et al., 2009). In this context, it has become an important necessity to monitor the use of digital technologies by children, who are faced with different risks in the process of using digital technology, and to prevent and reduce their problematic use (Gómez et al., 2017).

In order for children to use digital technologies safely and effectively, they need support from all stakeholders. One of the most important of these stakeholders are parents (Guernsey et al., 2014; Rosen et al., 2008). Digital parenting plays a key role in raising children in accordance with the digital age. Huang et al., (2018) conceptualized the concept of digital parenting as finding information and resources, providing protection, monitoring social media use, and establishing relationships. Behaviors of digital-parenting are complex and multifaceted, such as, rule provision, the technology use monitoring, promotion and teaching of digital skills, enforcement, navigation of online education, and taking advantage of online opportunities (Odgers, 2019). According to Rode (2009), ethical behavior in the virtual world as well as children's online safety and privacy are the main concerns of digital parenting. Digital parents must be eager to learn and curious about the rapidly changing nature of digital technologies. It is not regarded as the right strategy to think of digital parents as people who can only use computers and the internet (Canbek & Sağıroğlu, 2007). Digital parents should be able to set rules and limits regarding their children's use of digital devices, as well as embody the parent profile that can be exemplified as good role models (Akbaş Zeybekoğlu & Dursun, 2020). In order to raise socially, emotionally, and psychologically healthy individuals, parents need to be aware of the risks their children may face in digital platforms, have the competencies to protect them against these risks, and ensure that they can benefit from the opportunities offered by digital platforms (Hark Söylemez, 2021).

In order to do this, families should first closely monitor their children's digital technology use processes and be aware of the negativities experienced in digital technology use processes. In this way, they will be able to contribute better to the social, emotional and psychological development of their children. Cognitive, social and mental development of children of parents who do not adequately supervise their children's digital technology use processes are at risk. Hasebrink et al., (2008) stated that if parents guide their children while surfing the internet, they reduce the risks that children may face. The fact that parents do not have enough information about their children's digital technology usage processes will also make it difficult for them to give correct guidance against the risks they may encounter.

Literature on this field includes studies on, stakeholder views on the risks of the internet (Racz et al., 2017; Sorbring, 2014; Wisniewski et al., 2017), parents' use of digital media (Anderson, 2016; Livingstone & Helsper, 2010), parent type (Eastin et al., 2006), parents' views on the use of digital technologies by

their children (Lampard et al., 2013; Wartella et al., 2013), children's competence and levels of use regarding the use of digital media (Aksoy & Fırat, 2016; Dağhan et al., 2015), digital parenting roles (Kurtoglu Erden & Uslupehlivan, 2021; F. Yaman et al., 2020) and internet parenting styles (Alvarez et al., 2012; Kenley, 2011).

The developments in digital technologies and their widespread use among children day by day bring the need to investigate the processes of children's use of digital technologies. The quantitative research method has been found to be widely used in studies conducted in the literature. Within the scope of this study, we examine the processes of children's use of digital technologies by benefiting from the views and experiences of their parents. The subject is discussed in detail by using the qualitative research method. Considering the role of families in raising children in accordance with the requirements of the digital age and protecting them from the negative effects of digital technologies (Levine & Stekel, 2016; Martínez-Domínguez & Mora-Rivera, 2020; Rodríguez-de-Dios et al., 2018), it is considered essential to evaluate the issue from the perspective of the parents. Parents who carefully follow their children's individual technology usage experiences will be able to guide their children in accordance with the requirements of the digital age. Examining the use of digital technologies by children in adolescence, which includes critical periods in terms of development, also makes the study meaningful.

Within the scope of the research, answers to the following questions were sought:

1. According to parents, for what purposes do children use digital technologies?
2. What are the views of parents on the safety of digital environments for children?
3. According to parents, what are the negative effects of digital technologies on children?
4. What are the issues that children seek help from their parents regarding the problems they encounter in digital environments?
5. Do parents witness the negative events their children experience in digital environments?

2. Method

2.1. Research Pattern

Phenomenology design, a pattern of qualitative research method, is used in the study. Phenomenology is described as a theory of the unique that gives an adaptive response and competent to each individual in each context, place, and particular time (Errasti-Ibarrondo et al., 2019). It identifies problems from experiences of the meaningful sense, which occurs in personal consciousness separately and then collectively in the interaction between consciousnesses (Hammersley, 2019).

2.2. Study Group

The criterion sampling method was used to determine the study group. Criterion sampling enables researchers to select participants of the study according to certain criteria (Patton, 2014). It provides a convenient way to study an in depth concept, situation, or subject needs to be better revealed and understood (Johnson & Christensen, 2019). Parents of the study group were selected according to the following criteria: parents and their children actively use digital technologies, their children go to secondary school, and the parents and their children have at least one digital technology of their own.

Research data were collected in 2022. 15 parents (7 fathers, 8 mothers) participated in the study. The parents participating in the study live in the city center of Diyarbakir. The average age of the parents participating in the study is 43. Of the parents working in different occupational groups, 2 parents are high school graduates, 8 parents are undergraduate, 3 parents are graduate, and 2 parents are doctoral graduates. The information about the duration of digital technologies usage of the parents and their children participating in the study is given in Table 1.

Table 1. Parents and Their Children's Use of Digital Technologies

	Average time spent on a day	f
Average time spent on a day by parents with digital technologies	Less than an hour	-
	1-2 hours	3
	3-4 hours	5
	5-6 hours	6
	More than 6 hours	1
Average time spent on a day by children with digital technologies	Less than an hour	-
	1-2 hours	2
	3-4 hours	6
	5-6 hours	6
	More than 6 hours	1

Table 1 shows that the majority of parents and their children spend an average of "5-6 hours" a day with digital technologies. The American Academy of Pediatrics (2001), however, agrees that children between the ages of six and eighteen should use technology for 2 hours per day.

2.3. Data Collection Tools and Data Collection

We collected the data of the research through a semi-structured interview. The interview form was created by reviewing the relevant literature. Then, in line with expert opinions, the questions were examined in terms of clarity, suitability, and adequacy, and the necessary corrections were made and finalized. In the first part of the interview form, there are questions about learning descriptive information about parents, and in the second part, 5 questions about examining the processes of children's use of digital technologies in detail.

Ethics committee approval dated 25.08.2022 with decision number 217 was obtained from Dicle University Social and Human Sciences Ethics Committee for the research. Interviews were conducted with 15 parents who voluntarily agreed to participate in the study. The participants were informed about the risks and benefits of participating in the study. We informed the participants that they have the rights to withdraw from the study at any time and that the confidentiality of the data is guaranteed. Interviews were conducted face-to-face, via e-mail, and video-conferencing, depending on the parents' preference. Interviews of approximately 30-45 minutes were held with the participants to capture their detailed views on digital parenting.

2.4. Analysis of Data

Content analysis was used in the analysis of the data obtained in this study. It is mainly used to analyze data such as the one from observations and interviews, to systematize and often quantify data (Fraenkel et al., 2012). Content analysis allows the objective characteristics of messages to be determined. (Neuendorf, 2017). In content analysis, related data are organized and interpreted by bringing them together within the framework of certain themes and concepts (Yıldırım & Şimşek, 2021).

In order to ensure the consistency of the results obtained after the analysis of the data, the coding was reviewed 10 days later (Flick, 2014). The reliability coefficient between the two codings was calculated by Miles & Huberman's (1994) formula (consensus / consensus + disagreement), and the coding consistency was found to be 92%. In addition, the research questions were supported by direct quotations from the interview texts where necessary (Johnson & Christensen, 2019). The names of the participating parents were coded as "P+Number" so that direct quotations from the students participating in the study do not reveal their identity within the framework of research ethics.

3. Findings

In this section, the findings obtained by analyzing the research data are presented.

3.1. According to parents, for what purposes do children use digital technologies?

Parents were asked about their children's usage purposes of digital technologies and the findings are presented in Table 2.

Table 2. Children's Usage Purposes of Digital Technologies

Theme	Code	f
Children's usage purposes of digital technologies	Playing or downloading games	12
	Doing homework	8
	Watching videos	8
	Browsing social media	8
	Doing research for learning purposes	5
	Communicating with friends	4
	Watching movies	4
	Listening or downloading music	3

According to Table 2, children mostly use digital technologies for playing or downloading games (f=12). Furthermore, children use digital technologies for doing homework (f=8), watching videos (f=8), browsing social media (f=8), doing research (f=5), communicating with friends (f=4), watching movies (f=4), and for listening or downloading music (f=3). Parents P4, P7, P9 and P11 expressed their thoughts as follows:

P4: "He/she usually uses it to play games or watch videos on social media. He/she also says he/she is doing research from time to time..."

P7: "He/she does his/her homework and spends the rest of the time surfing social media..."

P9: "He/she is constantly seeing his/her friends, talking or texting and sometimes playing games..."

P11: "He/she does homework if he/she has, and starts to gaming right away..."

3.2. What are the views of parents on the safety of digital environments for children?

Parents were asked of their views on the safety of digital environments for their children and the findings are presented in Table 3.

Table 3. Views of Parents on the Safety of Digital Environments

Theme	Code	f
Views on the safety of digital environments	Not safe	10
	Safe except for some apps	3
	Safe if necessary precautions are taken	2

According to Table 3, the majority of the parents stated that they do not find digital environments safe (f=10). Some parents stated that they find it safe except for some apps (f=3) and safe if necessary precautions are taken (f=2). Parents P3 and P12 expressed their thoughts as follows:

P3: "I do not find it safe at all, I am so restless when my child is in front of the computer..."

P12: "In fact, it is a safe environment without some of the harmful applications and if we can take the necessary precautions..."

3.3. According to parents, what are the negative effects of digital technologies on children?

Parents were asked about the negative effects of digital technologies on children and the findings are presented in Table 4.

Table 4. Negative Effects of Digital Technologies on Children

Theme	Code	f
Negative effects of digital technologies on children	Development of different addictions (internet addiction, phone addiction, game addiction etc.)	9
	Health problems (headache, posture disorders, sleep disorders, dry eyes, etc.)	8
	Decline in academic achievement	8
	Decline in face-to-face communication skills	6
	Increase in negative behaviors (cursing, lying, emulating others, etc.)	6
	Getting away from real life experiences	5
	Alienation to cultural values	3

According to Table 4, parents stated the negative effects of digital technologies on children as development of different addictions (internet addiction, phone addiction, game addiction etc.) (f=9), health problems (headache, posture disorders, sleep disorders, dry eyes, etc.) (f=8), decline in academic achievement (f=8), decline in face-to-face communication skills (f=6), increase in negative behaviors (cursing, lying, emulating others, etc.) (f=6), getting away from real life experiences (f=5), and alienation to cultural values (f=3). Parents P2, P6, P10, P11, and P13 expressed their thoughts as follows:

P2: "I think the most negative effect is addiction, children have become unable to live without using these technologies, they feel the need to look at the internet all the time, they feel the need to play games all the time, of course, the constant use of technological devices brings health problems, my little girl has a bad posture, and her eyes started to dry..."

P6: "He/she sleeps late at night to sit by the technological devices more and he/she has sleep problems, his/her classes are not the same anymore, he/she gets low grades in the exams..."

P10: "He/she does not even welcome the guests, he/she has become asocial. He/she does not play with his/her friends on the neighborhood, he/she talks with his friends on social media, he/she wants to emulate people in virtual environments and live like them..."

P11: "It's like he/she is addicted to the phone, he/she looks at the phone even while eating, it makes me very sad to see him/her get away from real life..."

P13: "He/she tells different lies to spend more time on the Internet. While he/she says that he/she always has homework and does research, his/her teacher says that he/she is not interested in his/her lessons..."

3.4. What are the issues that children seek help from their parents regarding the problems they encounter in digital environments?

The issues that children seek help from their parents regarding the problems they encounter in digital environments were examined and the findings are presented in Table 5.

Table 5. Issues That Children Seek Help from Their Parents Regarding the Problems They Encounter in Digital Environments

Theme	Code	f
Issues that children seek help from their parents in digital environments	On nothing	1
		0
	In educational activities	3
	When faced with different notifications	2

According to Table 5, the majority of children do not seek help from their parents in digital environments (f=10), while some children ask for help in educational activities (f=3) and when they face with different notifications (f=2). Parents P1 and P8 expressed their thoughts as follows:

P1: "He/she has not asked for help with anything so far. I think he/she has not encountered any negative situations..."

P8: "Sometimes he/she asks for help with his/her homework. Sometimes when he/she comes across different notifications, he/she consults us before continuing..."

3.5. Do parents witness the negative events their children experience in digital environments?

Parents are asked whether they witness any negative events that their children experienced in digital environments and the findings are presented in Table 6.

Table 6. Witnessing of Parents to Negative Events That Their Children Experience in Digital Environments

Theme	Code	f
Witnessing of parents to negative events that their children experience in digital environments	No	11
	Yes	4

According to Table 6, the majority of the parents stated that they did not witness to a negative event that their children experienced in digital environments ($f=9$). However, some parents answered the question as “yes” ($f=4$). Parents P7 and P13 expressed their thoughts as follows:

P7: “I have not witnessed any negative events so far, I feel lucky...”

P13: “Unfortunately, we experienced a negative event. We learned that a stranger pressured our child to share some personal information. After that day, I realized that we should be more careful, we banned at first, but we gave up when we thought that this was not a good method...”

4. Discussion and Conclusion

We conducted this study to examine children's use of digital technologies from the perspective of digital age parents. We found that children mostly use digital technologies for playing and downloading games. In addition, they use digital technologies to do homework, watch videos, browse social media, do research, communicate with friends, watch movies and listen to music or download. In another study, it is found that the internet usage purposes of adolescents are generally “having fun/spending time”, “communicating” and “obtaining information” (Günlü & Ceyhan, 2017). In the study by Aksoy & Ünübol (2021), it was found that the majority of adolescents use the internet for entertainment (such as gaming, watching TV) and communication purposes. Öztürk (2021), on the other hand, stated in his study that students mostly use the internet to access social media. These results show that it is necessary to focus on the negative effects of the use of digital technologies and their beneficial function, since children use technology mostly for purposes such as games, entertainment, and communication.

Today's parents are expected to take on responsibilities appropriate to the requirements of the digital age. Digital age parents are expected to be equipped in areas such as digital ethics, digital communication, digital literacy, digital access, digital security, and digital health (Fatih Yaman et al., 2019). In this age, taking advantage of the opportunities offered by digital environments and keeping their children safe against the risks they may encounter have been added to the responsibilities of parents (Appel et al., 2014; Clark, 2011; Lupton et al., 2016).

This study reveals that the majority of parents do not find digital environments safe (Table 3). The widespread use of the internet among children brings with it various risks due to their limited self-regulation capacity and sensitivity to peer pressure (O’Keeffe et al., 2011). The main risks for the next generation could be specified as the lack of confidentiality and privacy, inappropriate use of technology, excessive sharing of personal information, socially inappropriate use, and inadequacy and inexperience in digital literacy (O’Keeffe et al., 2011; Picazo-Vela et al., 2012). Studies also emphasize the fact that texting and messaging with sexual content are quite common among children (Drouin & Landgraff, 2012; Houck et al., 2014; Mark et al., 2014).

Within the study, parents stated the negative effects of digital technologies on children as developing different addictions (internet addiction, phone addiction, game addiction, etc.), health problems (headache, posture disorders, sleep disorders, dry eyes, etc.), decline in academic achievement, decline in face-to-face communication skills, increase in negative behaviors (speaking abusive, lying, emulating others, etc.), moving away from real life experiences, and moving away from cultural values (Table 4).

It is claimed that a virtual life has emerged with the advantages of computer hardware, software and communication options for people of the Internet age (Cohen-Almagor, 2018). Digital technologies cause

changes in our social practices and affect the lives of individuals in every aspect (Teo, 2016). Surrounded by new technologies, digital natives are in constant interaction with these technologies (Prensky, 2001). Growing up in the cyber age, digital natives have had earlier and greater exposure to various digital technology activities such as surfing the web, playing online games, and following social networking profiles (Salajan et al., 2010). This situation raises concerns about the addictive use of information technologies (Hahn et al., 2017). In particular, it is claimed that the social and emotional development of the majority of the new generation occurs on the internet or mobile phones (O'Keeffe et al., 2011). Various studies have proven that internet addiction is one of the psychological problems that reduces academic achievement and social interaction (Stavropoulos et al., 2013).

Game addiction is another negative effect of digital technologies on children. Game addiction is an important issue that worries parents. One of the most important features of these games is that they provide social interaction between the players with their voice or written communication features. It is stated that these features increase the potential of these games to cause internet addiction (Billieux et al., 2015). Online games generally allow children to interact with other people and play games via mobile devices wherever they are (Willett, 2017). This situation raises the concerns of parents about controlling their children.

According to Griffiths et al., (2012), the concept of game and accordingly the concept of addiction has recently expanded with massively multiplayer online role playing games. Compared to older computer games and online internet games, these environments are more stimulating, have wider visual and auditory effects, have motivational elements that encourage continuous use and have faster event flow, which their users describe as second life. This situation has caused the condition regarding digital game addiction to be alarming. Many studies has reported that, electronic games have reached the level of addiction in today's children, also called the game generation (Carstens & Beck, 2005; Griffiths, 2002; Peng & Liu, 2010). In general, it is emphasized that all types of addiction cause problems that will affect the daily lives of individuals (Cheever et al., 2014; Kwon et al., 2013).

Another issue mentioned in the study regarding the negative effects of digital technologies on children is the decline in their academic achievement. Digital technologies support children's education and school success. However, their excessive use of digital technologies for gaming and social media causes a decline in their academic achievement (Livingstone, 2002). Results of many studies point out that the educational life can be negatively affected because of the misuse use of digital technologies (Anderson, 2001; Ceyhan, 2008; Frangos et al., 2010; Young & Case, 2004). In the study by Cengizhan (2005), it was also stated that psychological, physical, and social negativities that may arise due to the frequency of internet use may affect the academic success of individuals, especially those ones at school age.

In the current study, parents stated that digital technologies may negatively affect their children's health. Similarly, O'Keeffe et al., (2011) state that young people spare less time for physical activities due to the time spent on the virtual environments. Moreover, many studies that show that individuals have difficulties in establishing face-to-face relationships that their social interactions are negatively affected (Anderson, 2001; Bonetti et al., 2010; Niemz et al., 2005; Seo et al., 2009; Suhail & Bargees, 2006). Douglas et al., (2008) stated that the misuse of digital technologies may lead to the gradual deterioration of one's social and family life.

The World Health Organization (WHO, 2015) has defined the excessive use of the internet and related technological tools as a public health problem. It has been stated that as a result of excessive use, physiological difficulties such as sleep, nutrition, hearing, hygiene problems and bodily pain, along with psychological problems such as weakening of the connection with external reality, deterioration in social functionality (problems in the family, decline in academic achievement, deterioration in emotional relations), introversion and avoidance can also be experienced.

It is stated that young people can disrupt their sleep patterns and stay awake to check their accounts, follow the agenda and learn what their friends are doing (Newsom & Rehman, 2020). Lemola et al., (2015) stated that the use of media and smartphones by adolescents is associated with sleep disorders and depressive symptoms. It is reported that due to spending most of their time without physical activity,

people may encounter health problems such as obesity (Li et al., 2014). In addition, spending time with electronic games problematically can create negative physical, psychological, and social effects on individuals (Griffiths & Davies, 2005).

Another significant result obtained from the study is that most children do not ask their parents for help regarding the problems they encountered in digital environments. In contrast, some children only ask for help for educational activities and when faced with different notifications.

The parent-child relationship is critical to prevent online risks. It is thought that this relationship will enable children to communicate directly with their parents when they make mistakes in online environments and not hesitate to tell their experiences (Paul, 2015). However, the negative attitudes of families to protect their children can sometimes lead to major problems and less sharing of children with their families (Hawk et al., 2009). Kenley, (2011) states that, the possibility of losing digital technologies in their hands when they share negative situations with their parents, drives children away from their families. According to the results of EU Kids Online II Turkey, (2010), children prefer their friends instead of their families and get help from them when faced with negativity while using the internet. In addition, the fact that children use digital technologies better than their parents may cause children not to share it with their parents when they encounter a situation where they are uncomfortable on the Internet, or to ignore the suggestions made by the parents for the use of digital technologies. As a matter of fact, Kadli et al., (2010) state that children obtain information about internet use through their own efforts or through their friends because they cannot get enough support from their parents or educators.

Parents are the most important stakeholders in reaching a solution when children encounter digital risks and threats (Palfrey & Gasser, 2008). In the study, the majority of parents stated that they did not witness a negative event that their children experienced in digital environments. This result supports that most parents are not aware of their children's negative experiences on the internet (Symantec, 2014). Wisniewski et al., (2017) show that most of the children communicate little with their parents when faced with an online risk. However, according to the EU Kids Online (2020) report, 9% of individuals aged 9-17 have experienced an uncomfortable situation online. The inability of the parents to adequately guide the child in using digital technologies may cause the child to show hiding behaviors from the family while using digital media tools (Ateş & Durmuşoğlu Saltalı, 2019). Therefore, it can be said that parents are not aware of negative situations because children do not ask for help.

5. Suggestions

- The fact that children can use technology better than parents has a negative effect on parents' control over their children. Therefore, it is recommended that parents improve themselves in this regard.
- Websites and digital technologies where children spend time must be followed.
- Strong communication should be established with children. Children should be provided with a safe environment where they can share their negative situations.
- Children should be informed by parents about the security of passwords they use on the internet.
- Parents should talk to their children about the dangers they may encounter in digital environments and how they can cope with them.
- The vast majority of parents stated that they have not witnessed any situation their children's experience in digital environments, but despite this, they do not find digital environments safe. The reason for this situation can be investigated in future studies.
- This study was conducted using a qualitative research method. Different studies can be conducted using the quantitative research method.
- The reasons why children do not seek help from their parents regarding the problems they encounter in digital environments can be investigated.
- Negative events experienced by children in digital environments can be investigated.

References

- Akbaş Zeybekoğlu, Ö., & Dursun, C. (2020). Teknolojinin Aileye Etkisi: Değişen Ailenin Dijital Ebeveyn ve Çocukları. *Turkish Studies-Social Sciences*, 15(4), 2245–2265. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.43395>
- Aksoy, F., & Ünübol, H. (2021). Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ile Şema Mekanizmaları Arasındaki İlişki. *Bağımlılık Dergisi*, 22(2), 103–113. <https://doi.org/10.51982/bagimli.806920>
- Aksoy, H. Ö., & Fırat, N. (2016). İlköğretim okulu yönetici ve öğretmenlerinin bilgisayar kullanma yeterlilik düzeyleri. *Journal of Turkish Studies*, 11(9). <https://doi.org/10.7827/turkishstudies.9432>
- Alvarez, I., Espasa, A., & Guasch, T. (2012). The value of feedback in improving collaborative writing assignments in an online learning environment. *Studies in Higher Education*, 37(4), 387–400. <https://doi.org/10.1080/03075079.2010.510182>
- Anderson, K. J. (2001). Internet use among college students: An exploratory study. *Journal of the American College Health Association*, 50(1), 21–26. <https://doi.org/10.1080/07448480109595707>
- Anderson, M. (2016). *Parents, Teens and Digital Monitoring | Pew Research Center*.
- Appel, M., Stiglbauer, B., Batinic, B., & Holtz, P. (2014). Internet use and verbal aggression: The moderating role of parents and peers. *Computers in Human Behavior*, 33, 235–241. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.007>
- Ateş, M., & Durmuşoğlu Saltalı, N. (2019). KKTC’de yaşayan 5-6 yaş çocukların tablet ve cep telefonu kullanımına ilişkin ebeveyn görüşlerinin incelenmesi. *Gazi Journal of Education Sciences*, 5(1). <https://doi.org/10.30855/gjes.2019.05.03.008>
- Billieux, J., Maurage, P., Lopez-Fernandez, O., Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). Can Disordered Mobile Phone Use Be Considered a Behavioral Addiction? An Update on Current Evidence and a Comprehensive Model for Future Research. *Current Addiction Reports*, 2(2), 156–162. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0054-y>
- Bonetti, L., Campbell, M. A., & Gilmore, L. (2010). The relationship of loneliness and social anxiety with children’s and adolescents’ online communication. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 279–285. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0215>
- Canbek, G., & Sağıroğlu, Ş. (2007). Çocuklar ve gençlerin bilgisayar ve İnternet güvenliği. *Politeknik Dergisi*, 10(1), 33–39.
- Carstens, A., & Beck, J. (2005). Get ready for the gamer generation. *TechTrends*, 49(3), 22–25. <https://doi.org/10.1007/bf02763643>
- Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımında yeni bir boyut: İnternet bağımlılığı. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(22), 83–98.
- Ceyhan, E. (2008). Ergen Ruh Sağlığı Açısından Bir Risk Faktörü: İnternet Bağımlılığı. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 15(2), 109–116.
- Cheever, N. A., Rosen, L. D., Carrier, L. M., & Chavez, A. (2014). Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users. *Computers in Human Behavior*, 37, 290–297. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.002>
- Clark, L. S. (2011). Parental mediation theory for the digital age. *Communication Theory*, 21(4), 323–343. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2011.01391.x>
- Cohen-Almagor, R. (2018). Social responsibility on the Internet: Addressing the challenge of cyberbullying. *Aggression and Violent Behavior*, 39, 42–52. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2018.01.001>
- Dağhan, G., Kibar, P. N., Akkoyunlu, B., & Baskan, G. A. (2015). Öğretmen ve Yöneticilerin Etkileşimli Tahta ve Tablet Bilgisayar Kullanımına Yönelik Yaklaşımları ve Görüşleri. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 6(3), 399–417. <https://doi.org/10.16949/turcomat.42868>
- David, D., Giannini, C., Chiarelli, F., & Mohn, A. (2021). Text neck syndrome in children and adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1–14. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041565>
- Douglas, A. C., Mills, J. E., Niang, M., Stepchenkova, S., Byun, S., Ruffini, C., Lee, S. K., Loutfi, J., Lee, J. K., Atallah, M., & Blanton, M. (2008). Internet addiction: Meta-synthesis of qualitative research

for the decade 1996-2006. *Computers in Human Behavior*, 24(6), 3027–3044. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.05.009>

Drouin, M., & Landgraff, C. (2012). Texting, sexting, and attachment in college students' romantic relationships. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 444–449. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.015>

Eastin, M. S., Greenberg, B. S., & Hofchire, L. (2006). Parenting the Internet. *Journal of Communication*, 56(3), 486–504. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00297.x>

Errasti-Ibarrondo, B., Jordán, J. A., Díez-Del-Corral, M. P., & Arantzamendi, M. (2019). van Manen's phenomenology of practice: How can it contribute to nursing? *Nursing Inquiry*, 26(1). <https://doi.org/10.1111/nin.12259>

EU Kids Online II Turkey. (2010). *Avrupa çevrimiçi çocuklar araştırma projesi Türkiye sonuçları*.

Flick, U. (2014). The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis. In *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446282243>

Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill.

Frangos, C., Frangos, C., & Kiohos, A. (2010). Internet Addiction among Greek University Students: Demographic Associations with the Phenomenon, Using the Greek Version of Young's Internet Addiction Test. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 3(1), 49–74.

Gómez, P., Harris, S. K., Barreiro, C., Isorna, M., & Rial, A. (2017). Profiles of Internet use and parental involvement, and rates of online risks and problematic Internet use among Spanish adolescents. *Computers in Human Behavior*, 75, 826–833. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.027>

Griffiths, M. D. (2002). Gambling and gaming addictions in adolescence. In *Wiley-Blackwell*.

Griffiths, M. D., & Davies, M. N. O. (2005). Videogame addiction: Does it exist. In J. Goldstein & J. Raessens (Eds.), *Handbook of computer game studies* (pp. 359–368).

Griffiths, Mark D, Kuss, D. J., & King, D. L. (2012). Video Game Addiction: Past, Present and Future. *Current Psychiatry Reviews*, 8(4), 308–318. <https://doi.org/10.2174/157340012803520414>

Guernsey, L., Levine, M., Chiong, C., & Severns, M. (2014). Pioneering Literacy In the Digital Wild West: Empowering Parents and Educators. In *The Campaign for Grade Level Reading*.

Günlü, A., & Ceyhan, A. A. (2017). Investigating Adolescents' Behaviors on the Internet and Problematic Internet Usage. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 4(1), 75–117. <https://doi.org/10.15805/addicta.2017.4.1.0016>

Hahn, E., Reuter, M., Spinath, F. M., & Montag, C. (2017). Internet addiction and its facets: The role of genetics and the relation to self-directedness. *Addictive Behaviors*, 65, 137–146. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.10.018>

Hammersley, M. (2019). Alfred Schutz and ethnomethodology: Origins and departures. *History of the Human Sciences*, 32(2), 59–75. <https://doi.org/10.1177/0952695119830304>

Hark Söylemez, N. (2021). Dijital ebeveynlik ile ilgili olarak yapılan çalışmaların incelenmesi. *4th International Congress of Human Studies*.

Harris, C., Straker, L., Pollock, C., & Smith, A. (2015). Children, computer exposure and musculoskeletal outcomes: the development of pathway models for school and home computer-related musculoskeletal outcomes. *Ergonomics*, 58(10), 1611–1623. <https://doi.org/10.1080/00140139.2015.1035762>

Hasebrink, U., Livingstone, S., & Haddon, L. (2008). Comparing children's online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online. *London School of Economics*.

Hawk, S. T., Keijsers, L., Hale, W. W., & Meeus, W. (2009). Mind Your Own Business! Longitudinal Relations Between Perceived Privacy Invasion and Adolescent-Parent Conflict. *Journal of Family Psychology*, 23(4), 511–520. <https://doi.org/10.1037/a0015426>

Houck, C. D., Barker, D., Rizzo, C., Hancock, E., Norton, A., & Brown, L. K. (2014). Sexting and sexual behavior in at-risk adolescents. *Pediatrics*, 133(2). <https://doi.org/10.1542/peds.2013-1157>

Huang, G., Li, X., Chen, W., & Straubhaar, J. D. (2018). Fall-Behind Parents? The Influential Factors on Digital Parenting Self-Efficacy in Disadvantaged Communities. *American Behavioral Scientist*,

62(9), 1186–1206. <https://doi.org/10.1177/0002764218773820>

Jacobs, K., Hudak, S., & McGiffert, J. (2009). Computer-related posture and musculoskeletal discomfort in middle school students. *Work*, 32(3), 275–283. <https://doi.org/10.3233/WOR-2009-0826>

Johnson, R. B., & Christensen, L. (2019). *Educational Research Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches* (7th ed.). SAGE Publications, Inc.

Kadli, J. H., Kumba, B. D., & Kanamadi, S. (2010). Students Perspectives on Internet Usage: A Case Study. *Information Studies*, 16(2), 121–130.

Kelly, G., Dockrell, S., & Galvin, R. (2009). Computer use in school: Its effect on posture and discomfort in schoolchildren. *Work*, 32(3), 321–328. <https://doi.org/10.3233/WOR-2009-0830>

Kenley, H. (2011). *Cyber bullying no more: Parenting a high tech generation*. USA: Loving Healing Press.

Kurtoğlu Erden, M., & Uslupehlivan, E. (2021). Dijital Çağda Değişen Ebeveynlik Rollerini: Teknoloji Kullanımında Anne Babalar Rehber mi Engel mi Olmalı? *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*. <https://doi.org/10.21560/spcd.vi.671929>

Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., Gu, X., Choi, J. H., & Kim, D. J. (2013). Development and Validation of a Smartphone Addiction Scale (SAS). *PLoS ONE*, 8(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0056936>

Lampard, A. M., Jurkowski, J. M., & Davison, K. K. (2013). Social-Cognitive Predictors of Low-Income Parents' Restriction of Screen Time Among Preschool-Aged Children. *Health Education and Behavior*, 40(5), 526–530. <https://doi.org/10.1177/1090198112467800>

Lemola, S., Perkinson-Gloor, N., Brand, S., Dewald-Kaufmann, J. F., & Grob, A. (2015). Adolescents' Electronic Media Use at Night, Sleep Disturbance, and Depressive Symptoms in the Smartphone Age. *Journal of Youth and Adolescence*, 44(2), 405–418. <https://doi.org/10.1007/s10964-014-0176-x>

Levine, D. T., & Stekel, D. J. (2016). So why have you added me? Adolescent girls' technology-mediated attachments and relationships. *Computers in Human Behavior*, 63, 25–34. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.011>

Li, M., Deng, Y., Ren, Y., Guo, S., & He, X. (2014). Obesity status of middle school students in Xiangtan and its relationship with Internet addiction. *Obesity*, 22(2), 482–487. <https://doi.org/10.1002/oby.20595>

Livingstone, S. (2002). Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment. In *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. Thousand Oaks, CA: SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781446219522>

Livingstone, S., & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy. *New Media and Society*, 12(2), 309–329. <https://doi.org/10.1177/1461444809342697>

Lupton, D., Pedersen, S., & Thomas, G. M. (2016). Parenting and Digital Media: From the Early Web to Contemporary Digital Society. *Sociology Compass*, 10(8), 730–743. <https://doi.org/10.1111/soc4.12398>

Mark, K., Longinaker, N., Collinetti, E., Lowe, S., Husman, C., & Terplan, M. (2014). Gender Differences in Sexting Behaviors Among Chlamydia Positive Adolescents and Young Adults. *Journal of Adolescent Health*, 54(2), S52. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2013.10.117>

Martínez-Domínguez, M., & Mora-Rivera, J. (2020). Internet adoption and usage patterns in rural Mexico. *Technology in Society*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101226>

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.

Neuendorf, K. A. (2017). The Content Analysis Guidebook. In *The Content Analysis Guidebook* (2nd Ed.). California: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071802878>

Newsom, R., & Rehman, D. A. (2020). *Sleep & Social Media: Staying Connected Can Keep You Up* | *Sleep Foundation*. <https://www.sleepfoundation.org/how-sleep-works/sleep-and-social-media>

- Niemz, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the General Health Questionnaire (GHQ), and disinhibition. *Cyberpsychology and Behavior*, 8(6), 562–570. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.562>
- O’Keeffe, G. S., Kathleen, C.-P., & Council on Communications and Media. (2011). The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *Journal of American Academy of Pediatrics*. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Ogders, C. L. (2019). Why Digital Tools Have Not Yet Revolutionized Adolescent Health Research and What We Can Do. *Journal of Research on Adolescence*, 29(3), 675–681. <https://doi.org/10.1111/jora.12534>
- Öztürk, M. (2021). Öğrencilerin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve İnterneti Kullanma Durumlarının İncelenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
- Pandya, A., & Lodha, P. (2021). Social Connectedness, Excessive Screen Time During COVID-19 and Mental Health: A Review of Current Evidence. *Frontiers in Human Dynamics*, 3. <https://doi.org/10.3389/fhumd.2021.684137>
- Patton, M. Q. (2014). Qualitative Research & Evaluation Methods. In *Sage* (4th ed.). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552003000200018>
- Paul, H. A. (2015). Screen Smart Parenting: How to Find Balance and Benefit in Your Child’s Use of Social Media, Apps and Digital Devices , by J. Gold . *Child & Family Behavior Therapy*, 37(2), 163–173. <https://doi.org/10.1080/07317107.2015.1035994>
- Pediatrics, A. A. of. (2001). Children, Adolescents, and Television. *Pediatrics*, 107(2), 423–426. <https://doi.org/10.1542/peds.107.2.423>
- Peng, W., & Liu, M. (2010). Online gaming dependency: A preliminary study in China. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 329–333. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0082>
- Picazo-Vela, S., Gutiérrez-Martínez, I., & Luna-Reyes, L. F. (2012). Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. *Government Information Quarterly*, 29(4), 504–511. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.07.002>
- Plowman, L., McPake, J., & Stephen, C. (2010). The technologisation of childhood? Young children and technology in the home. *Children and Society*, 24(1), 63–74. <https://doi.org/10.1111/j.1099-0860.2008.00180.x>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9(6), 1–6.
- Racz, S. J., Johnson, S. L., Bradshaw, C. P., & Cheng, T. L. (2017). Parenting in the digital age: urban black youth’s perceptions about technology-based communication with parents. *Journal of Family Studies*, 23(2), 198–214. <https://doi.org/10.1080/13229400.2015.1108858>
- Rode, J. A. (2009). Digital parenting: Designing children’s safety. *People and Computers XXIII Celebrating People and Technology - Proceedings of HCI 2009*, 244–251. <https://doi.org/10.14236/ewic/hci2009.29>
- Rodríguez-de-Dios, I., van Oosten, J. M. F., & Igartua, J. J. (2018). A study of the relationship between parental mediation and adolescents’ digital skills, online risks and online opportunities. *Computers in Human Behavior*, 82, 186–198. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.012>
- Rosen, L. D., Cheever, N. A., & Carrier, L. M. (2008). The association of parenting style and child age with parental limit setting and adolescent MySpace behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 459–471. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.005>
- Salajan, F. D., Schönwetter, D. J., & Cleghorn, B. M. (2010). Student and faculty inter-generational digital divide: Fact or fiction? *Computers and Education*, 55(3), 1393–1403. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.06.017>
- Seo, M., Kang, H. S., & Yom, Y. H. (2009). Internet addiction and interpersonal problems in Korean Adolescents. *CIN - Computers Informatics Nursing*, 27(4), 226–233.

<https://doi.org/10.1097/NCN.0b013e3181a91b3f>

Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., & Ólafsson, K. (2020). EU Kids Online 2020. In *EU Kids Online Network*.

Sorbring, E. (2014). Parents' Concerns About Their Teenage Children's Internet Use. *Journal of Family Issues*, 35(1), 75–96. <https://doi.org/10.1177/0192513X12467754>

Stavropoulos, V., Alexandraki, K., & Motti-Stefanidi, F. (2013). Recognizing internet addiction: Prevalence and relationship to academic achievement in adolescents enrolled in urban and rural Greek high schools. *Journal of Adolescence*, 36(3), 565–576. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.03.008>

Suhail, K., & Bargees, Z. (2006). Effects of excessive Internet use on undergraduate students in Pakistan. *Cyberpsychology and Behavior*, 9(3), 297–307. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.297>

Symantec. (2014). *Internet Safety for Kids | Norton*. <https://us.norton.com/internetsecurity-kids-safety.html>

Teo, T. (2016). Do digital natives differ by computer self-efficacy and experience? An empirical study. *Interactive Learning Environments*, 24(7), 1725–1739. <https://doi.org/10.1080/10494820.2015.1041408>

TÜİK. (2021). *Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2021*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132>

UNICEF. (2017). Children in a Digital World. In *UNICEF Division of Communication*.

Wartella, E., Rideout, V., Lauricella, A. R., & Connell, S. L. (2013). Parenting in the age of digital technology. In *Center on Media and Human Development School of Communication Northwestern University*.

WHO. (2015). Public Health Implications of Excessive Use of the Internet, Computers, Smartphones and Similar Electronic Devices. In *Tokyo, Japan: National Cancer Research Centre. World Health Organisation (Vol. 1)*.

Willett, R. (2017). Domesticating online games for preteens—discursive fields, everyday gaming, and family life. *Children's Geographies*, 15(2), 146–159. <https://doi.org/10.1080/14733285.2016.1206194>

Wisniewski, P., Xu, H., Rosson, M. B., & Carroll, J. M. (2017). Parents just don't understand: Why teens don't talk to parents about their online risk experiences. *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*, 523–540. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998236>

Yaman, F., Kabakçı Yurdakul, I., & Dönmez, O. (2020). Dijital Vatandaşlıktan Dijital Ebeveynliğe Dönüşüm. In A. Baran Görgün, O. Hazer, & M. S. Öztürk (Eds.), *Gençlik ve Dijital Çağ*. Ankara:Hacettepe Üniversitesi.

Yaman, Fatih, Dönmez, O., Akbulut, Y., Yurdakul, I. K., Çoklar, A. N., & Güyer, T. (2019). Ebeveynlerin dijital ebeveynlik yeterliklerinin çeşitli demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 44, 199–149.

Yang, F., Helgason, A. R., Sigfusdottir, I. D., & Kristjansson, A. L. (2013). Electronic screen use and mental well-being of 10-12-year-old children. *European Journal of Public Health*, 23(3), 492–498. <https://doi.org/10.1093/eurpub/cks102>

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. In *Seçkin Yayıncılık, Ankara (12th ed.)*.

Young, K. S., & Case, C. J. (2004). Internet Abuse in the Workplace: New Trends in Risk Management. *Cyberpsychology and Behavior*, 7(1), 105–111. <https://doi.org/10.1089/109493104322820174>

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları (Nesrin Hark Syilemez)%100 şeklinde dir.
The authors' contribution rates in the study are (Nesrin Hark Syilemez)%100 form.

ıkar atışması Beyanı / Conflict of Interest

alışmada herhangi bir kurum veya kişi ile ıkar atışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.



İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu alışmada Yksekğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Ynergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Ülkelerin Sosyo-Ekonomik Göstergelerinin Cinsiyete Özgü Ortalama Yaşam Süreleri Üzerindeki Etkisinin Panel Veri Analiziyle İncelenmesi

Osman ŞENOL* 
Fevzi AKBULUT** 

ÖZ

Sağlık teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve sağlık hizmetlerinde yapılan iyileştirmelerle ortalama yaşam süresi yıldan yıla artmaktadır. Ortalama yaşam süresinin gelişmiş ülkelerde gelişmekte olan ülkelere göre daha fazla olduğu, kadınlarda ise erkeklere göre ortalama yaşam süresinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Ortalama yaşam süresini etkileyen birçok faktör bulunduğundan bu çalışmada cinsiyete özgü yaşam süresini etkilediği düşünülen sosyo-ekonomik faktörler incelenmiştir. Bu kapsamda Dünya Bankası gelir sınıflandırmasına göre üst-orta gelir grubunda yer alan ülkelerin cinsiyete özgü ortalama yaşam sürelerinin sosyo-ekonomik göstergeler ile ilişkisini incelemek amacıyla panel veri analizi yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada üst-orta gelir grubunda yer alan 54 ülkeden verilerine ulaşılabilen 40 ülke analiz edilmiş ve Dünya Bankası veri tabanından alınan ülkelere ait 1991-2020 yılları arasındaki veriler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda enflasyon, işsizlik ve nüfus artışının ortalama yaşam süresi üzerinde negatif bir etkisinin olduğu, kişi başı gelir ve ekonomik büyümenin ise ortalama yaşam süresini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca ortalama yaşam süresini olumlu yönde en fazla etkileyen faktörün ekonomik büyüme olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Panel Veri Analizi, Ortalama Yaşam Süresi, Sosyo-Ekonomik Göstergeler

Investigation of the Effect of Countries' Socio-Economic Indicators on Gender-Specific Average Life Expectancy with Panel Data Analysis

ABSTRACT

With the developments in health technologies and improvements in health services, the average life expectancy is increasing from year to year. It is seen that the average life expectancy is higher in developed countries than in developing countries, and the average life expectancy in women is higher than in men. Since there are many factors affecting the average life expectancy, socio-economic factors that are thought to affect gender-specific life expectancy were examined in this study. In this context, panel data analysis method was applied to examine the relationship between gender-specific average life expectancy and socio-economic indicators of countries in the upper-middle income group according to the World Bank income classification. In the study, 40 countries whose data can be accessed from 54 countries in the upper-middle income group were analyzed and data from the countries between 1991 and 2020 from the World Bank database were used. As a result of the research, it has been determined that inflation, unemployment and population growth have a negative effect on average life expectancy, while per capita income and economic growth have a positive effect on average life expectancy. In addition, it has been observed that the factor that most positively affects the average life expectancy is economic growth.

Keywords: Panel Data Analysis, Average Life Expectancy, Socio-Economic Indicators

1. Giriş

Ortalama yaşam süresi çevresel, sosyal ve iktisadi gelişmişliğin işareti olarak görülmekte ve kısaca bireyin hayatta kaldığı ortalama süre olarak ifade edilmektedir. Sağlık teknolojilerindeki gelişmeler, hizmet kalitesindeki artışlar ortalama yaşam süresinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Ortalama yaşam süresindeki artış aynı zamanda beşeri sermayenin verimliliğini artırarak ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, osmansenol@ktu.edu.tr

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, fakbulut@bingol.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 16.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 23.02.2023

Citation/Atf: Şenol, O., Akbulut, F. (2023). Ülkelerin sosyo-ekonomik göstergelerinin cinsiyete özgü ortalama yaşam süreleri üzerindeki etkisinin panel veri analiziyle incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 78-88. <https://doi.org/10.52642/susbed.1219726>



Bir ülkenin üretim kapasitesinde artış düzeyi ekonomik büyümesi hakkında bilgi vermektedir. Beşeri sermayenin temel bileşenlerinden biri olan sağlığa yapılan yatırımlar ise ekonomik büyümeyi olumlu etkilemektedir. Çünkü daha sağlıklı çalışanlar sağlık durumları daha kötü olan çalışanlardan daha uzun ve verimli çalışmaktadırlar. Bundan dolayı ekonomik büyümenin sürdürülebilir olması işgücünün sağlıklı olmasından geçmektedir. Toplumun sağlıklı ve uzun bir yaşam sürebilmesi ise sağlık hizmetlerinin ulaşılabilir, hakkaniyetli ve toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilir nitelikte olmasına bağlıdır. Ülkeler tüm topluma ücretsiz ve kaliteli sağlık hizmeti sunabilmek için gerekli kaynakları yaratmak ve bu amaca ulaşmak için çalışmaktadırlar. Fakat sağlık hizmetleri sosyal, ekonomik, demografik ve çevresel birçok faktörden etkilendiği için çok az ülke bütün bu engelleri aşip istenilen düzeyde sağlık hizmeti verebilmektedir.

Sağlık hizmetlerinin düzeyi ülkelerin gelir düzeyi ve gelişmişliği ile de yakından ilişkilidir. Örnek olarak sağlık hizmetlerinin düzeyi ortalama yaşam süresi ile ele alındığında; gelir düzeyi yüksek olan Malezya, Costa Rika ve Çin gibi üst-orta gelir grubunda bulunan ülkelerin ortalama yaşam sürelerinin de yüksek olduğu görülmektedir. Diğer yandan ortalama yaşam süresini etkileyen diğer bir değişken olan işsizliğe bakıldığında; gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerin en önemli sosyal sorunlarından biri olduğu dikkatleri çekmektedir. İşsizlikle birlikte gelir düzeyinde yaşanan düşüş insanların gıda ve sağlık hizmetleri başta olmak üzere birçok temel ihtiyacına ulaşamamasına veya sınırlı ölçüde ulaşmasına sebep olmaktadır. Bu durum ise bireysel ve toplumsal travmatik sonuçlara neden olmakta ve dolayısıyla ortalama yaşam süresini olumsuz etkilemektedir. Ortalama yaşam süresini etkilediği düşünülen diğer bir değişken ise enflasyondur. Enflasyon sonucunda insanlar işsiz kalmakta ve işsizlik insanların temel ihtiyaçlarına ulaşmasını kısıtlamaktadır.

Ortalama yaşam süresini etkileyen birçok faktör olmasından ve insan sağlığı en önemli önceliklerden biri olduğundan ortalama yaşam süresi ile sosyo-ekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi incelemek son derece önemlidir. Bu doğrultuda üst-orta gelir grubunda yer alan ülkelere cinsiyete özgü ortalama yaşam sürelerinin sosyo-ekonomik göstergelerle ilişkisi incelenmiştir. Bu çalışmada ilk olarak giriş bölümünde ortalama yaşam süresi ve insan sağlığını etkileyen sosyo-ekonomik değişkenler hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra ortalama yaşam süresiyle sosyo-ekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi inceleyen ilgili alanda yapılan çalışmalar ele alınmıştır. Araştırmanın son bölümünde bulgular tartışılarak öneriler geliştirilmiştir.

2. Literatür Taraması

Bu bölümde sosyo-ekonomik faktörlerin sağlık sistemleri üzerindeki etkilerinin ölçüldüğü panel veri analizi yöntemi ile yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Genel olarak yapılan çalışmalara bakıldığında sağlık sistemleri ile kişi başı gelir, GSYİH, işsizlik ve enflasyon gibi sosyo-ekonomik göstergeler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

(Çalışkan, 2009) yaptığı çalışmasında 1984-2005 yılları arasındaki 21 OECD ülkesinin verilerini kullanarak sosyo-ekonomik faktörlerin sağlık harcamaları üzerindeki etkisini panel veri analiziyle incelemiştir. Değişken olarak kişi başı gelir, kişi başı sağlık harcaması, ilaç harcaması, kamusal sağlık harcaması, doğurganlık oranı, doktor sayısı ve 65+ nüfusun toplam nüfus içindeki oranı değişkenlerini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda OECD ülkelerinde sağlık hizmetlerinin lüks değil ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir.

(Hartwing, 2010) yaptığı çalışmasında 21 OECD ülkesinin 1970-2005 yılları arasındaki verilerini kullanarak ekonomik büyüme düzeyi ile sağlık harcamaları arasındaki ilişkiyi panel veri analizi yöntemi kullanarak incelemiştir. Değişken olarak sağlık harcamaları, doğumda beklenen yaşam süresi ve GSYİH kullanmıştır. Araştırma sonucunda sağlık harcamalarının uzun vade de ekonomik büyümeyi desteklemediğini tespit etmiştir.

(Barufi, Haddad, & Paez, 2012) yaptıkları çalışmalarında 1980, 1991 ve 2000 yılı verilerini kullanarak Brezilya'daki bebek ölümlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla altyapı, sosyo-ekonomik ve demografik değişkenlerin etkisini panel veri analiziyle incelemişlerdir. Araştırma sonucunda sağlık hizmetleri altyapısının sağlanmasının ve sosyal politika önlemlerinin bebek ölüm oranlarının azalmasıyla ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca sağlık altyapısı, su ve sanitasyon tesislerinin geniş çaplı faydalarının olduğunu belirtmişlerdir.

(Ntoga-Ng'habi, 2012) yaptığı çalışmasında farklı gelişmişlik düzeylerine sahip 40 ülkeyi ele almış ve çoklu regresyon analiziyle ekonomik büyüme ile insani gelişmişlik düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bağımlı değişkenler; kişi başı gelir, GSMH ve nüfus sayıları iken, bağımsız değişken olarak ise insani gelişmişlik endeksi ve cinsiyet eşitsizliği endeksi değişkenleridir. Araştırma sonucunda ekonomik büyüme ile insani gelişmişlik endeksi arasında bir ilişki tespit ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca politikaların ve teknoloji yatırımlarının ekonomik büyüme ve insani gelişmişlik endeksi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir.

(Ergün & Atay-Polat, 2018) yaptıkları çalışmalarında 2009-2016 yılları arasındaki verileri kullanarak sağlık harcamaları belirleyicilerini panel veri analizi yöntemiyle incelemiştir. Değişken olarak sağlık harcamaları, okuryazarlık oranı, bebek ölüm hızı, vergi oranı, çevresel kirlilik göstergesi, sanayi sektörü elektrik tüketimi, nüfus ve enflasyon verileri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda sağlık harcamaları ile vergi oranı, nüfus ve enflasyon düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca sağlık harcamaları ile bebek ölüm hızı ve okuryazarlık oranı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir.

(Ergün & Atay-Polat, 2019) yaptıkları çalışmalarında 119 ülkenin çevresel kalite ve ekonomik büyümenin sağlık harcamaları üzerindeki etkisini panel veri analiziyle incelemiştir. Değişken olarak kişi başı sağlık harcamaları, karbondioksit emisyonu, GSYİH, ve inşaat sektöründen kaynaklanan karbondioksit emisyonu oranını kullanmışlardır. Araştırma sonucunda sağlık harcamaları ile hava kirliliğine sebep olan fosil yakıtlar arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki tespit ettiklerini belirtmişlerdir.

(Şaşmaz, Odabaş, & Yayla, 2019) yaptıkları çalışmalarında 34 OECD ülkesinin 2000-2015 yılları arasındaki verilerini kullanarak sağlık harcamalarıyla kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Değişken olarak insani gelişmişlik endeksi ve sağlık harcamalarını kullanmışlardır. Araştırma sonucunda kalkınma ile sağlık harcamaları arasında anlamlı bir ilişki tespit ettiklerini belirtmişlerdir.

(Orwat-Acedanska, 2019) yaptığı çalışmasında 2003-2013 yılları arasındaki verileri kullanarak 17 Avrupa ülkesinin sosyo-ekonomik faktörlerle sağlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi panel veri analiziyle incelemiştir. Değişken olarak alkol tüketimi, eğitim durumu, sağlık harcamaları, sosyal harcamalar ve büyüme oranı verilerini kullanmıştır. Araştırma sonucunda DALY ölçüsünün sağlık harcamaları, alkol tüketimi, hava kirliliği gibi çeşitli ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerin yanında GSYİH büyüme oranı ve eğitim yılı ile önemli ölçüde ilişki bulunduğunu tespit etmiştir.

(Çağlayan-Akay & Oskonbaeya, 2020) yaptıkları çalışmalarında 20 geçiş ekonomisine sahip ülkenin 2000-2017 yıllarına ait verilerini kullanarak çocuk ölüm oranlarının temel belirleyicilerini ortaya koymak amacıyla dinamik panel veri analizi uygulamışlardır. Değişken olarak kız ve erkek bebek ölüm oranı, kişi başına düşen GSYİH ve sağlık harcamalarını kullanmışlardır. Araştırma sonucunda kişi başı gelir ve sağlık harcamalarının kız çocuk ölüm oranlarını erkek çocuk ölüm oranlarına göre daha fazla etkilediğini tespit etmişlerdir. Ayrıca kurdukları her üç modelde de çocuk ölüm oranlarını kişi başına düşen gelirin sağlık harcamalarından daha fazla etkilediğini görmüşlerdir.

(Sağın & Karasaç, 2020) yaptıkları çalışmalarında 29 OECD ülkesinin 2000-2013 yılları arasındaki verilerini kullanarak obezitenin sosyo-ekonomik faktörlerden ne derece etkilendiğini ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Değişken olarak işsizlik, sağlık harcamaları, obezite, alkol kullanımı, kentleşme ve sigara ile alınan kalori miktarı kullanmışlardır. Araştırma sonucunda kalori miktarında artışın, kentleşmedeki artışın, işsizlikteki artışın ve alkol kullanımındaki artışın obezite oranını arttırdığını tespit etmişlerdir. Ayrıca sağlık harcamalarındaki artışın obezite oranını azalttığını ifade etmişlerdir.

(Sari & Prasetyani, 2021) yaptıkları çalışmalarında 2000-2017 yılları arasındaki verileri kullanarak ASEAN ülkelerinin sosyo-ekonomik faktörlerin bebek ölüm oranı üzerindeki etkilerini araştırmak için panel veri analizi kullanmışlardır. Değişken olarak bebek ölüm hızı, sağlık harcamaları, kadın işgücü, anne doğurganlık hızı ve kişi başı GSYİH verilerini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda kadın işgücünün bebek ölüm oranını arttırmada güçlü bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca ASEAN'daki ülkelerde sağlık harcamalarının bebek ölüm oranları üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığını belirtmişlerdir.

(Yılmaz, Boz, & İnce, 2021) yaptığı çalışmasında Türkiye'deki 81 vilayetin 2013-2017 yılları arasındaki verilerini kullanarak sağlık hizmetleri kullanımını etkileyen sosyo-ekonomik faktörleri panel veri analiziyle incelemiştir. Değişken olarak kişi başı hekime başvuru sayısı, 65 yaş ve üzeri nüfus oranı, yatak sayısı ve

kentsel nüfus oranını kullanmışlardır. Araştırma sonucunda 65 yaş ve üzeri nüfus, yatak sayısı ve kentsel nüfus oranının artmasının kişi başı hekime başvuru sayısını arttırdığını tespit etmişlerdir.

Panel veri analizi ile yapılan bu çalışmayla benzerlik gösteren diğer çalışmalara bakıldığında; (Heshmati, 2001) OECD ülkelerinin 1970-1992 yıllarındaki ekonomik büyüme ile sağlık harcamaları arasındaki ilişkiyi, (Baltagi & Moscone, 2010) OECD ülkelerinin 1971-2004 yılları arasındaki gelir ile sağlık harcamaları arasındaki ilişkiyi, (Shobande, 2020) enerji tüketimi ve kirliliğin bebek ölüm hızı üzerindeki etkisini, (Dhrif, 2018) sağlık harcamaları ve bebek ölüm oranı arasındaki ilişkiyi, (Houweling & Kunst, 2009), (Iram & Butt, 2008), (Rezaei, Matin, & Rad, 2015), (Rutstein, 2000), (Zakir & Wunnava, 1999), sosyoekonomik faktörlerle bebek ölüm hızı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.

3. Uygulama

Kalkınma açısından ülkeler arası karşılaştırmalarda en çok tercih edilen göstergelerden birisi ortalama yaşam süresidir. Hemen hemen bütün ülkelerde kadınların ortalama yaşam süresi erkeklerden daha fazla olmaktadır. Her bir ülkede bu farklılığın nedenleri farklı olmakla birlikte söz konusu farklılığı oluşturan en önemli göstergeler sosyo-ekonomik göstergelerdir. Literatürde ortalama yaşam süreleri ülke bazında incelenirken tüm ülkeleri sosyo-ekonomik göstergeler kapsamında cinsiyetler arası farklılıkları ortaya konularak inceleyen yeterli düzeyde çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, üst-orta gelir grubunda yer alan ülkelere kadınlara ve erkeklere özgü ortalama yaşam sürelerinin sosyo-ekonomik göstergeler ile ilişkisi incelenecektir. Bu doğrultuda araştırma kapsamına dâhil edilen her bir sosyoekonomik göstergenin erkek ve kadınların ortalama yaşam süresi üzerinde etki düzeyleri ayrı ayrı incelenecektir.

Araştırma kapsamında üst-orta gelir grubunda yer alan ülkeler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarını daha fazla genelledebilmek adına verilerine ulaşılabilen bütün ülkeler araştırmaya dâhil edilmiştir. Üst-orta gelir grubunda 54 ülke yer alırken 40 ülkenin verisine ulaşıldığı için araştırmanın örnekleme 40 ülke dâhil edilmiştir. Araştırmanın zaman boyutu ise 1991-2020 yılları arasındadır. Verilerin türü ise yıllıktır.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Açıklamalar

Değişkenler	Sembol
Erkekler Özgü Yaşam Ortalama Yaşam Süresi	MLİFE
Kadınlara Özgü Yaşam Ortalama Yaşam Süresi	FLİFE
Kişi Başı Gelir	KBG
GSYİH Büyüme Oranı	GSYİHBO
Enflasyon	Enf
İşsizlik Oranı	İO
Nüfus Büyüme Oranı	NBO

Yukarıdaki Tablo 1’de araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin listesi verilmiştir. Araştırmada iki bağımlı değişken beş bağımsız değişken kullanılacaktır. Bağımlı değişkenler; erkeklere özgü ortalama yaşam süresi ve kadınlara özgü ortalama yaşam süresi değişkenleridir. Bağımsız değişkenler ise; nüfus büyüme oranı, işsizlik oranı, enflasyon oranı, GSYİH büyüme oranı, kişi başı gelir değişkenleridir. Belirtilen sosyo-ekonomik göstergelerin cinsiyete özgü ortalama yaşam süreleri üzerindeki etkileri tek tek incelenecektir.

Bu araştırma kapsamında geliştirilmesi planlanan ekonometrik modellerin denklemsel gösterimi aşağıdaki gibidir;

Model-1:

$$\Delta MLIFE_{it} = C + \sum_{j=1}^{pi} \lambda_{ij} \Delta KBG_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \delta_{ij} \Delta GSYİHBO_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \varphi_{ij} \Delta ENFS_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \theta_{ij} \Delta İO_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \theta_{ij} \Delta NBO_{i,t-j} + \varepsilon_{it}$$

Model-2:

$$\Delta FLIFE_{it} = C + \sum_{j=1}^{pi} \lambda_{ij} \Delta KBGx_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \delta_{ij} \Delta GSYİHBOx_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \varphi_{ij} \Delta ENFS_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \theta_{ij} \Delta İOx_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{qi} \theta_{ij} \Delta NBOx_{i,t-j} + \varepsilon_{it}$$

Yukarıda görüldüğü üzere araştırma kapsamında oluşturulacak panel modellerinin denklem gösterimi yer almaktadır. Eşitliklerin sol tarafında araştırma kapsamında modellerde kullanılacak bağımlı değişkenler yer almaktadır. Eşitliklerin sağ tarafında ise bağımsız değişken ve kontrol değişkenleri yer almaktadır. Eşitliğin sağ tarafında yer alan semboller ise; c sabit değişkeni, i yatay kesiti, t zaman değişkenini, ε hata terimini, λ bağımsız değişkenlere ait tahminci katsayılarını temsil etmektedir.

Üç temel panel veri model yaklaşımı mevcuttur. Panel veri kapsamında geliştirilecek her bir modele en uygun yaklaşımın tespit edilmesi gerekmektedir. İlk olarak F testi ile modellerin havuzlanmış yaklaşımı için uygun olup olmadığı tespit edilmelidir. Söz konusu test sonrası H₀ hipotezinin reddedilmesi durumunda tesadüfi etkiler ile sabit etkiler yaklaşımı arasında tercih yapılması gerekmektedir. Hausman testi ile tesadüfi etkiler yaklaşımının geçerliliği sınanmaktadır. Hausman testi sonrası H₀ hipotezinin kabul edilmesi durumunda en uygun yaklaşımın tesadüfi etkiler olduğu, H₀ hipotezinin reddedilmesi durumunda ise söz konusu model için en uygun yaklaşımın sabit etkiler olduğu anlaşılmaktadır.

4. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde panel veri temel varsayım test sonuçları ve nihai model sonuçlarına yer verilecektir. Geliştirilecek modellerde en doğru sonuçlara ulaşmak için bütün panel temel varsayımları tek tek kontrol edilecektir. Söz konusu temel varsayımlarından ilki çoklu doğrusal bağlantı probleminin modelde olup olmadığıdır.

Panel veri de ilk dikkat edilecek temel varsayım çoklu doğrusal bağlantı problemidir. Modelde çoklu doğrusal bağlantı probleminin olması yanlış regresyon sonuçlarının elde edilmesine neden olabilmektedir. Söz konusu problemin tespitine yönelik değişkenlere ait Variance Inflation Factor (VIF) değerleri hesaplanacaktır. Geliştirilen panel modellerinde içerisinde birbirleri ile yüksek korelasyon ilişkisine sahip değişkenlerin aynı model de aynı anda kullanılması çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olabilmektedir. Bu problemin tespiti için her bir değişkenin VIF değerleri (1/1-R²) formülü kullanılarak hesaplanmaktadır (O'Brien, 2007). Literatürde kabul edilebilir VIF değerlerinin 4, 5 ve hatta 10 olduğu görülmektedir (Açıkgöz, Uygurtürk, & Korkmaz, 2015).

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin VIF Değerleri

Değişken	R ²	VIF Değeri
MLİFE	0.21	1.26
FLİFE	0.21	1.36
KBG	0.42	1.14
GSYİHBO	0.14	1.21
Enf	0.16	1.51
İO	0.34	2.04
NBO	0.27	1.75

Geliştirilecek panel veri modellerinde çoklu doğrusal bağlantı sorununa sebebiyet verebilecek değişkenlerin olup olmadığına yönelik tespit için her bir değişkenin VIF değerleri hesaplanmıştır. Değişkenlere ait VIF değerleri hesaplanırken her bir değişken bir defaya mahsus bağımlı değişken olmaktadır. Elde edilen R² değeri (1/1-R²) formülü kullanılarak katsayılar elde edilmektedir. Değişkenlere ait VIF katsayıları incelendiğinde VIF değerinin en kritik değer olan 4 değerinden küçük olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile modellerde kullanılan değişkenler içerisinde çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olabilecek bir değişken bulunmamaktadır. Araştırmada çoklu doğrusal bağlantı problem

tespiti sonrasında incelenmesi gereken husus geliştirilecek modeller için en uygun panel varsayımlarının belirlenmesidir.

Tablo 3. Modellere En Uygun Yaklaşım Belirleme Testleri

		İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Model 1 MLIFE	F Testi	67.16	0.000
	Hausman Testi	12.35	0.03
Model 2 FLIFE	F Testi	51.13	0.000
	Hausman Testi	23.57	0.000

Araştırmada kapsamında geliştirilecek iki model için en uygun panel yaklaşımları belirlenmiştir. Erkeklerle özgü ortalama yaşam süresi ile sosyo-ekonomik göstergeler arasındaki ilişkiyi tespit etmek için geliştirilen modelde ilk olarak havuzlanmış modelin geçerliliği sınanmıştır. Havuzlanmış modelin geçerliliği sınanan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Bir sonraki adımda hasuman testi yapılarak sabit etkiler ile tesadüfi etkiler modeli arasında ayırım yapılmıştır. Yapılan test sonucunda sabit etkiler yaklaşımı modeller için en uygun yaklaşım olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın bu kısmından sonra modellerin panel temel varsayımları karşılayıp karşılamadığı tek tek kontrol edilecektir. İlk incelenmesi gereken temel varsayım ise modellerin otokorelasyon probleminin olup olmadığının kontrol edilmesidir.

Tablo 4. Otokorelasyon Testi

Test	MLIFE		FLIFE	
	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Bhargava et al. Durbin-Watson	0.17	P<0.05	0.38	P>0.05
Baltağı-Wu LBI	0.25	P<0.05	0.46	P>0.05

Araştırma kapsamında geliştirilen her iki modelde otokorelasyon probleminin olup olmadığı Bhargava et al. Durbin-Watson ve Baltacı-Wu testleri kapsamında kontrol edilmiştir. Belirtilen test istatistik değerlerinin 2'ye yakın değer alması beklenmektedir. Yapılan analiz sonucunda testlerin istatistik değerlerinin 2'den düşük olduğu görülmektedir. İstatistik değerlerinin 2'den düşük olması nedeniyle modellerde otokorelasyon olduğu görülmektedir. Modellerden otokorelasyon probleminin etkisini arındırmak için dirençli tahminciler kullanılacaktır.

Tablo 5. Modellerde Sabit Varyans Kontrolü

Test	MLIFE		FLIFE	
	Chi2	Olasılık Değeri	Chi2	Olasılık Değeri
Değiştirilmiş Walt Testi	187.72	0.000	143.94	0.000

Geliştirilen panel modeller sabit varyans üzerine kurulmaktadır. Panel modellemelerin kuruluş felsefeleri sabit varyans üzerinedir. Modeldeki birimlerin değişmesinden dolayı varyansı değişiyorsa değişen varyans problemi mevcuttur. Bir modelde değişen varyans probleminin olması tahminci değerlerinin yanlış hesaplanmasına neden olan sebeplerden biridir. Her bir model değiştirilmiş Walt testi ile değişen varyans problemine sahip olup olmadığı incelenmiştir. Test sonuçları değerlendirildiğinde değişen varyans yoktur şeklinde kurulan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Üç modelin üçünde de değişen varyans problemi mevcut olup söz konusu problem için dirençli tahminciler kullanılacaktır. Modellerde nihai bulgulara geçmeden önce incelenmesi gereken son temel varsayım yatay kesit bağımlılık durumudur.

Tablo 6. Yatay Kesit Bağımlılık Testi

Test	MLIFE		FLIFE	
	Chi2	Olasılık Değeri	Chi2	Olasılık Değeri
Breusch-Pagan _{LM}	3667.40	0.000	4125.74	0.000
Pesaran Scaled _{LM}	72.09	0.002	83.69	0.008
Pesaran _{CD}	10.66	0.000	11.97	0.000

Araştırma kapsamında geliştirilen panel modellerde incelenen son temel varsayım yatay kesit bağımlılık durumudur. Bir modelde yatay kesit bağımlılığı; model içerisinde yer alan herhangi bir yatay kesit birimine gelen bir şok dalgasının diğerlerini etkileyip etkilemediğinin tespit edilmesidir. Söz konusu böyle bir etkinin olması modelde yatay kesit bağımlılık problemi olduğunu göstermekte ve tahminci değerlerinin de yanlış hesaplanabileceği anlamına gelmektedir. Modellerde yatay kesit bağımlılık durumu üç farklı test ile test edilmiştir. Her iki model üzerinde yapılan üç farklı test türünde yatay kesit bağımlılık problemi yoktur şeklinde kurulan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Modellerde yatay kesit bağımlılık problemi vardır. Araştırma kapsamında geliştirilmesi planlanan modellerin panel veri temel varsayımları kapsamında tüm varsayımların karşılanıp karşılanmadığı tek tek incelenmiştir. Modellerde karşılaşılan temel varsayım problemlerinin çözümü için dirençli tahminci kullanılmıştır.

Tablo 7. Model 1 Erkekler Özgü Ortalama Yaşam Süresine İlişkin Panel Veri Sonuçları

Bağımlı Değişken: Model 1 LNMLIFE				
Zaman Aralığı: 1991-2020				
Ülke Sayısı: 30				
Elde Edilen Gözlem Sayısı: 1081				
Bağımsız Değişkenler	Tahminci Katsayıları	Drisc/Kraay Standart Hata	t- değeri	İhtimal Değeri
LNKBG	0.032975	0.000668	49.39	0.000
GSYİHBO	0.00739	0.007953	4.68	0.000
LNEnf	-0.007796	0.000423	-6.61	0.000
LNİO	-0.003496	0.001632	-1.52	0.12
LNNBO	-0.00342	0.000547	-6.65	0.000
C	3.951424	0.007261	44.17	0.000
R ² : 0.43		F-statistic: 168.79		F İhtimal Değeri: 0.000

Yukarıdaki Tablo 7’de erkekler özgü ortalama yaşam süresinin bağımlı değişken olduğu modelin regresyon sonuçları yer almaktadır. Modele ait regresyon sonuçlarına ulaşmadan önce temel varsayımları karşılayıp karşılamadığı test edilmiştir. Model 1’de temel varsayımlara yönelik değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılık problemlerinin olduğu tespit edilmiştir. Modeldeki nihai bulguları söz konusu problemlerin etkilerinden arındırmak için dirençli tahminci kullanılmıştır. Kullanılan dirençli tahminci sayesinde nihai sonuçlar temel varsayım problemlerinden arındırılmıştır. Rakamsal değeri yüksek olan değişkenler için rakamsal değerini küçültmek amacıyla logaritmik dönüşüm uygulanmıştır. Değişkenlere ait bulgulara geçmeden önce modelde F ihtimal ve F istatistik değerine bakarak modelin %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Modelin R² değeri %43 olduğu görülmektedir.

Modeldeki bağımsız değişkenlerin bulguları incelendiğinde kişi başı gelirdeki %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda erkekler özgü ortalama yaşam süresinde %0.03 birimlik bir artışın olabileceği öngörülmektedir. Ekonomik büyüme oranında %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda erkekler özgü ortalama yaşam süresinde 0.007 birimlik artışın gerçekleşmesi öngörülmektedir. Enflasyon oranında %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda erkekler özgü ortalama yaşam süresinde %0.007 birimlik bir azalışın olabileceği öngörülmektedir. Modelde işsizlik oranı değişkeni ile erkekler özgü ortalama yaşam süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Son olarak ise nüfus büyüme oranında %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda erkekler özgü ortalama yaşam süresinde %0.003 birimlik bir azalışın olabileceği öngörülmektedir.

Tablo 8. Model Kadınlara Özgü Ortalama Yaşam Süresine İlişkin Panel Veri Sonuçları

Bağımlı Değişken: Model 1 LNFLIFE				
Zaman Aralığı: 1991-2020				
Ülke Sayısı: 30				
Elde Edilen Gözlem Sayısı: 1081				
Bağımsız Değişkenler	Tahminci Katsayıları	Drisc/Kraay Standart Hata	t- değeri	İhtimal Değeri
LNKBG	0.029956	0.001557	19.24	0.000
GSYİHBO	0.04357	0.000123	3.52	0.000
LNEnf	-0.05307	0.000945	-3.25	0.001
LNİÖ	-0.017517	0.003454	2.17	0.029
LNNBO	-0.003203	0.001735	-1.84	0.0651
C	4.036891	0.016661	24.29	0.000
R ² : 0.48	F-statistic: 186.23		Prob (F-Statistic): 0.000	

Yukarıdaki Tablo 8’de araştırma kapsamında kadınlara özgü ortalama yaşam süresi ile sosyo-ekonomik göstergeler arasında ilişkiyi üzerine geliştirilen modelin regresyon sonuçları yer almaktadır. Modelin nihai bulgusuna ulaşmadan önce panel veri varsayımlarını sağlayıp sağlamadığı test edilmiştir. Geliştirilen bu modelde panel veri temel varsayımlara yönelik otokorelasyon, yatay kesit bağımlılık ve değişen varyans problemleri ile karşılaşmıştır. Karşılaşılan problemlere yönelik Driscoll ve Kraay dirençli tahmincisi uygulanmıştır. Diğer taraftan model bütünsel olarak değerlendirildiğinde %1 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Kadınlara ortalama yaşam süresine yönelik geliştirilen modelin R² değerinin %48 olduğu görülmektedir.

Modeldeki bağımsız değişkenlere ait bulgular incelendiğinde kişi başı gelir ile GSYİH büyüme oranı değişkenleri bağımlı değişken ile pozitif yönlü ilişkiye sahipken diğer değişkenlerin negatif yönlü ilişkiye sahip oldukları görülmektedir. Kişi başı gelirden %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda kadınlara özgü ortalama yaşam süresinde %0.02 birimlik bir artışın olabileceği öngörülmektedir. Ekonomik büyüme oranında %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda kadınlara özgü ortalama yaşam süresinde %0.04 birimlik bir artışın olabileceği öngörülmektedir. Enflasyon düzeyinde %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda kadınlara özgü ortalama yaşam süresinde %0.05 birimlik bir azalışın olabileceği öngörülmektedir. İşsizlik oranında %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda kadınlara özgü ortalama yaşam süresinde %0.01 birimlik bir azalışın olabileceği öngörülmektedir. Model içerisinde nüfus büyüme oranı %10 düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Nüfus büyüme oranında %1 düzeyinde bir artışın gerçekleşmesi durumunda kadınlara özgü ortalama yaşam süresinde %0.003 birimlik bir azalışın olabileceği öngörülmektedir.

5. Sonuç

Ülkelerin temel amaçlarından birisi de kaliteli bir sağlık hizmeti verilmesini ve sağlık hizmetlerinin tüm toplum tarafından ulaşılabilir olmasını sağlamaktır. Fakat sağlık hizmetleri, demografik, sosyo-ekonomik ve coğrafi birçok faktörden etkilendiği için bunu sağlamak oldukça güçtür. Bundan dolayı dünyada ortalama yaşam süresinin ülkeden ülkeye farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Bu sebeple ortalama yaşam süresini hangi faktörlerin ne derece etkilediğinin belirlenmesi önemli bir husustur.

Bu bağlamda bu çalışmada dünya bankasına göre üst orta gelir grubunda yer alan 54 ülke içerisinde 40 ülke örneklem grubuna dâhil edilerek sosyo-ekonomik göstergelerin cinsiyete özgü ortalama yaşam süresi üzerindeki etki düzeyleri incelenmiştir. Araştırma da iki bağımlı beş bağımsız değişken kullanılmıştır. Her iki modelde de ekonomik göstergelerde olumlu gelişmeler ortalama yaşam süresi üzerinde artırıcı bir etki yaparken, olumsuz gelişmelerin azaltıcı bir etki yaptığı görülmektedir. Kişi başı gelir ve ekonomik büyüme oranı değişkeni her iki bağımlı değişkenle de pozitif yönde ilişkili iken, diğer değişkenlerin negatif yönde ilişkili oldukları görülmektedir. Erkeklerin ortalama yaşam süresi üzerine geliştirilen modelde kişi başı gelir değişkeni olumlu yönde tahminci katsayısı en yüksek iken, olumsuz yönde de en fazla tahminci katsayısına sahip olan değişkenin enflasyon olduğu görülmektedir. Kadınlara özgü ortalama yaşam süresi üzerine geliştirilen modelde pozitif yönde en yüksek katsayıya sahip değişken ekonomik büyüme oranı iken, negatif yönde en yüksek katsayıya sahip bağımsız değişken ise yine enflasyon değişkeni olmuştur.

Sonuç olarak bu çalışmayla enflasyon oranının ortalama yaşam süresi üzerinde ekonomik büyüme kadar etkisinin olduğu bir kez daha görülmüştür.

Ülkelerin ortalama yaşam sürelerini arttırmaya çalışmalarının toplum refahının artırılmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Ortalama yaşam süresi ve refah kavramı yakından ilişkili olduğundan ortalama yaşam süresinin artırılması ülke refahının artırılmasına büyük katkı sağlayacaktır. Ayrıca ortalama yaşam süresinin artmasıyla sağlık hizmetlerinde kalitenin artacağı, kalitenin artmasıyla da sağlık harcamalarının artış göstereceği ve bu durumun ekonomik büyümeye katkı sağlayıp işsizliği azaltacağı düşünülmektedir.

6. Extended Abstract

Average life expectancy is seen as a sign of environmental, social and economic development and is briefly expressed as the average time an individual survives. Developments in health technologies and increases in service quality contribute to the increase in life expectancy. The increase in life expectancy also contributes to economic growth by increasing the productivity of human capital. With the developments in health technologies and improvements in health services, the average life expectancy is increasing from year to year. It is seen that the average life expectancy is higher in developed countries than in developing countries, and the average life expectancy in women is higher than in men. Since there are many factors affecting the average lifespan, socio-economic factors that are thought to affect the gender-specific life expectancy were examined in this study.

In this context, the aim of the research is to examine the relationship between the average life expectancy of women and men and socio-economic indicators in countries in the upper-middle income group according to the World Bank income classification. In this direction, the effect levels of each socioeconomic indicator included in the scope of the research on the average life expectancy of men and women will be examined separately.

Within the scope of the research, the countries in the upper-middle income group, taking into account the World Bank income classification, constitute the universe of the research. In order to generalize the research results more, all countries whose data can be accessed were included in the study. According to the World Bank income classification, while 54 countries are in the upper-middle income group, 40 countries were included in the sample of the study because the data of 40 countries were reached. The time dimension of the research is between 1991 and 2020. The type of data is annual.

When the findings of average life expectancy specific to women are examined, it is seen that the variables of per capita income and GDP growth rate have a positive relationship with the dependent variable, while other variables have a negative relationship. Example; in case of an increase of 1% in per capita income, it is predicted that there may be an increase of 0.02% in the average life expectancy specific to women. Besides the population growth rate in the model was significant at the 10% level. In case of an increase of 1% in the population growth rate, it is predicted that there may be a decrease of 0.003% in the average life expectancy specific to women. In addition, it is seen that there are similar results in the findings of male-specific life expectancy. Two dependent and five independent variables were used in the study. In both models, positive developments in economic indicators have an increasing effect on average life expectancy, while negative developments have a decreasing effect. While per capita income and economic growth rate variable are positively related to both dependent variables, it is seen that other variables are negatively related. In the model developed on the average life expectancy of men, it is seen that while the per capita income variable has the highest predictor coefficient in the positive direction, the variable with the highest predictor coefficient in the negative direction is inflation. In the model developed on the average life expectancy specific to women, the variable with the highest positive coefficient was the economic growth rate, while the independent variable with the highest coefficient in the negative direction was the inflation variable. As a result, in this study, it has been seen once again that the inflation rate has as much effect on the average life expectancy as the economic growth.

Keywords: Panel Data Analysis, Average Life Expectancy, Socio-Economic Indicators

Kaynakça

- Açıkgöz, E., Uygurtürk, H., & Korkmaz, T. (2015). Analysis of Factors Affecting Growth of Pension Mutual Funds In Turkey. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2), 427-433.
- Baltagi, B., & Moscone, F. (2010). *Health Care Expenditure and Income In The OECD Reconsidered: Evidence From Panel Data*. ZA Discussion Paper.
- Barufi, A., Haddad, E., & Paez, A. (2012). Infant Mortality In Brazil, 1980-2000: A Spatial Panel Data Analysis. *BMC Public Health*, 12(181), 1-15.
- Çağlayan-Akay, E., & Oskonbaeya, Z. (2020). Bebek ölüm oranlarının belirleyicileri: Geçiş ülkeleri üzerine dinamik panel veri analizi. M. Şahin içinde, *Sürdürülebilir yaşam* (s. 63-83). Racing Academy Press.
- Çalışkan, Z. (2009). OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamaları: Panel Veri Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34, 117-137.
- Dhrif, A. (2018). *Health-Care Expenditures, Economic Growth And Infant Mortality: Evidence From Developed And Developing Countries*. Cepal Review.
- Ergün, S., & Atay-Polat, M. (2018). Türkiye’de Bölgeler Düzeyinde Sağlık Harcamalarını Etkileyen Unsurların Panel Veri Analizi ile Belirlenmesi. *Business And Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1285-1309.
- Ergün, S., & Atay-Polat, M. (2019). Farklı Gelir Grubundaki Ülkelerde Ekonomik Büyüme ve Çevre Kalitesinin Sağlık Harcamaları Üzerindeki Etkisi: Panel Veri Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 21(1), 48-75.
- Hartwing, J. (2010). Is Health Capital Formation Good for Long-Term Economic Growth?-Panel Granger-Causality Evidence for OECD Countries. *Journal of Macroeconomics*, 32, 314-325.
- Heshmati, A. (2001). *On The Causality Between GDP and Health Care Expenditure In Augmented Solow Growth Model*. Working Paper Series in Economics and Finance.
- Houweling, T., & Kunst, A. (2009). Socio-Economic Inequalities In Childhood Mortality In Low- And Middle-Income Countries: A Review of The International Evidence. *British Medical Bulletin*, 93, 7-26.
- Iram, U., & Butt, M. (2008). Socioeconomic Determinants of Child Mortality In Pakistan Evidence From Sequential Probit Model. *International Journal of Social Economics*, 35(1-2), 63-76.
- Ntogwa-Ng'habi, B. (2012). Economic Growth and Human Development; A Link Mechanism An Empirical Approach. *Munich Personal REPEC Archive*, 1-48.
- O'Brien, R. (2007). A Calculation Regarding Rules Of Thumb For Variance Inflation Factors. *Quality and Quantity*, 41(5), 673-690.
- Orwat-Acedanska, A. (2019). Dynamic Spatial Panel Data Models In Identifying Socio-Economic Factors Affecting The Level of Health In Selected European Countries. *European Spatial Research and Policy*, 26(1), 195-211.
- Rezaei, S., Matin, B., & Rad, E. (2015). Socioeconomic Determinants of Infant Mortality In Iranian Children: A Longitudinal Econometrics Analysis. *International Journal Pediatrics*, 3(1), 375-380.
- Rutstein, S. (2000). Factors Associated With Trends In Infant and Child Mortality In Developing Countries During The 1990s. *Bulletin of the World Health Organization*, 78, 1256-1270.
- Sağın, A., & Karasaç, F. (2020). Obezitenin Sosyo-Ekonomik Belirleyicileri: OECD Ülkeleri Analizi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21), 183-200.
- Sari, V., & Prasetyani, D. (2021). Socioeconomic Determinants of Infant Mortality Rate In ASEAN: A Panel Data Analysis. *Journal of ASEAN Studies*, 9(1), 73-85.
- Shobande, O. (2020). The Effects of Energy Use On Infant Mortality Rates In Africa. *Environmental and Sustainability Indicators*, 5, 1-11.
- Şaşmaz, M., Odabaş, H., & Yayla, Y. (2019). OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamaları ile Kalkınma Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi. *Yönetim ve Ekonomi*, 26(3), 851-866.
- Yılmaz, F., Boz, C., & İnce, Ö. (2021). Sağlık Hizmetleri Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi ile Belirlenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İ.İ.B.F.*, 8(2), 577-590.
- Zakir, M., & Wunnava, P. (1999). Factors Affecting Infant Mortality Rates: Evidence From Cross-Sectional Data. *Applied Economics Letters*, 6, 271-273.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Osman Şenol)%50/(Fevzi Akbulut)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Osman Şenol)%50/(Fevzi Akbulut)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Uluslararası Politikada Sistem Düşüncesi

Süleyman ELİK* 

ÖZ

Sistem teorisi hem sosyolojinin hem de uluslararası siyasetin en önemli çalışma alanlarından biri olmuştur. Sistem teorisini en kapsamlı şekilde ele alan ilk siyaset bilimci Morton Kaplan, gelenekselci metodun karşısında yer alarak çalışmalarını davranışsalci akımın içinde yürütmüştür. Buna karşın Hedley Bull düzen kavramını üretmiştir. İngiliz okulu teorisyenlerinden Barry Buzan ve Richard Little'in sistem tarihi yazımı denemesi ise alternatif bir sistem analizi sunmuştur. Morton Kaplandan sonra uluslararası siyasete üst seviyeden bir bakış, Kenneth Waltz tarafından yapılmıştır. O dünya siyasetinde Soğuk Savaş dönemini açıklayarak tepeden bir bakış açısı sunmuştur. Fakat Soğuk Savaş sonrası dönemde Sosyal İnşacılık yaklaşımının yapı ve yapan ilişkisini açıklaması, uluslararası siyasete dair yeni bir kuramsal deneme sunmuştur. Onların yaklaşımı, bir tarih yazımında kullanılmaktan ziyade sistem içindeki değişimi açıklamaya yöneliktir. Diğer taraftan Haas'ın sistem yaklaşımı ise uluslararası örgütlerin sistem içinde oynadığı role dikkat çekmektedir. Onun sistem yaklaşımı, sistemin bir parçası olan yapı konusunda bir öngörü sunmasına rağmen siyasi bir tarih yazımına bir katkısı söz konusu değildir. Buna karşın Resocrance'ın denemesi, en başarılı sistem tarihi yazımlardan biri olarak değerlendirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Sistem, Uluslararası Örgütler, Yapı, Birim, Devlet

The Idea of International System in International Politics

ABSTRACT

System theories have been occupied the agenda of both sociology and international politics since the divergence in social sciences. Morton Kaplan is the first political scientist substantially examines system theory in the framework of behavioralist perspectives whilst opposing traditionalist theorists. Whereas Hedley Bull who was the main figures developed the concept of order. Barry Buzan and Richard Little introduce an alternative approach to systemic theories by focusing of international history. Kenneth Waltz presents a macro perspective in use international politics. He successfully explains Cold War condition of world politics. However, constructivist understanding in international politics bring about agent-structure debate in explanation of post-cold war in the world affairs. The constructivism is not aimed at writing of a political history but explain the dynamics of change and continuity of international system. On the one hand, Ernst Haas's systemic approach explores the role of international organization which plays effective role in the system. He considers that international organization is that one of the components of current international system, but not helpful in writing of political history. One of the successful attempts has been made by Richard Resocrance in writing of history of international system.

Keywords: International System, International Organization, Structure, Unit, State

1. Giriş

John J. Weltman (1973), "*System Theory in International Relations*" adlı çalışmasına, Âdem ve Havva'nın cennetten kovulurken "*sevğilim biz büyük bir değişim dönemindeyiz*" ifadelerini aktararak başlar. Benzer şekilde, Batı medeniyetinin en önemli yapıtlarından biri olan John Milton'un (2005) "*Paradis Lost*" adlı çalışması da insanlık tarihinin serüvenini, Âdem'in dünyaya inşiyle başlatır. Tevrat, İncil ve Kuran'da anlatılan peygamber kıssaları, insanlık tarihindeki değişim ve dönüşümler hususunda bilgiler sunmaktadır. Farklı din anlayışlarına rağmen İbn Arabi'nin "*Fusus el-Hikem*"deki sembolik anlatımı ve Milton'un şiirsel anlatımı, insanlık tarihinin dinsel kökenlerinin ortak bir şura dayandığını göstermektedir (Demirli, 2009). Fakat dini metinler üzerinden bir uluslararası ilişkiler tarihi yazımı, bilimsel normlarca uygun görülmemektedir. Çünkü İnsanlık tarihine yön veren liderler ve olaylar döngüsünün gerçekliği, daha çok siyasi tarihin konularından biri olagelmıştır. İnsanoğlunun kurduğu sosyal, siyasal ve ekonomik düzen her ne kadar farklı karakterlerde olsa da değişimin gerçekleşmesinde iç sosyal dinamikler ve devletlerarası dış ilişkilerin birbirini inşa etmesi daha etkili olmaktadır.

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Doç. Dr., Türkiye Cumhuriyeti Seul Büyükelçiliği ve İstanbul Medeniyet Üniversitesi, eliksuleyman@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 16.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 06.04.2023

Citation/Atf: Elik, S. (2023). Uluslararası politikada sistem düşüncesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 89-105. <https://doi.org/10.52642/susbed.1220091>

Bu çalışmada ilk olarak, “Uluslararası sistemin şekillenmesini belirleyen esas güç unsuru ulus devlet mi yoksa Tanrısal bir akıl mı?” sorusuna cevap aramak yerine, uluslararası sistem konusunda mevcut olan literatüre dair teorik bir değerlendirme sunulacaktır.

İkinci olarak, uluslararası tarih yazımında makro teorilerin ne gibi bir katkısı olduğu araştırılacaktır. Analiz düzeyinde üçüncü suret olarak belirlenen sistem konusu, üst bir çerçeve kavram olarak devletlerin iç politikalarını da kapsar. Bu bağlamda David Singer’in (1961) meşhur makalesinde iki düzeyli analiz kullanılmıştır. Ona göre, uluslararası politikanın analizinde sistem düzeyi ve devlet düzeyi analizi esas alınmalıdır. Diğer taraftan Waltz (2018) ise bu düzeye bireysel düzeyi ilave etmiştir. Bu üçleme, dış politika çalışmalarında devletlerin birbirleriyle ilişkilerini izah etmek için kullanılmıştır.

Westfalya Anlaşması (1648), modern devletin inşasında ana kırılma noktası olarak kabul edilmiştir. O zamana kadar devletin karakteri konusunda geniş bir teorik alt yapı oluşmasına rağmen bu barış anlaşmasının getirdiği en önemli yenilik, dini otoritenin, devletler arası anlaşmalarda masanın dışında bırakılmasıdır. 1789 Fransız Devrimi, ulus devletlerin oluşumunda özgürlük, eşitlik ve kardeşlik gibi kavramları kapsayan vatandaşlık kavramını ortaya çıkarmıştır. Napolyon Avrupa Düzeni ise milli ordu fikrini hayata geçirmesiyle vatan kavramını siyasal bilgiler literatürüne katmıştır. 1815 Viyana Kongresiyle birlikte, uluslararası sistemde ulusal monarşiler lağvedilerek ulus-devlete doğru bir akış söz konusudur. Neticede, 1945 sonrası uluslararası düzende bireyin özgürlüğünü esas alan yaklaşımlar ileri sürülmüştür. İki kutuplu uluslararası düzende demokrasi ve insan hakları gibi söylemler, Batı’daki siyasal bilgiler literatürüne insan odaklı bir analiz düzeyi sunmuştur.

Bu çalışmada, uluslararası sistem tarihinin, sistem kavramı esas alınarak yazılıp yazılmayacağına bakılacaktır. Dolayısıyla sistem konusunda Avrupa merkezli anlayış kapsamında bir literatür taraması yapılacaktır. Böylece farklı yaklaşımların, uluslararası sistem tarihi yazımına katkısının ne düzeyde olduğu gösterilecektir.

Çalışmanın birinci kısmında, fonksiyonel sosyolojinin konularından biri olan sistem düşüncesi ele alınacak ve sistemin sosyal yapısı ile ilgili açıklayıcı öngörüler sunulacaktır. Makalenin ikinci kısmında, esas olarak uluslararası ilişkilerde genel sistem teorisini ele alan düşünürlerden olan Morton Kaplan (1957), Kenneth Neil Waltz (2010), Ernst Haas (2008), Richard Resocrance (1963) ve Barry Buzan ve Richard Little’in (2000) yaklaşımları ile Hedley Bull’un (2012) sistem yerine kullandığı *uluslararası düzen* konusu ele alınacaktır. Çalışmanın son kısmında ise sistem konusunda paradigmlar arası tartışmalar incelenecektir.

2. Sistem Düşüncesinin Sosyolojik Kökenleri

Sosyoloji alanında sistem konusunda en kapsamlı Türkçe çalışma, Sosyolog Yunus Yoldaş (2019) tarafından yapılmıştır. Yoldaş, çalışmasının ilk kısmında, Ludwig von Bertalanffy’nin biyoloji kuramı içinde temelini attığı *Genel Sistem Kuramını* ele almıştır. Bertalanffy’nin yaklaşımı, disiplinler arası bir paradigma olarak akademik çevrelerde etkili olmuştur. Bertalanffy bütüncül yaklaşımına ilaveten, Talcott Parson’un *Yapısal İşlevsel Sistem Kuramı* da sosyal bilimler alanına girmiştir. Yoldaş, çalışmasının son kısmını ise Alman sosyolog Niklas Luhmann’ın görüşlerine ayırmış ve Parson’un *Yapısal-İşlevsel Sistem Kuramını* ele alarak işlevsel-yapısal sistem kuramını daha da geliştirmeye çabalamıştır (Yoldaş, 2004).

Diğer taraftan Weltman, sosyolojinin bir çalışma alanı olan sistem yaklaşımlarını, uluslararası ilişkilerde metodolojik bir araç olarak kullanan ilk bilim insanı olmuştur. Çalışmasının ilk kısmında sistem düşüncesinin kökenini açıklamaya çalışmıştır. Weltman, açıklayıcı yaklaşımın zayıf noktasını taraflı ve tahmin edilemez olarak görmüştür. Fikrini, “açıklayıcı yaklaşım bilimselliğe ne kadar yaklaşabilirse o kadar amaca ulaşmış olur” şeklinde ifade etmiştir (Weltman, 1973). Robert Kaplan’ın sistem tanımını esas alan Weltman, süreç ve dengenin fonksiyonel olmasının gerekli olduğunu iddia etmiştir. Ona göre, dengesizlik durumunda sistemin çözülmesi söz konusudur. Bundan dolayı denge hem istikrarı hem de istikrarsızlığı getirir. Sistemin yapısı ve parçaları gözlemlenebilir olması gerekir ki devletlerdeki değişim ve buna bağlı olarak sistemdeki değişime neden olan gizli değişkenler tespit edilebilsin. Sistem kendi başına düşünülmediğinden, sistemin çevresinin sistem üzerindeki değişime olan etkilerine de bakılmalıdır. Ona göre bu iki tür etkileşim, ters tepki olarak ifade edilen termostat metaforuyla anlatılır. Termostat hem odayı ısıtır hem de serinletir. Dolayısıyla odanın sıcaklığı, termostatın çalışma sistemini ayarlar. Bu bağlamda çevre ile sistem arasında da benzer bir etkileşim söz konusudur. Sistem, öğrenici bir tavırla çevreye uyum

sağladığı gibi çevre de sisteme aynı şekilde uyum sağlar. Başka bir deyişle, yapı ile süreç arasındaki uyum ya da öğrenilen bir davranışa dönüşür (Weltman, 1973).

İkinci yapısal sosyolojik yaklaşım ise Marion J. Levy (1952) tarafından sunulmuştur. Onun fonksiyonel sosyoloji konusunda yapmış olduğu çalışmalar, yapının tanımına ciddi katkılar sağlamıştır. Ona göre yapı, bir örüntü, gözlemlenebilir bir nizam, hareket ve operasyonu ifade eder. Fonksiyon ise zamana göre yapıda değişen operasyonlara göre sonuçlanan koşulları ve devlet işlerini ifade eder. Buna göre sistem teorisi, kısmi bir genelleştirmeden yanadır; daha çok görünür aktiviteleri anlamaya çabalar. Süreç ise deneysel bir tasniften ziyade otonom bir analitik bir yapılandırma olarak görülür (Marion, 1952).

Diğer taraftan Martindale (1965), sistem düşüncesine yeni bir açılım getirmiştir. Bu açılım, Pozitivist Organizma yaklaşımıdır. Toplum sosyolojisi anlatılırken liberal görüşün karşısında yer alan bu yaklaşım, metafizik görüşe de karşıdır. Fakat bu yaklaşım, Weltmen'e göre bütüncül ve teklik gibi iki zıtlığı beraberinde getirmiştir (Weltmen, 1973). Pozitivist düşünür August Comte ve Darvinci Sosyolojiyi birleştirerek kendi sosyal Darwinizm kuramını kuran Herbert Spencer da bu görüş içinde yer almıştır. Weltmen'e (1973) göre, fonksiyonel sosyologlardan Talcott Parsons, Robert Merton ve Marion Levy'nin fonksiyonel yaklaşımları, aktörlerin davranışlarını ve sistemi oluşturan ve devamını sağlayan faaliyetlerin durumlarını açıklayabilmektedir. Ona göre Marion Levy fonksiyonel yaklaşımının, temel analiz düzeyi olarak toplumu esas alması söz konusudur. Bu da onun yaklaşımlarına daha geniş bir teorik bir analiz sunma imkânı vermiştir (Weltmen,1973). Siyaset bilminde teorik olarak benzer yaklaşımı, David Easton yapmıştır. Easton (1965) siyasal sistemi, sosyal davranışları soyutlayarak birbirleriyle ilişkileri ile olan ilişkilerini tanımlamıştır. Fakat bu tip fonksiyonel yaklaşımlar ne sosyoloji alanında ne de siyaset bilminde entelektüel bir yenilik sağlayamamıştır.

3. Uluslararası İlişkilerde Sistem Düşüncesi Konusunda Tartışmalar

Uluslararası sistemi bir başlık ya da ayrı kavram olarak ele alan birçok çalışma olmasına rağmen bu çalışma, disipline bir süreklilik ve yenilik sağlayan sistem kuramcılarının tezlerini tartışmaya açmıştır. Bu da sosyolojik yaklaşımlardan farklılık arz etmektedir. Bir tarafta davranışsal metodolojiye yaslanan sistem teorisyenler, diğer tarafta ise geleneğe dayalı anlatıya yaslanan sistem teorisyenleri söz konusudur. Morton Kaplan (1966) ile Hedley Bull (1969) arasında geçen tartışma, sistem teorisinin ölçülüp ölçülemeyeceği hususuna giriş olarak kabul edilebilir. İngiliz okulu teorisyenleri, uluslararası sistem tarihini bir uluslararası toplum tarihi olarak başarılı bir kurgulama ile yazmaya çalışmışlardır (Watson, 2009; Watson ve Bull, 1984). Diğer taraftan, Morton Kaplan (1963) gibi deneye dayalı açıklamalarda bulunma denemeleri söz konusudur. Fakat bu düşünürlerin ortak tematik noktası, etkileşim ve bunun sonucunda ortaya çıkan değişim, süreç ve yapı analizleridir.

3.1. Morton A. Kaplan ve Sistem Yaklaşımı

Morton Kaplan'ın (1957) uluslararası politika alanında geliştirdiği sistem teorisi, sosyal teorisinin araçlarından biridir. Kaplan (1957), "*System and Process in International Politics*" adlı çalışmasında sosyal sistemin doğası konusunu tartışmaya açmıştır. Çalışmasının ana tezi, uluslararası sistemin altı modelle açıklanabileceğine dair iddiasıdır. Kaplan, her sistem modeli için geçerli olduğuna inandığı beş değişken seti öngörmektedir. Bunlar, temel kurallar, değişim kuralları, aktör sınıflandırıcı değişkenler, kapasite değişkenleri ve haberleşme değişkenleridir (Arı, 1990). Kaplan, daha çok sistemin değişiminde etki eden kuralları ve sistemik etkinin araçlarının neler olduğunu incelemiştir. Kaplan, sistemi "*birbirleriyle çok sıkı ilişki halinde olan ve kendilerine özgü davranışsal düzenlilikler ile dış çevreden ayrılan değişkenler dizisi*" olarak tanımlamaktadır (Kaplan, 1957). Onun tanımlamasına göre, kurguladığı beş sistem tarzı hususunda varsayımlar geliştirme imkânı oluşmuştur. Buna göre temel kurallar, sistem içinde devletlerin rasyonel davranışlarını ifade eder. Devletlerin davranışlarında herhangi bir değişim söz konusu olursa sistemin "basamak düzeyi işlevi" değişimine neden olur. Örneğin devrimler, bu tip fonksiyonları icra eder. Bu kurallardan herhangi birinde aksama olursa bu durum, sistemin istikrarsızlığı ile sonuçlanabilir (1957). Kaplan'a göre sistem, eşit ve istikrarlı olmalıdır. Siyasal sistem içinde eşitlik, düzenli bir devlet sistemini gerektirir. Bu durum, daha önce verilen termostat örneğinin çalışma modelinin bir benzeridir. Fakat üst düzey düzen, daha kompleks bir davranış durumlarının oluşmasını gerektirmektedir. Kaplan, eşitlik içinde

değişim ile sistemde değişimi birbirinden ayırmıştır. Ona göre, Fransız sisteminde 1789 ihtilaliyle değişen monarşi düzeni, ancak 1815 Viyana düzeni ile yeniden bir düzene kavuşma imkânı elde edebilmiştir. Devletlerin davranışlarındaki kuralların değişimi, aynı zamanda esas kuralların yeniden belirlenmesiyle sağlanmıştır (Kaplan, 1957). Ona göre siyasi sistem, normatif düzen sunan ilk kurallardır ve bu da evrensel hukuk kurallarından farklılık arz eder (Kaplan, 1957). Uluslararası sistemin kendisi bir siyasi sistem olarak kabul edilmez, fakat din gibi kurumlar, hükümet gibi fonksiyon icra ettiği için siyasi sistem içinde değerlendirilir. Kaplan, siyasi düzenin ana karakterini bağımsızlık olarak kurgular. Ona göre bu da sistem ve alt sistem olarak iki kısımda incelenir. Dolayısıyla uluslararası sistem, politik bir sistem değildir. Ancak bu sistem içine dahil olmak isteyen ulus devletler vardır (Kaplan, 1957). Kaplan, devletlerin siyasi rejimlerini demokratik ve diktatörlük olarak iki kısma ayırır. Neorealist akım gibi o da devleti hiyerarşik düzen içinde görür. Kaplan, uluslararası sistem modelleri altı kısımdan oluşmasına rağmen, bunlardan siyasi tarih ile örtüşen iki önemli modelini çalışmasında kullanır. Bunlar, güç dengesi sistemi ve gevşek iki kutuplu sistemlerdir. Diğer sistem modelleri ise sıkı iki kutuplu sistem, evrensel sistem, hiyerarşik sistem ve birim veto sistemleridir. Bunların, sistem tarihi yazımında herhangi bir kullanımı söz konusu değildir.

Morton Kaplan'ın (1957) geliştirdiği sistemlerden ilki, "*güç dengesi*" sistemidir. Tarihsel sosyoloji ile ilgili olan bu model, 18'inci ve 19'uncu yüzyıllarda Avrupa devletleri arasında gerçekleşen altı ya da sekiz devletten oluşan denge sisteminin, devletler arası ilişkilerin nasıl oluştuğunu izah etmeye çalışır. Ona göre bu sistemin en bağlayıcı kuralı, savaşın durdurulmasından ziyade milli aktörlerin ortadan kaldırılması ya da ulus üstü örgütlerin temel prensiplerine bağlı olan aktörlerin sınırlandırılmasının gerekliliğidir. Fakat bu prensibin ne kadar kabul görüp görmediği tartışmalı bir konudur. Örneğin Polonya'nın bu kulübe dâhil edilmemesi ve büyük güçler tarafından paylaşımı, Kaplan'ın açıklamadığı konulardan biridir. Güç dengesi sisteminde temel aktörlerin en az beş olması gerektiğine inanan Kaplan, aktörlerin sayısının beşin altına düşmesi durumunda istikrarsızlık ya da sistemin çökmesinin söz konusu olduğunu belirtmiştir. Sistemin tarihsel olarak uygulandığı dönem, 18'inci ve 19'uncu yüzyıllardır. İttifaklar dışında kalan devletlerin sayısının çok olması, diğer bir istikrarsızlık kaynağıdır. Benzer şekilde ittifakların sayısının fazlalaşması da aynı sonuçları verecektir. Kaplan'a göre denge politikalarını en iyi izleyen devlet, İngiltere olmuştur. Bunun temel nedenini ada ülkesi olması ve çatışma bölgelerinden uzak olması olarak açıklamıştır. Güç dengesi yaklaşımında ideolojiden ziyade denge unsuru hakimdir. Savaşlar sınırlı gayeler için yapılır. Başat güç olma yarışında güçler birbirlerini dengeleyerek içlerinden birinin sürekli hakimiyetini engeller. Bu durumda uluslararası hukuk, devletler arası ilişkilerde etkin bir rol oynayabilir. Kural dışı hareket ve çabalar, uluslararası örgütlerin artması ve ideolojinin baskın hale gelmesi durumunda güç dengesi sisteminin çökmesi söz konusudur.

Kaplan'ın (1957) ikinci modeli ise "*geniş iki kutuplu*" sistem modelidir. Yoğun bir şekilde üzerinde durduğu bu model, iki büyük gücün etrafında geniş bir yelpazede kümelenen devletlerin karşı ittifaka dahil edildiği bir sistem modeli olarak verilir. Ayrıca bu sistemde, bağlantısız olan devletler ve Birleşmiş Milletler gibi evrensel örgütlere üye olan devletlerin varlığı söz konusudur. Bu sistemin güç dengesinden farklılığı, aynı zamanda arabulucu rolü olmasıdır. Bu rolü ise bağlantısız gruba üye olan ülkeler ile evrensel örgütlere üye olan ülkeler yerine getirirler. Güç parametreleri bağlamında iki güç arasında ikinci nükleer vuruş gücüne sahip olma durumu önem arz etmektedir. Varşova Paktı ve NATO Paktı gibi yapılarda, eğer bloklardan biri hiyerarşik bir yapıya sahip, diğeri gevşek ise; gevşek yapıdaki devletler, bloksuz devletlerle ilişki geliştirebilirler. Fakat hiyerarşik yapıda olan devletlerin varlığı, diğer bloku da etkiler ve onun blok dışı hareketini de sınırlar. Eğer iki kutupta sıkı bir hiyerarşik durum söz konusu olursa o zaman üyelikler çok katı bir şekilde uygulanır. Kaplan'ın iki gevşek kutuplu sistem modelinin kurallarını sekiz madde halinde işlediği esaslar, soğuk savaş dönemi ABD ve Sovyet Rusya arasında gelişen ilişkileri izah eder. Bu sistemde toplam savaştan ziyade sınırlı ve vekalet savaşları söz konusudur. İki kutuplu sistemde ideolojik öğeler daha fazla belirleyici olmaktadır. Nükleer denge olduğundan dolayı, iki kutup arasında savaştan kaçınma durumu daha ağır basmaktadır. Eğer nükleer silahların yayılması söz konusu olursa sistemin birim veto sistemine dönüşmesi söz konusudur.

Kaplan'ın (1957) üçüncü modeli, "*sıkı iki kutuplu*" sistem modelidir. Bu sistemde, bir önceki sistemin aksine tarafsızların ortaya çıkmasına imkân vermez ve neticede sistem, iki güç bloğuyla sınırlandırılır. Gevşek iki kutuplu sistemden farkı, aktör sayısı daha azdır ve tüm aktörler, bloklardan birine üye ya da

tarafıdır. Bu sistemde her iki blok arasında hiyerarşik bir örgütlenme söz konusu değilse sistem, gevşek iki kutuplu sisteme dönüşebilir. Ayrıca bu sistemde aktörler, arabulucu ve bütünleştirici bir rol üstlenmezler.

Kaplan'ın (1957) dördüncü modeli, “evrensel uluslararası sistem” modelidir. Birleşmiş Milletler gibi uluslararası örgütler, ulusal aktörler arasında olan savaşları önleyebilen evrensel bir aktör olarak görülür. Fakat bu modelin en zayıf noktalarından biri, ulus devletlerin kendine buyruk davranmaları nedeniyle gücü kendi bünyelerinde tutmaları, evrensel aktörlerin çok da belirleyici olmadığı gerçeğidir. Bu sistem, hiyerarşik, iki kutuplu ya da güç dengesi sistemine dönüşebilir.

Beşinci model, “hiyerarşik uluslararası sistem” modelidir. Bu sistemde evrensel aktör, diğerlerini etkisiz hale getirebilir. Bu da sadece sistemde bir tek egemen güç olmasına neden olabilir. Kaplan'a göre ilk beş sistem modeli, birbirini takip eden sistemlerdir. Hiyerarşik sistem, demokratik ya da otoriter olabilir. Ayrıca bu sistem, bir dünya devleti ya da imparatorluk sistemi görünümündedir. Dolayısıyla bu sistemde fonksiyonel örgütlenmeler, coğrafi örgütlenmelerden daha güçlüdür. Hiyerarşik sistem bütünleşmiş olduğundan, istikrarlı bir sistem olarak kabul edilir. Her ne kadar sistemden ayrılma imkânı olsa da aktörler, bu yüksek maliyeti göze alamazlar.

Altıncı sistem ise “birim veto” sistemidir. Bu modelde esas olan şey ise küçük veya zayıf olmasına bakılmaksızın etkin silahı bulunan gücün, kendisi bir başka güç tarafından yok edilmeden önce hasmını yenme gücüne sahip olmasıdır. Birim veto sisteminde, nükleer silahların yayılması söz konusudur. Bu durum, ilk vuruş kabiliyeti olmayan 20 kadar nükleer güçlerin ortaya çıkması neticesinde ortaya çıkacak sistemdir. Örneğin, hidrojen bombasına sahip olan küçük bir gücün bile ne kadar büyük bir yıkım yapabileceği gerçeğini açıklayan bir sistem modelidir. Dolayısıyla birim veto sisteminde devletlerin sahip oldukları nükleer silah kapasitesi, diğerlerini caydıracağı için sistem genelde istikrarlı sayılır. Bu tarz ittifaklarda ideoloji ciddi bir rol üstlenmez. Fakat diğerleri, nükleer güce sahip olan saldırgan devlete karşı ittifak yapabilirler. Birim veto sisteminde, nükleer savaşlardan ziyade sınırlı savaşlar söz konusudur. Devletler, tansiyonun tırmandırma ve misilleme korkusuyla birbirlerini caydırabilirler. Dolayısıyla evrensel rol oynayan kuruluşların, liberallerin iddia ettiği arabulucu kabiliyeti daha düşüktür. Hiçbir baskıyı kabul etmeyen nükleer devletler, çok kutuplu bir özellik taşır.

Fakat 18'inci ve 19'uncu yüzyıldaki “güç dengesi” sistemi ve İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan “geniş iki kutuplu” sistem modeli dışındaki modellerin, tarihsel sosyoloji ile bir ilgileri yoktur. Bunlar daha çok ampirik kaygılarla oluşturulmuş soyut modellerdir. Dolayısıyla tarihsel analiz çalışmalarına Kaplan'ın katkısı, belki de sadece iki model ile sınırlı olacaktır (Kaplan, 1957).

Kaplan'ın (1957) bu altı uluslararası sistem modelinin dışında, çok gevşek iki kutuplu sistem, detant sistemi, istikrarsız blok sistemi ve tamamlanmamış nükleer yayılma sistemi diye adlandırdığı dört sistem modeli daha bulunmaktadır.

Çok gevşek iki kutuplu sistemde, bloklar her ne kadar varlıklarını devam ettirirler de zayıf durumdadırlar. Bu sistemde nükleer caydırıcılık olsa da nükleer silahların yayılması olasılığı daha fazladır. Bloklar arasında direk karşılaşma tercih edilmediği için sınırlı temas ve vekalet savaşları söz konusudur. Her iki kutup da evrensel örgütleri statükonun korunması için kullanır. Silahsızlanma her ne kadar bloklar arasında iş birliği olanaklarını artırsa da uluslararası hukukun devletlerin iç işlerine müdahale etmeme ilkesini ihlal etme söz konusudur. BM gibi evrensel örgütler, arabuluculuk yerine siyasal değişiklikleri denetleme fonksiyonunu icra ederler. Bundan dolayı sistemin istikrarlı olması, evrensel örgütlerin arabuluculuk rolünü desteklemeleriyle mümkün olacaktır.

Detant sisteminde, bloklar arasında olumlu iş birliği adımlarının atılması söz konusudur. Soğuk Savaş Dönemi, Sovyet Rusya'nın müdahalelerden ziyade açıklık politikalarına yönelmesiyle ve ABD'nin statükoyu koruma yaklaşımlarından uzaklaşmasıyla mümkün olmuştur. Çin'in kendi iç sorunlarına eğilmesi gibi politikalar, silahsızlanma antlaşmalarını mümkün kılmıştır. Detant Sistemi, sömürgeciliğin son bulması, uluslararası hukukun etkinliğinin artması ve BM gibi evrensel örgütlerin etkinliğinin artırıldığı sistemdir.

İstikrarsızlık blok sistemi, silahsızlanma antlaşmalarının azaldığı ve kuşkunun arttığı sistemdir. Bu sistemde minimum caydırıcılık imkânı olan dört-beş devlet daha bulunur. Sistem içindeki ittifak ilişkileri, askeri kapasitelerle ve politikalarla çok daha yakından alakalıdır. Detant Sisteminden farklı olarak, ABD ve Sovyet Rusya, daha müdahaleci hareket etmektedirler. Bu sistemde, nükleer silahların bile sınırlı bir şekilde

kullanımı söz konusudur. Evrensel örgüt olan BM'nin arabuluculuk rolü oldukça azaltılmıştır. İstikrarsızlık ve uluslararası hukukun ihlali ile mevcut standartlar aşılırken yeni sistem olasılığı güçleşmektedir.

Tamamlanmış Nükleer Yayılma Sistemi ise istikrarsız blok sisteminin değişimiyle ortaya çıkmıştır. Bu sistemde ABD ve Sovyet Rusya'ya ilaveten on beş-yirmi devletin daha bulunması söz konusudur. ABD ve Sovyetlerin birinci vuruş kapasitesi olmasa da küçük nükleer devletlerin minimum caydırıcılığı söz konusudur. Küçük ve büyük nükleer devletler kendi aralarında ittifaklar oluşturabilirler. Dolayısıyla büyük güçler kendi kıta sahanlığı dışında sınırlı çatışmalara girerler. BM gibi evrensel örgütlerin arabuluculuk gücü, İstikrarsızlık Blok Sistemine nazaran daha fazladır. Fakat ciddi bir başarısı söz konusu değildir. Bu sistemde iç işlerine müdahale daha fazla görülmektedir.

Morton Kaplan'ın (1957) sistem yaklaşımı, soğuk savaş döneminin yoğun olduğu 1960 yılları açıklama çabası içindedir. Modeller arasında benzerlikler dikkati çekmektedir. Her ne kadar her şeyi açıklama gibi bir iddiası olmasa da bazı öngörüler sunması açısından uluslararası politika çalışmalarına ciddi bir katkı sağlamıştır. Tayyar Arı'nın (1990) yaptığı eleştiriye göre Kaplan, devletlerin davranışlarının açıklanmasında olumlu katkı sağlasa da siyasal kurumlar, siyasal kültür, ideolojik unsurlar ve devletlerin iç kapasitelerinin dış politikaya etkileri üzerinde yeterince durmadığına dikkati çeker. Dolayısıyla Kaplan, aslında büyük devletlerin davranışlarına odaklanmıştır. Küçük devletlerin davranışları ile büyük devletlerin davranışlarının aynı olmadığını dikkate almamıştır. Diğer taraftan Kaplan, devletleri rasyonel aktörler olarak almış, fakat devletlerde politikayı yürüten aktörlerin her zaman rasyonel olmadığı gerçeği göz ardı edilmiştir. Kaplan'ın yaptığı makro yaklaşım, aşağıda belirtildiği gibi Kenneth Waltz tarafından da denenmiştir. Waltz, ekonomide olduğu gibi uluslararası ilişkilerde de makro bir teori geliştireceğine inanmıştır.

3.2. Kenneth N. Waltz ve Sistem Teorisi

Kenneth Waltz'ın (2010) sistem teorisi, [birim + yapı + güç dağılımı] (unit + structure distribution of power) denkleminde oluşur. Ona göre uluslararası anarşi, serbest ve geçirgen bir yapıya sahiptir. Waltz (2018), ilk çalışması olan *"Man, State and War"* adlı çalışmada, savaşın nedeni olabilecek analiz düzeylerini ele alır. Ona göre birey, birinci düzey; devlet, ikinci düzey; sistem ise üçüncü düzey olarak tasnif edilmiştir. Ona göre savaşların temel nedeni, üçüncü suret olarak tasnif edilen sistemdir. Sistemin anarşik karakteri savaşlara neden olmaktadır. Waltz'a (2010) göre uluslararası anarşik sistem, üç temel prensiple ile tanımlanır. Buna göre;

- Uluslararası politika, bağımsız ulus devletlerden oluşur.
- Bu uluslararası sistemde düzen koyucu bir otorite yoktur.
- Dünya devletinin olmaması, uluslararası politikanın da anarşik olması anlamına gelmektedir.

Waltz'ın (2010) sistem teorisinin ikinci parçası, yapı (structure) konusudur. Ona göre yapı, iki kısımdan oluşur: yerel (domestik) ve küresel (sistem) yapılar. Bunlar birbirinden karakter olarak farklılık arz ederler. Buna göre yerel yapılar, hiyerarşik, merkezîyetçi ve homojen yapılardan oluşur. Buna karşın küresel yapı, anarşik ve merkezîyetçi olmayan heterojen yapılardır. Yerel politikada bu yapı, derin karşılıklı bağımlılık ilişkileri doğurur. Bu da iç politik düzende istikrar ve refahın artmasını sağlar. Buna karşın küresel yapı, güç dengesi ve düşük yoğunluklu karşılıklı bağımlılık ilişkilerini doğurur. Bu da devletlerin kaçınılmaz olarak güç peşinde koşmasına neden olur. Güç peşinde koşan devletler, uluslararası sistemde güvenlik ikilemine neden olurlar. Bundan dolayı Waltz (2010), saldırgan realizmden ziyade savunmacı realizme yaslanır. Bu da devletlerin, güvenlik yüklerini ittifaklarla paylaşmasını ve iş birliklerini sağlarlar. Waltz (2010), güç dağılımı konusunda iki kutuplu sistemin daha güvenilir olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla çok kutuplu ya da tek kutuplu sistemlerin istikrarı bozduğunu savunmuştur. Nitekim kendisi birim düzey analizinde sistemden yana tercihini kullanmıştır. Bununla birlikte devletleri ve bireyleri de analiz düzeyleri olarak esas almıştır. Fakat gerek devlet gerekse birey düzeyi analizler, tahmin edilebilir öngörüler sunmaz. Bundan dolayı her ne kadar Amerikan dış politikası konusunda ayrı bir eser yazmış olsa da dış politikanın aktörü olan devleti, siyah bir kutu metaforuyla açıklamıştır (Waltz, 1967). Devletlerin, dış politikalarında sistem içindeki konumlarına göre pozisyon alacağını iddia eder. Dolayısıyla uluslararası ilişkiler çalışmalarında sisteme egemen olan devletlerin dış politikaları incelenmiş ancak, orta ölçekli ya da küçük devletlerin, devlet dışı aktörlerin dış politikaları göz ardı edilmiştir. Waltz'ın sistem kuramı, Soğuk Savaş dönemi tarihinin

yazımına yardımcı olabilir. Fakat kümülatif bir siyasi tarih yazımında model sunamayacağı değerlendirilmektedir.

3.3. Ernst Haas ve Sistem Teorisi

Ernst Haas'ın (2004) "The Uniting of Europe" adlı eserinde geliştirdiği yeni fonksiyonalizm kuramı, Avrupa Birliği'nin bütünleşme eyleminin bir teorisi olarak görülebilir. Yazar, bölgesel bütünleşmeden ziyade uluslararası sistemin deneye dayalı olarak açıklanabileceğine dair tezini, ikinci kitabında fonksiyonel sosyoloji kuramı üzerine oturtmuştur. Haas'ın (2008) "Beyond the Nation-State Functionalism and International Organisation" eseri, oldukça hacimli ve kapsamlı bir çalışmadır. Bu eser her ne kadar uluslararası işçi örgütlerini kapsamlı olarak ele alsada esas hipotezi, sistemik bütünleşmenin doğası konusunun deneye dayalı olarak açıklanabileceğidir. Yazar, bunu kitabında şöyle ifade etmektedir: "Bu kitap, temel olarak uluslararası örgütlerin evrimini ve politik topluluklarının gelişimini ele almaktadır." (Haas, 2008). Haas, sistem düşünürü olarak bütünleşme konusunu sistemik düzeyde ele almayı tercih etmiştir. Bu da yazarın, grup kuramını açıklayabilmek için fonksiyonalizmin kanunlarını belirlemesini gerektirmiştir. Uluslararası örgütler sistemik yaklaşımının gizemini açıklayan grup kuramının araştırılması da aynı motivasyonun bir devamı olarak görülebilir. Haas (2008), örgütsel katkının sistemi dönüştürücü gücüne odaklanmıştır. Onun sistem teorisi, tam bir aktör odaklı çeşitlilik üzerine oturur. Sistemin parçaları ise aktörler, hükümetler ve gönüllü birlikteliklerdir. Uluslararası çevre ise inançlar, kurumlar, amaçlar ve aktörlerin kapasitelerini içermektedir. Hükümetlerin politikaları da aynı çevreden gelir ki bu da sistemin bir girdisi olarak düşünülür. Kolektif kararlar ise çıktı olarak görülür ki sistemin dönüştürücü gücü olarak kabul edilir. Girdi ve çıktılar, bu yapı içinde değerlendirilir. Sistemin yapısı ise hukuki çerçeve, örgütler, milli, bölgesel ve evrensel parçalardan oluşur. Geri dönüşüm ilkesinden dolayı uluslararası örgütler bir yapı olarak değerlendirilebilir. Birim ile ilgili olarak değişim süreci sorunsalına bakılırsa esas belirleyici, uluslararası bütünleşmede kimin etkili olduğudur. Haas'a (2008) göre meseleye dahil edilen birim devlettir. Devletin, uluslararası sistemin bir birimi olarak sistem üzerinde geleneksel ve kurumsal bir etki gücü vardır.

Eğer sistemik değişimi somutlaştıran mekanizmanın uygulanması gerekli ise deneye dayalı, çevreye dayalı ve sisteme dayalı yaklaşımların doğasının ne olduğunun araştırılması gerekir.

İlk olarak, deneye dayalı yaklaşımda, çevre tarafından dayatılan unsurlar önemlidir. Çünkü bu etki sonucu sistemin doğası ve karakteri belirlenmektedir. Buna göre, Haas'ın milli inançlara dayalı olarak yaptığı açıklamalar, deneye dayalı olarak izah edilir. Yazar, devletleri ekonomik gelişmişlik ve rejim tipleri bağlamında tasnif etmiştir. Uluslararası örgütler bağlamında esas olan genel çıkar ve ortak amaçlar, küresel amaçların belirleyicisidir. Küresel vazife ise farklı bir uluslararası sistemin ortaya çıkmasına bağlıdır.

İkinci olarak, deneye dayalı yaklaşım, uluslararası örgütlere verilen performans ve yapının başat güç olarak tayin edici rolüdür. Bu ise uluslararası örgütlerin kurulmasında etkili olan genel iradedir ve örgütlerin kurulmasında temel amaç olarak görülür. Bu amaçlar, örgütün liderlik, ideoloji ve kendine özgü planlamaları tarafından belirlenir. Örgüt yapılanması derinlemesine değişir ve amaçları tekrar gözden geçirilerek güçlendirebilir. Eğer örgütün doğası ilk değişimi uygulamazsa ana karakterde bir dönüşüm olmaz. Fakat sistem kendisini dönüştürürse, bu durumda liderliğin aktif bir rol alması söz konusu olamaz. Haas'ın (2008) kurumsal taksonomi yaklaşımı, siyaset çalışmalarına kaygan bir temelden ziyade orijinal bir öneri olarak görülebilir.

Üçüncü olarak, deneysel yaklaşımı, yapısal dönüşüm olarak tanımlanır. Buna göre genel çıkarlar, başkalarının çıkarlarına saygıyı zorunlu kılar. Bu bağlamda ortak değerlere önemli bir katkı sağlar. İnsan haklarının korunması, toprak bütünlüğünden daha mühim olarak görülür.

Haas (2008), yapısal dönüşümün kurumsal otonomi, otorite ve barışçıl değişim, yasallık ve değerler değişimi ile ölçülebileceğine inanır. Haas, sistemin dönüşümünü üç döneme ayırarak ele alır. Ona göre her sistem kendi sisteminin bir ana karakterini taşır. Bu da örgütsel bir otonomi ve onun uluslararası çevrelerde oluşturduğu etkiyi belirler.

Birinci evre, iki dünya savaşı arası olan 1919-1944 dönemidir. Bu dönemde sistem, ayrışma yönünde gerçekleşmiştir. Haas, bunu işlev bozukluğu olarak adlandırmıştır. Bu dönemde uluslararası ilişkiler, düşman blokların birbiriyle savaşı şeklinde olmuştur. Bu saldırganlık durumu sadece devletleri değil, ekonomik ve sosyal yapıların yıkılmasını da hedef almıştır.

Haas'ın (2008) *ikinci sistemi*, savaş sonrası ortamı kapsayan 1945-1951 dönemidir. Bu dönemde, uluslararası sistem kendine has bir ifade tarzı geliştirmiştir. Tabii ki bunda Faşist blokların ve onların uzantılarının ortadan kalkması, endüstriyel demokratik blokların sisteme getirdiği girdiler ile komünist bloğun genişlemesinin katkısı olmuştur. Bu aşamadan sonraki durumda çatışma, iki blok arasında temsil edilmiştir. Sistem çıktıları ise ağırlıklı olarak Amerika önderliğindeki Batı bloğunun amaçlarını temsil etmektedir. Haas'ın (2008) bu dönem ile ilgili genel kanaati, otonomi ve hukuksallığın genişlemesinin ancak ideolojik bir karşılaşma ile mümkün olabileceği yönündedir. Bundan dolayı, sistem terminolojisini uluslararası kontekste ifade etmek gerekli görülmemiştir. Haas'ın (2008) 1952 sonrası sistemi ise gelişmemiş ülkelerin oluşturdukları bloklarda ortaya çıkan ve daha çok bağlantısızlar bloğu olarak adlandırılan alternatif bloktur. Bu blok ülkelerinin girdi durumları, sömürge sonrası dönemin ekonomik gelişmelerine göre şekillenmiştir. Üstünlük ve zafer gibi kavramlar, bu dönem uluslararası sisteminde ciddi bir kavramsal değişime uğramıştır. Soğuk Savaş sonrası çok kutuplu sistemin ortaya çıkması, örgütsel otonomiye artırmıştır. Haas'ın (2008), Uluslararası İşçi Örgütü'nün gelişmesinin çevresel gelişmeler ile olacağı yönündeki tezi mümkün olmamıştır. Nihai olarak denebilir ki onun sistem teorisi, aktör temelli tanımlara dayanmaktadır. Sistem teorisinin kavramsallaştırılması ve bu süreçte yeniden kurgulanması ise gereksiz görülmüştür.

3.4. Richard Rosecrance ve Sistem Teorisi

Richard N. Rosecrance'ın (1977) *Action and Reaction in World Politics* adlı çalışmasında, sistemik bir analiz uygulaması görülür. Rosecrance da Haas'a (2008) benzer bir şekilde uluslararası politika hususunda tahminlerde bulunmuştur. Fakat Haas'tan (2008) yöntem ve yapısal analiz noktasında ayrı düşmüştür. Rosecrance'ın (1977) ilgisi genel iken; Haas'ın (2008) incelediği sistem analizinin kapsamı daha dardır. Rosecrance, uluslararası politikanın bütünüyle ilgilenirken; Haas, yeni verilerden yola çıkarak yapısal genellemeye gitmeye çalışmıştır. Rosecrance'ın nihayetinde ulaştığı nokta tarihsel analiz olmuştur. Buna göre, Rosecrance'ın (1977) analizi üç kısımda incelenebilir. 1740'tan itibaren uluslararası politikanın dönüşümünü dokuz evrede, dört faktörü esas alarak inceler. Tarihsel verilere dayalı sistemik analiz, ilerlemeci bir soyutlama ile yapılabilir. Onun analizinde, "genel organize olmuş bir kavram" ve "detaylı deneye dayalı araştırmalar" ön plana çıkmaktadır. Yazar, tarihsel analizine iki temel iddia ile başlamıştır. Ona göre öncelikle uluslararası ilişkiler tarihinde ana belirleyici faktörlerin ve uluslararası sistemde istikrar ve istikrarsızlıkları açıklayan temel kavramların belirlenmesi gerekmektedir. Onun tarihsel analizinde, iç politikada etkili olan elitlerin ve onların ideolojik bağintılarının belirlenmesi daha önemlidir. Tarihsel dönüm hususunda ideolojik uyumun derecesini ya da uyumsuzluğunu, dönüşümün ana belirleyicisi olarak verir. Bundan dolayı onun analizinde kullandığı bozulma, rahatsızlık ve düzenleme gibi kavramlar, ana merkez kavramlar olarak kullanılmıştır. Uluslararası sistem ya da alt sistemin istikrarlı ya da istikrarsız olması, anarşik denge ve düzenleyici faktörlere bağlıdır. Rosecrance'ın tarihsel analizinde, dönemselleştirme belirleyici tarih değişiminin zirve noktası ya da diplomatik tarihin doruk noktası esas olarak alınır.

Rosecrance (1977), birinci dönemi *"planlanandan önce sona eren"* (*truncated concert*) olarak sınıflandırır. Bu dönem, 1740-1789 arası tarihi dönemi kapsar ve yönetici sınıfın ideolojik homojenliğine dayanır. Temel prensiplerden birisi, devlet sisteminin devam etmesinin esas ilkelerden biri olmasıdır. Fakat uluslararası düzenin güç dengesi yerine ahlaki prensipleri esas alır. 18. yüzyılda İngilizlerin başka devletlerin iç işlerine karışmama prensibi, düzenin ahlaki prensiplere göre işlediğine örnek olarak verilir. Bu tarz normatif faktörler, kendisinden daha sonraki dönemleri de etkileyecektir. Örneğin 1688 dönemi, beklenenden daha erken biten bir dönemdir. Bu dönemde devletler arası ilişkiler, birçok devlet adamının ideolojik bağintısına bağlıdır. İdeolojik kamplaşma içinde devletler arası gruplaşma, normal bir ittifakın çıktısı olarak görülebilir. Bu bağlamda Avrupa uyumunun işlevsel hale gelmesi de ideolojik bir terimle değerlendirilebilir. Rosecrance'a (1977) göre savaş kavramı, uygun politik bir terim olarak düşünülmez. Bu kavram, sadece tarihsel gerçeklerden çıkarılmış bir şeyi ifade edebilir. Uluslararası ilişkilerde çatışmaların kökeninde de ideolojik farklılıklar vardır. Savaşın ortadan kaldırılmasının, bu uyumun gücüne bağlı olarak gerçekleşmesi beklenir. Savaşın politik bir araç olarak kullanılmaktan kurtarılması, bu uyumun gücünü artırabilir.

İkinci dönem ise “dağıtılmış uyum” (*shattered concert*) olarak adlandırılır ve 1848-1871 dönemlerini kapsar. Büyük güç, devlet elitlerinin pozisyonlarındaki değişim ve istikrarsızlığa dayanır. Bu, muhafazakarların 1848’de liberallere karşı kazandıkları zafere örnek olarak verilir. İç politikada bunun en büyük göstergelerinden birine örnek olarak, Almanya’nın Avusturya-Prusya çatışmasına dahil olması verilebilir. Fakat şiddetin, politik amacı gerçekleştirmek için kullanılması; buna karşın katılımcının da yok edilmemesi gerekmektedir. İki savaş arası durum değerlendirilmesinde esas olarak Weimar Almanya’sının, sosyal yapısına dayalı olarak oluşan bu ideolojik durumu analiz edilmiştir. Toplumdaki orta sınıfın ayrımından dolayı liberalizmin cazibesi kalmamıştır. Batı ile Hitler çatışması da bu anlamda kaçınılmaz olmuştur. Hitler rejiminin iktidara gelmesi, aynı zamanda yayılcı politikanın da kendi ideolojisi içinde bir başarıyı zorunlu kılmıştır. Fakat İkinci Dünya Savaşı ile başarısızlığa uğrayan Hitler rejimi, kendi ideolojisi içinde hapsedilmiştir. Rosecrance, Almanya örneğinde, rejim politikalarıyla sosyal yapının iç desteğini esas olarak sistem kuramını açıklamaya çalışmıştır. İki savaş arası dönemde uluslararası sistem, ana milli aktörler için kabul edilebilir bir öneri sunamamıştır. Bundan dolayı sistem hep istikrarsızlık olarak kalmıştır. Cemiyeti Akvam’ın düzenleyici güçleri, sadece kendisine herhangi bir tehdit gelmeyen devletlerle sınırlı kalmıştır. Rosecrance (1977) her ne kadar istikrar ve düzenleyici gibi kavramları kullansa da sistem kuramında esas olarak kargaşa, düzenleme ve çevre kavramlarını ele alarak tarihsel analizde kullanmıştır.

Üçüncü dönem sistemi (1814-1822) “Avrupa Uyumu” olarak bilinen Viyana Anlaşması (1815) düzenidir. Bu dönemde resmi olan ve gayri resmi olan bir düzenin varlığı söz konusudur.

Dördüncü dönemde (1818-1871) uluslararası sistem, gayri resmi olanı kurumsal olan mekanizma ile eşitlemiştir. Dolayısıyla ikinci dönemde dağıtılmış olan düzenin, sistem içinde oluşan kargaşayı önleme kapasitesi düşmüştür. Beşinci dönemde (1918-1945) düzenleyici kurumsallık, Cemiyeti Akvam’la sağlanmaya çalışılmış fakat bu kurum, daha sonra adaletsiz paylaşımından dolayı kargaşa ve çatışmanın temel nedeni haline gelmiştir.

Rosecrance’ın (1977) altıncı uluslararası sistem ayrımı ise oldukça düz bir bakış açısıyla sunulmuş tarihsel analizi ele alır. Bu analiz, daha çok sistemin nasıl çalıştığını açıklama amacındadır. Temel olarak ele aldığı konu, istikrarın sağlanmasıdır. Her sistem, yerel, ideolojik ve çevresel faktörleri kullanarak sistemik terime dönüşen tarihsel analizleri kullanmıştır. Sistemdeki istikrar ya da istikrarsızlık, dengeleyici güç unsurlarının uluslararası sistemdeki bir fonksiyonu olarak verilmiştir. Rosecrance, sistemik analizinin formasyonunda dört belirleyiciyi, yol gösteren, kontrol eden, kaynak sağlayan ve kapasitesi olanlar olarak belirlemiştir. İlk üç faktör biraz güçlülük sağlasa da dördüncü belirleyici olan kapasite, jenerik bir terim olarak sistemin toplam kabiliyetini ancak belirleyebilmiştir.

3.5. Hedley Bull ve Düzen Yaklaşımı

Bull (2012)’un uluslararası sistem kuramına katkısı, farklı bir kavramsallaştırma olan uluslararası toplum kavramıyla olmuştur. Uluslararası sistem yerine düzen kavramını tercih eden Bull, İngiliz Okulunun kurucusu olarak kabul edilir. İngiliz Okulu, realist okul gibi, uluslararası sistemin anarşik olduğunu kabul eder. Onlara göre anarşi herhangi bir otoritenin olmadığı uluslararası sistem içinde bir düzen olduğu iddiasıdır. Ulus devletten oluşan uluslararası sahnenin de her ne kadar yüksek bir otorite olmasa da bir düzen içinde olduğu fikri hakimdir. İngiliz okulu belli ilkeler çerçevesinde aynı değerlere sahip toplumlara uluslararası toplum olarak adlandırmaktadır. Şenel (2017)’e göre devletlerin de belirli değerler ve ilkeler çerçevesinde bir toplum oluşturduklarını iddia eder (Şenel, 2017). O doktora çalışmasında düzeni; sosyal hayat, uluslararası düzen ve dünya düzeni olarak tasnif eder. Onun devlet yaklaşımında, “güvenlik, adalet, özgürlük, istikrar gibi unsurlar, değer üreten ve düzeni sağlayan temel bir araç işlevi olarak görülür” (Şenel, 2017). Bull’a (2012) göre düzen, adaletten daha önceliklidir. Bundan dolayı anarşik toplumda düzen tam olarak işlemeyebilir. Her ne kadar zaman zaman değer ve ilkeler ihlal edilse bile meşruluğu ve bağlayıcılığı devam eder. Ona göre devlet içinde meşru güç kullanma tekeli hükümedir. Bull (2012), düzenin korunması ve sürdürülebilir olması için üç ilke ortaya koyar: güç/şiddet kullanımının sınırlandırılması, ahde vefa ve egemenliğe karşılıklı saygı, egemenlik, uluslararası toplumun anahtar ilkesidir Egemenliğin yanı sıra ahde vefa ve güç kullanımının sınırlandırılması, birlikte yaşamın temel kuralları olarak verilir (Şenel, 2017). Şenel (2017)’e göre devletler kendi toplumlarına uygun olan yasaları kabul eder. Bu yasalar daha çok normatif kurallara göre oluşturulur. Dolayısıyla uluslararası toplumu oluşturan devletler üç temel yasayı

kabul eder. a) ahde vefa ilkesi (pacta sunt servanda) b) güç kullanımının sınırlandırılması c) mülkiyetin ve egemenliğin karşılıklı saygı içinde tanınması esaslarına dayanır.

İngiliz okuluna göre devletler arası ilişkilerde belirleyici olan beş ana unsur belirleyici olur. Buna göre güçler dengesi, uluslararası hukuk, diplomasi, büyük güçler ve savaş gibi unsurlar belirleyici rol oynar. Bu unsurlardan ilk üçü uluslararası toplum ilişkilerini belirlerken, güçler dengesi nesnel unsurlara dayanır. Güçler dengesi sistemi herhangi bir devletin askeri olarak diğerlerinden üstün olmadığı anlayışına dayanır (Şenel, 2017). Bull (2012)'a göre, uluslararası düzenin işleyişinde uluslararası hukukun dört türlü işlevi bulunmaktadır: a) uluslararası hukuk hem devletleri hem de yukarıda saydığımız beş aktörü de birbirine bağlayan ortak kurallar seti olarak değerlendirilir. Bir üst akıl olarak normatif işlev görür. İngiliz okulunun anlayışına göre uluslararası hukuk hem realist hem de kozmopolitan anlayışını birleştirir (Şenel, 2017). b) Uluslararası hukukun diğer işlevi ise güç kullanımının sınırlarını, devletler arası anlaşmaları ve aktörler arasındaki egemenliğin karşılıklı olarak tanınmasını sağlar (Şenel, 2017). c) Uluslararası hukukun üçüncü işlevi ise anarşik uluslararası toplum ortamında birlikte yaşamının kurallarını belirler. Bull (2012) 'a göre güçler dengesi sisteminin sürdürülebilmesi için uluslararası hukuk başat koşul olarak görülür. d) Uluslararası hukuk aynı zamanda aktörlerin kendi görüşlerini de dikkate alırken, normatif değerleri konusunda şüpheleri giderici güvenceler sağlar (Şenel, 2017).

3.6. Barry Buzan ve Richard Little'in Sistem Yaklaşımı

Diğer taraftan Barry Buzan ve Richard Little (1994), tarih bilimiyle uluslararası ilişkiler teorilerinin birbiriyle eş güdümlü çalışması gerektiğini iddia ettiği eserlerinde uluslararası sistem düşüncesinin kökenini, yapısal realizme dayandırır. Uluslararası sistem kavramının disiplin içinde en çok tartışılan bir kavram olmasına rağmen bu konuda bir uyum olmamasının şaşırtıcı bir durum olduğunu ifade ederler. Benzer şekilde uluslararası sistemdeki dönüşümlerin kronolojik bir anlayışla tasnif edilmediği ve bu konuda bir uyuma olmadığı gerçeği üzerinde dururlar. Diğer bir gerçek ise sistem konusundaki çalışmalar, daha çok Avrupa merkezci bir tarih anlayışıyla yazılmıştır. Buzan ve Little (1994), uluslararası sistem ile ilgili çalışmaların temel problemlerini, tarihsellik, Avrupa merkezcilik ve anarşik anlayışla yazılmış olmasında bulurlar.

Bu çalışmada, benzer problemler dikkate alınarak Avrupa merkezli bir uluslararası sistem analizine dair oluşan zengin literatür değerlendirilmeye çalışılacaktır.

4. Sistem Konusunda Paradigmalar Arası Tartışmalar

Sistem konusunda uluslararası ilişkiler teorileri arasında ciddi tartışmalar yapılmaktadır. Özellikle Kenneth Waltz'ın (2010) sistem üzerine oturduğu neorealist akım, bu alanda yapılan çalışmaların sayısını artırdığı gibi, tartışmaların çitasını da yükseltmiştir. Buna göre uluslararası sistem yaklaşımları, realist, liberal, radikal ve sosyal inşacığa göre farklılık arz etmektedir.

Uluslararası teoriler arasında realist yaklaşımın uluslararası sistem konusuna yaklaşımı oldukça iddialdır. Bütün realistlerin antlaştığı ortak nokta, uluslararası sistemin anarşik olduğu ve devletin üstünde bir güç olmadığı varsayımıdır. Fakat devletlerin uluslararası sistem içinde oynadığı rol konusu tartışmalı bir konudur. Sistem kutupluluğu konusu, uluslararası sistemde etkin olan büyük güçlerin oluşturdukları bloklara işaret eder. Realizm, güç odaklı bir yaklaşım içinde olduğu için kutupluluk konusuna daha çok odaklanır. Buna göre, sistemde üç tip kutupluluk örneği vardır: çok kutupluluk, iki kutupluluk ve tek kutupluluk (egemen tek güç). Eğer sistemde birden fazla güç etkin ise burada güç dengesi (*balance of power*) ve çok kutupluluk tarzı uluslararası sistem oluşur. Realist paradigmanın kurucusu olan Hans Morgenthau (2006), çok kutuplu sistemin, çatışmayı ve savaşı daha çok önleyici bir sistem olduğunu savunmuştur. Özellikle 19. yüzyıl güç dengesi sisteminde temel özellikler, aşağıda belirtilen esaslar üzerine kurulmuştur. Buna göre:

1. Aktörlerden herhangi biri başat güçler arasında baskın olmaya çalışırsa diğer başat güçler tarafından önlenmesi gerekir.
2. Bu sistemde devletler, doğal olarak nüfuslarını artırmak, topraklarını genişletmek ve ekonomilerini güçlendirmek isterler.

3. Tarafların savaştan ziyade antlaşma yoluna gitmelerinin, her iki taraf için daha iyi olduğu savunulur.
4. Bir devletin varlığını sürdürmesi için mücadele etmesi gerekir. Çünkü hiçbir güç, zayıf bir devleti korumak istemez.
5. Sistemde başat güçlere ilaveten diğer devletler de potansiyel müttefiki olarak düşünebilir.
6. Güç kavramı bağlamında devletlerin, kendi millî çıkarlarını yükseltme peşinde koştukları savunulur.

Başat güçler, yukarıda bahsedilen prensiplere uymazlarsa güç dengesi sistemi sarsılabilir. Diğer bir husus da eğer başat güçlerin sayısı üçe inerse sistem yine tehlikeye girer. Çünkü taraflardan ikisi bir ittifak oluşturursa üçüncüsü dışarıda kalacaktır ve bu, sistemi tehdit eden en önemli olasılıklardan biridir. Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarını önleyemeyen bu sistem, yerini iki kutuplu yeni bir dünya düzenine bırakmıştır.

İki kutuplu sistemdeki esaslar ve normlar, çok kutuplu sistemdekinden farklıdır. Soğuk Savaş dönemi sürecince NATO ve Varşova Paktını oluşturan başat güçler olan ABD ve Sovyet Rusya, uluslararası sistemin kaderini belirlemişlerdir. Neo-realist akımın kurucusu olan Kenneth Waltz (1979), bu sistemin, daha görünebilir olduğu için her iki tarafın birbirlerine karşı şiddet kullanma isteklerini dengeleyebilme ve kendilerinin kontrolünün dışına çıkabilecek olan istikrarsız değişimi emme kabiliyetleri olduğunu iddia etmiştir. Soğuk Savaş süresince her ne kadar kısa süreli krizler olsa bile iki taraf da sıcak bir çatışmaya girmekten kaçınmış ve antlaşma yoluna gitmişlerdir. Bu sistemde, kısa süreli ittifak antlaşmaları yerine daha kalıcı ve uzun dönemli birlikler tercih edilmiştir. Birleşmiş Milletler gibi uluslararası organizasyonlar, iki blok arasında ara bulucu rolü oynadığı için sistemin kurucu unsuru olagelmıştır.

Soğuk Savaş döneminin sona ermesinden sonra yeni uluslararası sistemin nasıl tanımlanacağı konusu, siyaset bilimciler arasında ciddi tartışmalara yol açmıştır. Sovyet Rusya'nın yıkılmasından sonra ABD'nin tek egemen güç olarak ortaya çıkmasıyla ilgili olarak, Mearsheimer (2012), hegemon istikrarı (*hegemonic stability*) düzeni teorisinde tek kutuplu sistem ya da başat güç sisteminin, uluslararası sistemde istikrarı daha iyi sağladığını iddia etmiştir. Tarihçi Paul Kennedy'nin (2017) iddiasına göre ise 19'uncu yüzyılda Büyük Britanya'nın sağladığı hegemon istikrarı düzenine benzer durumun, Soğuk Savaş'ın nihayete ermesinden hemen sonra ABD tarafından temsili söz konusudur. Bu bağlamda Keohane R. & Nye. J. (2001), uluslararası sistemde kendi çıkarlarını tehdit edecek istikrarsızlık durumu ortaya çıktığında, hegemon gücün gayri resmi olarak uluslararası normları belirleyebileceğini iddia etmişlerdir. Eğer hegemon güç düşüşe geçer ve gücünü kaybederse sistem istikrarı tehlikeye girecektir. Soğuk Savaş sonrası uluslararası sistemi ele alan Buzan (2003), egemen güçleri hiyerarşiye göre tasnif etmiş; yeni oluşan uluslararası sistemi, 1 (ABD) + 4 (AB + Çin, Rusya + Hindistan) olarak formüle etmiştir. Buna ilaveten yükselmekte olan bölgesel güçlerin, tek kutuplu sistemde önemli roller oynayacağı iddia edilmiştir. Mücadelenin ise Türkiye, Brezilya gibi gelişmekte olan ülkelerle bu başat güçler arasında cereyan edeceği vurgulanmıştır.

9/11 sonrası uluslararası sistemde ABD egemenliği ve onun yumuşak gücü (soft power), küresel terör dalgasıyla tehdit altına girmişse de büyük güçlerin yükselmekte olan güçlerle olan iş birliği olanaklarını artırmıştır. Küresel teröre karşı başlatılan savaş, önce Afganistan'ın, ardından Irak'ın işgali ile devam etmiştir. Fakat ABD halklarının bu uzun savaşlar nedeniyle tepkisi, ABD hükümetini önce Irak'tan, sonrasında Afganistan'dan da aşamalı olarak çekilmeye zorlamıştır. Rusya'nın Ukrayna'yı işgalinin, Soğuk Savaş dönemi güvenlik sisteminin tekrar güç kazanmasını sağlayacağı ön görülmektedir.

Liberal teorisyenlere göre, üç düzeyli analiz konusunda üçüncü düzey analiz olarak kullanılan sistem konusu çok önemli olarak görülmez. Onlar bu yaklaşımlarıyla gerçekçi kuramdan bariz bir şekilde ayrışır. Liberal düşüncede, uluslararası sistem konusunda üç farklı kavramsallaştırma söz konusudur.

İlk kavramsallaştırmada uluslararası sistem, bir yapı (*structure*) olarak düşünülmez; aksine, daha çok süreç (*process*) olarak düşünülür. Sistemde sadece aktörler devlet olarak düşünülmez, ilave olarak (Birleşmiş Milletler (UN), Uluslararası Para Fonu (IMF) vb.) uluslararası organizasyonlar da önemli oyuncular olarak kabul edilir. Keohane ve Nye (2001), yaptıkları çalışmada uluslararası sistemi birbirine karşılıklı bağımlı (*interdependent*) olarak tanımlamışlardır. Karşılıklı bağımlılık (*mutual interdependence*) olan sistemde, devletlerin birbirleriyle ilişkilerinde çatışmayı önleyici çok farklı kanallar devreye girmektedir. Bunlar, sivil toplum örgütleri ve uluslararası örgütler ve devlet elitleri gibi aktörler olarak düşünülür.

İkinci kavramsallaştırma, *İngiliz Okulu (English School)* teorisyenlerinden Hedley Bull (1977) ve Adam Watson (1992) tarafından yapılmıştır. Onlara göre uluslararası sistem, bağımsız siyasi toplumlulukları içermesine rağmen, uluslararası toplum (*International Society*) kavramı bundan daha fazlasını kapsamaktadır. Uluslararası toplumda çok farklı aktörler, ortak normlar ve kurallar konusunda anlaşarak birbirlerinin ortak çıkarlarını tanıyabilirler. Benzeri bir topluluk olmamasına rağmen uluslararası toplumda aktörler, ortak kimliklerini “Bizlik” (*We-ness*) kavramıyla paylaşırlar. Bu kavram, normatif bir karakter ifade edebilir ve bu da liberalistlerin, uluslararası sistemi pozitif ilişki kurma süreci olarak görmesinin bir başka şekilde ifadesidir.

Üçüncü kavramsallaştırma, Yeni Liberal Kurumsallaşma (*Neo-liberal Institutionalism*) akımı tarafından yapılmıştır. Bu akım, realist akıma yakın görüşlere sahiptir. Örneğin, onlara göre de uluslararası sistem anarşiktir ve her birey kendi çıkarına göre hareket eder. Fakat realistlerin aksine aktörler arasında ilişki kurmayı pozitif bir faaliyet olarak görürler ki, kurumsallaşma sadece kendi çıkarını düşünen bir devlet davranışını ifade etmez. Çünkü devletler, gelecekte de ilişki kurmak zorunda olduklarının şuurunda oldukları için uzun vadeli iş birliğine giderler. Kurumların devletler arasında koordinasyonu sağlaması, manipülasyonları önlediği gibi daha şeffaf (*transparency*) bir uluslararası yapılanmayı da sağlar. Bütün liberaller, uluslararası sistemde bir değişim olduğunu kabul ederler. Bu değişimin kaynağının farklı kaynaklardan olduğunu düşünürler. Bunlardan ilki, uluslararası aktörlerin kontrolü dışında gelişen teknolojik ilerlemelerdir. Örneğin telekomünikasyon araçlarının gelişmesi neticesinde devletler arasında karşılıklı bağımlılık düzeyinin arttığı görülür. Değişimin kaynaklarından ikincisi ise değişimin göreceli (*relative*) önem arz eden konularda olmasıdır. Realistler, milli güvenlik konusuna önem verirken; Liberaller, göreceli konulara ağırlık vermektedirler. Örneğin 20. yüzyılda uluslararası gündeme oturan en önemli konulardan biri, milli güvenlik konusunun yerine ekonomik konuların geçmesidir. Diğer bir örnek ise 21. yüzyılda milletler üstü (*transnational*) konularda temel insan hakları ve çevrecilik gibi konulara daha çok önem verilmeye başlanmıştır.

Realist akım, uluslararası sistemi kutupluluk ve stabilizeyle ele alırken; Radikaller, tabakalaşmayı/katmanlaşmayı (*stratification*) esas olan yapıyı (*structure*) açıklamaya ve tanımlamaya çalışırlar. Tabakalaşma (*stratification*), farklı devletler arasında oluşan tasnife denir. Yapısal tabakalaşma, Radikallerin uluslararası sistem anlayışının ana temelini oluşturur. Devletler arasındaki güç ve derece farkı, ekonomi, güvenlik ve doğal kaynaklar gibi sektörlere göre değerlendirilir. Örneğin ABD, Japonya, Almanya, Fransa, İngiltere, Rusya ve Çin, dünyanın yarı Toplam Yerli Üretimini (*Gross National Production*) sağlamaktayken; diğer 180 ülke ise ancak diğer yarısını karşılamaktadır. Radikallere göre bu ekonomik ve askeri güce sahip olan ülkeler daha çok kuzey bölgesinde bulunmaktadır. O yüzden uluslararası sistemde çatışma, Kuzey (merkez) ve Güney (çevre) arasında süregelmektedir. Bu bağlamda güney ülkeleri daha zayıftır ve kuzey ülkelerine bağımlıdırlar. Radikallerin diğer savlarından biri ise güçsüz ülkelerin, güçlü ülkelerin egemenlik alanlarındaki kaynaklara yöneldiğinde strüktür (*system*) uyumunu kaybedeceğiştir. Örneğin 1930’larda Almanya ve Japonya, ikinci düzeyde bir güç ve potansiyel olarak büyük güçlerle çatışmayı kazanma kabiliyeti olmalarına rağmen sonuç, uluslararası sistemin yıkımına sebep olmuştur. Marksistler ve birçok radikalın iddia ettiği temel husus, tabakalaşmanın sarsılmasına daha çok kapitalizm sebep olmaktadır. Kapitalizm, zayıf olan devletleri daha zayıf hale getirip onları güçlü devletlere daha çok bağımlı hale getirmektedir. Kapitalizm, kendi normlarını ya da doğrularını dayatarak uluslararası kurumları kurar ve bu durum, kapitalist sistemin sürekliliğini sağlar. Zayıf olan ülkeler, büyük güçlere karşı sadece kızgın değil, aynı zamanda doğal olarak saldırgan olma eğiliminde olurlar. Buna karşın zengin olan ülkeler statükoyu korumak isterken; zayıf olan ülkeler, davranışlarını ve sistemin değişmesini isterler.

Özetlenecek olursa kapitalist strüktür, değişime karşı bütün tepkileri ve karşıtlarının hareket kabiliyetlerini sınırlamaktadır. Bazı radikaller, uluslararası sistemde güç değişimi (*transition of power*) olacağını kabul etmektedir. Yukarıda bahsedildiği gibi, 18. yüzyılda egemen güç olan Hollanda, başat güç olma statüsünü 19. yüzyılda İngiltere’ye; İngilizler ise 21. yüzyılda ABD’ye bırakmışlardır. Eğer devletler, pozisyonlarını göreceli olarak merkezde ve çevrede değiştirirlerse sistemde yapısal değişiklikler oluşur. Emperyalizm çağında olduğu gibi, bu kapitalizmin gelişme ve genişlemesi de bir anlam kazanabilir. Her ne kadar radikaller, kapitalist değişime sıcak yaklaşırsa da kapitalizm, değişim için dinamik bir güç olarak

kabul edilir. Radikaller bu konuda da itirazlarını değişimin olmadığını bilakis uluslararası sistemde ve toplumda sınıf farklarının devam ettiğini savunurlar.

İnşacılık (*Constructivist*) akımına göre uluslararası sistem kavramı, Avrupa merkezli bir düşüncedir. Martha Finnemore (2003) göre, en az dört türlü Avrupa merkezli uluslararası sistem düzeni kurulmuştur. Buna göre;

1. 18. Yüzyılda Güç Dengesi Düzeni
2. 19. Yüzyılda Avrupa Uyumu (Concert of Europe) Düzeni
3. 20. Yüzyılda Etki Alanı Sistemi (*sphere of influence*)
4. Soğuk Savaş Sonrası Sistem

Finnemore (2003), 1815 ve 1950'lerdeki değişimin güç kabiliyetlerinin dağılımı olmadığını, daha çok katılım olduğu kanaatini taşımaktadır. İnşacılık akımı, normların tamamen değiştirilemeyeceğini fakat sosyal normların kolektif ve bireysel fiillerle değişebileceğini iddia ederler. Kolektif olarak normlar, zorlamayla ya da uluslararası kurumlar tarafından değiştirilebilir. Bireysel anlamda normların, ikna edilerek ve uluslararası hale getirilerek değişebilmesi söz konusudur. İnşacılar ayrıca ana değişimin normların yapısında oluşan değişimiyle ilgilenir. Bu daha çok demokrasi ve insan hakları gibi bireylerin uluslararasılaşmasıyla normların yapısında değişimler oluşabilir. Buna karşın O, devletlerin ilişkileri neticesinde oluşan normların yapısında oluşan değişimlerde bu tarz bir değişim söz konusu değildir.

Dört paradigmanın karşılaştırmalı analiz yapıldığında; Liberalizm, aktörler arasında karşılıklı bağımlılık ilişkisini vurgularken, aynı zamanda uluslararası toplum ve normatif değerleri, sistemin ana karakteri olarak görür. Buna karşın Realizm, uluslararası sistemin ana karakterinin anarşik olduğunu söylerken; Marksistler, yüksek düzeyde bir tabakalaşmadan söz ederler. Sosyal İnşacılık ise uluslararası sistemin statik olarak tanımlanmadığını belirtir ve sosyal bir inşa sürecinde değişim ve sürece dikkat çeker. Aktörler konusunda her dört kuramın da farklı yaklaşımları vardır. Buna göre liberaller, devletlere ilaveten uluslararası örgütleri ve çok uluslu iş birlikleriyle oluşan kurumları dahil ederler. Realistler, uluslararası sistemde ana aktör olarak devleti ele alırlar. Radikaller, bunu kapitalistler ve gelişmekte olan ülkeler olarak görür. İnşacılar ise bireysel bir duruma odaklanmaktadırlar. Onlara göre, uluslararası ya da yerel diye bir ayrıma gerek yoktur. Fakat her dört paradigmanın da uluslararası sistemi açıklamada sınırlılıkları söz konusudur. Liberaller, anarşi ve karşılıklı bağımlılığı açıklamada eksik kalırlar. Realistler, kutupluluk konusunda anlayamazlar. Radikaller, kapitalizm ve tabakalaşmayı uluslararası düzeyde açıklayamazlar. Sosyal inşacılar ise süregelen iş birliği konusunu açıklamakta zorlanmaktadırlar.

Değişim konusunda paradigmlar arasında bir mutabakat yoktur. Liberallere göre değişimin, radikal bir şekilde değil, yavaş fakat aktörler yeni bir ilişkiye girdiklerinde sürekli olarak yenilenebileceğini ifade ederler. Realistler, başat güçlerin değişebileceğini; bunun ise teknolojik değişimler söz konusu olduğunda yavaş yavaş mümkün olabileceğini söylerler. Marksistler, radikal değişim istemesine rağmen bu durum, kapitalist strüktür tarafından sınırlandırılmaktadır. Sosyal inşacılık ise değişim konusunda sosyal normlara ve kimliklere vurgu yaparak değişimin bir inşa süreciyle uzun ve sessiz olduğunu iddia ederler. Dolayısıyla aktör düzeyinde yapı yapan ilişkisi, uluslararası sistemde değişim ve süreci kısmen de olsa açıklama çabası içerisinde.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Sistem kavramı, uluslararası ilişkilerde makro bir yaklaşım olarak insan gücünün üstünde bir anlam ifade eder. Oysa sosyolojinin sistem yaklaşımları, bu kavramın kapsamını yeryüzüne indirerek bireyin ve toplumun, sistemin yapısının şekillenmesindeki değerine dikkat çeker. Uluslararası ilişkiler teorilerinden Sosyal İnşacılık yaklaşımı ise yukarıda bahsedilen sosyolojik tartışmaları, münhasır olarak uluslararası ilişkiler disiplinine aktarmıştır. Teorinin öncü isimlerinden Alexander Wendt, yapıyı belirleyen yapı-yapan ilişkisine dikkat çekerek iki unsurun birbirinden bağımsız olmadığını belirtmiştir. Ona göre, yapı-yapan tartışmasında uluslararası sistemin yapısı, failin davranışlarının değiştireni ve belirleyicisidir. Sistem düşüncesinin en sistematik analizini uluslararası politika açısından ele alan Morton Kaplan'ın öne sürdüğü altı sistem tipinden sadece güç dengesi sistemi ile gevşek iki kutuplu sistem modelleri tarihsel yaklaşımı önelemektedir. Diğer dört sistem tipi ise sistemin yapısına dair soyut denklemleri ifade etmektedir. Kendisi her ne kadar davranışsal uluslararası çalışmalar içinde tasnif edilse de Hedley Bull'un da ifade

ettiği gibi, bu durum ölçülebilir bir açıklamalar olarak değerlendirilemez. Bull, uluslararası sistem tarihi yazımına model oluşturacak iki öneri sunmuş ancak, kendisi bunu uygulama imkânı bulamamıştır.

Diğer taraftan Kenneth Waltz, “Uluslararası Politika Teorisi” adlı baş yapıtında, uluslararası ilişkilerde de sosyoloji kavramlarından ziyade makro ekonomik yaklaşımlarda olduğu gibi bütüncül bir yaklaşım sergilenebileceğini iddia etmiştir. Ona göre devlet, hiyerarşik ve organik yapı arz ederken; uluslararası sistem, anarşik bir durum arz etmektedir. Sosyal inşacıların, kendisini statik ve tahmin edilemez öngörüler olarak suçladığı yapısalçı gerçekçilik kuramını, sistem kavramını merkeze alarak açıklamıştır. Ona göre, devletleri dış politikalarıyla açıklamaya gerek yoktur. Çünkü her devlet, uluslararası sistemdeki dengeye göre kendi dış politikasını belirler. Bu nedenle uluslararası sistemin yapısı, uluslararası politikayı belirler.

Ernest Haas, sistem kavramını, Avrupa bütünleşmesini merkeze alarak ele alır. Ona göre örgütsel katılım, sistemin ana belirleyicisidir. Geri dönüşümün bir ilkesi olarak sistemi etkileyen en önemli aktörler, uluslararası örgütlerdir. Dolayısıyla onun modellemesinde herhangi bir uluslararası sistem tarihi analizi teklif edilmezken aktör düzeyinde bir öngörü söz konusudur. Buna karşın Richard Resocrance’ın sistem yaklaşımı, tarihsel bir analiz önerisi sunmuş ve çalışmasında dönemselleştirmeyi esas almıştır. Buna göre uluslararası sistem tarihi, dokuz farklı dönemde incelenebilir.

Diğer uluslararası sistem tarihi denemeleri ise İngiliz okulu geleneğinden gelmiştir. Bunlar arasında uluslararası toplumu esas alarak yazılmış uluslararası sistem ve uluslararası toplumun genişlemesi çalışmaları, Hedley Bull ve Adam Watson tarafından yapılmıştır. Onların esas aldıkları husus, sistem kavramından ziyade düzen kavramı olmuştur. Her ne kadar farklı bir isimle olsa da Baryy Buzan ve Richard Little tarafından yazılan dünya tarihinde uluslararası sistem tarihi denemesi yapılırsa da her iki düşünürün çalışması da İngiliz Okulu bakış açısıyla yazılmıştır.

Sonuç olarak, uluslararası ilişkiler tarihi yazımında en iyi uygulamaların, İngiliz okulunun uluslararası toplum kavramı üzerinden düzen ana değişkeni esas alınarak yazıldığı söylenebilir. Makaleye konu olan diğer uluslararası sistem teorilerini esas alan herhangi bir uluslararası sistem tarihi yazımı söz konusu olmamıştır. Sistem tarihinin yazılmaması, uluslararası ilişkilerin bağımsız bir bilim olduğunu iddiasını

6. Extended Abstract

The root of international systemic thought goes back to sociology discipline and macro perspective of economics in international politics. In a sense that German social scientists Ludwig Von Butterfly, Talcott Persons and Nicholas Luhmann provide great contribution to the systemic thoughts of sociology. Whilst Bertanffly tried to create general systemic theory in sociology, Parsons focuses on structural functionalist systemic theory in his major works. However, Luhrmann’s major work is to bond their systemic ties with the integrated models in sociological systemic understandings. The idea of Kenneth N. Waltz about the general theory of economics can be applicable to the theory of international politics. In studying of systemic understanding in world politics also allows to use level of analysis such as unit, state and systemic way of analysis. Constructivist analogy effectively use the continuity and change in international system and actors’ choices of cooperative and competitive relation in international affairs. The systemic perspective also establishes the ties between international relations and philosophy, politics, history, law and economics.

The article gives more in debt analysis of systemic thoughts to the international politics since the beginning of international relations discipline. Morton Kaplan’s masterpiece “System and Progress in International Politics” is the one of the classics of international political science. He employs nine model to explain the structure of system in the world politics. Kaplan employs behaviouralist methodology in his work. However, the only practical model in Kaplan’s work is bipolar and balance of power classification. Both models can be used for historical analysis of world politics but the rest of his models present as explanatory and progressive model in his understanding of international politics.

There is always an alternative understanding of English scholars comparing the American perspective in politics. For example Hedley Bull uses traditional methodology in his international society concept which based on grounded model of content analysis. Both English School theorist Bull and Watson exercise their theory in their masterpiece “The expansion of International Society”. They outline the world

history by using the concept of international society which is anarchical as it is the concept of international system.

As it is mentioned above there was a discussion about level of analysis in international politics. In a sense that David Singer's level of analysis article was extended by Kenneth Waltz's masterpiece "Man, State and War." He ended up with his writing of neorealist canon, "The Theory of International Politics" in which he provides more explanatory perspective to the systemic understandings. In addition to English School understandings of international politics, the alternative perspective is introduced by Barry Buzan and Richard Little. Their masterpiece "International Systems in World History: Remaking the Study of International Relations". They use interaction capacity unit level of analysis in their works. Even though their masterpiece employs explanatory and progressive process of world history, none of this argument can be applicable to the study of history of international system.

The other international political theorist, Ernest Haas employed regional integration model in explanation of European integration. He introduces functionalist approach in the framework of experimental model in international politics. Haas works is not able to explain history of international politics. On the one hand, the best historical perspective was introduced by Richard Resocrance. He successfully applies nine periodization model in history of international system. In his first periodization he focuses on how the administrative classes' ideological homogeneity influences the in international affairs. He also analysis government elites' ideology provides the continuous circle of international anarchy. In his systemic analysis, he uses four variables as it is indicators, controller, sources provider, and capacity builders.

The article had made a short discussion between international relations' paradigms. The major paradigm of international politics as such realism, liberalism, constructivism, and English School provides different understanding about how does the system work. The articles introduce indebted literature review that has been produced by great thinkers of international politics. The attempt of the general theory and holistic perspective is still one of the debatable issues in international relations. In studying of systemic perspectives indicate the relative dependency between social sciences. In a sense that international politics employ these different disciplines' methodological and theoretical perspectives for its own strategic interest. The author believes that international relation has got enough capacity and rich literatures to become separate disciplines in the study of social sciences.

Keywords: International System, International Organization, Structure, Unit, State

Kaynakça

Arı, T. (1990). Morton A. Kaplan ve uluslararası politikada sistem yaklaşımı. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1-2), 103-118.

Bull H. (1969). "International Theory: The Case for a Classical Approach", in Knorr, Klaus and Rosenau, James (eds.), *Contending Approaches to International Politics* (Princeton, NJ: Princeton University Press), pp. 20–38.

Bull, H. (2012). *The anarchical society: a study of order in world politics*. Macmillan international Higher education.

Bull, H., & Watson, A. (1984). The expansion of international society.

Buzan, B., & Little, R. (1994). The idea of "international system": theory meets history. *International Political Science Review*, 15(3), 231-255.

Buzan, B., & Little, R. (2000). International systems in world history: remaking the study of international relations.

David Singer, J. (1961). The Level-of-Analysis Problem in International Relations. *World Politics*, 14(1), 77-92. doi:10.2307/2009557

Demirli, E. (2009). *İslam metafiziğinde tanrı ve insan: İbnü'l Arabî ve vahdet-i vücûd geleneği*. Kabalıcı Yayınevi.

Easton, David (1965). *The Political System*. (New York: Alfred A. Knopf, Inc. Sa:96-97.

Edubirdie. (2022) *Adam And Eve In Paradise Lost*. (February 17). Edubirdie. Retrieved February 22, 2022, from <https://edubirdie.com/examples/adam-and-eve-in-paradise-lost/>

Finnemore, M. (2013). *The Purpose of Intervention: Changing Beliefs about the Use of Force*.

- Haas, E. B. (2004). *The uniting of Europe: Political, social, and economic forces 1950-1957*. Notre Dame, Ind: Univ. of Notre Dame Press.
- Haas, E. B. (2008). *Beyond the nation state: Functionalism and international organization*. ECPR Press.
- Haas, E. B., & Haas, P. M. (2008). *Beyond the nation-state: Functionalism and international organization*. Colchester, UK: European Consortium for Political Research Press.
- Kaplan, M. A. (1957). *System and process in international politics*. New York: John Wiley & Sons.
- Kaplan, M. A. (1966), 'The New Great Debate: Traditionalism vs. Science in International Relations', *World Politics*, 19 October, 1-20
- Kennedy, P. M. (2017). *The rise and fall of the great powers: Economic change and military conflict from 1500-2000*.
- Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2001). *Power and independence*. New York: Longman.
- Marion, J. Levy, (1952). *The Structure of Society* (Princeton: Princeton University Press.Sa:57.
- Martindale, Don (1965). *Functionalism in Social Sciences*. Philedelphia: American Academy of Political and Social Science. Sa:150-151.
- Mearsheimer, J. J. (2012). *The tragedy of great power politics*. W. W. Norton & Company.
- Milton, J. (2005). *Paradise Lost*, ed. Philip Pullman. *Oxford: Oxford University Press, 107, 15*.
- Rosecrance, R. N. (1963). *Action And Reaction In World Politics International Systems In Perspective*.
- Rosecrance, R. N. (1977). *Action and reaction in world politics: International systems in perspective*. Westport, Conn: Greenwood Press.
- Şenel, Muzaffer (2017) İngiliz Okulu'nun Düzen Kavramı ve Avrupa Birliği Uluslararası Düzeni 1992-2009, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.
- Waltz, K. (2018). *Man, the State, and War: A Theoretical Analysis*. New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/walt18804>.
- Waltz, K. N. (2010). *Theory of international politics*. Reading, Mass: Waveland Pr Inc.
- Waltz, K. N. (2010). *Theory of international politics*. Waveland Press.
- Waltz, K. N. (1967). *Foreign Policy and Democratic Politics: The American and British Experience*. (Boston: Little, Brown and Company.
- Watson, A. (2009). *The Evolution of International Society: A Comparative Historical Analysis Reissue with a new introduction by Barry Buzan and Richard Little*. Routledge.
- Weltman, J. J. (1972). Systems Theory in International Relations: A Critique. *Polity*, 4(3), 301–329. <https://doi.org/10.2307/3233964>
- Weltman, John J. (1973). *System Theory in International Relations: A Stuy in Metaphoric Hypertrophy*. Lexington Brooks. D. C. Heath and Company Lexington, Massachusetts, Toronto, London. Page.1.
- Yoldaş, Y. (2004). *İşlevsel-yapısal sistem kuramı*. Roma Yayınları.
- Yoldaş, Y. (2019). *Sistem kuramı*. Derin Yayınları, İstanbul.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Süleyman Elik)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Süleyman Elik)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kapitalizmin Gölgesinde Geleneksel ve Modern Toplum Tasviri: 'Asteriks: Roma Sitesi' Üzerine Bir İnceleme

Fatih BARİTÇİ* 

ÖZ

Bu çalışmada 2014 yılında vizyona giren Asteriks: Roma Sitesi adlı animasyon filminde geleneksel ve modern toplumun nasıl tasvir edildiği ile kapitalizmin etkisiyle geleneksel toplumun modern topluma nasıl evrildiği sorularına sosyolojik film eleştirisinin imkanlarından yararlanılarak yanıt bulunması amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, geleneksel toplumun doğayla iç içe, nüfusu az ve birbirlerini tanıyan insanlardan oluşan, geçimlik ekonominin ve sabit toplumsal rollerin geçerli olduğu bir yapı olarak tasvir edildiği anlaşılmıştır. Modern toplumun ise kalabalık kentlerde yaşayan, tüketimin belirleyici olduğu kapitalist ekonomik ilişkilere sahip, toplumsal hareketliliğin fazla olduğu ve son derece hızlı yaşanan bir yapı olarak betimlendiği görülmüştür. Ayrıca, geleneksel bir toplumun kapitalist ekonomik ilişkilerin geçerli olduğu kent merkezli modern topluma karşı direnebilmesinin zor olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kitle İletişimi, Sinema, Kapitalizm, Geleneksel Toplum, Modern Toplum, Asteriks.

The Description of Traditional and Modern Society in the Shadow of Capitalism: A Research on 'Asterix: The Mansions of the Gods'

ABSTRACT

In this study, it is aimed to find answers to the questions of how traditional and modern society is depicted, and how traditional society evolved into modern society with the effect of capitalism in the animated movie Asterix: The Mansions of the Gods, which was released in 2014, by using the opportunities of sociological film criticism. As a result of the study, it has been understood that the traditional society is depicted as a structure that is intertwined with nature, consisting of people who know each other, with a small population, and where a subsistence economy and fixed social roles are valid. On the other hand, it has been seen that modern society is described as a structure that lives in crowded cities, has capitalist economic relations where consumption is determinant, has high social mobility and lives extremely fast. In addition, it has been concluded that it is difficult for a traditional society to resist against the city-centered modern society in which capitalist economic relations are valid.

Keywords: Mass Communication, Cinema, Capitalism, Traditional Society, Modern Society, Asterix.

1. Giriş

Kitle iletişim araçları ya da yaygın kullanımıyla medya, kitlesel düzeyde iletişim yapılan araçların tümünü içermektedir. Tarihsel gelişimlerine göre bakıldığında “tiyatro, gazete, kitap, dergi, broşür gibi yazılı basın ile sinema, film, radyo, televizyon, plak, kaset, video-kaset, kompakt-disk ve internet” birer kitle iletişim aracıdır. Birbirlerinden çeşitli yönleriyle ayrılan bu araçların, en temel ortak özellikleri ise iletileri çoğaltmalarıdır (Aziz, 2022, ss. 89-90).

Teknolojideki ilerlemelere paralel olarak yaygınlaşan ve kitlesel iletişimi gerekli kılan gelişmelerin ortaya çıkmasıyla kitle iletişim araçları toplumsal hayatın en başat aktörleri arasına girmiştir. Kitle iletişim araçlarına bu vasfı kazandıran -arkasındaki teknolojinin ötesinde- onun aracılığıyla üretilen içeriklerin/mesajların geniş halk kitlelerine aktarılabilmesidir. Çünkü bu içerikler, belirli bir amaç çerçevesinde planlanarak hazırlanırlar. Bu anlamda sinema da sanatsal ve toplumsal yönleriyle önemli bir kitle iletişim aracıdır.

Sinema, en genel manada, farklı görme biçimlerini izleyicilere aktaran bir tahayyül olarak tanımlanabilir. Sinema bunu geleneksel görme ve deneyimleme biçimlerini tekrar üreterek yapabileceği gibi, insanların nesnelere daha önce hiç olmadığı şekilde görmedikleri ve deneyimlemedikleri şekillerde algılamalarını

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, fatihbaritci@aksaray.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 16.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 15.02.2023

Citation/Atf: Baritci, F. (2023). Kapitalizmin gölgesinde geleneksel ve modern toplum tasviri: “asteriks: roma sitesi” üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 106-115. <https://doi.org/10.52642/susbed.1220314>



sağlayarak da yapabilir (Kellner, 2013, s. 29). Sinema, toplumsal incelemelerin nesnesini yorumlama, türetme, yerinden etme ve eğip bükme aracılığıyla bir çeşit toplumsal bilinçdışı işlevi taşımaktadır. Ayrıca sinema hem toplum üzerine düşünceler üretir hem de o toplumun bir parçası niteliğindedir (Diken & Laustsen, 2019, s. 24). Benzer şekilde, bir film türü olarak animasyonlar da bu nitelikleri taşırlar.

Türkiye’de Asteriks: Roma Sitesi olarak gösterime giren yapım, Fransızca *Astérix: Le Domaine Des Dieux* adıyla 2014 yılında vizyona girmiştir (Clichy & Astier, 2014). Söz konusu yapıt, orijinalinde René Goscinny tarafından yazılan ve Albert Uderzo tarafından çizilen bir çizgi roman serisidir. Çizgi romanın konusu ise M.Ö. 50’li yıllarda sihirli bir iksir yardımıyla dünyanın birçok yerinde macera yaşayan ve Roma İmparatorluğu’na karşı mücadele eden bir Galya köyünü konu edinir.

Bu çalışmada incelemek üzere seçilen Asteriks: Roma Sitesi filmi, ilk kez 1971 yılında Fransızca olarak yayınlanan Asteriks’in *Le Domaine des Dieux* adlı Asterix serisinin on yedinci kitabından beyaz perdeye uyarlanmıştır. İngilizceye ise 1973 yılında *The Domain of the Gods* adıyla çevrilmiştir (Kessler, 1997, s. 44). Bu yapıtın araştırmaya konu edilmesinin sebebi, modern dünyaya sıklıkla göndermeler yaparak kapitalizmin geleneksel bir toplumu nasıl modernleştireceğini anakronik tarih okumasıyla izleyicilerine/okuyucularına alaycı bir dille anlatmasıdır. Brady’nin (2016) belirttiği gibi bu filmde büyük bir imparatorluğa uzun süredir direnen köylülerin Roma sütunları, dolayısıyla modern kent mimarisi, karşısında asimile olup olmayacağını cevabı aranır. Ayrıca kapitalizme ve onun geleneksel toplumlar üzerindeki baş döndürücü etkisine yönelik eleştiriler vardır. Nitekim Rouviere (2010, s. 206) de Asteriks yazarlarının serinin birçok bölümünde kapitalizme yönelik açık eleştirilerde bulduklarını söyler.

Çalışmada öncelikle kapitalizm, geleneksel toplum ve modern toplum kavramlarına kısaca değinilmiş olup sonrasında ise Asteriks’e dair genel bilgiler verilmiştir. Çalışmanın amacı ve önemi ortaya konduktan sonra, Asteriks: Roma Sitesi animasyon filminde geleneksel ve modern toplumsal yapıların nasıl betimlendiği ile geleneksel toplumların kapitalist ekonominin etkisiyle modern topluma evrilme sürecinin nasıl tasvir edildiği sorularına sosyolojik film eleştirisinden yararlanılarak yanıtlar aranmıştır.

2. Kapitalizm, Geleneksel Toplum ve Modern Toplum

Toplumda egemen olan iktisadi ilişkiler, toplumsal hayatın doğal akışı üzerinde son derece belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda dünyanın asırlardır kapitalizmin gölgesi altında olması, toplumsal hayatın tüm yönleriyle kapitalizm tarafından kuşatılmasına yol açmaktadır. Bütünleşik bir iktisadi, siyasi ve sosyal sistem olan kapitalizm, etkileşime geçtiği tüm alanları kendi nispetinde yeniden organize eder. Burada söz konusu olan çalışma ortamının yanı sıra “sosyal yaşam, kültürel etkileşim süreçleri ve tüm politik ilişkileri” içeren geniş bir alandır. Kapitalist aklın denetim sistemine dahil olan bu ilişkiler, doğal yapılarını yitirerek değişirler (Aytaç, 2004, s. 117). Modernliğin oluşması da en başta modern ekonomik düzenin varoluşuyla doğrudan ilişkilidir. Özellikle Batı tecrübesinde geleneksel ve modern toplum arasındaki en önemli değişiklik ekonominin toplumsal düzendeki konumuydu. Burada söz konusu olan kapitalist ekonomidir (Bakırezer, 2004, s. 189).

Topluma dair yapılan incelemelere bakıldığında, düşünürlerin en çok üzerinde durdukları hususun modernlik ve modernleşme olgusu olduğu görülür. Dolayısıyla, geleneksel ve modern toplum arasındaki ayrıma da değinildiği ortadadır. Özellikle Tönnies’in cemaat ve cemiyet kavramlarıyla ortaya koyduğu ayrım ile Durkheim’in çalışmaları hem geleneksel ve modern toplumun asıl niteliklerini hem de daha sonra bu alanda yürütülen araştırmaları özetler niteliktedir (Bağçe, 2004, s. 12).

Geleneksel toplumun en bilinen özellikleri durağan bir toplumsal yapıya sahip olması ve fiziki yaşam alanının kırsal ya da doğanın parçası olmasıdır. Modern toplum ise son derece hareketli ve yaşam alanı itibarıyla kentlidir. Bu anlamda kent, doğadan kopuşun ve yapay bir yaşam tarzının simgesi durumundadır (Bağçe, 2004, ss. 14-15). Hatta modern toplum ile kent özdeş olarak ifade edilebilir (Huntington, 1971, s. 287) Kentlerde yaşayan modern toplumun fertlerini yani modern insanı tanımlayan en başat özellik ise sınırsız bir tüketici olmalarıdır. Modern insanın hem sınırsız bir tüketici olması hem de modern ideolojinin onun bir birey olması gerektiği düşüncesini üretmesi sebebiyle geleneksel bir toplumda var olması mümkün değildir (Köker, 2020, s. 47).

3. Asteriks: Anakronik Bir Tarih Okuması

René Goscinny'nin yazdığı ve Albert Uderzo'nun resimlendirdiği Asteriks serisi ilk olarak Ekim 1959'da Fransız çizgi roman okurları için yayımlanmaya başlamıştır (Kessler, 1997, s. 9). Çizgi romanda Roma'nın sınırsız bir imparatorluk olma hedefine, Roma sınırları içinde bulunan Galya bölgesinde yer alan bir köy halkı engel olur. Bu, tam da Asteriks'in tüm maceralarının ana konusudur. Bu edebi anlatıda Roma İmparatorluğu'nun ulaştığı sınırlar -tarihsel gerçeklikten bağımsız olarak- sınır taşları ve levhalarıyla belirlenmiş olmasına rağmen, sadece Galyalıların köyünün etrafını saran kazıklardan oluşan çit adeta aşılması imkânsız bir sınırı temsil eder. Sınırın en önemli özelliği ise Romalılar tarafından değil de Galyalılar tarafından çekilmiş olmasıdır. Bu çitler sayesinde -serinin tüm maceralarında- Romalılardan kendilerini bir şekilde koruyabiliyorlar. Serinin her yapıtı, benzer bir sonla okuyuculara veda eder: Köyde kahramanların hepsinin katıldığı bir şölenle. Dolayısıyla, Galya her zaman Asteriks ve arkadaşlarının köyü olarak kalır ve onların küçük dünyası olmaya devam eder. Bu küçük köyün yenilmez sakinlerinin en büyük amacı ise Roma'ya ait olmayan bu küçük dünyalarını ne pahasına olursa olsun korumaktır (Brodersen, 2002, ss. 14-15).

Asteriks'in maceralarını okuyucularıyla buluşturan çizgi romanda Galya köyü üzerinden "toplumda inşacı bir yaşam ideali" okurlara sunulur. Kolektif bir mutluluğun yaşandığı köy hayatının olduğu eserde, genel refahın göz önüne serildiği büyük bir vinyetle maceralar başlar ve devam eder. Galya köyünde ekonomi karada ve denizde yapılan avcılığa, tarıma ve hayvancılığa dayanır. Dolayısıyla Galya'da sahip olduğu hafıza ve adetleriyle süregelen "yerel ve ilkel bir ortam" mevcuttur. Bu geleneksel toplumun fertleri olan Asteriks ve arkadaşlarının maceralarında olmazsa olmaz düşmanları ise Roma İmparatorluğu'dur. Onun en temel özellikleri ise modern bir imparatorluk ve "bir yeri bölen, düzenleyen ve yöneten global bir sistem, zamanı arşivleyen ve tarih üreten bir kültür" olmasıdır (Rouviere, 2010, s. 26).

Asteriks serisinin on yedinci kitabından sinemaya uyarlanan Asteriks: Roma Sitesi'nde, dünya tarihinde eşine pek çok kere rastlanılabilecek bir öykü vardır. Hikâyede yayılmacı bir devlet olarak Roma İmparatorluğu, sahip olduğu tekniği kullanarak Romalıların refahını artıracak varsayımıyla bir kent tasarlayarak kendi ütopyik modelini ortaya koyar. Bundan sonra ise Galya köyünün klasik emperyalist mantık doğrultusunda sanayi modernitesi karşısında sadece iki seçeneği vardır: uyum sağlamak ya da yok olmak. Diğer bir ifadeyle, burada olan geleneksel bir köy toplumunun kimliğine yönelik saldırıdır (Rouviere, 2010, ss. 26-27).

Asteriks'in her macerasında anakronik bir tarih okumasıyla karşılaşmak mümkündür. Söz konusu eserlerde çizgi roman, sinema filmi veya animasyon filmi fark etmeksizin ideal anlatı olanaklarıyla güncel meseleler esprili bir dille ele alınıyor. Bu çalışmada incelenen Asteriks: Roma Sitesi de anakronik tarih okumasına son derece iyi bir örnektir. Milattan önce bir tarihte geçen olaylarda modern toplumun gündelik hayatına her fırsatta göndermeler yapılarak eğlenceli bir dille moderniteye eleştiri getirilir. Dolayısıyla bu sanat eserinde estetik kaygılar gözetilerek toplumsal meselelere yönelik taşınan kaygılar okuyuculara veya izleyicilere aktarılır.

4. Amaç ve Yöntem

Bu çalışmada 2014 yılında vizyona giren Asteriks: Roma Sitesi adlı animasyon filmi incelenerek geleneksel ve modern toplumun nasıl tasvir edildiği; kapitalizmin etkisiyle geleneksel toplumun modern topluma nasıl evrilebileceğinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, Asteriks: Roma Sitesi sosyolojik bir incelemeyle ele alınarak kapitalizmin egemen anlayışı doğrultusunda geleneksel bir toplumun moderne doğru evrilme süreci açıklanmıştır.

Bu doğrultuda çalışmada sosyolojik film eleştirisinden yararlanılmıştır. Filmin incelenmesinde sosyolojik analizin tercih edilmesi, Kabadayı'nın (2013, s. 56) ifade ettiği gibi filmin yalnızca bir izlenim olmanın ötesinde toplumsal anlamları içinde yoğun bir şekilde barındıran bir anlatı olmasından kaynaklanmaktadır. Söz konusu anlatının çözümlemesi için, aynı zamanda yapımın içinde yer alan kültürün de incelenmesi gerekmektedir.

Sosyolojik film eleştirisinde araştırmacı filmlerin sanatsal yönlerinden ziyade, filmin üretildiği dönem veya filmin geçtiği dönemin toplumsal koşullarının öncelikli olarak ele alınmaktadır. Her film türünden ve tarihsel döneminden bağımsız olarak sosyolojik verileri içinde barındırmaktadır. Bu sebeple filmler

sosyolojik yaklaşımla değerlendirildiklerinde, sosyal değerlerin nasıl yansıtıldığı ve somut hale getirildiği, sosyal değerler üzerinde nasıl etkili olduğu, söz konusu değerleri güçlendirme veya değiştirme potansiyeli ile toplumsal tutum ve davranış kalıplarının ne yönde değişikliklere neden olduğu gibi konular aydınlığa çıkarılabilmektedir. Sosyolojik film eleştirisinin temelinde ise "filmlerin sınıf, ırk, cinsiyet ya da ulus gibi eksenler etrafında değerlendirilmesi" yer almaktadır (Özden, 2004, s. 154). Sosyolojik film eleştirisine müracaat edilen çalışmalarda filmler, "toplumsal sanat ve kültür çıktıları" şeklinde değerlendirilmektedir (Demir, 2021, s. 338). Sosyolojik film eleştirisinde filmler hem bireyi ve onun toplumsal rollerini hem de içinde bulunduğu toplumun değerlerini anlamamanın bir aracı olarak incelenmektedir. Dolayısıyla, filmler bir çeşit "kendi kendisiyle konuşan kültür" şeklinde görülmekte; kültür filmler vasıtasıyla kendini üretmekte ve sürdürmektedir (Özden, 2004, s. 160).

Nitekim, birçok çalışmada filmler üzerinden var olan toplumsal yapıyı, toplumsal yapıdaki dönüşüm ve birey üzerinde oluşturduğu etkileri, toplumsal değerler ve sorunları ortaya koymak amacıyla sosyolojik analize müracaat edilmiştir (Gültekin & Aydınlioğlu, 2020; Özbey, 2018; Uğur, 2016). Bu çalışmada ise sosyolojik film analizinin imkânlarından yararlanılarak Asteriks: Roma Sitesi filminde şu soruların cevabı aranmıştır:

- Geleneksel toplum nasıl tasvir edilmiştir?
- Modern toplum nasıl tasvir edilmiştir?
- Kapitalist ilişkiler toplumları ne şekilde dönüştürmektedir?

5. Bulgular

5.1. Geleneksel ile Modernin Karşılaşması

Film, Galya Köyü'nün görüntüsüyle başlıyor. Fakat bu görüntü gerçek köyün değil, onu temsil eden bir maketin görüntüsüdür. Galya, büyük bir coğrafyayı egemenliği altına almış Roma İmparatorluğu'nun bir türlü ele geçiremediği ve günümüz Fransa sınırlarında yer alan küçük bir köydür. Buranın ele geçirilmesi için uzunca bir süredir mücadele veren İmparator Jül Sezar önderliğindeki Roma'nın filmdeki planı, Galya'nın hemen yanına, onu kuşatacak şekilde, modern bir site inşa etmektir (Resim 1). Kessler'e (1997, s. 44) göre Sezar Galya Köyü'nün yanı başına modern apartman blokları dikerek Galyalıları Romalı kültürüyle alaşağı etmeyi ummaktadır.



Resim 1. Roma Sitesi'nin Maketi ve Sezar'ın Senatörleri

Kaynak: (Clichy & Astier, 2014)

Roma İmparatoru Sezar, projesini senatörlerine anlatırken şu ifadeleri kullanmaktadır: "Sevgili ormanları Roma uygarlığıyla çevrili şanlı binalarla sarılırken ya adapte olmaya çalışacaklar ya da tamamen yok olacaklar". Burada öncelikle modern hayat ile taş binalar arasında bir ilişki kurulmakta; modernlik karşısında geleneksel olana uyum sağlamak ya da yok olmak dışında üçüncü bir seçenek sunulmamaktadır. Ormanların hedef olarak seçilmesi ise -köyün coğrafi konumunun ötesinde- modern kent hayatının

yıkıcılığını işaret etmektedir. Dolayısıyla, modernlik karşı durulması imkânsız bir gerçeklik olarak tasvir edilmektedir.

Bu yapımın ana karakterleri Asteriks (Asterix) ve Oburiks (Obelix) ormanda avlanırken site inşaatı için Galya'ya gelmiş ekiple karşılaşır. Böylece Galyalıları henüz planın farkına varamasalar da hikâye hareketlilik kazanmaya başlar. Asteriks, Oburiks ve köpeklerinin tavrından hoşlanmayan mimar, Galyalıları "bu bıyıklı barbarlara tahammül edemiyorum" sözleriyle tanımlar ve onlara medeniyeti göstermek için ormanlarını ellerinden almak gerektiğini üstüne basarak söyler. Burada tekrar ormanların/doğanın tahribatı ile modernlik arasındaki ilişki yinelenmektedir.

Site projesi için Galya'da ilk adımlar atılırken, Roma'da sitenin yeni sakinleri aranır. Ancak kimse modern kentten ayrılp uzak ve kırsal bir yerleşim yerine gitmek istemez. Bu yüzden, Roma sakinlerini Galya'ya göndermek için arenada bir çekiliş düzenlenir. Çekilişten önce, arenaya gelen herkes için bir tablet hazırlanır. Tabletlerde Roma Sitesi'nin reklamı yer alır. Reklamda Roma Sitesi'nin modern apartman blokları, ortasında heykel olan bir havuz ve Galya'nın doğasını gösteren resimler vardır. Bunun yanı sıra, Latince yazılmış reklam metninde Romalıları Roma Sitesi'nde vaat edilen hayatın küçük bir tasviri gösterilir.

Çekiliş sonucunda talihli aileye Sezar tarafından bir daire hediye edilir. Bu esnada Roma Sitesi'ne gidecek vatandaşların ikna edilmesi amacıyla arenada konuşan senatör, açık bir şekilde modern kent hayatını kötülemekte; kapitalizmin gelinen noktada insan hayatını ne denli yaşanmaz kıldığını itiraf etmektedir:

"Romalıları, Romalıları artık bu atmosferi solumaktan yorulduunuz. Bu kokuşmuş şehrin güürültüsünden, frenlerinden, trafığünden bıktınız. Sıze olağüstü sessizlikte bir cevher sunulmakta. Tamamen yeşilliklerle dolu bir şehir. Hem de üç hafta içerisinde. Roma'nın merkezinde sızi bekliyor. Büyük Sezar bu muhteşem dairelerden birini sıze hediye edecek. Roma Sitesi'nde".

Nitekim, reklamda yer alanlar çizgi romandaki metinden alınan kısa bir kesittir. Çizgi romanda daha detaylı olarak Roma Sitesi'nin özellikleri anlatılır. Ailelerin her bir ferdi için modern kent hayatını tamamen kopya eden farklı aktivitelerin gösterildiği reklamda, en dikkat çekici unsur yeni yerleşim yerinin cazibesini ortaya koymak için seçilen ifadelerdir: "Kentlerin kirli atmosferine, keşmekeşin baskılarına doyanları temiz ve tatlı hava uçsuz bucaksız, muhteşem bir milli parkta bekliyor" (Gosciny, 2016, ss. 28-29).

Gosciny ve Uderzo'nun senatöre söyledikleri, açık bir şekilde, modern kentlerde yaşayan günümüz insanının rutin problemlerine yönelttikleri anakronik bir eleştiridir. İnsan hayatını son derece zorlaştıran şehir güürültüsü, trafik, betonla kuşatılmış bir mekân anlatısı, aslında modern bir kent hayatını izleyicilere hatırlatmaktadır. Filmde, Romalıların gönderilmeye çalışıldıkları Galya Köyü'nün doğal mekânı, günümüz insanının kentlerden kaçarak sığınmak istediği geleneksel/doğal yaşam için ideal bir yerdir. Bunu doğrular şekilde, filmin ilerleyen sahnelerinde Roma'dan Galya'ya gelenler orada başlarına gelen her türlü olaydan sonra buranın Roma'dan her hâlükârda daha iyi olduğu vurgusunu sık sık yaparlar. Dolayısıyla filmin birçok yerinde geleneksel ve modern hayat açıkça karşılaştırılır; modern kent hayatına yönelik eleştiriler getirilir.

Yurttaşlarının Roma Sitesi'ne taşınmasını sağlamak için hızını artıran Romalıları, Galya'daki inşaatı hızlandırmaya çalışırken Asteriks ve Oburiks engeline takılırlar. Romalıları ormanı bir türlü yok edip inşaatı başlatabazlar. Bu mücadeleyi bir an önce sonlandırmak isteyen Galyalıları ise Romalıların şantiyede kullanmak için getirdiği kölelere sihirli iksirlerinden vererek onları isyana teşvik ederler. Bu sayede köleler işi bırakıp özgür kalacak ve inşaatlar da devam etmeyecektir. Ancak plan umdukları gibi gitmez. Köleler, iksirin gücünü Romalılarla pazarlık etmek için kullanılır; inşaatı hızlıca tamamlamanın karşılığında askerlerle aynı maaşı almayı ve siteden birer daire sahibi olmayı isterler. Bu koşullar altında köleler/modern işçiler bir gecede siteyi tamamlarlar. Galyalıları, gördükleri karşısında geçirdikleri şokla kölelerle görüşmeye giderler. Kölelerin sözcüsü olan kişi Asteriks'e "yapmış olduğumuz toplantıların neticesinde kaçak bir köle gibi yaşamının doyurucu bir kariyer umudu taşımadığına karar verdik" der ve sonra asıl istediklerinin "özgür Romalı vatandaşlar gibi yaşamak" olduğunu söyler.

Kölelerin ortak tutumu, kariyer odaklı kapitalist iş dünyasına gönderme yaparken; özgür Romalı bir vatandaş olma isteği, anayasal modern bir toplumu işaret etmektedir. Köleler aracılığıyla filmde yapılan

anakronik tarih okumasıyla aynı zamanda -filmin ilerleyen sahnesinde köleler ile senatör arasında geçecek diyalogla beraber- modern dünyanın bir tür kölelik olduğuna değinilir.

Galyalıları bu durum karşısında hızlıca harekete geçip siteyi yıkmaya geldiklerinde, kalabalık bir grup Romalının çoktan siteye yerleştiğini görürler. Bunun üzerine geri dönerler. Günün devamında evraklarının eksik olması gerekçesiyle siteye yerleştirilmeyen Romalı bir aile ormanda yolunu kaybeder. Oburiks onları görür ve köyüne götürür. İlk karşılaşmada işgalci olarak gördükleri Romalıları köylerinde istemeyenler, geleneksel toplumun kolektiflik ruhuyla onları kabul ederler. Yoğun bir yabancılaşmanın ve bireyselleşmenin olduğu modern kent hayatında görülmesi pek mümkün olmayan "Tanrı misafiri" anlayışı bu sahnede gösterilir. Sonrasında ise köylerini kuşatacak şekilde inşa edilen modern apartman bloklarından ve oraya yerleşenlerden kurtulmak için büyücünün yardımıyla gösterdikleri her çaba boşa gider.

5.2. Kapitalist Ekonomi Karşısında Geleneksel Toplumun Dönüşümü

Bir sabah Oburiks'in köye getirdiği Romalı ailedeki anne köyün balıkçısına gider. Balık fiyatını öğrendiği zaman şaşırır ve Roma'ya göre çok ucuz olduğunu söyler. Balıkçı ise köyün denize yakın olması sebebiyle fiyatın makul olduğunu belirtir, ancak kafası karışır. Ertesi gün, balık fiyatlarından haberdar olan Roma Sitesi sakinleri köye akın eder ve balıkçı fiyatları artırır. Böylece eşitlikçi köy toplumunun kapitalist ekonomiyi benimseme ve dönüşme süreci başlamış olur. Köydeki esnaflar -demircinin antikacıya dönüşmesi gibi- sisteme uyum sağlar ve ürünlerini hikâyeleştirerek daha pahalıya satmaya başlarlar. Köy ise tamamen kapitalist bir çehreye bürünür (Resim 2). Aslında küçük kâr payıyla ticaret yapan esnaflar, günümüz kapitalizmine uygun bir şekilde sermaye biriktirmek için türlü stratejiler uygular ve kazançlarını artırır. Böylece filmde, modernitenin iktisadi boyutunu teşkil eden kapitalizmin geleneksel toplumlar üzerinde oynadığı yıkıcı ve dönüştürücü etkiye gönderme yapılmaktadır.



Resim 2. Eşitlikçi Galya Toplumunun Kapitalist Ekonomiye Uyum Sağladıktan Sonraki Hali

Kaynak: (Clichy & Astier, 2014)

Galyalıları için Roma Sitesi'ne bu denli yakın olmak, kendi toplumsal varlıklarını sürdürme açısından bir tehde dönüşür. Özellikle köye yönelik turist ve para akışının artması, geleneksel değiş tokuşa dayanan ekonomik sistemi değiştirir. Romalıların satın alma gücünün fazla olması enflasyona neden olunca artan hayat pahalılığı karşısında Galyalıların tek yapabilecekleri sırtlarını turizme dayamaktır (Rouviere, 2010, s. 308). Dolayısıyla, Asteriks'in köyü büyük mermer binalar tarafından kuşatıldığında, Galyalıları köylerine gelen turistlere yemek servisi yaparak, antikaları ve taze balıkları normalden beş kat pahalıya satarak yeni ekonomik sisteme uyum sağlarlar. Aslında Fransız kırsalında olagelmiş ve hala da olmakta olan tam olarak budur. Filmde de Galyalıları toplumsal düzenlerini değiştirmekten başka çarelerinin olmadığı açıkça gösterilir (Mintzer, 2014). Burada izleyiciye açıkça gösterilen geleneksel toplumun kendini değiştirme biçimi, eserin ortaya çıktığı yıllarda dünyada egemen görüşlerden olan modernleşme kuramcılarının tarif ettiği türdendir.

Yeni ekonomi anlayışıyla birlikte, köyde rekabetçilik yaygınlaşır ve fiyat kırmalar başlar. Kapitalizm köyün iliklerine işler. Hatta köyün şefinin kalkanı bile neredeyse satın alınabilecek bir nesne haline gelir. Asteriks'in başını çektiği birkaç kişi köyün diğer sakinleriyle Roma Sitesi'nden kurtulmanın ve eski hayatlarına geri dönmenin yollarını aramak amacıyla bir araya geldiklerinde umduklarını bulamazlar. Çünkü geleneksel köy toplumu kapitalist ekonomi üzerinden modern kent hayatının vaat ettiklerine karşı kendisini teslim etmek üzeredir. Dolayısıyla, köylülerin genel kanısının ticari canlılığın korunmasından yana olduğu görülür. Burada geleneksel toplum modernite karşısında yenilgiyi kabul eder. Aslında anlatılan, site kurulduktan sonra kapitalizmin arzulara seslenen politikasının eşitlikçi köy toplumunu nasıl tüm şiddetiyle tahrip ettiği. Başka bir ifadeyle, Rouviere'nin (2010, ss. 309-310) belirttiği gibi Galyalılar kabul etmedikleri modernitenin kendilerine dayatılmasıyla karşı karşıya kalırlar.

Romalıları şehri terk edip Galya'ya gitmeye ikna eden senatör Roma Sitesi'ni ziyarete gelir. Bu esnada köleler ile yapılan anlaşmayı duyunca hemen harekete geçer. Önce köleleri azat eder ve onlara tahsis edilen dairelerin anahtarlarını ister. Özgür birer Romalı olmaya hak kazanan köleler duruma itiraz edince, senatör dairelerin köleyken verildiğini ve özgür oldukları için orada kira bedelini ödeyerek kalabileceklerini söyler. Sonrasında işçilerin kaldığı yeri onlara daha ucuza kiralar ve onları tekrar işe alır. Mimar ise artık emrinde birer işçiye dönüşen bu gruba bağırarak onları işe koşturmak ister. Bu durum karşısında eskiden köle, şimdi ücretli işçi olan karakter "*ama bu kölelik*" der.

Asteriks ve arkadaşları, köylülerin geleneklerine sırt çevirmelerine tepki göstererek Roma Sitesi'ne taşınmaya karar verirler. Bu durum Romalı senatör tarafından coşkuyla karşılanır. Çünkü senatöre göre Galyalıların Roma Sitesi'ne taşınmak istemesi Sezar'ın planının işe yaradığı anlamına gelir. Galyalı barbarlar(!) artık Romalılar gibi yaşamaya karar verirler, bu sebeple Sezar'ın planı beklenilenden daha da iyi gider. Diğer bir ifadeyle, geleneksel toplumun üyeleri modern kent hayatının kültürüne uyum sağlamayı kabul etmişlerdir.

Roma Sitesi'ne ilk yerleşen Asteriks ve arkadaşları yeni hayatlarına alışmakta zorluk çekerler. Hatta Oburiks modern apartman dairesini kutuya benzetir. İmparator yeni gelişmeden haberdar olunca bütün Galyalıları Roma Sitesi'nden bedava daire verir. Bunun üzerine bütün köy modern apartman dairelerine taşınır. Artık köylülerin tam anlamıyla kentleşme süreci başlar. Sadece yeni ekonomik yapıyı benimsemekle kalmazlar, tamamen Romalı (kentli) gibi yaşamaya başlarlar. Gündelik hayatın tüm pratiklerinde Romalıları taklit ederler. Hatta şef herkesten daha Romalı olur. Köydeki ticari hayat Roma Sitesi'ne taşınır. Dükkanlar daha modern bir görünümle sitedeki yerlerini alırlar, balıklar artık denizde avlanmak yerine sitenin ortasındaki havuzda yetiştirilir. Bu aynı zamanda organik gıdaya erişim bakımından kent hayatının yetersizliğine bir göndermedir.

Bu süreçte site daha da büyür ve kalabalıklaşır. Galyalıları hayatlarından son derece memnundurlar. Ancak Romalıları köylerini yıkmak için harekete geçtiğinde, benimsedikleri bu yaşam tarzının bir hata olduğunu kabul edip Romalıları karşı köylerini/geleneklerini korumak için geri dönerler. Orijinal çizgi roman üzerinden bu filmdeki anlatıyı ele alan Kessler (1997, s. 44), Galyalıların bir kez daha modernleşmeye karşı verdikleri savaştan galip ayrıldıklarını belirtmektedir. Bu yapıtta, Asteriks serilerinde olağan kabul edilen anakronik şakalarla hikâyeyi süslemek yerine, konut geliştirme üzerine uzunca bir anakronizme başvurulmuştur.

Özetlemek gerekirse, Asteriks: Roma Sitesi'nde Galya köyü yakınına kurulan kentsel bir yerleşim alanının tehdidiyle karşı karşıya kalır (Rouviere, 2010, s. 54). Buradaki macera, modern kent hayatıyla tanışmamış barbar olarak nitelendirilen köylülerin uygarlaştırılma projesinin özeti şeklindedir (Kireççi, 2019). Dolayısıyla, filmin sonunda geleneksel köy toplumunun kazandığı zafer, modern toplumlara modernleşmekten başka bir çare bırakmayan kapitalizme ve modern topluma yönelik bir eleştirinin tezahürüdür.

6. Sonuç

Dünyaca ünlü çizgi roman serisi Asteriks, dünya genelinde onlarca dile çevrilmiş edebi bir eserdir. Asteriks, sahip olduğu popülerlik nedeniyle birçok defa beyaz perdeye uyarlanmıştır. Asteriks: Roma Sitesi ise 2014 yılında daha öncekilerden farklı olarak bir animasyon filmi formatında sinemada gösterime girmiştir. Filmde, her zaman olduğu gibi, kendi sınırları içindeki küçük Galya köyünü egemenliği altına

almak isteyen Roma İmparatorluğu ile ona direnen Galyalıların macerası anlatılır. Bu yapıttaki anlatıyı dikkat çekici yapan, Sezar'ın Galya'yı ele geçirmek için uyguladığı plandır. Sezar'ın planı, askeri olarak bir türlü ele geçiremediği Galya köyünü Roma mimarisıyla inşa edilecek bir kentle kuşatarak, onları Roma kültürüyle bir çeşit asimile etme üzerinedir. Filmdeki bu kurguyu çalışma açısından ilgi çekici yapan, plan dahilinde yaşanan gelişmelerin kapitalist ekonominin geleneksel toplumların modernleştirilmesinde oynadığı rolü açık bir şekilde tasvir etmesidir.

Asteriks: Roma Sitesi'nde Galya köyü ile geleneksel toplum anlatılırken, Roma kenti ve Roma Sitesi ile modern toplum tasvir edilmektedir. Filmde geleneksel toplum doğayla iç içe ve çok kalabalık olmayan bir yerleşim yerinde birbirini tanıyan insanlardan oluşan, geçimlik bir ekonomiye sahip olan, belirli toplumsal rollerin olduğu bir yapı şeklinde betimlenir. Modern toplum ise kalabalık insan topluluklarından oluşan, kentlerde yaşayan, tüketimciğin merkezde olduğu bir ekonomi anlayışını benimseyen, toplumsal hareketliliğin ve hızın fazla olduğu bir yapının tezahürüdür. Burada Tönniesyen anlamda bir cemaat ve cemiyet anlatısının yeniden üretimi söz konusudur.

Geleneksel bir toplum olarak Galyalıların, modern Romalı vatandaşlarla karşılaşması neticesinde kimsenin birbirinden farklı olmadığı köy yavaş yavaş kente karşı direncini kaybetmiştir. Bu durumun asıl nedeni ise kapitalist ekonominin geçimlik köy ekonomisini etkisi altına almasıdır. Kendi halinde yaşayan ve geçimlik bir ekonomiye sahip olan köyde, turistlerin/Romalıların köylerine gelip ticaret anlayışının değişmesini tetiklemeleriyle geleneksel yapı darmadağın olmuştur. Öyle ki, kapitalist ekonominin rüzgarına direnmeden kapılan Galyalılar, kendilerini Romalıların arasında tamamen Romalılar gibi yaşarken bulmuşlardır. Filmdeki bu anlatı, kapitalizmin gölgesi altında olan her tür ilişkinin, onun doğasından etkilenmesinin eleştirel bir okumasıdır. Başka bir ifadeyle, kapitalist ekonominin geleneksel toplumlarda yaygınlaşarak benimsenmesi, tüketimin merkezi bir yerde olduğu modern toplumlara doğru dönüşmeyi tetiklemektedir.

Günümüzde geleneksel yapısını muhafaza eden toplumların oranı şüphesiz modern toplumlara göre giderek azalmaktadır. Nitekim, geleneksel kabul edilen toplumların bile egemen ekonomi anlayışı olan kapitalizmin gölgesinden ne kadar kaçabildiği tartışmalıdır. Çünkü onun inşa ettiği sistemden fiziken uzak kalınsa bile, kitle iletişim araçları aracılığıyla söz konusu toplumsal düzen bireyleri kuşatmaktadır. Medyaya atfedilen bu nitelik, Asteriks serisinin ortaya çıktığı yılları içine alan 1950'li ve 1960'lı yıllarda etkin olan modernleşme kuramcılarının da gündemindeydi. Daniel Lerner başta olmak üzere modernleşme kuramcılarının genel kanısı, mutlak bir gerçekliği temsil eden Batı tecrübesinin medya tüketimin artmasıyla modernleşme toplumlarını dönüştüreceği şeklindeydi. Her ne kadar bu kuram bugün etkinliğini sürdürmese bile, medya aracılığıyla modern olanın cazibesinin dünyanın her köşesini sardığı ortadadır. Asteriks: Roma Sitesi'nin sonunda gelenekselin moderne karşı galip gelmesi, bir temenninin tezahürü olarak görülebilir. Nitekim filmde de açıkça geleneksel toplumun moderne karşı ne kadar güçsüz olduğu gösterilmektedir.

7. Extended Abstract

In this study, it was aimed to examine the animated film, Asterix: The Mansions of the Gods, which was released in 2014, and to reveal how traditional and modern society is depicted, how traditional society can evolve into modern society under the influence of capitalism. Accordingly, Asterix: The Mansions of the Gods was discussed with a sociological examination and the process of evolution of a traditional society towards modern in line with the dominant understanding of capitalism is explained.

In the study, sociological film criticism was employed. The preference for sociological analysis in the examination of the film stems from the fact that, as Kabadayı expresses (2013, s. 56), the film is more than just a syllabus, it is a narrative that intensely contains social meanings. To analyze the narrative in question, it also requires an examination of the culture that takes place within the production.

In this film, the village of Gaul faces the threat of an urban settlement established near the village in the movie, the Asterix: The Mansions of the Gods (Rouviere, 2010, s. 54). The adventure here is in the form of a summary of the civilized project of the peasants, who are described as barbarians who have not met modern urban life (Kireççi, 2019). In other words, in this narrative, where non-modern societies are

offered no other way than modernization, criticisms are directed at modern society in the shadow of capitalism with the victory of traditional rural society.

The world-famous comic book series Asterix is a literary work that has been translated into dozens of languages around the world. Asterix has been adapted to the big screen many times due to its popularity. Asterix: The Mansions of the Gods was released in cinema in 2014 in the form of an animated film, unlike the previous ones. The film, as always, tells the adventure of the Roman Empire who wanted to dominate the small Gallic village within its borders and the Gauls who resisted it. What makes the narrative in this work remarkable is Caesar's plan to conquer Gaul. Caesar's plan was to surround the village of Gaul, which he could not conquer militarily, with a city to be built with Roman architecture and to assimilate them with Roman culture. What makes this fiction in the film interesting from the point of view of the work is that the developments within the plan clearly depict the role played by the capitalist economy in the modernization of traditional societies.

In Asterix: The Mansions of the Gods, traditional society is narrated via the Gallic village, and there is a narrative of modern society with both the Rome and the Mansions of the Gods. In the film, traditional society is depicted as a structure consisting of people who know each other in a settlement that is intertwined with nature and not too crowded, has a subsistence economy, and has certain social roles. Modern society, on the other hand, is the manifestation of a structure consisting of crowded human communities, living in cities, adopting an economic understanding in which consumerism is at the center, and where social mobility and speed are high. Here, there is the reproduction of a narrative of community and society in the Tönniesian sense.

As a result of the encounter of the Gauls as a traditional society with modern Roman citizens, the village, where no one differed from each other, gradually lost its resistance to the city. The real reason for this situation is that the capitalist economy affects the subsistence village economy. The traditional structure was shattered when the tourists/Romans came to the village of peasants, who lived on their own and had a livelihood economy, and triggered the change of the understanding of trade.

So much so that the Gauls, who were caught up in the wind of the capitalist economy without being able to resist, found themselves living among the Romans completely like the Romans. This narrative in the film is a critical reading of how any relationship under the shadow of capitalism is influenced by its nature. In other words, the widespread adoption of the capitalist economy in traditional societies triggers the transformation towards modern societies where consumption is centralized.

Today, the proportion of societies that preserve their traditional structure is undoubtedly decreasing compared to modern societies. As a matter of fact, it is debatable how much even traditional societies can escape the shadow of capitalism, which is the dominant understanding of economics. Because, even if one is physically distant from the system it built, the social order it built through the mass media surrounds individuals. The allure of the modern pervades every corner of the globe. As a matter of fact, the film clearly shows how powerless traditional society is against the modern.

Keywords: Mass Communication, Cinema, Capitalism, Traditional Society, Modern Society, Asterix.

Kaynakça

Aytaç, Ö. (2004). Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman. CÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 28(2), 115-138.

Aziz, A. (2022). İletişime Giriş (6. bs). Nobel Akademik Yayıncılık.

Bağçe, H. E. (2004). Modernliğin Temelleri ve İkirçilikli Serüveni. İçinde G. Erdumlu (Ed.), Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye (ss. 3-59). Babil Yayıncılık.

Bakırezer, G. (2004). Türk Modernleşmesinde İktisadi Yapının Dönüşümü, Refah ve Sosyal Demokrasi. İçinde G. Erdumlu (Ed.), Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye (ss. 187-219). Babil Yayıncılık.

Brady, T. (2016, Ağustos 19). Asterix & Obelix: The Mansion of the Gods review - Making Gaul great again. The Irish Times. <https://www.irishtimes.com/culture/film/asterix-obelix-the-mansion-of-the-gods-review-making-gaul-great-again-1.2761748>

- Brodersen, K. (2002). Büyük Galyanın Küçük Dünyası. İçinde K. Brodersen (Ed.), & T. Noyan (Çev.), Asteriks ve Roma Dünyası (ss. 12-18). Kitap Yayınevi.
- Clichy, L., & Astier, A. (Direktörler). (2014). Astérix: Le domaine des dieux [Animation, Adventure, Comedy]. M6 Studio, SND Films, Belvision.
- Demir, Ü. (2021). Toplumun Direnen Kaleleri ve Değişim Rüzgarları: Çikolata Filmi Örneğiyle. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 11(1), 336-345. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.846447>
- Diken, B., & Laustsen, C. B. (2019). Filmlerle Sosyoloji (S. Ertekin, Çev.; 5. bs). Metis Yayınları.
- Gosciny, R. (2016). The Mansions of The Gods (Rev. ed). Orion Books ; Distributed in the United States of America by Sterling Pub. Co.
- Gültekin, G., & Aydınlioğlu, Ö. (2020). Sosyal Sorumluluk Aracı Olarak Sinema: Halam Geldi Filminin Sosyolojik Analizi. İçinde N. Karadaş & S. Koca (Ed.), Platon'un Mağarasından Sinema Perdesine Sosyolojik Film Okumaları (ss. 73-102). LiteraTürk Academia.
- Huntington, S. P. (1971). The Change to Change: Modernization, Development, and Politics. Comparative Politics, 3(3), 283-322.
- Kabadayı, L. (2013). Film Eleştirisi: Kuramsal Çerçeve ve Sinemamızdan Örnek Çözümlemeler. Ayrıntı Yayınları.
- Kellner, D. (2013). Sinema Savaşları Bush-Cheney Döneminde Hollywood Sineması ve Siyaset (G. Koca, Çev.). Metis Yayınları.
- Kessler, P. (1997). The Complete Guide to Asterix (First Edition). Distribooks Inc.
- Kireççi, Ü. (2019, Nisan 6). Asteriks "TOKİ Tanrıları" Sitesi'nde. Gazete Duvar. <https://www.gazeteduvar.com.tr/forum/2019/04/06/asteriks-toki-tanrilari-sitesinde>
- Köker, L. (2020). Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi (16. bs). İletişim Yayınları.
- Mintzer, J. (2014, Kasım 20). "Asterix: The Land of the Gods" ('Asterix: Le domaine des dieux'): Film Review. archive.md. https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-reviews/asterix-land-gods-asterix-le-750259/?mobile_redirect=false
- Özbey, A. Ü. (2018). Tüketim Toplumunda Tüketim Metaforu Olarak Zaman ve In Time Filmi Üzerine Sosyolojik Analiz. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 9(16), 2461-2479. <https://doi.org/10.26466/opus.484533>
- Özden, Z. (2004). Film Eleştirisi: Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi (2. bs). İmge Kitabevi Yayınları.
- Rouviere, N. (2010). Asteriks ya da Uygarlığın Işıkları (İ. Yerguz, Çev.). İmge Kitabevi Yayınları.
- Uğur, U. (2016). "Gurbet Kuşları" Filmi Örneğinde İç Göç Olgusunun Sosyolojik Açıdan İncelenmesi. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 6(3), 917-926.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Fatih Barıtcı)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Fatih Barıtcı)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.


İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Mustafa Kemal Paşa'nın Millî Mücadele Dönemindeki Dış Politikasının Millî Bağımsızlık İlkesi Çerçevesinde Analizi

Halil İbrahim ÇELİK* 

ÖZ

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasını sağlayan Millî Mücadele düşman işgaline karşı askeri mücadele ile birlikte siyasi mücadeleyi ve diplomasiyi de kapsamaktadır. Millî Mücadele, Türk milletinin emperyalizme karşı bağımsızlık mücadelesi olarak Mustafa Kemal Atatürk'ün belirlediği ve karakteri ile özdeşleştirdiği Millî Bağımsızlık ilkesi rehberliğinde gerçekleştirilmiştir. Millî Mücadele'nin temel metinlerinin dış politika ile ilgili maddelerinde millî bağımsızlığa doğrudan atıflar bulunmaktadır. Millî Mücadele dönemi Türk dış politikası Mısâk-ı Millî ile ilan edilen hedefleri gerçekleştirmeye yönelik gerçekçi, dengeli ve pragmatik bir yaklaşıma sahiptir. Mustafa Kemal Paşa, süreç boyunca tam bağımsız bir devlet kurmayı amaçlayan millî dış politika sürdürmüştür. Atatürk'ün dış politikaya ilişkin görüş ve düşünceleri öğrencilik yıllarından itibaren gelişmeye başlamış, Millî Mücadele döneminde ise uygulama safhasına geçmiştir. Bu dönem boyunca onun düşünceleri yeni Türk devletinin ana programını belirlemiştir. Tam bağımsızlık, millî egemenlik ilkelerinden taviz vermemek koşulu ile yurtda ve dünyada barış onun temel dış politika yaklaşımı olmuştur. Mustafa Kemal Paşa'nın diplomasi anlayışı ekonomi, sanat, siyaset, kültür ve eğitim alanlarında iş birliğine açık olup duragan değildir. İstiklal Harbi döneminde uygulanan Türk dış politikasının millî bağımsızlık ilkesinin anlaşılması günümüz diplomasisine rehberlik etmesi bakımından da önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Millî Mücadele, Bağımsızlık, Emperyalizm, Türk Dış Politikası, Mustafa Kemal Paşa

The Analysis of Foreign Policy Mustafa Kemal Pasha in the Period of National Struggle Within the Scope of National Independence Principle

ABSTRACT

The National Struggle, which brought about the establishment of the Republic of Turkey, involves the political struggle and diplomacy along with the military struggle against the enemy occupation. The National Struggle was carried out as the Turkish nation's struggle for independence against imperialism under the guidance of the principle of National Independence, which Mustafa Kemal Atatürk determined and identified with his character. There are direct references to national independence in the foreign policy articles of the main texts of the National Struggle. The Turkish foreign policy of the National Struggle period had a realistic, balanced and pragmatic approach towards realizing the targets declared with the National Pact. Mustafa Kemal Pasha pursued a national foreign policy aiming to establish a fully independent state throughout the process. Atatürk started to develop his views and thoughts on foreign policy during his student life and he implemented them in National Struggle period. Throughout the National Struggle years, his thoughts determined the main program of the new Turkish state. Peace at home and peace in the world, on condition that there is no room for compromise on principles of full independence and national sovereignty, was his main foreign policy approach. Mustafa Kemal Pasha's understanding of diplomacy was open to cooperation in the fields of economy, art, politics, culture and education, and was not static. It is also important in terms of guiding current diplomacy to understand the principle of national independence of the foreign policy carried out during the congresses and wars of the War of Independence. Mustafa Kemal Pasha's foreign policy approach during the National Struggle is one of the important issues in our political history.

Keywords: National Struggle, Independence, Imperialism, Turkish Foreign Policy, Mustafa Kemal Pasha

1. Giriş

Devlet ya da milletin dış ilişkilerini yönetmek anlamına gelen diplomasi; ideallere ulaşmak için mümkün olanı değerlendirmek olarak tanımlanmaktadır. Milletlerin maddi ve manevi güç unsurlarını kullanarak hedefe ulaşmak diplomasi'nin amacıdır. Diplomasi, devletlerin millî bağımsızlığını sağlayan araçlardan birisidir. Bu yönü ile dış politika vatanın bütünlüğü ve milletin bağımsızlığını sağlayan ve koruyan bir araç olarak önem kazanmaktadır (Tak, 2005, s. 302). Devletlerin dış ilişkileri yaşanan dönemin uluslararası

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Öğr. Gör. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, halilibrahimcelik42@gmail.com
Makalenin Gönderim Tarihi: 18.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.02.2023

Citation/Atf: Çelik, H. İ. (2023). Mustafa Kemal Paşa'nın millî mücadele dönemindeki dış politikasının millî bağımsızlık ilkesi çerçevesinde analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 116-132. <https://doi.org/10.52642/susbed.1220737>



şartlarından ve devletlerarası ilişkilerden bağımsız değerlendirilemez. Bu nedenle devletler dış ilişkilerini ve politikalarını belirlerken dönemin siyasi koşullarını ve diğer devletleri dikkate almak zorundadırlar (Fevzioglu, 1988, s. 3).

XIX. yüzyılın siyasi, askerî ve ekonomik koşullarına uyum sağlayamayan Osmanlı Devleti'nin varlığını sürdürmesinin mümkün olmadığı I. Dünya Savaşı öncesinde anlaşılmıştı. Savaş, İttifak Devletleriyle birlikte Osmanlı Devleti'nin de yenilgisi ile sonuçlanmış, Mondros Mütarekenamesi ile devletin varlığı fiilen ortadan kalkmıştır. Devletin siyasi varlığını kaybetmesinde devletin iç dinamiklerinden kaynaklanan askerî, ekonomik ve siyasi başarısızlıklar ile dış politikada bağımsızlık ilkesine uygun, uygulanabilir bir dış politika eksikliği de etkili olmuştur. Osmanlı Devleti'nin siyasi varlığını kaybetme sürecini komutan olarak sürecin içinden gözlemleyen Mustafa Kemal Paşa, bu tecrübesi ile Millî Mücadele ve Cumhuriyet döneminde devletin dış politikasını millî bağımsızlık ekseninde dünya gerçekleri ile uyumlu ve milletin menfaatlerine göre şekillendirmeye çalışmıştır. Millî Mücadele döneminde işgallere karşı mücadelenin önemli araçlarından birisi de dış politikadır. Mustafa Kemal Paşa'nın dış politikasında *millî hâkimiyet* düşüncesi belirleyici rol oynamıştır. Mustafa Kemal Paşa'ya göre millî bağımsızlık hayati bir meseledir. Nitekim Paşa, bağımsızlığı karakterinin bir parçası olarak tanımlamıştır (Atatürk, 2019, s. 153). Dış politikada tam bağımsızlık düşüncesinin iç politikadaki karşılığı millî hâkimiyettir (Ata, 2008, s. 81-88). *Millî hâkimiyet* ya da *millî egemenlik* devletin iç yönetimi ve yönetim biçimi ile ilişkilidir. Millî bağımsızlık ise dış devletlerle ilişkilerle ve bu ilişkilerde devletin bağımsızlığı ile ilgilidir (Bulut, 2021, s. 401-408).

Bütün yönleri ile Millî Mücadele'de dış politika önemli bir araştırma konusudur. Dış politika ve uygulanan millî bağımsızlık siyaseti incelenmeden Millî Mücadele'nin tam manasıyla anlaşılabilmesi mümkün olmayacaktır. Konu ile alakalı birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecinde dış politikada bağımsızlığa verilen önemin farklı bakış açıları ile incelenmesinde yarar görülmektedir. Çalışmada 1919-1923 yılları arasında Mustafa Kemal Paşa'nın Heyet-i Temsiliye ve Büyük Millet Meclisi hükümetleri döneminde diğer devletler ile ilişkilerinde izlediği politika millî bağımsızlık ilkesi çerçevesinde incelenmeye çalışılmıştır.

15 Mayıs 1919 tarihinde Yunan ordusu İngiltere donanmasının himayesinde İzmir'e çıkmış ve Anadolu'da Yunan işgali başlamıştır. Bu işgal hem oluşturduğu algı hem de işgalcilerin Türk milletine karşı zulüm ve katliamları bakımından İngiliz, Fransız ve İtalyan işgallerinden farklı olmuştur (Lewis, 1993, s. 241). Yunan işgali bu nedenle Türk milletinin bağımsızlık ve özgürlük duygularını güçlendirmiştir (Sonyel S. R., 1987, s. 349). Mustafa Kemal Paşa'nın dış politika yaklaşımı bazı araştırmacılar tarafından onun *yurtta sulh cibanda sulh* ilkesi nedeni ile statükocu olarak değerlendirilir. Esasen onun bu ilkesi Lozan Anlaşması'ndan sonra devreye girmiştir. Millî Mücadele döneminde ise Türk dış politikası revizyonist bir yaklaşıma sahiptir (Yetim, 2011, s. 74). Mustafa Kemal Paşa'nın dış politikası *millî menfaatlere dayalı millî bir siyaset uygulanması* olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'nin millî menfaatleri Mısâk-ı Millî metninde ifade edilmiştir. Mısâk-ı Millî, sınırları açıkça belirleyen, hayalcilikten uzak, hedefleri belirlenmiş bir yaklaşıma sahiptir. Uluslararası hukuka uygun olması bakımından da uygulanabilir olmuştur.

Millî Mücadele döneminin dış politikasının oluşturulmasında, Bekir Sami Bey'den sonra göreve gelen ve dönem boyunca bu görevi sürdüren Yusuf Kemal (Tengirşek) Bey'in de önemli etkisi olmuştur. Yusuf Kemal Tengirşek Bey Paris'te Hukuk eğitimi almış, II. Meşrutiyet ve I. Dünya Savaşlarında Adliye Nezaretinde görev yapmış, Millî Mücadele'ye katılmış değerli bir hukukçudur (Tengirşek, 1967, s. 136). Yusuf Kemal Bey, liderin dış politika yaklaşımını içselleştirmesi ve hedeflerini iyi anlaması bakımından yeni Türk devletinin dış politikasında siyasi bir ayrılık oluşmasına izin vermemiştir (Arslan, 1998, s. 495; Tengirşek, 1967, s. 252). Türk milletinin varlığının tehlikeye düştüğü kritik dönemde başarılı olduğu bilinen Mustafa Kemal Paşa'nın Millî Mücadele döneminde uyguladığı dış politikanın ilkeleri ve uygulamalarının anlaşılmasının Türkiye Cumhuriyeti'nin güncel dış politikasının belirlenmesinde yol gösterici olacağı aşikârdır.

2. Genelgeler ve Kongreler Döneminde Dış Politika

Millî Mücadele döneminde Mustafa Kemal Paşa'nın Samsun'a çıkışından (19 Mayıs 1919) Ankara'da Türkiye Büyük Millet Meclisinin açılışına (23 Nisan 1920) kadar geçen zaman aralığı, Genelgeler ve Kongreler Dönemi olarak isimlendirilmektedir. Bu dönemde Mustafa Kemal Paşa yabancı devlet adamları

ve gazeteciler ile görüşmeler yapmış, Moskova başta olmak üzere yabancı ülkelere Türk milletinin bağımsızlık mücadelesinin tanıtılması için heyetler ve temsilciler gönderilmiştir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 40). Mustafa Kemal Paşa 19 Mayıs 1919'da Samsun'a çıktıktan sonra yaptığı çalışmalarda esasen *de facto* bir hükümet gibi davranmıştır (Mango, 2000, s. 223).

Damat Ferit Paşa yönetimindeki İstanbul hükümetleri ile bazı aydın ve subayların manda ve himayeyi benimseyen görüşlerine karşın Millî Mücadele liderlerinin 19 Mayıs 1919 tarihinden itibaren yabancı devlet adamları ile görüşmelerinde, bildirimlerde, kongre kararlarında ve konuşmalarında tam bağımsızlığa vurgu yaptıkları görülmektedir (Atatürk, 1970, s. 90; Gönlübol & Sar, 1997, s. 5; Goloğlu, 1969, s. 87). Esasen Mustafa Kemal Paşa, dış politikada tam bağımsızlık düşüncesini henüz 19 Mayıs 1919'da Samsun'a çıktıktan hemen sonra ifade etmiştir (Atatürk, 1970, s. 2). Dış politika hedefini *efendiler, bu vaziyet karşısında bir tek karar vardı. O da hâkimiyeti milliyeye müstenit, bilâkaydüşarî müstakil yeni bir Türk Devleti tesis etmek!* cümlesi ile izhar etmiştir (Atatürk, 1970, s. 12). Atatürk'e göre Türk milletinin haysiyet ve şerefi ile yaşaması ancak *istiklâl-i tam* ile mümkündür. Millî Mücadele lideri; manda ve himayeyi acziyet olarak değerlendirmekte, Türk milletinin asla böyle bir derekeye düşmemesi gerektiğini ifade etmektedir. Zira ona göre esir düşmektense mahvolmak daha iyidir (Atatürk, 1970, s. 13; Sonyel S. R., 1987, s. 105). Wilson Prensipleri Cemiyeti'nde örgütlenen aydınlar, Anadolu'da ABD'nin ekonomik çıkarları konusunda çalışmalar yapan King-Crane Heyetine Doğu Anadolu'da Ermenilere toprak verilebileceğini bildirmişlerdi. Bu yazıya karşı Mustafa Kemal Paşa *bir karış toprağın bile verilemeyeceğini* açıkça ifade etmiştir (Atatürk, 2019, s. 55; Ayışığı, 2004, s. 49). Millî Mücadele döneminde yayınlanan kongre metinlerinde ve özellikle Mîsâk-ı Millî'de millî bağımsızlığa vurgu yapılmıştır. Erzurum Kongresi bildirisinin ikinci maddesinde *vatanın bütünlüğünün ve millî bağımsızlığın sağlanması için Kuvâ-yı Milliyeyi etken ve millî iradeyi egemen kılmak esastır*, denilerek Millî Mücadele'nin hedefinin vatanın bütünlüğü ve bağımsızlık olduğu ifade edilmiştir. Kongre kararlarının yedinci maddesinde ise Türk milletinin çağın ihtiyaçlarına uygun iç ve dış bağımsızlığının sağlanması koşulu ile tüm dünya devletleriyle ekonomi, siyaset ve sanat alanlarında iş birliği yapılabileceği vurgulanmıştır (Yazıcı, 2015, s. 23). *United Telegraph* Roma Mümessilliği 24 Aralık 1920 tarihinde Aydın Milletvekili Cami Bey aracılığı ile Mustafa Kemal Paşa'ya siyasi gelişmeler hakkında görüşlerini öğrenmek amacıyla 11 soruyu ihtiva eden bir mektup göndermiştir. Mustafa Kemal Paşa bu mektuba aynı tarihte verdiği cevapta; Erzurum ve Sivas kongrelerinde kabul edilen temel prensipleri ifade etmiş ve *istiklâl ve hâkimiyetimiz için temin edecek bir sulbu* amaçladığını belirtmiştir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 235).

Millî Mücadele'nin kongreler döneminde manda ve himaye meselesi üzerine tartışmalar gündemin ön sıralarında yer alıyordu. *Havas-Reuter* ajansı, Şûra-yı Saltanatın yabancı bir devletin müzaheretini (manda) benimseyeceği haberini yapmıştı. Bu haber üzerine Mustafa Kemal Paşa 27 Mayıs 1919'da Sadrazama gönderdiği bir yazıda milletin istiklalinin her türlü tartışmanın dışında tutulması gerektiğini, tam bağımsızlık için milletin her türlü fedakârlığa hazır olduğunu belirtmiştir (Atatürk, 1970, s. 27). Erzurum Kongresi sırasında Mustafa Kemal ve Kazım Karabekir Paşalara Amerikan mandasının tercih edilmesi hakkında şifreli bir telgraf gelmişti. Mustafa Kemal Paşa, bu telgraflara bir cevap şeklinde anlaşılabilir ve Kara Vasıfa 19 Temmuz 1919 tarihinde gönderdiği kapalı yazıda *istiklâl ve hâkimiyete hiçbir vecible zarar vermemesi şartı ile mali ve teknik yardımların kabul edilebileceğini* ifade etmiştir (Ayışığı, 2004, s. 41; Karabekir, 2009, s. 726). Kazım Karabekir özellikle eğitim alanında ABD hakkında olumlu yaklaşımı ile bilinmektedir. ABD'ye öğrenci gönderilmesi için çalışma yapmıştır (Karabekir, 2008, s. 461). Millî Mücadele döneminde ise Erzurum'a gelen ABD'li heyetler ile görüşmeler yapmıştır (Karabekir, 2009, s. 721).

25 Ekim 1919'da Ruşen Eşref Bey'e *Tasvir-i Efkâr* gazetesi için verdiği mülakatta ise Mustafa Kemal Paşa, Türkiye'nin uluslararası sermayeye, ticari faaliyetlere ihtiyacı olduğunu, bu faaliyetlerin bağımsızlığa saygı şartı ile memnuniyetle karşılanacağını söylemiştir (Atatürk, 2019, s. 64). Bu ifadeler Mustafa Kemal Paşa'nın uluslararası ilişkilerde yardımlaşma ve destekleri öncelikle tam bağımsızlık ile ilişkilendirdiği, tam bağımsızlığın Millî Mücadele'nin kırmızı çizgisi olduğunu açıklamaktadır. Sivas Kongresi kararlarında da milletin bütünlüğü ve bağımsızlığı hedefi yeniden ifade edilmiş ve tam bağımsızlık ilkesine yer verilmiştir (Toparlı, 2015, s. 141). Mîsâk-ı Millî Beyannamesi'nin altıncı maddesinde hürriyet ve bağımsızlık Türk milletinin varlığı ve hayatının esası olarak ifade edilmiştir. Bağımsızlığı engelleyen hiçbir düzenlemenin kabul edilmeyeceği açıkça vurgulanmıştır. Mîsâk-ı Millî, aynı zamanda Türk İstiklal Harbinin hedefini

belirleyen bir belge olması bakımından buradaki bağımsızlık ifadesi Mustafa Kemal Paşa'nın millî bağımsızlık düşüncesinin kaynaklarından birisini oluşturmaktadır (Yazıcı, 2015, s. 38).

İtilaf Devletlerinin aralarındaki anlaşmazlıklar ve iç siyasi sorunları Anadolu politikalarına tüm dikkatlerini vermelerini engellemiştir (Akşin, 2019, s. 89; Ünal, 2016, s. 667). İtilaf Devletlerinin Anadolu'daki birçok temsilcisi Sevr Antlaşması taslağının Türk milletine kabul ettirilmesinin mümkün olmayacağını farkındaydılar. İngiltere Dışişleri Bakanlığı Müsteşarı Lord Hardinge ve onun gibi düşünen birçok İngiliz subayına göre Türk milletinin bağımsızlık talebi İtilaf devletlerinin emperyalist hedeflerinden daha güçlüydü ve Türk milletinin bağımsızlığını engellemek için ödenmesi gereken bedeller hesaplanandan daha ağır olabilirdi (Sonyel S. R., 1991, s. 76). Diğer yandan ABD başkanı Woodrow Wilson'un 8 Ocak 1918'de I. Dünya Savaşı benzeri savaşların bir daha yaşanmaması hedefi ile yayınladığı 14 maddelik prensipler içerisinde yer alan *milletlerin kendi geleceklerini tayin etmelerine izin verilmesi* ilkesi -Türkler için İtilaf Devletleri tarafından göz ardı edilmesine karşın- Türk Millî Mücadelesinin Batı kamuoyunda savunulmasını kolaylaştırmıştır (Yetim, 2006, s. 206; İnönü, 2009, s. 167). Sivas Kongresi'nin 8 Eylül 1919 Pazartesi tarihli oturumunda manda meselesi farklı boyutları ile tartışılmış, Türkiye'ye ekonomik ve siyasi yardım bağlamında kalmak üzere ABD yardımının Türkiye'yi diğer işgalcilerden koruyacağına ilişkin karar alınmıştır (Toparlı, 2015, s. 137). Bu karar 9 Eylül 1919 tarihli bir mektup ile ABD kongresine bildirmiştir. Mektupta, Millî Mücadele'nin amacının Türk milletinin haklarının korunmak ve bağımsızlığını sağlamak olduğunu ifade edilmiştir (Reşit Paşa, 1940, s. 128; Goloğlu, 1969, s. 65).

Mustafa Kemal Paşa, Millî Mücadele döneminde Türk dış politikasını diplomat kimliği ile bizzat yönetmiştir (Gönlübol & Sar, 1997, s. 8). ABD ile ilişkilere özel bir önem verilmiş, Amerika kamuoyu Türk milleti lehine etkilenmeye çalışılmıştır. *United Telegraph* Roma Mümessillğine 24 Aralık 1920 tarihinde yazılı bir mülakat veren Mustafa Kemal Paşa, *Türkiye'nin Amerika'ya bayırbah, insanîyetperver ve hürriyet savunucusu olarak bilmek istediğini, İngiltere'nin politikalarından ise çekindiğini* ifade etmiştir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 235). Paşa, İstanbul'un işgali ve Meclis-i Mebusan'ın dağıtılması üzerine İtalya'nın Antalya'daki temsilcisi aracılığı ile İtilaf Devletlerine gönderdiği protesto metninde meclisin millet temsilcisi olduğuna vurgu yaparak saldırının millî egemenliğe olduğunu ifade etmiştir. Mustafa Kemal Paşa, protesto yazısında, Avrupa ve Amerika devletlerine değil, ilim, irfan ve medeniyet ehli olarak gördüğü sivil Avrupa ve Amerika'nın vicdanlarına seslenmiştir (Atatürk, 1970, s. 417; Özalp, 2020, s. 59).

Millî Mücadele döneminde özellikle Sivas Kongresi'nde ABD mandası tartışılmıştır. Sivas Valisi Reşit Paşa hatıratında Sivas Kongresi üyeleri arasında manda taraftarlığı görmediğini ifade etmiştir (Reşit Paşa, 1940, s. 130). Buna karşın Sivas Kongresi tutanaklarında ABD mandası meselesinin tartışıldığı görülmektedir (Toparlı, 2015, s. 141). Sivas'ta bulunan ABD'li gazeteci ve manda yanlısı kongre üyeleri ise Amerika'nın Türkiye'de manda idaresi kurmak konusunda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir (Goloğlu, 1969, s. 90; Toparlı, 2015, s. 127). Mustafa Kemal Paşa'nın ABD ile ilişkiler konusundaki yaklaşımının ana çerçevesi General Harbord ile Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti adına yaptığı görüşmede kendisine verdiği memorandumda ifade edilmektedir. Memorandumda Wilson ilkelerinin millet prensibinin uygulanmadığı, Anadolu'daki azınlıklar lehine politikalar uygulandığı ve Türk vatanının işgal edilmekte, Türk milletinin bağımsızlığının yok sayılmakta olduğu belirtilerek Türk milletinin tam bağımsız yaşama düşüncesine ve isteğine saygı duyulması gerektiği muhataba bildirilmektedir. On maddeden müteşekkil Memorandumda Mustafa Kemal Paşa, Türk milletinin Bolşevikliğe yakın olmadığını, Hıristiyan azınlıklara karşı düşmanlık beslemediklerini, Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin sadece Türk milletinin öz kaynaklarına dayandığını, bağımsız Türk devletinin dünyanın geri kalanı için de yararlı olacağını ifade etmiştir (Bayur, 1956, s. 659; Ayışığı, 2004, s. 98). Mustafa Kemal Paşa, General Harbord ile konuşmasındaki *bir millet mevcudiyet ve istiklâlini temin için kabili tasavvur olan teşebbüsât ve fedakârlığı yaptıktan sonra muvaffak olur, ya muvaffak olamazsa demek, o milletin ölmüş olduğuna hükmetmek demektir. Binaenaleyh millet, berhayat oldukça ve teşebbüsâtı fedakâranesine devam eyledikçe âdemi muvaffakiyet mevzuubahis olamaz* ifadeleri ile Millî Mücadele'nin başarılı olacağına ilişkin inancını da vurgulamıştır (Atatürk, 1970, s. 173). Bu bilgiler bir bütün olarak ve ABD Senatosunun Başkan Wilson'un Türkiye'de manda kurulması teklifini reddetmesiyle birlikte değerlendirildiğinde Amerikan mandası konusu dönemin siyasi şartlarında gündem değiştirme ve zaman kazanma taktiği de olabileceği düşünülmektedir (Ayışığı, 2004, s. 59; Karabekir, 2009, s. 721). Millî Mücadele lideri Amerika Birleşik Devletleri'nin I. Dünya Savaşı öncesinde yayınladığı Wilson İlkelerinin 14. maddesinde ifade edilen

Milliyetler İlkesini haklı olarak Türk milletinin çoğunlukta olduğu yerlerde Türk devleti kurulması şeklinde değerlendirmiştir. Politik bakımdan İtilaf Devletleri tarafından farklı yorumlanmakla birlikte Wilson ilkeleri bu yönden Mustafa Kemal Paşa tarafından kullanılmış ABD'nin Anadolu'ya gönderdiği askerî ve sivil yetkililer ile bu çerçevede diyalog kurulmuştur (Gönlübol & Sar, 1997, s. 13). Mustafa Kemal Paşa'nın tartışma sürecinde kesin hüküm ifade etmeyen açıklamaları ABD'yi bölgede tarafsızlığa yönlendirme amaçlı olduğu da değerlendirilmiştir (Ayışığı, 2004, s. 53). Mustafa Kemal Paşa'nın bu dönemde Amerika Birleşik Devletleri'ne yönelik ifadelerinin dönemin siyasi şartlarına göre taktik açıklamalar olduğu değerlendirilmektedir. Anadolu'da millî kuvvetler güçlendikçe Mustafa Kemal Paşa'nın tam bağımsızlığa vurgu yapan sözlerinin güçlenmesi de bu değerlendirmeyi güçlendirmektedir (Gönlübol & Sar, 1997, s. 14). ABD mandası tartışmalarında Anadolu'da bulunan ABD'li görevlilere ile iletişimde ABD mandası taraftarı görüşleriyle Halide Edip (Adıvar) önemli bir role sahiptir (Çalışlar, 2010, s. 177). Dönemin aydınları arasında ABD mandasının tercih edilmesi yönünde bir kanaat oluşmuştur (Özalp, 2020, s. 50). Diğer yandan Amerikalı ve İngiliz istihbarat elemanlarının ve gazetecilerin Mustafa Kemal Paşa ile görüşmek üzere Anadolu'ya geldikleri bilinmektedir (Reşit Paşa, 1940, s. 123; Goloğlu, 1969, s. 79). Bu görevliler Millî Mücadele liderini yakından tanıma amacına yönelik çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmalarda Mustafa Kemal Paşa'nın olaylara bakışı, analiz yeteneği ABD lider kadrolarına iletilmiştir (Arslan, 1998, s. 495).

Kongreler döneminde Türkiye'nin doğu sınırı hem Ermeni tehdidi hem de İngiltere'ye karşı Sovyet Rusya ile ilişkiler bakımından önem arz etmektedir. Paris Barış Konferansı'nda kendisini Ermeni temsilcisi olarak tanıtan Bogos Nubar, Doğu ve Güneydoğu Anadolu topraklarının tamamının Erivan hükümetine bağlanması talebinde bulunmuştu. Ancak bölgede yaşayan Ermeni nüfus Amerikalı Profesör Magie'ye göre Müslüman nüfusun 1/3'ünden daha az idi. Diğer kaynaklarda bu oran 1/5 hatta 1/8 oranlarında gösterilmektedir (Sonyel S. R., 1987, s. 22). Bölgenin nüfus yapısına göre Ermenilerin toprak taleplerinin dayanaksız olduğu anlaşılmaktadır. Mustafa Kemal Paşa, Ermenilerin gerek Paris Barış Konferansındaki Avrupalılar tarafından bile aşırı görülen talepleri gerekse işgal ettikleri Türk topraklarındaki katliamları nedeniyle Ermeni işgalinin ve Taşnak terörünün ancak askerî harekât ile çözülebileceğini düşünmüştür (Sonyel S. R., 1991, s. 27).

Mustafa Kemal Paşa, Millî Mücadele döneminde savaş halinde olunan İtilaf Devletleri ile bu devletlerin desteklediği Ermenistan ve Yunanistan'a karşı Sovyetler Birliği'nin yardımını almaya çalışmıştır. Bu nedenle de Büyük Millet Meclisi'nin dış politikasında aynı zamanda sınır komşusu olan Sovyet Rusya ile ilişkiler önemli bir yer teşkil etmiştir (Gönlübol & Sar, 1997, s. 13). Bu öneme karşın Mustafa Kemal Paşa'nın Bolşevik Rusya ile anlaşma planı *köpriyi geçene kadar ayağa dayı demeli* Türk atasözünün yansıması olarak değerlendirilmiştir (Arslan, 1998, s. 505; Kinross, 2018, s. 284). Sovyet Dışişleri Komiseri Chicherin gönderdiği mektupta Mısâk-ı Millîyi tanıdıklarını, emperyalizme karşı millî hareketin yanında olduklarını ifade ederek konsolos atanmasını talep etmiştir. Ortak düşmana karşı mücadele ve sınır anlaşmazlıklarının referandum yolu ile çözülmesi önerilerini getirmiştir. (Kinross, 2018, s. 287). Sivas Kongresi öncesinde, 1919 yılı Haziran ayında Bolşevik Albay Budenni Mustafa Kemal Paşa ile görüşmüş ve yardım teklifinde bulunmuştur (Yetim, 2011, s. 75). 13 Eylül 1919 tarihinde Chicherin Türk işçileri ve köylülerine doğrudan hitap eden bir bildiri ile onları memleketin efendisi yapacak bir yönetim önerisinde bulunmuştur. Buna karşın Mustafa Kemal Paşa Türkiye'de bir sınıf mücadelesi değil, işgallere karşı direniş ve memleketi istila edilmekten kurtarma mücadelesi veriyordu. Nitekim Mustafa Kemal Paşa, 26 Nisan 1920'te yazdığı mektupta sınıf mücadelesinden hiç söz etmeden Sovyet Rusya'ya emperyalizme karşı siyasi ve askerî iş birliği teklif etmiştir. Millî Mücadele Dönemi'nde Sovyet Rusya emperyalizmi tenkit etmesi ve gizli emperyalist anlaşmaları ilan ve hükümsüz kabul etmesi nedeniyle Türkiye'nin emperyalizm ile mücadelesine destek olabilecek bir güç olarak gözüküyordu (Gönlübol & Sar, 1997, s. 16; Gürün, 2010, s. 53). Bu görünüme karşın Sovyet Rusya'nın Mısâk-ı Millî'yi kendi çıkarları çerçevesinde yorumladığı ve özellikle Boğazlar konusunda Türkiye'nin egemenlik haklarına aykırı hedeflerinin olduğu da bilinmektedir (Gönlübol & Sar, 1997, s. 17). 1920 yılı başında Mustafa Kemal Paşa, Halil Paşa'yı gayri resmi temsilci olarak Rusya'ya göndermiştir. Millî Mücadele'ye ilk Rus yardımı da bu dönemde gerçekleşmiştir. Bu ilk yardım sınırlı olmakla birlikte önemlidir. 1920 baharından sonra ise Millî Mücadele lideri ile Bolşevik Rusya arasında İngilizlere karşı yardımlaşma mecburiyeti ortaya çıkmıştır (Kinross, 2018, s. 287).

Millî Mücadele dönemi Türkiye'si Sovyet Rusya'nın güvenliği için önemlidir. Çünkü Türkiye'yi işgal eden İngiltere ve Fransa, Rusya iç savaşında Bolşevik devrimine karşı General Denikin komutasındaki Beyaz Ruslara destek veriyordu. Bu desteğin bir sonucu olarak 1919 yılı Ocak ayında Yunanistan Başbakanı Venizelos, Odessa'ya iki tümen asker göndermiştir. Bu Yunan tümenleri kısa süre sonra Odessa'dan çekilmesine rağmen Bolşevikler için Yunanistan ve Venizelos düşman olarak kategorize edilmiştir. Bolşevik yönetimi Yunanlılara karşı Türkiye'ye destek olmayı aynı zamanda kendisine yönelik kuşatma harekâtının kırılması amacıyla hizmet olarak değerlendirmiştir (Arslan, 1998, s. 520; Mango, 2000, s. 280). Ruslar bu nedenlerle Türkiye'de Mustafa Suphi gibi Bolşeviklerin ortadan kaldırılmasını mesele etmemişlerdir. Türk tarafının millî menfaatlerini sürdürme konusunda gerçekçiliği gibi Sovyet Rusya'da emperyalizme karşı güneydeki müttefikine karşı politikasında duygusallığa yer vermemiştir. Uluslararası ilişkilerde sorunsuz tam ortaklık ve iş birliğinin mümkün olmadığı açıktır. Tarafların ortak menfaatleri ekseninde sürdürülebilir ilişkiler geliştirmek diplomasi gereğidir (Köstüklü, 2016, s. 251; Mango, 2000, s. 296). Bu dönemde İtilaf Devletlerinin Mustafa Kemal Paşa'ya Türkiye'nin tam bağımsızlığını kabul eden bir barış teklif etmeleri halinde Onun Bolşevik Rusya ile siyasi ilişki kurmadan Batı bloğu ile anlaşacağı ifade edilmektedir. Ancak özellikle İngiltere'nin ilk dönemlerde uzlaşmaz ve Yunan yanlısı politikası Türkiye'yi Sovyet Rusya ile anlaşmaya mecbur bırakmıştır (Sonyel S. R., 1987, s. 35; Yetim, 2006, s. 210). İngiltere'de Lloyd George'nin Yunan yanlısı politikasına karşın Maliye Bakanı Churchill bu politikanın Türkiye'yi Bolşevikler ile yakınlaştıracığını düşünüyor ve adil bir barışı gerekli görüyordu (Akşın, 2019, s. 86).

1920 yılı sonbaharında Rusların Ankara'ya gönderdiği elçilik heyetine karşılık olarak Moskova'ya gönderilmesi gereken elçi konusunu Mustafa Kemal Paşa, Ali Fuat Paşa ve İsmet Bey arasındaki anlaşmazlığın çözüm aracı olarak da kullanmıştır. Yeşil Ordu Olayı ile ortaya çıkan anlaşmazlıklar ve Yunanlılarla mücadeledeki başarısızlıkların müsebbipleri arasında gösterilen Ali Fuat Paşa Moskova büyükelçisi olarak atanmıştır. Dış ilişkiler aynı zamanda iç siyasi sorunların çözümünün de bir aracı olarak kullanılmıştır (Kinross, 2018, s. 297; Cebesoy, 1982, s. 129). Yeşil Ordu, Türkiye'de I. Dünya Savaşı sonrası emperyalizme karşı gelişen tepkinin bir yansıması olarak Sovyet Rusya ile yaklaşma düşüncelerinin etkisi ile gelişen sol düşünce hareketi olarak bilinmektedir (Yılmaz, 1987).

3. Muharebeler Döneminde Dış Politika

Ankara'da Büyük Millet Meclisi'nin açılması Millî Mücadele'nin yeni bir evresinin başladığının göstergesi olarak anlaşılmaktadır. Büyük Millet Meclisi'nin açılışı ile kongreler döneminin yürütme organı olan Temsil Heyeti görevini meclis hükümetine devretmiştir. Diğer yandan İstanbul'un İtilaf Devletleri tarafından 16 Mart 1920'de fiilen işgaliyle Osmanlı hükümeti, siyasi güç ve otoritesini kaybetmiştir. Meclisin açılışı ile hem iç işlerinde hem de dış politikada devlet idaresi fiilen Ankara'da kurulmuştur. Ankara'da milletin diğer işleri gibi dışişleri de meclis adına vekâleten hükümete bırakılmıştı. Dışişleri vekâleti Ankara'da Mustafa Kemal Atatürk'ün karargâhı olarak kullandığı Ziraat Mektebinde bir odadan müteşekkildi (Sonyel S. R., 1991, s. 4). Ankara Hükümeti Hariciyesi Ermenilerle Gümrü (2 Aralık 1920) Fransızlarla Ankara Anlaşmasını (20 Ekim 1921) imzalamış, Londra Konferansı'nda (21 Şubat 1921-12 Mart 1921) Türk milletini temsil etmiştir. 1920-1923 yılları arasında da İtilaf Devletleri ile ABD, Sovyet Rusya, Afganistan, Ukrayna gibi devletlerle siyasi ilişkileri eşitlik, dostluk ve millî bağımsızlık ekseninde sürdürülmeye çalışmıştır (Atatürk, 1970, s. 486; Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 42; Çetin, 2012, s. 114).

Bu dönemde de Sovyet Rusya ile ilişkiler dış politikanın önemli başlıklarından birisi olmuştur. 3 Haziran 1920 tarihinde Sovyet Hariciye Komiseri Chicherin, Mustafa Kemal Paşa'ya Ankara'da Millet Meclisinin açılmasından duydukları memnuniyeti ifade eden bir mektup göndermiştir. Mektupta bir yandan Türkiye'nin istiklaline ve Türk vatanının Türklere bırakılmasının zorunluluğuna ilişkin vurgu yapılırken diğer yandan Sovyet Rusya'nın bölgedeki siyasi ve iktisadî çıkarlarının Mustafa Kemal Paşa'ya hatırlatılmasının hedeflendiği görülmektedir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 160). Bu mektuba Mustafa Kemal Paşa, Kazım Karabekir aracılığı ile 20 Haziran 1920 tarihinde cevap vermiştir. Atatürk cevabında Sovyet Rusya'nın Türkiye'nin istiklali hakkındaki görüşleri için memnuniyet ve teşekkürlerini belirtmiş, Türkiye'nin siyasi pozisyonunu *biz garp emperyalistlerine karşı yalnız halâs ve istiklalimizi muhafaza*

etmekle iktifa etmiyoruz, Aynı zamanda garp emperyalistlerinin kuvvet ve malum olan her vasıta ile Türk milletini emperyalizme vasıta ittihaz etmek istemelerine de mâni oluyoruz. Bu suretle bütün beşeriyete hizmet ettiğimize kanıyoruz ifadeleri ile açıklamıştır. Sovyet Rusya'nın Doğu Anadolu bölgesinde Van ve Muş vilayetleri üzerinde Ermeniler lehine toprak taleplerinin emperyalizmin hedeflerini kolaylaştıran yanlış politikalar olduğunu açıkça belirtmiştir. Mustafa Kemal Paşa Sovyet Rusya hükümetine Türkiye ile iş birliği yapılmasının emperyalizmle mücadeleye katkı sağlayacağını ifade etmiştir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 166).

Mustafa Kemal Paşa 3 Temmuz 1920 tarihli TBMM gizli oturumunda dış yardımın önemli olduğunu ancak tamamen dış yardıma bağlanmanın ülkenin tam bağımsızlık kararlılığına zarar vereceğini değerlendirmiştir (TBMM Gizli Celse Zabıtları, C. I, 1920, s. 74). Mustafa Kemal Paşa'ya göre, Sovyet Rusya yardımına bel bağlandıktan sonra yardımların kesilmesi durumunda ülkede umutsuzluk oluşma riski vardır. Bu nedenle Millî Mücadele öncelikle millî kaynaklara dayanmalı ve güvenmelidir. Dış yardım ancak Türkiye'nin ilkeleri ve millî menfaatlerine uygun olarak sağlanabildiği takdirde yararlıdır. Mustafa Kemal Paşa'nın dış yardım konusunda temel politikası tam bağımsızlık ilkesinden ödün vermemektir. Ona göre dış yardım araç, tam bağımsızlık amaçtır. Türkiye tüm dünya ülkeleri ile siyasi ilişkiler kurabilir ancak ulusal bağımsızlık ilkeleri önkoşul olmalıdır. Dış yardımın himaye ve kontrol aracı haline gelmemesi için gerekli bütün tedbirlerin alınmış olmasına dikkat edilmelidir (Şener, 2007, s. 176).

26 Nisan 1920'de Mustafa Kemal Paşa, SSCB lideri Lenin'e ilişkileri güçlendirmek istediklerini bildiren bir mektup göndermiştir. Bu mektuba SSCB Dışişleri Bakanı Chicherin tarafından cevap verildikten sonra 11 Mayıs 1920'de Ankara hükümeti Moskova'ya Hariciye Vekili Bekir Sami Bey başkanlığında bir heyet gönderdi. Bu heyet Moskova'ya 69 günde ulaşabilmişti. BMM, Sovyet Rusya ile dostluk anlaşması yapmak ve askerî malzeme yardımı almayı amaçladığı bu ziyaret millî güçlerin emperyalizme karşı mücadele için destek bulma çabasını göstermektedir. Bu heyet uzun müzakereler neticesinde 24 Ağustos 1920 tarihinde Sovyet hükümeti ile anlaşma tasarısı üzerinde mutabakata varmış, bu anlaşma bölgedeki siyasi ve askerî durum nedeni ile ancak yedi ay sonra imzalanabilmiştir (Gönlübol & Sar, 1997, s. 16; Yetim, 2006, s. 211). 16 Mart 1921'de Moskova'da imzalanan Türk Sovyet Dostluk Anlaşması Türkiye'nin doğu sınırını güvenlik altına almasının yanı sıra aynı zamanda batıda Yunan işgaline karşı verilen mücadelede millî güçlerin elini güçlendirmiştir. Sovyet yönetimi Anadolu'daki hareketin Komünist bir hareket olmadığını biliyordu. Bu anlaşma ortak düşmana karşı ve konjonktürel bir süreci ifade ediyordu. Türkiye'nin İstiklâl Harbinde Sovyet Rusya'ya ihtiyacı olduğu gibi bu ülkenin de TBMM hükümetine ihtiyacı vardı (Gönlübol & Sar, 1997, s. 22).

Mustafa Kemal Paşa tarafından 3 Eylül 1921 tarihinde Sovyet Rusya hariciye komiseri Chicherin'e ulaştırılmak üzere Moskova Büyükelçiliğine gönderilen telgraf Millî Mücadele döneminde Türkiye Rusya ilişkilerinde az bilinen bir konuya ışık tutmaktadır. Mustafa Kemal Paşa, bu telgrafında Rusya'da kıtlık nedeni ile yaşanan açlığın hafifletilmesine katkı sağlamak amacıyla Karadeniz sahillerinden Rusya'ya hububat hediyesinde bulunmuştur. Chicherin bu yardım için 10 Eylül'de Mustafa Kemal Paşa'ya teşekkür telgrafı göndermiştir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 353; Gürün, 2010, s. 75). Türkiye'nin Rusya'ya bu yardımı ekonomik olmaktan ziyade siyasidir. Ülkenin siyasi, malî ve sosyal bakımdan zor durumda olduğu bir dönemde Samsun'dan gönderilen hububat yardımı mali büyüklüğü ile değil iki ülke arasında dostluk ve emperyalizme karşı iş birliğinin sembolik bir göstergesi olarak değerlendirilmelidir (Cankut, 2018, s. 88). Paşa, dünya kamuoyuna Türkiye'nin dostluğunun değerli olduğu mesajını iletmek istemiştir.

Kazım Karabekir Paşa Ermenileri yenilgiye uğratarak Mısâk-ı Millî şartlarını kabul ettirmişti. Barış müzakereleri devam ederken ABD Başkanı Woodrow Wilson, Sevr Anlaşmasına göre Ermenistan'ın Batı sınırına Erzurum, Van ve Bitlis'in dâhil olduğunu belirten bir karar almıştır. İngiltere Dışişleri Bakanlığı Müsteşarı Sir Eyre Crowe *Wilson'un Hayal Şatosu* adını verdiği bu kararını kamuoyu dikkatinden kaçırmak istemiştir. Mustafa Kemal Paşa, 1926 yılında *Zavallı Wilson, anlamadı ki süngü, kuvvet, şeref ve onurun savunamayacağı sınırları başka hiçbir ilke savunamaz*, ifadeleri ile devletlerin sınırlarının masa başında değil cephede belirleneceğini ifade etmiştir (Mango, 2000, s. 287). Ermenilere karşı Doğu Cephesinde kazanılan zaferin sonucu olarak imzalanan Gümrü Anlaşması, Büyük Millet Meclisi hükümetinin ilk uluslararası siyasi zaferi olması bakımından önem arz etmektedir (Karabekir, 2009, s. 807). Türk vatanının doğu sınırlarının güvenlik altına alınmasını sağlayan ve Ermenilerin emperyalist ülkelerin desteğiyle geliştirdiği

yayımlılık hayallerine son veren bu zafer Mustafa Kemal Paşa'nın millî bağımsızlık ilkesinin gerçekleşmesinin önemli bir adımı olmuştur.

Millî Mücadele de muharebeler döneminde Türk dış politikasının odağında İngiltere yer almaktadır. Dönemin galip devleti olan İngiltere, Osmanlı Devleti'nin askeri ve siyasi gücünün ortadan kalkmasından sonra Anadolu'da yeni bir Türk devleti kurulmasını Kafkasya, Orta Doğu ve Doğu Akdeniz'deki çıkarlarına aykırı gördüğünden Sevr projesi ile Türk vatanını parçalama hedefine yönelmiştir. Yunanlılar İngilizlerin bu hedefinin aracı durumundadır (Yetim, 2006, s. 216). Ancak 1920 yılında Yunanistan'da iktidar değişikliği, İstanbul'da Damat Ferit Paşa yerine Tevfik Paşa hükümetinin kurulması ve İngilizlerin İstanbul'da Genaral Milne ve Amiral Roberck'in yerine Charles Harington ve Sir Horace Rumbold ikilisini getirmesi yeni bir dönemin başlangıcına işaret ediyordu (Kinross, 2018, s. 302). 14 Kasım 1920 tarihinde Yunan Başbakanı Venizelos, seçimleri kaybetti. Alman yanlısı olarak değerlendirilen Konstantin yeniden Yunanistan kralı olması nedeniyle İngiltere'nin Yunanistan'a desteği azalmaya başlamıştır (Köstüklü, 2016, s. 101; Sönmezoglu, 2001, s. 65). Bu gelişmeler Mustafa Kemal Paşa'nın hem iç siyasette hem de dış siyasette güçlenmesine katkı sağlamıştır. 26 Ocak 1921 tarihinde ise I. İnönü Zaferi sonrasında TBMM Londra Konferansına davet edilmiştir. Londra Konferansı tarafların talepleri arasındaki kapaması güç makas ve İstanbul Hükümeti temsilci Tevfik Paşa'nın Millî Mücadele yanlısı tutumu nedeniyle sonuçsuz kalmıştır (Çetin, 2012, s. 120; Sofuoğlu & Yıldırım, 2015, s. 119). *The Times* gazetesine göre iki taraf arasında gerginlik sürekli olmuştur. Londra Konferansında Ankara hükümeti temsilcilerinin talepleri İtilaf Devletleri temsilcileri tarafından ütopik görülmüştü (Kinross, 2018, s. 311). Ancak Mustafa Kemal Paşa'nın kongre öncesinde müttefiklerin Ankara hükümetini İstanbul hükümeti aracılığı ile dolaylı olarak davet etmelerini reddetmesi üzerine Ankara hükümetinin doğrudan davet edilmesi TBMM Hükümetinin İstanbul'dan ayrı bağımsız bir siyasi yapı olduğunun uluslararası arenada kabul edilmesini sağlamıştır (Atatürk, Nutuk, 1970, s. 577; Gönlübol & Sar, 1997, s. 25). Dışişleri Bakanı Bekir Sami Bey, Londra'daki görüşmeler sırasında Mîsâk-ı Millînin tanıtılması noktasında kendisine Mustafa Kemal Paşa tarafından verilen talimatı yerine getirebilseydi bu görüşmeler Türk milletine daha fazla yarar sağlayabilirdi. Bekir Sami Bey, Mustafa Kemal Paşa'nın dış siyasetinin temel yaklaşımı olan tam bağımsızlık yerine daha küçük meselelere yoğunlaşarak bu fırsatın kaçmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler millî hükümetin dışişleri bakanının değiştirilmesini de beraberinde getirmiştir. Yeni bakan Yusuf Kemal Bey, dış politika da Mîsâk-ı Millî belgesi şartlarını ısrarla savunmuştur (Akşin, 2019, s. 91).

26 Şubat 1921 tarihinde ABD'de yayımlanan *Philadelphia Public Ledger* muhabiri Clarence K. Streit, Mustafa Kemal Paşa'nın görüşlerini öğrenmek için 19 sorudan oluşan Türkçe bir mektup göndermiştir. Bu mektupta muhabir esas olarak Londra Konferansı ile ilgili sorulara öncelik vermekle birlikte Millî Mücadele liderinin dünya politikası hakkındaki görüşlerini ve yeni Türk devleti hakkındaki tasavvurlarını da öğrenmek istemiştir. Mustafa Kemal Paşa Türkçe mektuba 8 sayfalık Fransızca bir mektup ile cevap vermiştir. Millî Mücadele liderinin dış politikaya ilişkin görüşleri bu cevap aracılığı ile uluslararası kamuoyuna duyurulmuştur. Mektup Mustafa Kemal Paşa'nın millî bağımsızlık düşüncesini ve dış politikasını açıklamaktadır. Paşa; barışın en kısa süre içerisinde sağlanması, Türk milletinin meşru taleplerinin Mîsâk-ı Millî'de ilan edildiği şekli ile kabul edilmesi, Türklerin dünyanın uygar ulusları ile eşit, bağımsız ve barış içinde yaşama isteği konularına vurgu yapmıştır. Cevap metninde Mustafa Kemal Paşa, diğer siyasi görüşlere saygısını ifade etmekle birlikte milliyetçi görüşe sahip olduğunu ifade etmektedir. Devletlerin bağımsızlıklarının karşılıklı olarak korunması esas olmak üzere ABD başta olmak üzere uygar dünya ile dostluk temelinde ekonomik ilişkileri geliştirmeyi amaçladığını belirtmiştir (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 271).

Londra Konferansı sonrasında İngiltere'nin Türkiye'deki işgal kuvvetleri komutanı Korgeneral Sir Charles Harington'un da katıldığı İngiliz kabine toplantısında Churchill, Anadolu'da Mustafa Kemal Paşa ile anlaşılmasında ısrar etti. İngiliz diplomatlarının Türklerle görüşülmez, savaşılar düşüncesinin aksine İngiliz Genelkurmayı Ankara ile diplomatik ilişki kurmak istemiş ve kısa vadede Malta'daki Türk esirler ile Anadolu'daki İngiliz esirlerin değişimi için çaba göstermiştir. Ankara'ya bu amaçla gönderilen Binbaşı Douglas Henry ve Binbaşı Stourton, Refet Bey ile görüşmüşler ve esir değişiminin öntü açılmıştır. Binbaşı Henry ile Refet Bey'in görüşmeleri Anadolu'daki İngiliz esir subaylar ile Malta'daki Türk esirlerin İngiliz kruvazöründe İnebolu açıklarında değişilmesi ile sonuçlanmıştır. Türk tarafında Rauf Bey, İngiliz tarafında

ise Erzurum'da esir tutulan Albay Rawlinson en önemli kişiler olarak gözüküyordu. Albay Rawlinson İstanbul'a ulaşınca zayıf ve hastalık durumunun Türkler aleyhine kullanılmasına izin vermemiştir. Türk-İngiliz dostluğuna inandığını, sorunlara Anadolu'da bazı küçük rütbeli subayların ihmallerinin sebep olduğunu ve ilişkilere mevcut koşullarda daha geniş bir açıdan bakmak gerektiğini ifade etmiştir. Rawlinson, Mustafa Kemal Paşa'nın dış politikasına kişisel dostluk ilişkilerini aşan perspektiften bakıyordu (Kinross, 2018, s. 342). Refet Bey görüşmelerde İngiliz subaylara Mustafa Kemal Paşa'nın İngilizler ile dost olduğunu, Bolşeviklere güvenlerinin olmadığını ifade etmiştir. Bu görüşmeler İngilizlerin Anadolu'daki milliyetçi harekete yaklaşımında değişikliklere sebep olmuştur (Kinross, 2018, s. 340). Süreçte İngiliz Korgeneral Sir Charles Harington'un Mustafa Kemal Paşa ile Karadeniz'de bir harp gemisinde görüşme teşebbüsü olmuştur (Akşin, 2019, s. 96). Harington'un Binbaşı Henry aracılığı ile ilettiği Mustafa Kemal Paşa ile görüşme isteği görüşmenin yapılacağı yer ve muhatapların siyasi pozisyonu gibi hem diplomatik hem de güvenlik sorunları konusunda farklı yaklaşımlar nedeni ile gerçekleşmemiştir. Bu görüşme talebinde Mustafa Kemal Paşa'nın bağımsız bir hükümet başkanı yaklaşımı ile TBMM hükümetinin hâkim olduğu İnebolu'da görüşmek istemesi önemlidir. Mustafa Kemal Paşa, yeni Türk devletinin tam bağımsızlık düşüncesini muhataplarına yansıtmıştır (Kinross, 2018, s. 340).

İngilizlerin aksine Batı Anadolu'da Yunanlıların yerine Mustafa Kemal Paşa liderliğindeki bir devletin ekonomik çıkarları için daha yararlı olabileceğini düşünen Fransız hükümeti, Anadolu'daki durumu İngilizlere göre daha gerçekçi bir perspektiften değerlendirmiştir. Türklerin insafsız bir barışa zorlanmasının mümkün olmayacağını da anlamışlardı. Bu yaklaşım Sakarya Zaferi sonrasında Fransa ile TBMM hükümeti arasında bir barış anlaşmasının yolunu açmıştır (Kinross, 2018, s. 336). Diğer yandan Doğu Cephesinde Türk millî ordusunun kazandığı zafer sonucunda Ermenilerin TBMM hükümeti ile anlaşarak Mısâk-ı Millî'yi tanınması, ardından Ermenistan'ın Sovyet Rusya'ya bağlı hale gelmesi ile Türkiye'nin doğu sınırını güvence altına alması Anadolu'nun güneyini işgal eden Fransızlar üzerinde Türk baskısını artırmıştır (Mango, 2000, s. 287). Fransız hükümetinin Mustafa Kemal Paşa ile anlaşmasında Avrupalı devletlerin aralarındaki siyasi rekabetin de etkisi bulunuyordu. Londra Konferansı sırasında İngiltere'nin Yunanistan'a Doğu Akdeniz egemenliği konusunda verdiği desteği Fransa ve İtalya kendileri aleyhine değerlendirmiştir. Onlara göre İngiltere, Doğu Akdeniz'de İtalya ve Fransa'ya karşı kendisine bağlı bir devlet kurmak istiyordu. Bu yaklaşım bu iki devletin Millî Mücadele hükümetine karşı daha ılımlı olmaları sonucunu doğurmuştur. Bekir Sami Bey, Fransa Dışişleri Bakanı Briand ile 11 Mart 1921 tarihinde ekonomik imtiyazlar karşılığında Fransızların Kilikya'yı tahliye etmesini sağlayan bir anlaşma imzaladı (Yavuz, 1994, s. 111). 13 Mart'ta ise benzer bir anlaşmayı İtalya Dışişleri Bakanı Kont Carlo Sforza ile yaptı (Köstüklü, 2016, s. 190; Zürcher, 2000, s. 226). Sforza Mütareke döneminde İstanbul'da Mustafa Kemal Paşa ile görüşme yapmıştı. Onun İngiltere'nin Türkiye politikasına karşı olması ve Millî Mücadele hareketine karşı sert bir tutumu olmaması Türk Millî Mücadelesine olumlu katkı sağlamıştır (Çelebi, 2002, s. 35). Bekir Sami Bey'in bu anlaşmaları acele ile imzalamasında daha önce Moskova'da Rusya temsilcileri ile yapmış olduğu görüşmelerde edindiği Rus yayılcılığı endişesi de etkili olmuştur. Bu anlaşmalar daha sonra TBMM tarafından tam bağımsızlık ve eşitlik ilkelerine uygun olmadığından kabul edilmemiştir. Ankara'da Meclis ve Mustafa Kemal Paşa tarafından imzalandığı anlaşmalar nedeni ile tenkit edilen Bekir Sami Bey'e Mustafa Kemal Paşa 19 Mayıs 1921 tarihli mektup ile Millî Mücadele'nin mahiyetini anlayamadığını ifade etmiştir. Bu gelişmeler aynı zamanda Bekir Sami Bey'in hariciye vekilliğinden istifası ve yerine Yusuf Kemal Bey'in getirilmesi ile sonuçlanmıştır (Atatürk, 1970, s. 587; Gönübol & Sar, 1997, s. 28; Yetim, 2011, s. 77; Yavuz, 1994, s. 117).

9 Haziran 1921'de Fransızlar Franklin Bouillon'u Ankara'ya resmî temsilci olarak gönderdiler (Yavuz, 1994, s. 134). Bu dönemde Mustafa Kemal Paşa, Fransız temsilcilerine karşı özenli bir siyasi dil kullanmaya dikkat etmiştir. Mesajlarını Fransız temsilcilerin şahsında doğrudan Fransa kamuoyuna yönelmiştir. 14 Temmuz 1922 günü Ankara'da Fransa askerî temsilcisi Albay Mougin'in resmî bir yemek sırasındaki hitabına cevaben yaptığı konuşmada Fransızların ulusal özgürlük, eşitlik ve kardeşlik bayramı olan 14 Temmuz ve Jeanne d'Arc bayramına atıf yaparak Türk milletinin de millî bir bayramı hak ettiğini vurgulamıştır. Mustafa Kemal Paşa, özelde Fransa genelde ise Avrupa kamuoyuna Türk milletinin tüm milletler gibi bağımsızlık hakkı olduğunu ve medeni milletler ile gibi bağımsızlık ve özgürlük günü kutlamak istediğini ifade ediyordu (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 437).

Mustafa Kemal Paşa, Millî Mücadele'nin başlarında Türkiye'ye karşı bir blok olarak davranan İtilaf Devletleri birliğini bozmak ve karşı blok oluşturmak için çalışmıştır (Atatürk, 2019, s. 117; Yavuz, 1994, s. 143). Bu politika Sovyet Rusya yardımı ve Fransızlar ile İtalyanların İngiltere politikalarını koşulsuz desteklemekten vazgeçme sonuçlarını elde ederek başarılı olmuş, Fraklin Bouillon'un Ankara'ya gelmesinden bir yıl sonra ise siyasi atmosfer değişmiş, taraflar arasındaki görüşmeler 20 Ekim 1921 tarihinde Ankara Antlaşması ile sonuçlanmıştır. Antlaşma ile Türkiye güney sınırında istediklerinin büyük bir kısmını elde etmiş, Kilikya bölgesi Türkiye'ye bırakılmış, İskenderun'da özel bir statü sağlamıştır. Fransızlar ise Anadolu'da Bağdat Demiryolunun işletilmesinde bazı ekonomik imtiyazlar dışında bir ayrıcalık elde edememişlerdir. Fransızların cepheden götürmek istemedikleri Cresot topları ve cephanesi de Türkiye'ye bırakılmıştır. Bu savaş malzemesi Yunanlılara karşı silah dengesinin düzeltilmesine önemli katkı sağlayacaktır. Fransızlar Ankara'da Londra Konferansında görüştükları Bekir Sami Bey'in az ile yetinen yaklaşımının aksine Mısâk-ı Millî sınırları içerisinde tam bağımsızlık yaklaşımına sahip bir liderle muhatap olmuşlardır. Mustafa Kemal Paşa, Ankara Anlaşması ile millî çıkarlardan ödün vermeden batılı bir devlet tarafından Ankara Hükümetinin tanınmasını sağlamıştır (Atatürk, 1970, s. 620; Kinross, 2018, s. 337; Zürcher, 2000, s. 227). Ankara Anlaşması, İngiltere tarafından İtilaf Devletlerinin onuruna indirilen bir darbe olarak değerlendirilmiş ve Fransa'nın Türkiye ile anlaşması müttefiklik ruhuna aykırı görülmüştür. İtilaf Devletleri arasındaki bu ayrım Mustafa Kemal Paşa'nın uluslararası arenada değişen dengelerden faydalanma başarısını da gösteriyordu (Sonyel S. R., 1991, s. 72). Ankara Anlaşması'ndan sonra aralık ayında ABD temsilcisi Amiral Mark Bristol ticaret ataşesi Julian Gillespie'yi gayri resmi olarak Ankara'ya göndermişti. Ankara'da Millî Mücadele liderleri ile görüşmeler yapan Gillespie'nin temasları ticari içerikli olmuştur. Bu temaslar ABD'nin siyasi olarak Türkiye ile ilgilenmediği, ticari hedefleri olduğunun kanıtı olarak değerlendirilmiş ve olumlu karşılanmıştır (Ayışığı, 2004, s. 70). Mustafa Kemal Paşa, ABD'nin Türkiye ile ticaret yapmasına ve ticari yatırımlarına olumlu yaklaşıyor, ancak siyasi vesayete karşı bir duruş sergiliyordu.

İngiltere Sakarya Zaferinden sonra Türk-Yunan savaşının sonlandırılması için girişimde bulunmuştur. Mustafa Kemal Paşa ise Hariciye Vekili Yusuf Kemal Bey'i 1 Mart 1922 tarihinde Avrupa'da Yunan propagandasına karşı Türk tezini savunmak amacı İstanbul üzerinden Londra'ya gönderdi (İzzet Paşa, 2017, s. 158; Tengirşek, 1967, s. 262). Fransızlar ile dostça, İngilizler ile nezaketle görüşmeler yapan milliyetçi hükümetin dışişleri bakanının görüşmelerinden savaşı sonlandırmaya yönelik kayda değer bir sonuç çıkmadı. Bu Mustafa Kemal Paşa'nın beklediği bir gelişmeydi. Avrupa kamuoyunda Türkler barış istemiyor propagandasını engellemek amacıyla bu adım atılmıştı. 22 Mart ve 26 Mart tarihlerinde İtilaf Devletleri iki kez Türk ve Yunan taraflarına barış teklifinde bulundular. Bu teklifleri Yusuf Kemal Bey, Ankara'nın Türkiye'nin savaş istemediğini ancak Mısâk-ı Millî sınırları içerisinde tam bağımsız yaşamak istediğini, Anadolu'da tek bir Yunan askeri bile kalsa mütareke imzalamasının imkânsız olduğunu ifade ile reddetmiştir (Atatürk, 1970, s. 647; Tengirşek, 1967, s. 254). Bu görüşmelerin iki önemli diplomatik sonucu olmuştur. Bunlardan birincisi İstanbul'daki hükümetin uluslararası alanda tamamen etkisizleştirilmesi ikincisi ise Mısâk-ı Millî fikrinin TBMM hükümeti tarafından İngiltere kamuoyuna anlatılmasıdır (Kinross, 2018, s. 345). Bu dönemde Yunan propagandasının bir diğer boyutu Anadolu'da yerli Hıristiyanlara zulmedildiğine ilişkin iftirallardır. Bu nedenle Türk dış politikasının önemli çalışma alanlarından birisi de bu propagandanın Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere bertaraf edilmesine yönelik olmuştur (Akşin, 2019, s. 104).

Amerikan Yakın Şark Yardım Heyeti 29 Aralık 1921 tarihinde Büyük Millet Meclisine başvurarak Anadolu'da yetimhane, numune çiftlikleri ve hayır müesseseleri kurmak için izin istemiştir. Mustafa Kemal Paşa, Meclis Başkanı sıfatı ile 3 Ocak 1922 tarihinde bu talebe bir muhtıra ile cevap vermiştir. Mustafa Kemal Paşa, yabancı yardım kuruluşlarının insani yardım ve iktisadi faaliyetlerine karşı olmadığını ancak bu yardımların nasıl yapılacağı ve hedefleri konusunda endişeleri olduğunu bildirmiştir. Paşa, yabancı yardım kuruluşlarının faaliyetleri hakkındaki endişelerini üç noktada ifade etmiştir. Bunlardan birincisi yabancı yardım kuruluşlarının insani ve iktisadi faaliyetlerinin emperyalizmin ülkeye giriş kapısı olmasıdır. İkincisi Türk tebaası olan çocukların ecebi heyetler tarafından hiçbir denetim olmaksızın eğitilmesi ve çocukların yaşadıkları muhite düşman ya da yabancı olarak yetişmelerinin temin edilmesi ihtimalidir. Paşa, bu yöntemle Anadolu'da yaşayan azınlıkların Türk milletine düşman edildiğini ifade etmektedir. Mustafa

Kemal Paşa'nın üçüncü endişesi ise yabancı kuruluşların iktisadi bakımdan Türk vatanından yüksek kâr elde etme düşünceleridir. Paşa, bu üç endişeden üçüncüsünü diğerlerine göre daha az zararlı görmektedir. ABD insani yardım kuruluşunun teklifi reddedilmemiş ancak açılacak yetimhane ve iktisadi kuruluşların Türk hükümeti tarafından atanan memurlar tarafından denetlenmesi ve Türk öğretmenler tarafından eğitim verilmesi talep edilmiştir. Yabancı uzmanların sadece teknik eleman ve muhasebe memuru olarak görev alabilecekleri belirtilmiştir (Atatürk'ün Milli Dış Politikası, 1994, s. 485). Öncelikle Mustafa Kemal Paşa yabancı ülkelerin yardım kuruluşlarının Türkiye'deki faaliyetlerini sadece insani boyutta olmadığına, meselenin siyasi cephesi olduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle insani yardım faaliyetlerinin arkasındaki siyasi hedefleri takip edilmeli ve dikkatli olunmalıdır. İnsani yardımlar ülkelerin millî bağımsızlık sorunu haline gelebilmektedir. Mustafa Kemal Paşa, insani yardımları kategorik olarak tümüyle reddetmemekle birlikte bu yardımların arka planlarını tarihten ders alarak iyi incelemek ve gelecekte millî bağımsızlığa zarar verebilecek çalışmalara dikkat edilmesini istemektedir. İkinci olarak ise Mustafa Kemal Paşa, çocuklarının eğitiminin ecebiler eline bırakılmasının da millî bağımsızlık sorunu oluşturabileceğini, eğitim süreçlerinde Türk tebaası olan azınlık çocuklarının hatta Türk çocuklarının bile kendi milletine ve vatanına düşman ya da yabancı olarak yetişebileceği endişesini dile getirmiştir. Bu yönü ile eğitim gelecek inşa etme bağlamında milletin bağımsızlığının kazanılması ve sürdürülmesi için stratejik önemde bir konudur. Dış ilişkiler bu yönü ile insani yardım ve eğitimden bağımsız süreçler değildir.

Millî Mücadele döneminde Azerbaycan, Gürcistan, Ukrayna Afganistan ve Türkistan'ın merkezi Buhara ile de diplomatik ilişkiler kurulmuş. (Kinross, 2018, s. 349) 1 Mart 1921 tarihinde Moskova'da bulunan Afganistan temsilcileri ile dostluk anlaşması imzalanmıştır (Gönlübol & Sar, 1997, s. 24). Mustafa Kemal Paşa 19 Aralık 1921 tarihinde Ukrayna Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'nin Ankara Olağanüstü Yetkili Temsilcisi General Frunze'yi kabul programında yaptığı konuşmada Sovyet Ukrayna'sı ile emperyalizme karşı dostluk ve iş birliği vurgusu yapmıştır. Komşu ülkeyle karşılıklı saygı ve iş birliğini esasına dayalı ilişkileri sürdürmekten duyduğu memnuniyeti, Frunze'ye iltifatla ifade etmiştir (Atatürk'ün Milli Dış Politikası, 1994, s. 370). Büyükelçinin kabulü sırasında kullanılan bu diplomatik ifadeler karşılık Mustafa Kemal Paşa Ukrayna heyet başkanı General Frunze ve Kızıl Ordu subaylarının cephe ziyaretleri sırasında yaptıkları konuşmalardaki sözlerinden hoşlanmamıştır. Kızıl Ordunun Millî Mücadeleye yönelik övgüleri Mustafa Kemal Paşa tarafından ulusal bağımsızlık düşüncesine karşı Sovyet müdahalesinin öncü yaklaşımı olarak değerlendirilmiştir (Kinross, 2018, s. 350). Millî Mücadele döneminde Hintli Müslümanlar Ankara'da görünür bir diplomatik misyon oluşturmuşlardı. Farklı kıyafetleri, Türk millî mücadelesine yönelik sempatiyi aşan hatta İslam dünyasının lideri Ankara'dır yaklaşımları batılı gazetecilerin bile dikkatini çekmiştir. Mustafa Kemal Paşa, Asyalı Müslümanların millî bilinç ve özgürlük hayallerini güçlendiren bir lider olarak görülüyordu. Buna karşın Paşa, Asya milletlerinin lideri olmak gibi bir düşünce taşımıyordu. Onun yönü batıya dönüktü (Kinross, 2018, s. 352). Paşa'nın bu tutumu devletlerarası ilişkilerde realist yaklaşımını göstermektedir.

Türk ordusunun Anadolu'yu düşmandan temizlemek için gerçekleştirdiği Büyük Taarruz başarılı olduktan sonra 26 Eylül 1922 tarihinde İngiliz General Harington ile Mustafa Kemal Paşa arasında mektup diplomasisi başlamıştır. Ardından 28 Eylül 1922'de Mustafa Kemal Paşa, Fransız temsilci Franklin Boillon ile görüştü. Bu görüşmeler neticesinde Mudanya Konferansının gerçekleşmesi mümkün oldu (Yetim, 2011, s. 95). Mudanya Mütarekesi görüşmelerinde İngiltere'yi Charles Harington, Fransa'yı General Cahrypy, İtalya'yı General Mombelli, Türkiye'yi de İsmet Paşa başkanlığında bir heyet temsil etmiştir. 5 Ekim'de tıkanan görüşmelere verilen arada Mustafa Kemal Paşa Türk heyetine vatanın bağımsızlığı ve Türklerin yaşadıkları bölgelerde Türk hâkimiyeti konusunda taviz verilmemesi emrini vermiştir. Nitekim 11 Ekim'de Doğu Trakya'nın Türkiye'ye bırakılmasını da ihtiva eden mütareke imzalanmıştır (Atatürk, 1970, s. 697).

4. Millî Mücadele Dönemi Dış Politikasının Değerlendirmesi

Mustafa Kemal Paşa'nın *Nutuk*'taki ifadelerine göre Millî Mücadele döneminde vatanın kurtuluşu için üç temel görüş ortaya konulmuştur. Bunlar İngiliz himayesini talep etmek, Amerika mandasını istemek ve mahalli kurtuluş çareleri aramak şeklinde sınıflandırılabilir. Mustafa Kemal Paşa, bu görüşleri isabetli bulmamaktadır. Onun kararı millet hâkimiyetine dayanan yeni, müstakil bir Türk devleti kurmaktır. Bu kararını henüz İstanbul'da iken vermiş, Samsun'a çıktıktan sonra ise uygulama safhasına geçmiştir. Kararın

ana hedefi Türk milletinin haysiyetli ve şerefli bir millet olarak tam istiklal ile vatanına sahip olmasıdır. Bu hedefler gerçekleşmeden bağımsızlık sağlanmadan milletin varlığından söz edilemez. Yabancı devletlerin himayesine muhtaç olmak ve insaflarını beklemek acizliktir. Türk Milleti bağımsızlığını öz kaynakları ile kazanmak zorundadır. Türk Milletinin kabiliyeti bu kazancı saylayacak imkânlarla sahiptir. Bu imkânlarla sahip olan millet *esir yaşamaktansa mahvolsun evlâdır!* Bu nedenle de *ya istiklâl ya ölüm!* Millî Mücadele'nin sloganı olmuştur. (Atatürk, 1970, s. 13) Süreç boyunca İtilaf Devletlerinin teklifleri bu eksenle değerlendirilmiştir. Londra Konferansı görüşmelerinde Sevr Anlaşması üzerinde yapılan küçük rötuşlar ile yapılan teklifi Mustafa Kemal Paşa *düşman kuvvetleri vatan toprağından tamamen çıkarılmadan tam bağımsızlığın sağlanamayacağını* düşüncesiyle tartışmaya değer bulmamıştır. Mustafa Kemal Paşa devletin bağımsızlığının bir alanda bile kısıtlanmasını bağımsızlığın tümü ile kaybedilmesi ile müsavi görmüştür (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 48).

Mustafa Kemal Paşa'nın dış politikası akıl ve bilimin önderliğinde gerçekçi bir yaklaşıma sahiptir. Millî Mücadele boyunca Hint Müslümanları temsilcilerinin Müslümanların lideri olması telkinlerine de II. Meşrutiyet dönemi Turancılarının telkinlerine de mesafeli yaklaşmıştır (TBMM Zabıt Ceridesi, 120. İçtima, C. 14, 1921, s. 431). Anadolu ve Trakya'da yaşayan Türk milletinin maddi ve moral gücünün sınırlarını doğru tespit etmişti. Millî Mücadele boyunca yalnızca milletin gücüne güvenmesi gerektiğini de biliyordu (Atatürk, 1970, s. 436). Sivas Kongresi toplanmadan önce Sivas Valisi Reşit Paşa, Mustafa Kemal Paşa'nın yakını olarak bilinen Rasim Bey'e *Paşa neye güveniyor* diye sormuştu. Rasim Bey *Türkün şabametine, cesaretine ve fedakârlığına* cevabını vermiştir (Reşit Paşa, 1940, s. 32). Bu gücün Panislamizm ya da Panturanizm ideallerine yeterli gelemeyeceğini, içinde bulunan şartlarda önceliğin Türk milletinin ana vatanını kurtarmak olduğunu gerçekçi ve maceradan uzak bir yaklaşımla tespit etmiştir. (Atatürk, 2019, s. 127; Fevzioğlu, 1988, s. 19; Karal, 1981, s. 130). Ayrıca İngiliz ve Fransız emperyalizmine karşı mücadele eden mazlum milletlerin dönemin koşullarında mümkün ölçülerde manen desteklenmesi ve onlarla dayanışma içinde olunması için de çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar ile İngilizleri yalnızlaştırmak ve Türkiye üzerindeki emellerine zaman ve kaynak ayırmaları engellenmek istenmiştir (Atatürk, 2019, s. 88).

1919-1920 yıllarında yaşanan manda ve himaye tartışmalarında ise ana vatanın tam bağımsızlığını Türk milletinin öz gücünün sağlayacağı inancıyla uluslararası dengeleri gözetken ancak birlik ve beraberliği sağladıkça direnci artıran bir süreç takip etti. Uluslararası iş birliği ve yardımlaşma ile millî bağımsızlık ilkesi arasında ince çizgiyi korumak için çaba gösterdi. Yüzyıllardır bağımsız yaşayan Türk milletinin yabancı bir gücün yönetimine girmemek için göstereceği fedakârlığın büyüklüğünü doğru tespit etmişti. Millî bağımsızlık düşüncesinin Türk milletinin hayat meselesi olduğunu konuşmalarında hem içerideki muhataplarına hem de dışarıdaki muhataplarına açık cümlelerde ifade etmiştir (Atatürk, 1997, s. 33).

Devletlerarası münasebetlerde mütekabiliyet ilkesine millî güçlerin en zayıf görüldüğü 1919 yılının ilk altı ayında bile özen göstermiştir. Ahmet İzzet Paşa'ya 12 Ağustos 1920 tarihinde gönderdiği bir yazıda İngiltere ile ilişkilerde eşit devletler arasındaki protokol kurallarına dikkat edilmesi tavsiye etmiştir. İstanbul'un işgali sırasında tutuklanan Türk milletvekillerine karşılık olmak üzere Anadolu'daki İtilaf Devletleri subaylarını tutuklatması mütekabiliyet meselesine verdiği önemin göstergesidir (Atatürk, 1970, s. 372). Mustafa Kemal Paşa, batılı devletlerin yazılı anlaşmaları da verdikleri sözleri de kolaylıkla bozabileceklerini ve hükümlerini kendi lehlerine yorumlayabileceklerini tecrübesi ile tespit ettiğinden Türk hariciyesi mensupların yazılacak her kelime ve söylenecek her söz konusunda uyarılmıştır (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 28). Asker kökenli bir lider olmasına karşın Mustafa Kemal Atatürk, savaşı ancak milletin bağımsızlığı ve geleceği tehlikede olduğu zaman meşru görmüştür. Barışı asıl, savaşı ise ancak milletin bekası için mecburiyet olarak gördüğünü birçok kez ifade etmiştir (TBMM. Zabıt Ceridesi. C. II, 1920, s. 11; Karal, 1981, s. 131). Bu nedenle dış politikada ilgili taraflar ile diyalog kapılarını sürekli açık tutmuş ve Millî Mücadele boyunca barış tekliflerinin tümünde hariciye vekilini görüşme için göndermiştir. Bu görüşmelerde sözde barış için millî bağımsızlıktan taviz verilmesine de izin vermemiştir (Gönlübol & Kürkçüoğlu, 2000, s. 15).

Mustafa Kemal Paşa'nın Millî Mücadele döneminde uyguladığı dış siyaset Türkiye'ye karşı ittifakları önleme hedefine odaklıdır. Bir yandan Sovyet Rusya ile İtilaf Devletlerine karşı iş birliği yapılarak Sovyet yardımı alınırken diğer yandan Fransa ve İtalya ile diplomatik ilişkiler kurulmuş ve İngiltere yalnız bırakılmaya çalışılmıştır. Bu görüşmeler sırasında İngiliz diplomatlar ya da subaylar ile de millî menfaatleri

sağlamaya yönelik temaslar sürdürülmüştür. Uluslararası ilişkilerin girift yapısına uyumlu bir stratejik yaklaşım benimsenmiştir. Bu çalışmalarda Türkiye'nin jeopolitik konumunun sağladığı imkânlar Türkiye'nin öz gücü olarak değerlendirilmiştir (Köstüklü, 2016, s. 255). Sadece Bolşevikler ile değil İtilaf Devletleri ile de kurulan ilişkiler dönemsel ve denge politikalarına dayalıdır. *Devletlerin değişmez dostları yoktur, değişmez çıkarları vardır*, prensibi Mustafa Kemal Paşa tarafından benimsenmiş ve milletin öz kuvvetine dayanılan ve yabancı ülkelerin daima alternatif politikalar uygulayabileceğini hesaba katan çok yönlü bir dış siyaset uygulanmıştır (Atatürk, 2019, s. 110; Karal, 1981, s. 123). Dış politikanın nihai hedefi milletin tam bağımsız, haysiyet ve şerefi ile yaşamasıdır. Bunun dışındaki tüm etkenler değişkendir (Atatürk, 1997, s. 38).

Türkiye uluslararası ekonomi, kültür, sanat ve eğitim alanlarda iş birliğine açık bir devlet olarak kurulmuştur. Diğer devletlerin iç işlerine karışmamak ve onları da Türkiye'nin iç işlerine karıştırmamak prensibine uyulması şartı ile milletin refahı ve mutluluğu ile vatanın imarı için gelişebilecek iş birliği projeleri Mustafa Kemal Paşa tarafından kabul edilmiştir (Akşin, 2019, s. 42; Tak, 2005, s. 308). Avrupa siyasetinin iş birliğini Anadolu'da yaşayan Hıristiyan azınlıkları da bahane ederek Türkiye'nin iç işlerine karışmak amacı ile değerlendirme heveslerinin de farkında olan Türk dış politikası azınlıkları eşit Türk vatandaşı olarak konumlandırmıştır (Atatürk'ün Millî Dış Politikası, 1994, s. 31). Batılı devletlerle eğitim, kültür, sanat ve ekonomi alanlarındaki iş birliğinin Mustafa Kemal Paşa'nın muasır medeniyet seviyesine ulaşma ve modernleşme hedefine katkı sağlayan yönleri bulunduğu da bilinmektedir. Bu hedef Türkiye'nin demokratikleşmesine ve modern, laik bir devlet yapısı kurmasına da hizmet edecektir (Armaoğlu, 1989, s. 168; Fevzioglu, 1984, s. 13). İngiliz Amiral Calthorpe'nin Türk milliyetçilerinin Avrupa medeniyetine ve yabancılara düşman olduğu iddia ve iftirasına karşı Mustafa Kemal Paşa, medeniyete değil emperyalizme ve uluslararası sömürü düzenine karşı olduğunu ifade etmiştir (Sonyel S. R., 1987, s. 99).

Mustafa Kemal Paşa, Türk dış politikasına ödün verilemez genel ilkeler belirlemiştir. *Denge ve besap adamı* olarak dış politikayı alternatifli, Mısâk-ı Millî programını ödünsüz olarak uygulamaya çalışıyordu (Arslan, 1998, s. 499). Onun dış politikada taktik uygulamadaki ustalığı, yabancı devlet adamları ile doğrudan temas, savaş koşullarında diyalog, dostluk ve düşmanlıkta kesin çizgiler oluşturmama, millî şeref ve onura önem verme ve devletin işleyişi ile kişisel ilişkileri birbirinden ayırma olarak özetlenebilir (Kürkçüoğlu, 1981, s. 91). Türk Dış politikasının temel hedefi Mısâk-ı Millîyi benimsetmek, yeni Türk hükümetinin tanınmasını sağlamak, millî bir devlet kurmak ve bağımsızlığını korumak, dış dünyadan maddi ve manevi yardım temin etmek, dış dünyada Türkiye lehine propaganda yapmaktır (Gönlübol & Kürkçüoğlu, 2000, s. 21). Mustafa Kemal Paşa dış politika yaklaşımının hülasasını 13 Eylül 1922 tarihinde Amerikalı gazeteci Richard Eaton'a verdiği demecinde bütün Türk topraklarını bağımsızlığına kavuşturmak, Türklerin olduğu her yeri Türkiye ile birleştirmek şeklinde açıklamıştır (Atatürk, 2019, s. 197).

5. Sonuç

1919-1923 yılları arasında Mustafa Kemal Paşa tarafından yönlendirilen ve yönetilen Türk dış politikası Mısâk-ı Millî ile hedefleri dünyaya ilan edilen yeni Türk devletinin kurulmasını amaçlayan, millî bağımsızlık ilkesini benimseyen pragmatist bir yaklaşıma sahiptir. Bu dönemde Türk dış politikası âdeta bıçak sırtında yürümek durumundaydı. Bir tarafta emperyalizm ve Batı yayılmacılığı endişesi diğer tarafta Bolşevik yayılmacılığı vardı. Bu iki kutup arasında Mustafa Kemal Paşa milliyetçi bir yaklaşım ile bağımsız bir devlet kurmak için mücadele etmekteydi. Paşa'nın Millî Mücadele boyunca kurmay subay ve diplomat kimlikleri ön plandadır. Özellikle İngiltere ile Sovyet Rusya arasındaki siyasi mücadeleyi Türkiye'nin işgalinde kritik rol oynayan Yunanlılar ve Ermenilere karşı güçlü bir koz olarak kullanmaya çalışması diplomat kimliğini ortaya koymaktadır.

Mustafa Kemal Paşa'nın dış politika yaklaşımında devletlere ve devlet adamlarına karşı kategorik bir düşmanlık görülmemektedir. Türk milletinin tam bağımsızlık hakkına saygı duyan ve olumlu yaklaşımlara karşı saygı ve iş birliği esastır. Yabancı devletler ile olan ilişkinin dost ya da düşman tanımlamasını Millî Mücadeleye ve Mısâk-ı Millî'ye yaklaşımı belirlemektedir. Yabancı devletin ideolojisi ya da yönetim biçimi Mustafa Kemal Paşa'nın tavrını belirlemede etkili değildir. Sovyet Rusya ile ilişkileri bu yaklaşımı

göstermektedir. Milliyetçi bir düşünceye sahip olmasına karşın Bolşevik bir rejimiyle millî menfaatlere uygun bir ilişki sürdürülmüştür.

Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'ya gelen yabancı devlet adamları ve subaylara karşı özenli, nezaketli ve devlet ciddiyetine yakışır bir davranış sergilediği görülmektedir. Millî Mücadele boyunca yabancı devlet adamları ile hem yüz yüze görüşmeler yapmış hem de mektup diplomasine büyük önem vermiştir. Yabancı gazeteciler ile yaptığı mülakatlarda da Türk milletinin bağımsız yaşama arzusu ve muasır medeniyetle birlikte olma isteği vurgulamıştır. Bu dönemde yabancı devletlerin Türkiye'ye insani yardımlarını, eğitim çalışmalarını millî bağımsızlığa uygunluk çerçevesinde değerlendirmiştir. Emperyalizmin siyasi hedeflerini insani ve eğitim yardımları yolu ile de gerçekleştirmek istediği bilinmektedir. Bu nedenle dış yardımların sömürgecilik etkili bir aracı olma ihtimaline karşı tedbirler alınmasına yönelik çaba harcamıştır. Mustafa Kemal Paşa'ya göre ekonomik güç, millî bağımsızlık ile doğrudan ilgilidir. Nitekim Millî Mücadele belgelerinde ve Paşa'nın konuşmalarında tam istiklal için ekonomik bağımsızlığın önemi vurgulanmaktadır.

Mustafa Kemal Paşa dış politikada vatanın bölünmez bütünlüğü, siyasi ve ekonomik bağımsızlık ve Mısâk-ı Millî sınırlarını taviz verilemez ilkeler olarak benimsemiştir. Tam bağımsız, millî ve modern bir devlet kurma hedefi ile Mustafa Kemal Paşa emperyalist devletler arasındaki çıkar çatışması ve anlaşmazlıklardan yararlanmış, ülkenin askeri, ekonomik ve siyasi gücünü dikkate alan gerçekçi, hukuka bağlı, güvenilir, akılcı, diyaloga açık, dengeli ve millî faydacı bir dış politika benimsemiştir. Dış ilişkilerde geleneksel dostluk ilişkileri yerine tarih sürecinde gelişen çıkar ilişkilerinin belirleyici olduğu gerçekliği ile Millî Mücadele'nin ilk döneminden itibaren tam bağımsızlığa vurgu yapılmıştır. Paşa'nın dış politika vizyonunda durağan bir yaklaşım yoktur. Dünyanın geri kalanı ile ekonomi, sanat ve siyasette iş birliğine açıktır. Dünya siyasetinin gelişimi ve şartlarına göre millî bağımsızlık ekseninde dış politika değişim gösterebilir. Dış politikanın değişmeyen eksenini millî bağımsızlıktır. Bu temel yaklaşım Millî Mücadele boyunca dış politikanın ana çerçevesini oluşturmuştur. Mustafa Kemal Paşa'nın Millî Mücadele döneminde dış politikası *millî hudutlar içerisinde tam bir istiklal* hedefine yöneliktir.

6. Extended Abstract

The significance of diplomacy, which means maintaining interstate relations throughout history, has increased in the modern period. In parallel with the development of international relations, foreign policy has gained an attribute that affects the economy, domestic affairs and social structure of states. The domestic and foreign policies of states cannot be evaluated independently of the international relations and conditions of the era. The Ottoman Empire, which could not stay out of the influence of this process, had started to give more importance in foreign policy since the beginning of the 19th century. The Ottoman Empire, which maintained its existence through politically balanced policies in international relations in the 19th century, was defeated in the First World War. With the Armistice of Mudros signed in post-war period, the Turkish homeland was occupied by the Entente States. These occupations led the Turkish nation to start the National Struggle to defend the homeland.

The National Struggle, which brought about the establishment of the Republic of Turkey, involves the political struggle and diplomacy along with the military struggle against the enemy occupation. The National Struggle was carried out as the Turkish nation's struggle for independence against imperialism under the guidance of the principle of National Independence, which Mustafa Kemal Atatürk determined and identified with his character. There are direct references to national independence in the foreign policy articles of the main texts of the National Struggle. The Turkish foreign policy of the National Struggle period had a realistic, balanced and pragmatic approach towards realizing the targets declared with the National Pact. The changing balances and conflicts of interest in international diplomacy were used for the benefit of Turkish national interests. Mustafa Kemal Pasha pursued a national foreign policy aiming to establish a fully independent state throughout the process.

The Turkish National Struggle under the leadership of Mustafa Kemal Pasha is divided into two periods, the Congress Period and the Battle Period. Mustafa Kemal Atatürk implemented a foreign policy in line with Turkey's national interests in both periods. In 1920, there was the imperialist expansionist western world in the west of Turkey and Bolshevik Russia in the east. Mustafa Kemal Pasha tried to benefit from the political rivalry in order to establish the fully independent Turkish state he aimed for.

Although his political views were different, he cooperated with the leaders of Soviet Russia to ensure the independence of Turkey. Mustafa Kemal Atatürk did not establish a dialogue in diplomacy according to the political ideologies, economic and cultural situations of the states. For him, the priority was the national interests and goals of Turkey. National forces were mobilized to defend the homeland against England, France, Italy, Greece and Armenia, all of which occupied the Turkish homeland. All the same, the human, scientific and cultural values of England and France were not denied. On the other hand, he firmly opposed the desire of western countries to establish a mandate in Turkey. During the National Struggle period, the health, education and humanitarian aids of foreign states, especially of the USA, were accepted on the condition that these countries did not pursue their imperialist goals in the Turkish homeland. Knowing the fact that foreign aid is the gateway to imperialism, Mustafa Kemal Pasha developed a policy against the risk of losing national independence, which might be posed due to the humanitarian needs of Turkey under war conditions.

The hostile attitudes of the rulers of Western states towards Turkey were complained to the public conscience of these countries and public support was sought to be gained. Mustafa Kemal Pasha's idea of independence and his views on foreign policy during the National Struggle can be learned from the parliamentary minutes, especially from the book called the Speech, Atatürk's talks and statements, and the studies conducted to research the subject. Also, the foreign journalists who interviewed Mustafa Kemal Pasha during this period gave information about Mustafa Kemal Pasha's foreign policy principles and thoughts.

Keywords: National Struggle, Independence, Imperialism, Turkish Foreign Policy, Mustafa Kemal Pasha

Kaynakça

- Akşin, A. (2019). *Atatürk'ün Dış Politika ilkeleri ve Diplomasi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Armaoğlu, F. (1989). Atatürk'ün Dış Politika İlkeleri. *Atatürk'ün Ölümünün 50.Yılı Sempozyumu* (s. 155-172). Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi.
- Arslan, E. (1998). Amerikan İstihbarat Belgelerine Göre Kurtuluş Savaşı'nın Bunalım Dönemindeki Türk Dış Politikası ve Dışişleri Bakanı Yusuf Kemal Bey'le Yapılan Görüşmeler. *Belleten*(62), 495-528.
- Ata, F. (2008). Atatürk'ün Millî Hâkimiyet Anlayışı ve Bunun Yansımaları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(20), 81-88.
- Atatürk, M. K. (1970). *Nutuk* (Cilt I). İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Atatürk, M. K. (1997). *Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri* (Cilt I-III). Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Atatürk, M. K. (2019). *Emperyalizm ve Tam Bağımsızlık*. (M. Sarıkaya, Dü.) İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Atatürk'ün Millî Dış Politikası. (1994). *Millî Mücadele Dönemine Ait 100 Belge (1919-1923)*, I. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Ayışığı, M. (2004). *Kurtuluş Savaşı Sırasında Türkiye'ye Gelen Amerikan Heyetleri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Bayur, Y. H. (1956). Kuvay-ı Milliye Devrinde Atatürk'ün Dış Siyasa ile İlgili Bazı Görüş ve Davranışları. *Belleten*, XX(80), 659-699.
- Bulut, H. (2021). Milli Mücadele Yıllarında Milli Egemenlik İlkesinin Doğuşu. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*(72), 401-408.
- Cankut, A. (2018). Millî Mücadele Dönemi Türkiye-Rusya İlişkileri. *International European Journal of Managerial Research*, II(2), s. 76-99.
- Cebesoy, A. F. (1982). *Moskova Hatıraları*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Çalışlar, İ. (2010). *Halide Edip: Biyografisine Sığmayan Kadın*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Çelebi, M. (2002). *Millî Mücadele Döneminde Türk-İtalyan İlişkileri*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Çetin, N. (2012, Temmuz). Londra Konferansı'nda Ahmet Tevfik Paşa. *Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, II(4), s. 107-127.

- Fevzioglu, T. (1984). Atatürk'ün Dış Politikasının Özellik, İlke ve Amaçları. *Atatürk Türkiye'sinde (1923-1983) Dış Politika Sempozyumu*, (s. 1-13). İstanbul.
- Fevzioglu, T. (1988). *Türk Millî Mücadelesinin ve Atatürkçülüğün Temel İlkelerinden Birisi Olarak Millet Egemenliği*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Goloğlu, M. (1969). *Sivas Kongresi*. Ankara: Başnur Matbaası.
- Gönlübol, M., & Kürkçüoğlu, Ö. (2000). Atatürk Dönemi Dış Politikasına Genel Bir Bakış. B. Türkdoğan içinde, *Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası –Makaleler-* (s. 3-26). Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Gönlübol, M., & Sar, C. (1997). *Atatürk ve Türkiye'nin Dış Politikası (1919-1938)*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Gürün, K. (2010). *Türk-Sovyet İlişkileri (1920-1953)* (2 b.). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- İnönü, İ. (2009). *Hatıralar* (2 b., Cilt I). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- İzzet Paşa, A. (2017). *Feryadım İstiklâl Harbi'nin Gerçekleri* (2 b., Cilt II). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Karabekir, K. (2008). *Hayatım*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karabekir, K. (2009). *Günlükler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karal, E. Z. (1981). *Atatürk'ten Düşünceler*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Kinross, L. (2018). *Atatürk; Bir Milletten Yeniden Doğuşu*. (N. Sander, Çev.) İstanbul: Altın Kitaplar.
- Köstüklü, N. (2016). *Atatürk ve Türkiye Tarihi Araştırmaları I* (4 b.). Konya: Çizgi Yayınları.
- Kürkçüoğlu, Ö. (1981). Atatürk'ün Dış Politikasının Tahlili 1919-1938. *Atatürk'ün Düşünce Uygulamalarının Evrensel Boyutları Uluslararası Sempozyumu*, (s. 90-93). Ankara.
- Lewis, B. (1993). *Modern Türkiye'nin Doğuşu* (5 b.). (M. Kıratlı, Çev.) Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Mango, A. (2000). *Atatürk*. (F. Doruker, Çev.) İstanbul: Yeni Binyıl Yayınları.
- Özalp, K. (2020). *Millî Mücadele 1919-1922* (5 b.). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Reşit Paşa, R. (1940). *Reşit Paşa'nın Hatıraları*. (C. R. Yularkıran, Dü.) Muallim Ahmet Halit Kitapevi.
- Sofuoğlu, A., & Yıldırım, S. (2015). 1921 Londra Konferansı'nda Türk Diplomasi: Sadrazam A. Tevfik Paşa'nın Sözü Türkiye Büyük Millet Meclisi Temsilcilerine Bırakması Meselesi. *Belleten*, 79, s. 351-382.
- Sonyel, S. R. (1987). *Türk Kurtuluş Savaşı ve Dış Politika* (2 b., Cilt I). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Sonyel, S. R. (1991). *Türk Kurtuluş Savaşı ve Dış Politika* (2 b., Cilt II). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Sönmezoglu, F. (2001). *Kurtuluş Savaşı Türk Politikasının Analizi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Şener, B. (2007). Atatürk'ün Dış Politika Anlayışında Gerçeklik ve Pragmatizm Olguları-Millî Mücadele Dönemi Türkiye-Sovyetler Birliği İlişkileri Örneği. *Askeri Tarih Araştırmaları Dergisi*(9), 175-185.
- Tak, İ. (2005). Millî Mücadele'de Takip Edilen Dış Politikanın Ana İlkeleri. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*(27), 301-309.
- TBMM Gizli Celse Zabıtları, C. I. (1920, Temmuz 3).
- TBMM Zabıt Ceridesi, 120. İctima, C. 14. (1921, Aralık 1).
- TBMM. Zabıt Ceridesi. C. II. (1920).
- Tengirşek, Y. K. (1967). *Vatan Hizmetinde*. İstanbul: Bahar Yayıncılık.
- Toparlı, R. (2015). *Sivas Kongresi Tutanakları*. Sivas: Sivas Vilayet Kitaplığı.
- Ünal, M. (2016). *Miralay Bekir Sami Günsav'ın Millî Mücadele Anıları* (Cilt II). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Yavuz, B. (1994). *Kurtuluş Savaşı Döneminde Türk-Fransız ilişkileri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Yazıcı, S. (Dü.). (2015). Millî Egemenlik Belgeleri. Ankara: TBMM Basımevi.
- Yetim, F. (2006). Atatürkçü Dış Politika Bağlamında 1919-1922 Dönemi Türk Dış Politikası. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, VIII(3), 203-225.
- Yetim, F. (2011). Millî Mücadele Dönemi Türk Dış Politikasında İlkel Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*(27), 71-96.
- Yılmaz, M. (1987). *Millî Mücadelede Yeşil Ordu*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Zürcher, E. J. (2000). *Modern Türkiye'nin Tarihi* (7 b.). (Y. S. Gönen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Halil İbrahim Çelik)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Halil İbrahim Çelik)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Veriye Dayalı bir Politika Tasarım Modeli Önerisi: Türkiye’de Yenilenebilir Enerji Teknolojilerinin Yayılmasının Niteliksel Analizi*

Yelda ERDEN TOPAL** 

ÖZ

Sürdürülebilir enerji üretimini sağlamak için, hızla artan enerji talebini çevre dostu teknolojilerle karşılamak bir çözüm önerisidir. Bu önerinin hayata geçmesi ise, söz konusu teknolojilerin yaygın kullanımına bağlıdır. Yayılmanın kolaylaşması için politikalarla desteklenmesini öneren çalışmamızın temel amacı, yenilenebilir enerji teknolojilerinin yaygınlaştırılması için bir politika tasarım modeli geliştirmektir. Bu amaçla alan araştırmasında, piyasa henüz oluşmaya başladığı dönemde Türkiye örneğinde, yenilenebilir enerji kaynaklarından rüzgâr ve güneş enerjisine dayalı elektrik üretim teknolojilerinin yayılma süreci incelenmiş ve bu süreç hakkında veri toplanmıştır.

Veri analiz birimi, bu konuda çalışan uzmanların fikirleri, bakış açıları ve algıları olarak ele alınmıştır. Veri kaynağı, Türkiye’de özel sektör ve/ya özel sektör dışında yenilenebilir enerji sektöründe üretim, denetim, danışma veya tedarik faaliyetlerini yürüten uzmanlarla yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlardır. Ampirik analiz sonucunda; politika amacı, politika aracı ve politika hedefi olmak üzere üç ayak üstüne oturan bir politika tasarım modeli geliştirilmiştir. Bu modelle, alan araştırmasında saptanan politika sorunlarından “artan ithalata bağımlılık” ve “yönetişimde aksaklıklar” sorunlarını çözmek için mikro, mezo ve makro düzeyde politika önerileri tasarlanmıştır.

Çalışmamızın özgünlüğü, söz konusu teknolojilerin Türkiye’de henüz yaygın kullanılmaya yeni başladığı 2014-2016 döneminde yapıldığı için sektörün oluşumuna dair başlangıç aşamasında yapılan öncü çalışmalardan biri olmasıdır. Yazına, veriye dayalı bir politika tasarım modeli geliştirerek metodolojik ve politika öneriler tasarlayarak ampirik katkılar yapmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir Enerji, Yayılma, Politika, Model, Türkiye, Niteliksel Analiz

An Evidence-based Policy Design Model Proposal: Qualitative Analysis of Renewable Energy Diffusion in Turkey

ABSTRACT

Meeting rapidly increasing energy demand with environmental-friendly technologies is a promising solution for sustainable energy production, which is possible with technology diffusion. Therefore, the main aim of this study is to propose a model to design policies that support the diffusion of wind and solar electricity generation technologies in Turkey.

The units of analysis that create and shape the diffusion process are accepted as the opinions, perspectives, and perceptions; hence, data is collected with a qualitative method. To reach different perspectives; semi-structured interviews were held with experts who carry out production, regulation, consultation, and (equipment) supply in the private and/or non-private sectors in renewable energy.

As a result of the data analysis, a policy design model is developed that sits on three pillars: policy aim, policy tool, and policy target. With this model, to solve two main policy problems, “increasing import dependency” and “governance problem”; policy recommendations are developed at the micro, meso, and macro levels.

Our study is one of the pioneering studies on the development of the sector, as it was carried out in the period of 2014-2016, when these technologies just began to diffuse. There are methodological contributions through developing a data-based policy design model and empirical contributions through policy recommendations.

Keywords: Renewable Energy, Diffusion, Policy, Model, Turkey, Qualitative Analysis

* Bu çalışma, Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilim ve Teknoloji Politikası Çalışmaları (Science and Technology Policy Studies-STPS) Anabilim Dalı Doktora Programı kapsamında, Prof. Dr. Erkan Erdil (ODTÜ İktisat Bölümü ve STPS) danışmanlığında 2016 yılında tamamlanan “A Policy Design Model for Market Formation of Solar and Wind Electricity Generation in Turkey” başlıklı doktora tez çalışmasından üretilmiştir. Ayrıca hem doktora tezinin hem de bu çalışmanın dayandığı alan araştırması, TÜBİTAK 1002 Hızlı Destek Programı kapsamında desteklenen, 2014-2015 yılları arasında gerçekleştirilen, Prof. Dr. Erkan Erdil (Yürütücü), Yelda E. Topal (Bursiyer) ve Gülsevims Eysel (Bursiyer) proje ekibiyle gerçekleştirilen 114 K070 No’lu ve “Yenilenebilir Kaynaklardan Elektrik Üretiminde Pazar Oluşumu: Türkiye’de Güneş ve Rüzgâr Enerjisi Örneği” başlıklı projenin fon kaynağı desteği ile gerçekleştirilmiştir. TÜBİTAK’a destek için teşekkür ederiz.

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Dr.,** Arş. Gör., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, yeldaec@metu.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 19.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 25.04.2023

Citation/Atf: Topal E., Y. (2023). Veriye dayalı bir politika tasarım modeli önerisi: Türkiye’de yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılmasının niteliksel analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 133-155. <https://doi.org/10.52642/susbed.1221181>



1. Giriş

Çevresel sürdürülebilirlik ve temiz enerji dönüşümü tartışmaları ile birlikte gündeme gelen yerli, yerinde ve yenilenebilir enerji (YE) kaynaklarının yaygın kullanımı, artan enerji talebinin hızla, çevre dostu ve sürdürülebilir olarak karşılanması için etkin bir çözüm önerisi olarak değerlendirilmektedir. Çıkış noktası bu çözüm önerisi olan çalışmamızda, yenilenebilir enerji kaynaklarının yayılması araştırılmış ve “YE kaynaklarının yaygın kullanımı Türkiye’de nasıl artırılabilir?” sorusuna yanıt aranmıştır. Amacımız, bu sürecin politikalarla desteklenebilmesi için, niteliksel veriye dayalı olarak bir politika tasarım modeli önermek ve bu modelle politikalar geliştirmektir. Temel katkımız, sektör henüz yeni oluşmaya başladığı dönemde, sektörde fiilen çalışan kilit uzmanlardan toplanan veriye dayanarak önerdiğimiz politikalar. Bu yönleriyle yazında, YE sektörünün gelişme aşamalarının başında niteliksel yöntemle gerçekleştirilmiş ilk çalışmalarından biri olma özelliği taşımaktadır.

İlk bölümde yazın taraması yapılmış; “Teknoloji Politika Modellemesi” ve “Enerji Politika Modellemesi” olmak üzere iki koldan çalışmamızı besleyen politika modelleme çalışmaları incelenmiş; teknoloji yayılımına dair özet bir yazın taraması eklendikten sonra çalışmanın neden Türkiye örneğinde gerçekleştirildiğini anlatabilmek için Türkiye’de yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılmasına dair yazın kısaca taranmıştır. Sonraki bölüm olan “Araştırma yöntemi ve veri” bölümünde, çalışmamız kapsamında yürüttüğümüz niteliksel veri toplama ve analiz çalışması detaylarıyla açıklanmıştır. Bulgular bölümünde, yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılması ve politika ilişkisine dair veri analiz bulgularımız; “teknolojinin yayılması ve kamu politikasının ilişkisi” ve “YE politikalarının amaçları” alt başlıklarında sunulmuştur. Bir sonraki bölümde bulgularımızın yazın taraması ile birlikte değerlendirmesi sonucunda geliştirilen veriye dayalı politika tasarım modelimizin detayları aktarılmıştır. Son bölüm olan tartışma bölümünde ise, geliştirilen modelimiz ve bulgularımız ışığında önerilen politikalara yer verilmiştir.

2. Kavramsal Arka Plan: Teknoloji Politika Modellemesi, Enerji Politika Modellemesi ve Teknoloji Yayılımı¹

Yenilenebilir enerjinin yaygın kullanım için destekleyici politikalar tasarlanması ve uygulanması yayılma sürecini kolaylaştıracak en güçlü mekanizmalardan. Çalışmamız kapsamında, Türkiye’de YE yayılımını anlamak ve desteklemek amacıyla, rüzgâr ve güneş enerjisine dayalı elektrik üretimi teknolojilerinin yayılması incelenerek bir politika modeli geliştirmek ve politika önerileri tasarlamak amaçlanmıştır. Gelişmekte olan teknolojiler olarak sınıflandırılan bu teknolojilerin yayılmasına dair bir politika modeli çalışmasında, hem teknoloji politikası geliştirmeye yönelik hem de enerji politikası geliştirmeye yönelik modelleme yazını gözden geçirilmiş ve çalışmanın kavramsal arka planı oluşturulmuştur. Bu bağlamda, teknoloji yayılımına yönelik politika modeli geliştirmek amaçlandığından teknoloji yayılımı konusunda kısaca değinilmiş; bu konuda çalışmanın yapıldığı dönem ve öncesini kapsayacak şekilde (2014 ve öncesi) Türkiye’de yapılmış çalışmalara kısaca değinilmiştir. Amaç, bu yazın taramasından faydalanarak yeni bir model önerisi ile modelleme girişimlerini bir sonraki aşamaya taşımaktır.

2.1. Teknoloji Politikasının Modellenmesi

Teknoloji politikaları teknolojik değişimin doğasını, hızını ve yönünü etkilemeyi amaçlar. Teknoloji politikalarının tasarımı ile politika yapımcılar mevcut teknolojik gelişme eğilimlerini ve kabiliyetleri de göz önünden bulundurarak istenen bir geleceğe ulaşmayı hedefler. Bu politikaları tasarlamak için de politika yapımcıların amaçlarını net olarak ortaya koymaları ve odaklanacakları sorunları açıkça tanımlamaları gerekir.

Teknoloji politikalarının temel amaçları, teknolojinin üretilmesi ve yayılması için uygun koşulların oluşmasını desteklemek, teknoloji geliştirme sürecindeki kurucu unsurların yapısal değişimlerine imkân tanımak, teknolojik bilgiyi kullanacak yollar bulmak ve bu politikaların benimsenmesine destek olmaktır (Mowery, 1995). Teknoloji politikası yapmanın bu karmaşık süreci çok disiplinli bir yaklaşım ve uzmanlaşmış analizler gerektirir.

Teknoloji politikaların işaret ettiği sorunlar ise, yeni teknolojinin ortaya çıktığı çevredeki aksaklıklardan kaynaklanmaktadır. Politika yapma konusundaki neoklasik rehber Piyasa Aksaklıkları Yaklaşımı iken,

¹ Bu bölümün hazırlanmasında, çalışmanın alan araştırmasının tamamlanmasında fon kaynağı sağlayan TÜBİTAK 1002 Hızlı Destek Programı - 114K070 No’lu Projenin, proje sonuç raporundan faydalanılmıştır. Destek için TÜBİTAK’a teşekkür ederiz.

evrimci rehber ise Sistem Aksaklıkları Yaklaşımıdır (Jacobsson & Bergek, 2011). Neoklasik yaklaşımda piyasaların arz ve talebin birikimi ve dengeye gelmesi ile oluştuğu varsayılırken, evrimci yaklaşımda piyasalar sürekli devinim halinde olan ve evrilen sosyo-tekniik sistemler olarak kabul edilmektedir (Jacobsson & Johnson, 2000). Neoklasik yaklaşımda bu dengenin oluşumunu engelleyecek her türlü dışsal etki piyasa aksaklığı olarak kabul edilirken, politika müdahalesi bu eksiklikleri ortadan kaldırmak amacıyla kurgulanmaktadır (Jacobsson & Bergek, 2011). Piyasa aksaklıklarının temelinde (özellikle bilginin kamu malı olarak kabul edilmesinden dolayı) bilginin yarattığı pozitif dışsallıklar, teknolojinin ortaya çıktığı çevreye uyum sağlayamamasından kaynaklanan negatif dışsallıklar, yeni teknolojinin fayda ve maliyetleri konusundaki belirsizlikler ve yeni teknolojilerin aleyhinde çalışabilecek tekel güçler olduğu varsayılmaktadır (Kemp, 2011).

Smith (2000)'e göre, sistem performansının düşmesine sebep olacak kurumsal aksaklıkları, yeni teknolojiye geçiş aşamasında yaşanabilecek sorunları, eski teknoloji konusunda ısrar edilmesine sebep olan dışsallıkları, ağ yapılarındaki işbirliği sorunlarını, firmaların öğrenme ve adapte olma sorunları gibi sistemin bütününe ilgilendiren sistem aksaklıklarını çözmeye yönelik politikalar geliştirilmesini öneren evrimci yaklaşımda temel nokta, tespit edilen sorunların çözümüne yönelik tasarlanan politikalarda hangi amaçların benimseneceğinin açıkça belirtilmiş olmasıdır. Bu çalışma kapsamında da yerini alan politika amacı, söz konusu sorunların çözümü için geliştirilen politika önerisindeki her türlü faaliyetin dayandığı temel amacı işaret etmektedir.

2.2. Enerji Politikasının Modellenmesi

Enerji konusu ülkelerin öncelikleri arasında ön sıralardadır. Küresel büyüme ve gelişmeye paralel olarak, artan enerji talebini hızla karşılama sorununun ortaya çıkmasıyla, enerjinin sürdürülebilir ve temiz olarak sağlanması gündeme gelmektedir. Çünkü enerji talebinin hızla ve yoğun olarak karşılanması, iklim değişikliği gibi çevresel sorunları beraberinde getirmektedir. İklim değişikliği ise enerji sistemlerinde sürdürülebilir üretim ve tüketim konusundaki modelleme çalışmalarını teşvik etmektedir (Dewald & Truffer, 2012).

Enerji politikalarının modellenmesi; toplumsal, iktisadi, çevresel ve teknik tüm alanların kesişim noktasında yer alan enerji alanındaki tüm kararların çok boyutlu, karmaşık ve uzun erimli olmasından dolayı birçok farklı yöntemle ele alınmıştır. Tanım olarak politika modellemesi ise temelde enerji planlamasına dayanmaktadır. Prasad vd. (2014), detaylı literatür taramasında enerji planlamasını, belirli bir zaman dilimi ve bölge özelinde; siyasi, toplumsal ve çevresel etkenler ile o bölge ile ilgili geçmiş enerji planlama çalışmaları da göz önünde bulundurularak, öngörülen enerji talep miktarının karşılanması için gerekli enerji kaynaklarının ve enerji üretim araçlarını en optimal dağılımının hesaplanması (Cormio et al., 2003; Hiremath et al., 2007; They & Zarate, 2009) olarak tanımlamıştır.

Enerji modellemelerinin sınıflandırılması hakkında detaylı bir yazın taraması yapan Mougeuei ve Mortazavi (2017) ise, enerji modellerini altı yaklaşım altında sınıflandırmıştır (p. 128-130). İlk yaklaşım kriter tabanlı modelleme yaklaşımıdır ve enerji politikalarını amaçlarına, yapılarına, analitik yaklaşımlarına (tabandan tavana veya tavadan tabana), kullanılan metodolojiye (ekonometrik, makro-ekonomik, genel denge, optimizasyon, simulasyon, çoklu kriter yöntemi vb.), matematiksel yaklaşımına, coğrafi kapsamına, sektörel odağına, zaman boyutuna veya veri ihtiyacına (niteliksel, niceliksel) göre sınıflandırır (Beeck, 1999; Grubb et al., 1993). İkinci gruptaki modeller, 2006 yılında Jebaraj ve Iniyani (2006) tarafından yayımlanan "A review of Energy Models" başlıklı detaylı literatür incelemesinde bahsedildiği şekliyle tüm enerji kaynaklarının dahil edildiği enerji planlama modelleri (p. 283-287), enerji arz, talep ve aralarındaki dengenin incelendiği enerji arz talep modelleri (p. 287-289), tüm enerji kullanım ve dağıtım desenlerini belirlemeyi amaçlayan öngörü modelleri (p. 289-296), enerji üretiminin kaynaklar arasındaki dağılımını belirleyen optimizasyon modelleri (p. 296-299), yapay zeka uygulamalarını kullanan nöral ağlara dayalı enerji modelleri (p. 299-300) ve enerji üretim teknolojileri ve kaynaklarının çevreye verdiği zararı değerlendirmeyi amaçlayan emisyon azaltma modelleridir (p. 300-302). Üçüncü sınıflamada, enerji modelleri analitik ve kavramsal çerçevelerine bağlı olarak yukardan aşağı modeller (girdi çıktı modelleri, ekonometrik modeller, hesaplamalı genel denge modelleri) ve aşağıdan yukarı modeller (kısmi denge modelleri, optimizasyon modelleri ve çoklu ajan modelleri) olarak sınıflandırılmaktadır (Beeck, 1999; Herbst et al., 2012).

Dördüncü sınıflamada ise arz ve talep yönlerinin incelendiği ekonometrik yaklaşım, optimizasyon yaklaşımı ve öngörü yaklaşımına göre enerji modelleme çalışmaları yer almaktadır. Beşinci modelleme yaklaşımında gelişmekte olan ülke perspektifi ön plana çıkmakta; enerji modelleme çalışmalarının son sınıflandırmasında ise belirsizlik ve risk koşullarının değerlendirilmesi yapılmaktadır.

Tüm bu modelleme çalışmalarının ortak noktası ise, genellikle optimal enerji üretim veya tüketim miktarı olarak belirlenen bağımlı değişken ile çeşitli bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiselliğin farklı yaklaşım ve tekniklerle ele alınmasıdır. Bu ilişkisellik üzerinden, bağımlı değişkende arzu edilen nihai duruma ulaşmak için, bağımsız değişkenlerin mevcut durumlarının etkisine ve olması gereken seviyelerine ilişkin hedefler belirlenmektedir. Bu hedefler ölçülebilir bir kriter olarak mevcut resimde yer almakta ve hangi yönlü ne tür değişikliklerin bağımlı değişken üzerinde ne tür sonuçlara yol açacağını göstermektedir. Bu nedenle, enerji politika modellerindeki temel ortak nokta; üretilen politika önerilerinin ölçülebilir hedeflerle değerlendirilebilir olmasını ana eksene almalarıdır. Politika hedefi olarak isimlendirilebileceğimiz bu bileşen, bu çalışma kapsamında da politika tasarım modelinin bir ayağı olarak yer almıştır.

2.3. Teknoloji Yayılımına Dair

Teknoloji yayılımı, IGI Global Sözlük'teki geniş kapsamlı tanımında (*IGI-Global Dictionary - Technology Diffusion*, n.d.) en temel anlamıyla, belli bir teknolojinin genel erişim ve uygulamaya yayıldığı kullanım düzeyine ulaşması ve yaygın kabulü olarak tanımlanmıştır. Yeni bir teknolojinin veya hizmetin, başlangıçta kullanmaya başlayan aktör dışındaki diğer aktörler veya kuruluşlar tarafından devralınmasını açıklayan süreç olarak da tanımlanan teknoloji yayılımı; kesintisiz iletişim kanallarıyla kullanıcıya ulaştırılan ve yeni teknolojiye erişenlerin öğrenme becerileri ve kullanımlarıyla toplumlar tarafından yavaş yavaş benimsenen her türlü yeni hareketin yayılımı ve bir yeniliğin bir grup veya kuruluş tarafından zaman içinde çeşitli yollarla iletildiği, seçildiği ve benimsendiği süreç olarak detaylandırılmıştır. İktisatçı Paul Geroski (2000)'nin Research Policy isimli dergide yayımladığı ve teknoloji yayılma modellerini incelediği çalışmasında; teknolojinin yayılmasına dair modeller “Epidemik Model”, “Probit Model” ve “Meşruiyet ve Rekabet (Yoğunluk) Modelleri” “Bilgi Çağlayanları Modeli” olmak üzere dört ana başlıkta kavramsallaştırılmıştır.

Yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılmasının modellerle incelendiği çalışmalara gözettığımızda ise; çok çeşitli yöntem ve modelle yayılmanın incelendiği görülmektedir. Doğrudan yenilenebilir enerji teknolojilerine referansla yayılma modellerinin yazın taramasını yapan Rao ve Kishore (2010); yeni teknolojilerin yayılması tek bir desen izlememelerine ve karmaşık bir süreç olmalarına rağmen, modellerin yayılma süreçlerini anlamak için kullanılabilirliği kabulünden hareket ederek; dört ana modelleme yaklaşımının yenilenebilir enerji teknolojilerindeki uygulamalarını incelemiştir: 1. Maliyetleri azaltmak için ölçek ekonomisi, deneyim ve öğrenme eğrisi yaklaşımları 2. Yenilenebilir enerjinin diğer kaynak alternatifleri arasındaki görünürlüğünü artırmak için ekonomik analiz 3. Paydaş perspektifi ve engel analizi çerçevesinde engelleri ortadan kaldırma yaklaşımları 4. Yenilenebilir enerjinin benimsenmesi konusundaki politika analizleri. Çalışmanın sonunda ise, teknoloji yayılma modelleri “temel yayılma modelleri, esnek yayılma modelleri, geliştirilen modeller, kümülatif kabul modelleri, lineer olmayan trend modelleri ve lineer olmayan otoregressif modeller” olarak kategorize edilmiş ve her kategori için yenilenebilir enerji teknolojilerinden örnek çalışmalar incelenmiştir. Sonuç olarak, yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılmasının öncelikli olarak devlet teşvikleri ile ve bu teşviklerin olduğu piyasalarda başladığı; fakat yayılmanın hızını yavaşlatan bir takım engellerin ortaya çıkması ile, yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılma süreçlerinin sistematik analizine ve modellere ihtiyaç duyulmuştur. Bu model örneklerinden birisi de Abbas vd (2022) ve Haque (2022) çalışmalarıdır.

Yenilenebilir enerji teknolojilerinin yayılmasının belirleyenleri arasındaki ilişkiyi sistematik bir bakış açısıyla incelemeyi hedefleyen çalışmalarında Abbas vd.(2022), diffensiyel denklemler kullanarak yeni bir etkileşimli model geliştirmeyi hedeflemişler ve teknolojinin yayılmasına dair farklı senaryoları analiz etmişlerdir. Politika yapıcılara öneri olarak da gündeme getirilebilecek sonuçlara ulaşmışlar ve maliyetlerin düşürülmesi ve çevre bilincinin artırılması yoluyla insanların tercihleri değiştiğinde, yayılmanın belirleyenleri arasındaki ilişkilerin de değiştirilebileceğini iddia etmişlerdir (Abbas et al., 2022, p. 387). Teknolojinin kabulünde gecikmeler yaşanmasının yayılma sürecini önemli bir düzeyde etkilemekte olduğu; hükümetlerin, teknik benimseme oranını hızlandırmak, çevre bilincini artırmak ve bilgi alışverişini

desteklemek için uygulayacakları politikalarının teknolojinin yayılmasını kolaylaştıracağı bulunmuştur. Niteliksel bir yöntem olan içerik analizi yöntemini kullanarak yirmi beş ülkenin Teknoloji Aksiyon Planlarını inceleyen Haque (2022), teknoloji inovasyon sistemindeki fonksiyonların belirleyenleri ile öncelikli alanlardaki faaliyetleri eşlemiş ve bu şekilde teknolojinin yayılmasına dair dinamikleri incelemiştir. Ülkelerin en çok öne çıkardıkları sistem fonksiyonları kaynakların hareketliliği ve meşruiyetin yaratılması olurken; girişimcilik fonksiyonu geri planda kalmıştır. Bu ve benzeri çalışmalar, iklim dostu teknolojilerin ulusal enerji stratejilerinde ve sürdürülebilir kalkınma programlarında yaygın olarak kullanılması ve geliştirilmesi için katkı sağlayabilecektir.

2.4 Neden Türkiye ve Neden Niteliksel Veriye Dayalı Bir Model Önerisi?

Türkiye örneğinde bu çalışmanın yapılmasının nedenlerinden biri, Çeliktaş vd. (2009) tarafından yenilenebilir enerji araştırması alanında yapılan bibliometrik çalışmanın da işaret ettiği gibi, Türkiye’de yenilenebilir enerji konusunda yapılan çalışmalar içinde politika geliştirme / tasarlama konulu olanların daha zayıf olmasıdır. Türkiye’de yenilenebilir enerji alanında yapılan çalışmaların önemli bir çoğunluğu (rüzgâr, güneş jeotermal gibi) kaynak bazlı yenilenebilir enerji potansiyeli hakkında bilgi vermek amacıyla yapılmış betimsel çalışmalardır (Alboyacı & Dursun, 2008; Aras, 2003; Balat, 2008; Demirbas & Bakış, 2004; Güler, 2009; Hepbaslı & Ozgener, 2004; Ozgur, 2008). Yenilenebilir enerji politikaları ile ilgili bilgilendirme amaçlı analizlerin yapıldığı (Çanka Kiliç & Kaya, 2007; Erdem, 2010; Kaya, 2006), enerji konusunun sürdürülebilirlik ekseninde incelendiği (Kaygusuz, 2002, 2009, 2010; Soyhan, 2009) ve genellikle Türkiye’nin enerji politikalarının AB politika ve uygulamaları ile karşılaştırmalı olarak ele alındığı (Baris & Kucukali, 2012; Keleş & Bilgen, 2012; Kulaç & Çiğeroğlu Öztepe, 2020; Murat Sirin & Ege, 2012; Şekercioğlu & Yılmaz, 2012; Toklu et al., 2010; Tunç et al., 2006) çalışmalar Türkiye’deki yenilenebilir enerji yazınında önemli bir yer kaplamaktadır.

Türkiye’de henüz yenilenebilir enerji kaynaklarının yeni yeni yayılmaya başladığı dönem olan 2014-2016 dönemine kadar yapılan lisansüstü çalışmalar incelendiğinde ise, Türkiye’nin enerji güvenliği sorunsalını inceleyen ve enerji talep tahmininin yapan Selçuk (2010), politika analizine yönelik bir matematiksel enerji modelleme çalışması olan Kat (2011) ve yenilenebilir enerjinin yayılmasını destekleyen teşvik mekanizmalarını ve engelleyen bariyerleri saptayarak yenilenebilir enerjinin Türkiye’deki piyasa gelişimini seçilen iki örnek uygulama üzerinde inceleyen Demirdizen (2013) dışında bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu çalışmalara ek olarak, bizim çalışmamızın Türkiye ile ilgili literatürde doldurduğu boşluk ise; yeni ortaya çıkan ve gelişmekte olan (emerging) teknolojiler olan rüzgar ve güneş enerjisi teknolojilerinin yaygın kullanımını desteklemek için bir politika modeli geliştirmek ve politika önerilerinde bulunmaktır.

Çalışmamız kapsamında Türkiye örneğinin incelenmesinin bir diğer nedeni ise, yenilenebilir enerji kaynaklarına dayalı elektrik üretiminin gelişmesi ve yayılması konusunda, ilgili uluslararası literatürde Türkiye’deki gibi sektörün henüz şekillendiği bir dönemde yapılan böyle bir çalışmaya rastlanamamış olmasıdır. Söz konusu yenilenebilir enerji teknolojilerinin gelişme ve yayılma süreçleri, sektör belli bir aşamaya geldikten ve özellikle teknolojilerin yaygın kullanımı konusunda önemli bir yol kat edildikten sonra incelenmiş ve yapılan çalışmalar daha çok ardıl olarak (expost, yani uygulamaların, üzerinden belirli bir süre geçtikten sonra geriye dönük olarak değerlendirilmesi şeklinde) kurgulanmıştır. Benzer çalışmaların aksine, sektör yeni yeni oluşmaya başladığı dönemde inceleme alanı olarak Türkiye’nin seçilmesi, bahsettiğimiz bu hedef-araç-sonuç bütünlüğünde öncül (exante) bir politika tasarım çalışması yapabilmek için diğer çalışmalara nazaran farklı ve oldukça zengin bir araştırma zemini sağlamıştır.

3. Araştırma Yöntemi ve Veri

Çalışmamız kapsamında niteliksel bir araştırma yöntemi olan mülakat yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sorusunun oluşturulması ile başlayan ve politika önerilerinin sıralanması ile sonuçlanan araştırma sürecinde kullanılan yönteminin işlem basamakları, “Verinin Toplanması” ve “Verinin Analizi” olmak üzere iki başlık altında şu şekilde gerçekleştirilmiştir:

Verinin Toplanması

1. Masa Başlı Çalışma ve Öncül Araştırma: Bu ilk basamakta “Araştırma sorusu”, “veri toplama yöntemi” ve “veri analiz birimi” belirlenmiştir.

2. Araştırma Sorusunun belirlenmesi: “Türkiye’de gelişmekte olan YE üretim teknolojilerinin yayılması nasıl sağlanır?” olarak formüle edilmiştir.

3. Araştırma amacının belirlenmesi: Amaç, Türkiye’de gelişmekte olan YE üretim teknolojilerinin yayılmasının desteklenmesi için bir politika yapma modeli tasarlanması ve politika önerileri geliştirilmesidir.

4. Araştırma yönteminin belirlenmesi: Araştırma sorusunun yanıtlanabilmesi için gerekli bilginin toplanması ve analizinde teorinin rolü (tümevarımsal), araştırılan gerçeğin ontolojik özellikleri (toplumsal olarak kurulmuş) ve ulaşılmak istenen bilginin çeşidi (bağlambağımlı) dikkate alındığında niteliksel bir yöntem kullanılmasına karar verilmiştir.

5. Mülakat formunun ve mülakat adaylarının belirlenmesi: 5 Bölüm ve 26 sorudan oluşan mülakat formu hazırlanmış; Şubat 2014’te Etik kurul izni alınmış; mülakat yapılacak kilit uzmanlar amaçlı örneklemenin, kartopu örnekleme (Patton, 2002) ve bilgi odaklı seçimle (Flyvbjerg, 2006) birleştirildiği karma bir örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir.

6. Alan araştırmasının gerçekleştirilmesi: Türkiye’deki YE üretimi ile ilgili 34’ü özel sektörden, 23’ü ise özel sektör dışından kilit aktörlerle Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Denizli, Balıkesir, Kayseri, Gaziantep’te 2014-2016 yılları arasında TÜBİTAK 1002 Programı 114K070 No’lu Proje Desteği ile yüz yüze 57 görüşme yapılmıştır.

Verinin Analizi

7. Verinin hazırlanması: Ses kayıtları hizmet alımı ile deşifre edilmiş, araştırmacı tarafından okunarak gözden geçirilmiş ve QDA-Qualitative Data Analysis Miner programına girilmiştir.

8. Verinin Analizi: Mülakat deşifreleri QDA Miner ile açık kodlama yöntemiyle kodlanmış, 5 üst kategori 13 alt kategoride toplam 440 kod oluşturulmuş ve mülakatlardan alıntılar bu kodlarla eşlenmiştir.

9. Bulguların Değerlendirilmesi: Mülakat formunun “2. Türkiye Enerji Sektörünün Mevcut Durumu” isimli bölümünde belirlenen 2 temel politika problemine yönelik, yine mülakat formunun “3. Engeller ve Destekler” kısmında yer alan faktörler birer araç olarak kullanılarak ve “5.Kamu Politikaları” bölümünde yer alan politika önerileri derlenerek bir politika yapma modeli geliştirilmiş ve bu model ve veri analizinde saptanan alıntılar kullanılarak politika önerileri tasarlanmıştır.

10. Politika tasarım modelinin formüle edilmesi: Politika amacı, politika aracı ve politika hedefi olmak üzere üç ayak üstüne oturan bir politika yapma modeli tasarlanmıştır.

11. Politika önerilerinin sıralanması: “Artan ithalata bağımlılık” ve “yönetişimde aksaklıklar” sorunlarını çözmek için mikro, mezo ve makro düzeyde politika önerileri sıralanmıştır.

3.1. Niteliksel Verinin Toplanması: Yarı Yapılandırılmış Mülakat Yöntemi

Araştırma stratejisi, ilgi duyulan konuyu incelemek ve detaylarıyla soruşturmak için araştırmaya rehberlik eden eylem planıdır (Bryman, 2008). Araştırmacı, araştırma alanındaki “gerçeği” anlamaya, açıklamaya ve betimlemeye çalışır. Teorik temellerine, yani teorinin araştırmadaki rolüne; ontolojik temellerine, yani araştırma alanının sosyal dünyadaki gerçekliğine ve epistemolojik temellerine, yani bilen (sorgulayan) ile bilinen arasındaki ilişkiye bağlı olarak farklılaşan nicel ve nitel araştırma olmak üzere iki araştırma stratejisi vardır (Bryman, 2008; Guba ve Lincoln, 1994; Guba, 1990) ve bu çalışma kapsamında niteliksel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır.

Çalışmamız kapsamında, alan araştırmasında teorinin rolü tümevarımcı olduğundan; Türkiye rüzgâr ve güneş enerjisi pazarı toplumsal olarak yapılandırılmış bir gerçeklik olarak görüldüğünden ve YE alanındaki kilit aktörler tarafından teknolojinin yayılmasına atfedilen kolektif anlam üretme dinamikleri ele alınarak bağlama bağımlı bilgiye ulaşmak hedeflendiğinden niteliksel yöntem kullanılmıştır.

Veri toplama süreci, “Türkiye’de gelişmekte olan YE üretim teknolojilerinin yayılması nasıl sağlanır?” araştırma sorusuna yanıt aramaktır. “Alan Araştırması” olarak adlandırılan veri toplama sürecinde araştırma ve yayın etiğine uyulmuş, çalışmanın başlangıç aşamasında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Rektörlüğü Uygulamalı Etik Araştırma Merkezi’nden 21 Şubat 2014 tarihinde 28620816/106-179 belge numarasıyla Etik Kurul İzni alınmıştır.

Alan araştırmamızda Türkiye’deki gelişmekte olan YE teknolojileri olan rüzgâr ve güneş enerjisi alanındaki kilit aktörlerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat yönteminin seçiminde çalışmanın politika modeli önerme amacı ve yapılan ön çalışma dikkate

alınmıştır. Söz konusu ön çalışma, bu makalenin kaynağını oluşturan doktora tezinin (Erden-Topal, 2016); araştırma sorusunun daraltılması, yönteminin belirlenmesi ve alan araştırması tasarımının yapılması için gerçekleştirilmiştir². Bu ön çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye'de YE sektörü aşağıdan yukarı bir inisiyatif olarak ve kilit aktörlerin çabalarıyla kişisel girişimler sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, ana veri kaynakları, kilit aktörlerin Türkiye'de YE'ye ilişkin bakış açıları, deneyimleri, yaklaşımları, inançları, işlevleri ve söylemleridir. Kilit aktörlerin dünya görüşlerinden genel resmi anlamak için tüm bu bakış açıları, deneyimleri ve yaklaşımları kendi kültürel ve sosyal bağlamlarına yerleştirmemize yardımcı olduğu için yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır (McCracken, 1988)

Kullanılan mülakat formu, teorik çerçeveyi işlevselleştirir ve araştırmacının, çalışmanın kavramsal çerçevesini³ sahada uygulamalı olarak kullanmasını sağlar. Patton (2002, p. 342) mülakat formu hazırlamak için “enformel görüşme, (genel) mülakat formu yaklaşımı ve standartlaştırılmış açık uçlu görüşme” olmak üzere üç temel yaklaşım önermektedir.⁴ Çalışmamızda “görüşmeciye; görüşülen her kişiyle aynı temel konu ve soruları tartışma imkânı sağlarken, aynı konuyu aydınlatacak farklı sorular sorma özgürlüğü tanıyan bir sorgulama yöntemi olan mülakat formu yaklaşımı (Patton, 2002, p. 343)” benimsenmiştir. Mülakat formu “1. Giriş” ile başlamış; sonrasında “2. Türkiye Enerji Sektörünün Mevcut Durumu”, “3. YE teknolojilerinin yayılması için destekler ve engeller”, “4. Güneş ve rüzgâr enerjisi üretiminde piyasa oluşumu” ve “5. Kamu Politikaları” başlıklarında sorular sorulmuştur.

Mülakat formunun “Kamu Politikaları” başlıklı bölümü YE üretim teknolojilerinin Türkiye'de yayılması için politikaların rolü hakkındadır. Dewald ve Truffer (Dewald & Truffer, 2012, p. 416) “destek mekanizmasının etkinliğini garanti eden kurumsal ve örgütsel ön koşullar” yoksa bu mekanizmanın teknolojinin yayılmasına yol açmada başarılı olamayacağını savunmaktadır. Çalışmamızda, bu ön koşulların politikalar tarafından sağlanabileceği ve bu politikaların, ortaya çıkan YE teknolojilerinin yayılmasındaki sorunların tespiti ve çözümü ile gerekli bilgi ve teknolojileri üretmek için belirleyici olduğu iddia edilmektedir. Bu amaçla, kilit aktörlerin politikalar ile teknolojinin yayılması arasındaki ilişkiye ilişkin soruların sorulduğu mülakat formunun bu bölümünden toplanan veriler kullanılmıştır.

Mülakat yapılan uzmanların seçiminde iki ölçüt kullanılmıştır: (i) (Elektrik üretiminden) Doğrudan kâr etme güdüsü ve (ii) YE sektöründe gerçekleştirilen ekonomik faaliyet. Görüşülen uzmanın çalıştığı sektör ile ilgili bilgi veren “Doğrudan kâr etme güdüsü” ölçütüne göre, kuruluşlar iki kategoriye ayrılmıştır: Kar amacı güden (özel sektör) ve kar amacı gütmeyen (kamu, sivil toplum ve akademik). Ekonomik faaliyet ise, hem özel hem de özel sektör dışı kuruluşlarda *üretim* (YE'ye dayalı elektrik üretimi), *düzenleme* (YE'ye dayalı elektrik üretiminin regüle edilmesi), *danışmanlık* (sektörün yeni teknolojik ve iktisadi koşullara adapte olması için ağ yapıları kurmak ve yatırımcıları teknik olarak destelemek) ve *tedarik* (YE'ye dayalı elektrik üretimini sağlamak için her türlü ekipman ve servis desteği sağlamak) olmak üzere dört ana faaliyet türü vardır.

Kurumsal sorumlulukları doğrudan YE üretimi ile ilgili olan 34'ü özel sektörden, geri kalan 23'ü ise özel sektör dışından kilit aktörlerle yüz yüze 57 görüşme yapılmıştır (Tablo 1). Uzmanlar, şirketlerden ve devlet kuruluşlarından ya bir genel müdür/yönetici ya da bir proje mühendisi; sivil toplum kuruluşlarından ve akademi yöneticiler veya yönetim kurulu üyeleridir. Görüşmeler için Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Denizli, Balıkesir, Kayseri, Gaziantep'e ziyaretler yapılmıştır.

² Bu ön çalışma ve yöntem ve veri bölümünün detaylı açıklamaları için ilgili doktora tezinin (Erden-Topal, 2016) 3. Methodology bölümü incelenebilir.

³ Maxwell (2013, p. 39) kavramsal çerçeveyi “Araştırmayı destekleyen ve bilgilendiren kavramlar, varsayımlar, beklentiler, inançlar ve teoriler sistemi” olarak tanımlar.

⁴ Patton (2002, p. 134): Enformel görüşmeler, veri üretiminde en fazla esneklik sunan yapılandırılmamış görüşmelerdir. Mülakat formu, konuşmanın doğal akışı içinde ortaya çıkan sorulardan oluşur. Standartlaştırılmış açık uçlu görüşmeler, her görüşmeciye aynı ifadeyle aynı sırayla sorulması gereken, özenle formüle edilmiş ayrıntılı sorulardan oluşur

Tablo 1. Alan Araştırmasının Detayları

İktisadi Faaliyeti	Özel Sektör (34 Mülakat)	Özel Sektör Dışı (23 Mülakat)
Üretim	17 Şirket temsilcisi mülakatı	-
Düzenleme	-	8 Kamu Kurumlarından bürokrat mülakatı
Danışmanlık	10 Danışmanlık şirket çalışanı	6 Kamu Kurumlarından bürokrat mülakatı 6 Kar amacı gütmeyen kurum temsilcisi mülakatı 3 Akademisyen Mülakatı
Tedarik	7 ekipman arz eden şirket çalışanı	-

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmamızda örnekleme stratejisi olarak “araştırmanın amacına bağlı olarak stratejik ve hedef odaklı olarak belirli tür ve sayıda bilgi açısından zengin vakaları seçmek için amaçlı örnekleme stratejisi” (Patton, 2002, p. 243) kullanılmıştır. Bu strateji, araştırmacının görüşülen kişinin bilgisine ve temaslarına güvendiği ve böylece amaçlı örneklemenin kartopu örnekleme (Patton, 2002) ve bilgi odaklı seçimle (Flyvbjerg, 2006) birleştirildiği karma bir stratejidir. Görüşülen uzmanlarla kişisel temaslar kurulmuştur ve örnekleme sürecinde profesyonel bir destek alınmamıştır. Bu durum, bizlere nitel veri üretimindeki kaynaklardan biri olan “değerli bir gözlem ve deneyim” imkânı sağlarken; Türkiye’de YE üretiminin aşağıdan yukarıya bir hareket olduğunu fark etmemize yardımcı olmuştur. Güçlü lobiler yerine, kilit aktörlerin daha etkili olduğunu tespit etmemiz; araştırmamın veri kaynağı olarak kilit aktörlere odaklanmanın bir başka gerekçesi olmuştur. Dolayısıyla izlenen amaçlı örnekleme stratejisi ile bu alan araştırmasının özgünlüğü (authenticity)⁵ ve güvenilirliği (credibility)⁶ doğrulanmıştır. Görüşme yaptığımız uzmanlardan topladığımız görüşmeler, süreç içinde mülakat gerçekleştirildikçe deşifre edilmiş ve araştırma süreci devam ederken de kodlanmaya başlamıştır.

Çalışmanın özellikle söz konusu teknolojilerin yaygın kullanılmaya başladığı ilk dönemde yapılması hedeflendiği için, veri toplama süreci Mart 2014 ile Şubat 2015 arasındaki dönem olmuştur ve veri toplama süreci bir yıldan fazla sürmüştür. Görüşmelerin süresi bir saat ile iki saat arasında değişmektedir. Tüm görüşmeler kayda alınmış ve profesyonel hizmet alımı ile kelimesi kelimesine yazıya dökülmüştür.

3.2. Niteliksel Verinin Analizi: Analitik Çerçeve Yaklaşımı

Patton (Patton, 2002), veri analizi için analitik çerçeveyi, ham verilerin “betimleme” ve “yorumlama” olarak adlandırılan iki ana entelektüel çalışma ile analiz edilmesi olarak tanımlamaktadır. Ham verilerin betimlenmesinde ise üç yaklaşım vardır: “Öykülendirme”, “Vaka çalışması” ve “Analitik çerçeve” (Patton, 2002, p. 439). Öykülendirme yaklaşımında betimlemenin kökeni, hikâyeyi başından sonuna kadar kronolojik olarak açıklamaktır. Vaka çalışması yaklaşımı için veri analizi birimi, kişiler, kritik olaylar veya yerlerdir. Analitik çerçeve yaklaşımı, araştırma alanı için kritik olan süreçleri, temel konuları veya kavramları tanımlar. Verileri betimlemek için kullanılan analitik çerçeve yaklaşımı, “Özellikle standart bir görüşme formatı (mülakat formu) kullanıldığı durumlarda, görüşmelerde verilen yanıtları soru soru organize etmektir.” (Patton, 2002, p. 439). Çalışmanın veri analizi bölümünde, verilerin yorumlanmasını kolaylaştırmak ve bulgu ve sonuçları çalışmanın teorik çerçevesine daha iyi yerleştirebilmek amacıyla “analitik çerçeve” yaklaşımı benimsenmiştir.

Ham verilerin raporlanmasında, veri toplama sürecinde kullandığımız mülakat formu, formdaki bölümler ve bu bölümlerdeki sorular esas alınmıştır. Bölümler, veri analizinin raporlanması için *ana açıklama kategorileri*; mülakat formundaki bölüm başlıkları, *üst düzey analiz kategorileri* olarak belirlenmiştir.

⁵ Otantiklik konusunda, James(2008) araştırmacıların, araştırmanın hem yürütülmesinin hem de değerlendirilmesinin, yalnızca katılımcıların yaşanmış deneyimleri açısından değil, aynı zamanda araştırmanın daha geniş siyasi ve sosyal sonuçları açısından da gerçek ve güvenilir olduğuna dair güvence aradıklarını iddia eder. Otantiklik, araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliği ile ilgili endişelerden, araştırmaya değer olanla ilgili endişelere kaymayı ve araştırılanın kültür veya toplumun üzerindeki etkisini düşünmeyi içerir.

⁶ Guba and Lincoln (1994)’a göre nitel araştırmanın inandırıcılık kriterleri, nitel araştırma sonuçlarının araştırmaya katılanın bakış açısından inanılır olduğunu ileri sürer. Bu nedenle, nitel araştırmanın amacı, katılımcının gözünden ilgilenilen fenomeni tanımlamak veya anlamaktır ve sonuçların güvenilirliğini meşru bir şekilde yargılayabilecek olanlar yalnızca katılımcılardır.

Görüşmelere verilen cevaplar her bir ana bölümdeki sorularla düzenlenmiştir. Açık kodlama yöntemi⁷ ile türetilen kodlar, ham verileri sunmak için *alt kategoriler* altında gruplandırılmıştır. Bu nedenle veri analizinin en küçük birimi *kod*lardır ve kilit aktör grupları tarafından en sık belirtilen kodlar veri analizinde rapor edilmiştir. Bu nedenle, bu çalışmadaki raporlama ölçütü, her bir koda atfedilen tekrar edilme sıklığı sayısıdır⁸.

Her uzmanın görüşme dökümleri satır satır kodlama yöntemi ile kodlanmıştır. Bu süreçte bilgisayar destekli nitel veri yönetimi ve analiz aracı olan “QDA-Qualitative Data Analysis Miner” Yazılımından faydalanılmıştır. Mülakat formu takip edilerek, 5 üst kategori ve 13 alt kategori oluşturulmuştur. Bu kategoriler veri analizinden önce belirlenmiş ancak kodlar, satır satır kodlama yöntemiyle analiz sürecinde ortaya çıkmıştır. Kodlar daha sonra alt kategorilerde kümelenmiştir. Verilerin tanımlanması ve raporlanması için bu alt kategoriler beş ana bölümün alt bölümleri olarak sunulmuştur. Bir yıl süren araştırma döneminde, hem iktisadi faaliyetleri hem de sektör dağılımları açısından temsiliyet gücü yüksek uzmanlarla her biri ortalama 1 saat süren görüşmeler yapılması sonucunda, mülakat formumuzdaki tüm bölümlere ilişkin toplamdan 440 kod oluşturulmuştur. Bu kod miktarı yapılan son mülakat deşifresi de analiz edildikten sonra ulaşılan kod sayısıdır ve bu seviye, analiz sonucunda açığa çıkan tüm kavramların kapsadığı ve artık yeni bir kavramın açığa çıkmadığı teorik saturasyona (Bryman, 2008, p. 700) ulaşılan seviye olmuştur. Bu çalışma kapsamında ise “Kamu Politikaları” bölümünde toplanan verilere yer verilmiştir ve bu veriden elde edilen politika önerileri, tasarım modeli ile birlikte sunulmuştur.

4. Bulgular: Teknolojinin Yayılması ve Politika İlişkisi

Alan araştırmamız kapsamında görüştüğümüz uzmanlara mülakat formumuzun “Kamu Politikaları” bölümünde sorulan soruların yanıtlarından elde edilen bulgular bu bölümde sunulmuştur. Bu sorularla, uzmanların teknolojinin yayılması ile kamu politikalarının ilişkisi ve YE politikalarının amaçları üzerine görüşleri sorulmuştur. Yanıtların hem özel sektörde ve hem de özel sektör dışında faaliyet gösteren kuruluş temsilcileri tarafından en çok dile getirilenleri bu alt başlıklarda derlenmiştir.

4.1. Teknolojinin Yayılması ve Kamu Politikasının İlişkisi:

Teknolojilerin yayılması ile kamu politikalarının ilişkisi değerlendirildiğinde en çok dile getirilen konular “politikaların yerli enerji üretim teknolojilerini geliştirmeleri üzerindeki etkileri”, “mevzuat altyapısının oluşturulması” ve “politika yapma süreci”dir.

Yerli YE Enerji Teknolojilerinin Geliştirilmesi

Yerli YE teknolojilerinin geliştirilmesi ve kurumların bir bölümünde yerli teknolojilerin kullanılması en sık tekrarlanan konudur. Uzmanlarımız, piyasa oluşumunda yerli üretim teknolojilerin kullanımı desteklenecekse Almanya ve Çin gibi ülke örneklerinde olduğu gibi devlet politikaları ile belli hedefler çerçevesinde desteklenmesini önermişlerdir. Lisanslı güneş enerjisi kurumlarının ilk ihalelerinden birini kazanan şirketi temsilen katılan enerji üreticisi uzmanımız, yerli teknolojilerin elektrik üretiminde kullanılmasının iyi tasarlanmış politikalarla ve özellikle üniversite sanayi işbirliği çerçevesinden geliştirilmesinin yerinde olacağını vurgulamıştır. Kendilerinin yerli teknoloji geliştirmek için girişimleri olduğunu ve bu kapsamda büyük bütçeli bir Ar-Ge desteği aldıklarını; bu girişimlerinin de devlet destekli ve büyük çaplı bir proje olduğunu belirtmiştir. Türkiye'nin bu alanda öncü üniversitelerinden biriyle işbirliği yaptıklarını ve tüm aksamlarıyla yerli bir santralin kurulumunu devlet eliyle ve devlet adına gerçekleştireceklerini belirtmiştir. Yerli üretim konusuna yatırım yapmak için hedefler koymalarında bu teşvikin önemli bir yeri olduğunu altını çizmişlerdir.

Öte yandan ilk yerli panel üreticilerinden birisi olan katılımcımız ise, yerli ürünlerin piyasa oluşuma katkı sağlaması için politikalarla teşvik edilmesini çok önemstediklerini hatta bu konuyu gündeme taşımak için kendilerinin de yönetim kurulunda olduğu sivil toplum kuruluşu aracılığıyla bir kamuoyu yaratmak için çaba sarf ettiklerini belirtmiş; eğer gerekirse yerli üretim ekipmanların piyasada (özellikle ölçek ekonomisinden dolayı) fiyat avantajı olan yabancı menşeli ürünler karşısında korunmasını bile politikalarla

⁷ Açık kodlama “verileri parçalamak ve kavramları ham veri bloklarını temsil edecek şekilde tanımlamak için kodlama” olarak tanımlanmıştır. (Corbin & Strauss, 2008, p. 198).

⁸ Her bir koda tanımla birlikte ulaşmak için: (Erden-Topal, 2016)

(örneğin gümrük politikaları gibi) desteklenmesini talep ettiklerini belirtmiştir. Fakat sektörü çok uzun zamandır ve yakından takip eden uzman katılımcımız, Türkiye'de YE üretimi piyasanın oluşumunda yerli ürün kullanımını teşvik eden politikalar kurgulanırken, hedefin iyi belirlenmesi gerektiğini ve piyasa oluşumunun rekabetçilik, kaliteli ürün kullanımını ve Ar-Ge mantığı boyutlarının da gözden kaçırılmadan desteklenmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Rüzgâr enerjisi türbinlerin %100 yerli üretimi konusunda yatırım ve Ar-Ge yapan tedarikçi katılımcımız, gelişmekte olan bu teknolojilerde yerli üretimin ancak uzun erimli ve hedef odaklı (örneğin yeni yapılacak kuruluşların belli bir yüzdesinin kaliteli yerli ürün tedarikiyle yapılması ve devlet kurumlarındaki örnek kuruluşlarda yerli ürünlerin kullanılması gibi) yapılmasının gerekliliğini vurgulamış, başka türlü bir yerli üretim desteğinin sektörün yararına olmayacağını hatta teknolojinin yayılmasını bile olumsuz etkileyebileceğini belirtmiştir.

Mevzuat Altyapısının Oluşturulması

Politika etkisinin öne çıkarıldığı ikinci başlığımız ise “mevzuat altyapısının oluşturulması” olmuştur. Mevzuat altyapısının hazırlanması, oluşturulması ve uygulanması özellikle gelişmekte olan teknolojiler bağlamında çok önemlidir ve Türkiye'de hem lisanslı hem de lisanssız pazarın oluşmasında bu unsur kritik rol oynamıştır. Enerji üretim şirketinden bir katılımcımız ve meteoroloji alanında danışmanlık veren bir diğer katılımcımız tarafından dile getirilen mevzuat altyapısının hazırlanma sürecindeki aksaklıklar (kuralların sürekli değişmesi ve ölçüm zorunluluğu gibi temel bir hukuki düzenlenmenin çıkış noktasında bilgi eksikliğinin rol oynaması gibi) teknolojinin yayılmasının sağlıklı bir şekilde ilerlemesini engelleyen unsurlardır. Aktörlerin kendilerini mevzuat önünde sağlıklı ve sürdürülebilir bir şekilde konumlayamamaları ve piyasadaki ilerlemelerin mevzuat çerçevesinde takip edilemiyor olması da olumsuz etkilerdendir. Mülakatlarımız boyunca uzmanlarımızın çeşitli vesilelerle şikâyet ettiği bürokrasinin yoğun uygulamalarının da asıl kaynağının aslında mevzuat olduğu hem üreticilerimizin (5 tanesi), hem danışmanlarımızın (5 tanesi) çoğu tarafından üzerinde durulan konulardandır.

Politika Yapma Sürecinin İyileştirilmesi

Politika yapma sürecinin kendisi, uzmanlarımız tarafından en çok gündeme getirilen diğer konu başlığıdır. Özellikle engelleyici unsurlar arasında karşımıza çıkan kurumlar arasındaki koordinasyon problemi, lobi faaliyetlerinin (henüz sektör çok büyük olmadığı için) çok gelişmemesi ve bu olumlu lobi faaliyetlerinin politika yapma sürecine doğrudan çok güçlü bir şekilde etki edememesi, YE teknolojilerinin desteklenmesinde, ülkenin enerji sepetindeki çeşitliliğin artırılması yerine ikame etkisinin⁹ gündeme gelmesiyle yapılan değerlendirmeler; politika yapma sürecinin etkileri olarak karşımıza çıkmıştır. Politikaların ve bu politikaların sahada uygulanmasını sağlayacak mevzuat altyapısının kurumlar arasındaki koordinasyon sağlanarak oluşturulması ve söz konusu kurumlar arasında işbölümü yapılarak politikaların uygulanabilir bir şekilde belirlenmesi mülakatlar sırasında en çok dile getirilen konuların başındadır.

Politika yapma sürecinde lobi faaliyetlerinin etkisi de sıkça vurgulanmıştır. Santral kuruluşlarında teknik danışmanlık sağlayan bir katılımcımızın da belirttiği gibi rüzgâr enerjisi, güneş enerjisine göre daha eski ve oturmuş bir sektör olduğu için, oradaki lobi faaliyetleri daha güçlüdür ve dolayısıyla bu faaliyetlerin politika yapma sürecine etkisi oldukça fazladır. Güneş enerjisi alanındaki sivil toplum kuruluşlarındaki çok başlılığı ve organize olmağdaki güçlüğü eleştiren ve en deneyimli katılımcılarımızdan olan danışman bir uzmanımız ise, güneş enerjisinde politika yapma sürecini doğrudan ve güçlü bir şekilde etkileyen yeni bir lobi faaliyeti modeli geliştirmek için kendilerinin organize olduğunu dile getirmiş, bir dernek olmaktan ziyade bir platform şeklinde kurgulanan ve mevcut durumda yasal olarak öyle tanımlanmasa da işlevsel olarak kar amacı gütmeyen şirket mantığıyla çalışan bir yapı oluşturduklarını; bununla mevcut durumda önemli bir kitleye ulaşp geri bildirimler aldıklarını belirtmiştir. Politika yapma sürecinde YE kaynaklarının tüm enerji sektörü içindeki yerinin ve diğer kaynaklarla olan ilişkisinin doğru belirlenmesi, özellikle enerji piyasasının içinde yer alacak YE kaynaklarına dayalı enerji teknolojilerinin yaygın kullanılması açısından çok önemlidir. Enerji üreticisi olan katılımcılarımız enerji kaynakları arasındaki bu tamamlayıcılık ilişkisini

⁹ Elektrik üretiminde birbirinden farklı enerji türleri olan nükleer enerji, termik enerji, doğalgazdan üretilen enerji ve YE'nin birbiri yerine ikame edilerek elektrik üretilmesi. Örneğin nükleer enerji kurmak yerine YE tesisleri kurmanın elektrik üretimini daha sürdürülebilir ve sağlıklı kılacağı düşünülmesi ve bunun YE teknolojilerinin yayılmasını destekleyecek bir unsur olarak değerlendirilmesi

özellikle vurgulamış, YE kaynaklarının da enerji sepeti içinde diğer kaynakları (ikame etmek yerine) tamamlayarak yerini almasının, gelişmekte olan bu teknolojilerin yayılmasına asıl önemli katkısı yapacağını dile getirmişler; politika yapma sürecinde de ikame etme yerine bu tamamlayıcılık ilişkisinin ön planda tutulmasına vurgu yapmışlardır.

4.2. YE Politikalarının Amaçları

Türkiye’deki YE politikalarının amacını sorduğumuzda ise, mülakat verimizde birbirinden farklı 9 ana başlık ortaya çıkmıştır. Bunların içinden, özel sektörde faaliyet gösteren kuruluş temsilcileri tarafından en çok dile getirilenleri “Sektörün sağlam temellerde oluşmasını sağlayacak temkinli adımlar atılması, yerli üretimin teşvik edilmesi ve yenilenebilir kaynakların enerji sistemine entegrasyonunun sağlanması için altyapı ile ilgili sorunların çözülmesi”dir. Özel sektör dışında faaliyet gösteren kuruluş temsilcilerine göre ise en çok öne çıkan politika amaçları “Yerli üretimin teşvik edilmesi, (özellikle YE konusundaki) 2023 hedeflerine ulaşılması ve depolama teknolojilerinin geliştirilmesi”dir.

Sektörün Sağlam Temellerde Yapılandırılması

Özel sektör temsilcilerine göre, Türkiye’deki YE politikalarının öncelikli amacı sektörün sağlam temeller üzerine kurulmasıdır. Bu grupta yer alan bir üretici bir de tedarikçi iki katılımcımız, 2000’li yılların başında gelişme eğilime giren ve 2005 yılı itibarıyla da yasal zemini hazırlanmaya başlayan YE (özellikle rüzgâr ve güneş enerjileri) sektöründe bugüne kadar izlenen politikaların, sektörün zamansız bir şekilde büyümesini ve hazırlıksız bir şekilde gelişip zarar görmesine engellemek amacıyla atılmış temkinli adımlar olduğunu düşündüklerini ve bunu doğru bulduklarını belirtmişlerdir.

Danışmanlık faaliyeti yürüten bir diğer katılımcımız ise, devletin bu sektörde adımlar atarken bu kadar temkinli davranmasını, sektör için en doğru stratejiyi uygulamak istemesine bağlamıştır. Ama süreç içinde bu kadar temkinli davranılmasının, önlem mahiyetinde konulan kuralların ve uygulamaların (ölçüm zorunluluğu, çatı statik hesapları, ayrıntılı imar izinleri, kısa bir süre öncesine kadar lisanssız kurulumlarda da gerekli olan Çevre Etki Değerlendirme (ÇED) izinleri gibi) bürokratik yükü artırarak zaman içinde sektörün gelişimini yavaşlatmaya başladığını dile getirmiştir. Hatta atılan bu adımların bir bölümünün sektör tarafından zorlaştırıcı olarak görüldüğü yine başka bir danışman katılımcımız tarafından dile getirilmiştir.

YE santrali kurulumu yapacak şirketlere danışmanlık veren katılımcımız, temkinli ilerlemenin sektörün ilk gelişimi sürecinde faydalı olabileceğini ama zamanla aktörler sektörü tanıdıkça ve kendi sorumluluklarını alarak işbölümündeki yerlerini idrak ettikçe, politikadaki kontrol etme eğiliminin yerini düzenleme ve denetleme eğilimine bırakmasının gerektiğini söylemiştir.

YE’nin Enerji Sistemine Entegrasyonu İçin Altyapının İyileştirilmesi

Geleneksel enerji kaynaklarından farklı özelliklere¹⁰ sahip olan YE kaynaklarının tüm enerji sistemine entegre olması, altyapı konusunda sorunlara neden olduğu için, YE politikalarının bir amacı da bu sorunları çözmeye yönelik önlemler almak olmuştur. Bir danışmanlık şirketinde proje mühendisi olarak çalışan katılımcımız, tesis kurulumları gerçekleştikten sonra üretilen elektriğin şebekeye verilmesi sürecinde sorunların yaşanmaması için teknik değerlendirmenin önden yapılmasının gerekliliğine vurgu yapmıştır.

Yabancı sermayeli bir enerji şirketinin Türkiye şubesinde kurulumlarla ilgili çalışan bir proje mühendisi katılımcımız ise, özellikle lisanssız piyasa segmentinin gelişiminde rolü büyük olan bağlanabilir trafo kapasitelerinin düzenli açıklanıyor olmasının ve dolayısıyla sektörün şeffaf olarak hakkında bilgi sahibi olduğu altyapı sistemine daha kolay adapte olabilmesinin, sektörün gelişimi açısından çok önemli olduğunu belirtmiştir. Bir organize sanayi bölgesindeki fabrikasının çatısına güneş enerjisi santrali kurarak kendi elektriğini üreten bir katılımcımız ise, elektrik üretiminde salınımlar gerçekleşmesine sebep olan YE kaynaklarının bu özelliğinden faydalanarak çeşitli elektrik üretim ve tüketim rejimlerinin geliştirilebileceği, bunun için de sistem altyapısının buna uygun hale getirilmesinin politika amaçları içinde olduğunu söylemiştir.

¹⁰ Yerinde üretim ve tüketime imkân vermesi, doğa koşullarına bağlı olduğu için şebekeyi beslerken süreklilik konusunda sorunlar yaşanabilmesi, üretilen fazla elektriği şebekeye vermek suretiyle şebekenin iki yönlü kullanımına olanak tanınması, şebekeden bağımsız üretimi ve tüketimi mümkün kılması gibi)

Yerli Üretim Teşvik Edilmesi

Özel sektör dışında faaliyet gösteren kuruluş temsilcilerine göre ise en çok öne çıkan politika amaçlarında ilki yerli üretimin teşvik edilmesidir. Yerli üretim konusunun politika amaçlarındaki yeri özellikle kamu sektöründeki uzmanlarımız tarafından ön plana çıkarılmıştır. Enerji sektöründe kamu düzenleme kurumunda çalışan bir katılımcımız, yerli üretim teknolojilerinin kullanılmasını, yerli kaynaklarla elektrik üretiminin bir parçası olarak algıladıklarını; sadece enerji kaynağının değil, teknolojinin de yerli olmasını önemsediklerini belirtmiştir.

Enerji Piyasa İşletmesi A.Ş.'de yönetici olarak çalışan ve düzenleme faaliyeti yürüten katılımcımız da, özellikle ekipman maliyetlerinin YE tesislerinin bütünsel (işletme maliyetleri ve kaynak maliyetleri de dahil) maliyetleri içinde önemli bir yer kapladığını, Türkiye'de YE tesislerinin yerleşik hale gelmesi için yerli enerji teknolojilerin imalatını da politika öncelikleri içine koyduklarını söylemiştir. Başka bir kamu kurumunda Ar-Ge Daire Başkanı olarak çalışan katılımcımız ise yerli ekipmanın önemli olduğunu fakat bunun uzun vadeli bir Ar-Ge politikası ile desteklendiğinde temellerinin sağlam kurulacağını söylemiştir. Uzun yıllardır sektörde yer alan ve ilk YE kuruluşlarının idari işlemlerini TEDAŞ bünyesinde yürüten katılımcımız ise, yenilenebilir kaynaklara, özellikle güneş enerjisine dayalı elektrik üretiminin ülkemiz için ilerde çok önemli olacağını ve bu alanda önemli bir başarı elde edileceğini düşündüğünü söylemiş; fakat bu noktada bütün ekipmanın yurtdışından ithal edilip gelmesinin bir dezavantaj olduğunu, kaynak bağımlılığından kurtulup teknolojiye bağımlı bir ülke haline gelmememiz için yerli teknolojileri geliştirilmesinin de politikalarla desteklenmesinin önemine dikkat çekmiştir.

2023 Hedeflerine Ulaşılması

Politika amaçlarında öne çıkan bir diğer unsur da 2023 hedeflerini tutturmadır. İlk defa 2009 yılında Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından Enerji Arz Güvenliği Strateji Belgesi yayımlanmış ve YE kaynaklarına dair 2023 hedefleri orada belirtilmiştir. Genel olarak elektrik üretiminde YE kaynaklarının payını %30'a çıkarmak 2023 için konulmuş hedefdir¹¹. Kamu düzenleme kurumundan katılımcımız politika amaçlarının öncelikli hedeflerinden birinin de konulan hedeflere ulaşmak olduğunu söylemiş fakat özellikle güneş için net bir rakam hedefi koyamadıklarını, çünkü teknoloji geliştikçe kurulumdaki artışın farklılık göstereceğini beklendiklerini belirtmiştir. Kamu kurumlarında danışman olan ve düzenleyici olan iki ayrı katılımcımız ise, YE kaynaklara yönelik konan hedefleri vurgulamışlardır.

Depolama Teknolojilerinin Geliştirilmesi

Depolama teknolojilerinin geliştirilmesi ise öne çıkan bir diğer unsurdur. YE kaynaklarının en büyük dezavantajlarından birisinin sürekli enerji tedariki sağlayamadığı için baz yük olarak kullanılmaması olduğu, bu sebeple de depolama teknolojilerini geliştirmek öncelikli olmasa da belirtilen politika amaçlarından bir diğeri olacağı belirtilmiştir. TEDAŞ'tan katılan uzmanımız, depolama teknolojiler ile birlikte geliştirildiğinde ve kullanılmaya başlandığında YE kaynakların çok daha güçlü kaynaklar olacağını ve fosil kaynaklara alternatif olarak ancak o zaman düşünülebileceğini söylemiştir. STK temsilcisi katılımcımız ise, özellikle depolama teknolojilerinin gelişiminin YE'nin en büyük destekçisi olduğunu, bu teknolojiler geliştikçe fiyatlarının düştüğünü ve daha erişilebilir hale geldiklerini söylemiştir. Ar-Ge birim yöneticisi katılımcımız ise, depolama teknolojilerinin dünyada da yeni çalışıldığını, Türkiye'nin yeni teknolojiler geliştirmek konusunda söz sahibi olacaksa, depolama teknolojilerin rekabet gücü kazandıracak güçlü bir alternatif olduğunu belirtmiştir. Uzmanımıza göre, depolama teknolojilerinde yapılacak Ar-Ge, politika amaçları doğrultusunda desteklenmelidir.

5. Sonuç: Veriye Dayalı Bir Politika Tasarım Modeli Geliştirilmesi

Çalışmamız kapsamında, artan enerji talebinin çevre dostu ve sürdürülebilir teknolojilerle karşılanabilmesi için bir çözüm arayışı ile yola çıkılmış; çözüm önerisi olarak YE teknolojilerinin yayılmasının desteklenmesi için neler yapılabileceği araştırılmıştır. Masa başı çalışması ve ön araştırma ile verinin nasıl toplanacağı ve araştırmanın hangi odakla yapılacağı saptandıktan sonra; alan araştırmasında YE teknolojilerinin yayılmasını destekleyecek politikalar geliştirilmesi için uzman görüşlerine başvurulmuştur.

¹¹ Bu hedefin çalışmamız kapsamındaki vurgusu rüzgâr ve güneş gibi gelişmekte olan YE kaynaklardır ve hidro elektriğin kapsam dışında tutulmuştur.

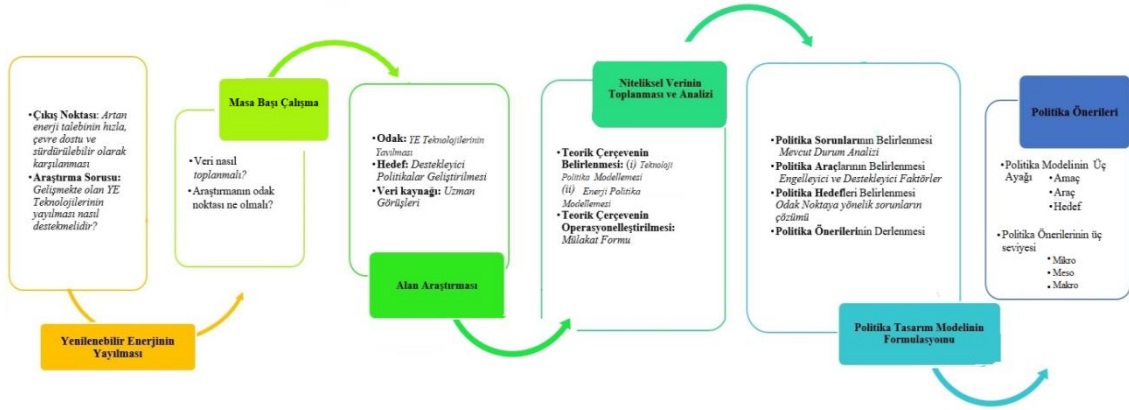
Araştırmanın teorik çerçevesi iki ana yazına dayandırılmıştır: Teknoloji Politika Modellemesi ve Enerji Politika Modellemesi. Her iki yazında da öncelikli olarak saptanan, politika önerileri ile çözülmesi hedeflenen politika sorunudur. Teknoloji politika modelleme çalışmalarında öne çıkan, ilgili sorunu çözebilmek için politika yapıcılarının her türlü politika faaliyetini/ aksiyonunu dayandırdığı amaçların belirlenmesidir. Teknoloji politikası tasarımı; araştırma, geliştirme ve yenilik faaliyetlerinin tamamını içermekte, geliştirilen teknolojinin yaygın kullanımı ve son aşamada da metalaşma süreçlerini ele almakta; nihayetinde ise mevcut koşullar ve potansiyeller de göz önünde bulundurularak, teknolojik değişimi şekillendirerek arzu edilen bir geleceğe ulaşmayı hedeflemektedir. Bu nedenle de, temel çıkış noktası politika amaçlarını net bir şekilde ortaya koymaktır. “politika amacı” olarak adlandırdığımız ve bizim modelimizde de yerini alan ana eksenlerden birinin temelini, teknoloji politika modellerindeki bu bağlam oluşturmaktadır.

Enerji politika modelleme çalışmalarında ise, birçok farklı modelleme yöntemi kullanılırken, hepsinde ortak olan nokta farklı enerji kaynaklarının kullanım oranları (enerji sepeti) ve kullanım yöntemleri (enerji üretim santrali kurulumuna dair tüm kararlar) hakkında karar alınması için bir optimizasyon çalışması yapılması; nihai olarak enerji üretim, yayılım ve destekleme mekanizmalarının somut bir şekilde ortaya konması ve öne sürülen politikaların gerçekleşme süreçlerini değerlendirecek ölçülebilir kriterler tanımlanmasıdır. Bu kriterler, enerji modeli ile tasarlanan politika önerilerinin hayata geçirilmesi ile ulaşılacak somut hedefler olarak tanımlanabilecektir. Bu hedefler, bir politika tasarım modelinde olması gereken ana eksenlerden bir diğeridir. Bizim politika tasarım modelimizde de; “politika hedefi” olarak yerini almıştır.

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirdiğimiz, teknoloji ve enerji olmak üzere iki ana akım politika modelleme yazınından beslenen politika tasarım modeli önerimizde, gelecekte ulaşılması hayal edilen amaçlar (politika amacı) ve bu amaca ulaşılması için hayata geçirilmesi gereken hedefler (politika hedefi) açıkça yerini almıştır. Diğer modelleme çalışmalarından farklı olarak ise, amaç doğrultusunda gösterilen hedefe ulaşmak için kullanılması gereken enstrümanlar ise “politika aracı” olarak model önerimize eklemiş ve model önerisinin üçüncü eksenini oluşturmuştur.

Özetle, araştırmamızın teorik çerçevesini oluşturan teknoloji politikası modelleme ve enerji politikası modelleme yazınından hareketle; niteliksel bir yöntem olan uzman mülakatları ile öncelikli olarak yoğunlaşılması gereken politika sorunları saptanmış; bu sorunların çözümü için politika amaçları, hedefleri ve kullanılacak araçlar belirlenmiştir. Bu araştırma kurgusu sonunda, veriye dayalı bir politika tasarım modeli formüle edilmiş ve politika önerileri geliştirilmiştir (Şekil 1). Politika önerileri, alan araştırması kapsamında belirlenen politika sorunlarını çözmek için tasarlanmıştır. Bu süreçte politika amacı, politika aracı ve politika hedefi olmak üzere üç ayak üzerinde kurgulanan politika tasarım modeli ile önerilerin yöneltileceği paydaşların da bu kapsamda açıkça belirtilebilmesi öneriler, makro, meso ve mikro düzeyde geliştirilmiştir.

Türkiye’de gelişmekte olan YE teknolojilerinden olan rüzgâr ve güneş enerjisine dayalı elektrik üretim teknolojilerinin yayılmasının desteklenmesi için yapılan çalışmamızın üç ana ekseni politika amacı, politika aracı ve politika hedefidir. Politika amacı, YE teknolojilerinin yayıldığı çevre olan enerji sektörü ile politika analizinin odak noktası olan teknoloji yayılımı arasındaki ilişkiden yola çıkarak; politika sorununun çözümündeki motivasyonları işaret etmektedir. Politika aracı, politika hedefine ulaşmak için kullanılan enstrümandır. Politika hedefi ise, politika önerisinin başarısını değerlendirebilmek için konan ölçülebilir kriter olarak tanımlanmıştır. Bu üç ayak üzerine kurulan politika önerilerinin yöneltileceği üç temel paydaş grubu olduğu için, öneriler makro, meso ve mikro seviyelerde kurgulanmıştır. Makro seviyedeki politika önerileri YE üretim teknolojilerinin yayıldığı sosyo-ekonomik çevredeki değişiklikler için, meso seviyedeki öneriler bu sosyo-ekonomik çevredeki dinamikleri kontrol etmek için kullanılan düzenleme mekanizması için, *mikro* seviyedeki öneriler ise sistemin en küçük birimi olan kurucu unsurlarını (aktörler, ağ yapıları ve kurumları) şekillendirmek için kurgulanmıştır.



Şekil 1. Sosyal Bilimlerde Veriye Dayalı bir Politika Tasarım Modeli Önerisi

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

6. Tartışma: Politika Önerileri ve Mevcut Durum Karşılaştırması

Türkiye’deki enerji sektörünün mevcut durum analizinden çıkarılan ve çözülmesi hedeflenen politika sorunları; “ithalata bağımlılık sorunu” ve “yönetişim sorunu”dur.

6.1. İthalata Bağımlılık Sorunu Çözmek İçin Politika Önerileri

İthalata bağımlılık sorununu çözmek için makro seviyede iki, mikro seviyede ise bir politika önerisi geliştirilmiştir (Tablo 2).

Makro Seviyedeki Politika Önerileri

Makro seviyedeki politika önerilerinin ilki enerji kaynakları arasında tamamlayıcılık ilişkisinin ön plana çıkarılmasıdır. Alan araştırmasının bulgularına göre, Türkiye’deki elektrik arz güvenliği sorunu, kaynakların dengeli olarak kullanıldığı bir elektrik üretim sepeti ile çözümlenmelidir. Bu sebeple, söz konusu önerinin politika amacı **dengeli bir elektrik üretim sepeti formüle etmektir**. Bunu başarabilmek için yenilenebilir elektrik üretiminde çok boyutlu bir maliyet analizi yapılması, politika aracı olarak kullanılabilir. Bu önerinin başarısını ölçmek için koyulacak politika hedefi ise, 2009 yılında yayımlanan Enerji Arz Güvenliği Strateji Belgesi’nde yer alan 2023 yılında elektrik üretiminin %30’unun YE kaynaklarından karşılanmasıdır.

2023 yılına geldiğimizde bu önerinin önemli bir kısmının hayata geçirildiği görülmektedir. Politika aracı olarak önerdiğimiz, “çok boyutlu enerji ve maliyet analizi” çalışmasının İstanbul Politikalar Merkezinin öncülüğünde Türkiye’de bu alanda başarılı çalışmaları olan akademisyen, uzman ve araştırmacılardan oluşan interdisipliner bir çalışma grubu tarafından hazırlanan ve 2021 yılında yayımlanan “Türkiye’nin Karbonsuzlaştırma Yol Haritası-2050 Net Sıfır”¹² başlıklı rapor ile gerçekleştirilmesini; 7 Ekim 2021 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Paris Antlaşmasının onaylanması ve 6-18 Kasım 2022 tarihleri arasında düzenlenen 27. Taraflar Konferansı’nda Türkiye’nin Ulusal Katkı Beyanını açıklayarak %41 azaltma taahhütünde bulunmasını ve 2015 yılında %21 olarak açıkladığı bu oranı yükseltmesini¹³, bu politika önerisinin günümüzdeki yansımaları olarak değerlendirmek mümkündür. Farklı kaynaklar arasındaki bütünlüklü ilişki için ise, 2020 yılında “Elektrik Piyasası Lisans Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” ile hibrit santral kuruluşlarının önü açılmış olması örnek gösterilebilir. Enerji Arz Güvenliği Strateji Belgesi’nde yer alan 2023 yılı hedefi (hidroelektrik santraller de dahil) %30 olarak belirlenmiştir ve bu süre zarfında özellikle son yıllarda rüzgar ve güneş enerjisindeki hızlı kuruluşların gerçekleşmesiyle güneş enerjisi kurulu gücü 2023 yılı Şubat ayı sonu itibarıyla %9,3’ü ve rüzgar enerjisi kurulu gücü %11’i bulmuştur (Bütün kurulu güç içindeki payı %30,3’tür olan hidroelektrik kurulu gücü, tamamı YE enerji olarak değerlendirilemeyeceği için dışarda

¹² Kaynak: <https://ipc.sabanciuniv.edu/Content/Images/CKeditorImages/20211026-23105368.pdf>

¹³ Kaynak: <https://iklim.gov.tr/turkiye-ulusal-katki-beyani-ni-cop27-de-acikladi-haber-84>

birakılmıştır).Mevcut durumda, YE’nin kurulu gücünün bütün içindeki payı %20’yi aşmış fakat henüz %30’a ulaşamamıştır.

Makro seviyedeki ikinci politika önerisi ise **yerli teknoloji geliştirme stratejisinin modellenmesidir**. Bu öneri ile amaçlanan YE ekipmanlarının tedarikindeki ithalata bağımlılığı düşürmektir. Alan araştırmasında en çok öne çıkarılan konulardan birisi de, YE santrallerinin inşaatında kullanılan ekipmanın yurtdışından ithal edilmesinden dolayı yeni bir ithalata bağımlılık sorununun gündeme gelmesini engellemek için, yerli YE ekipmanının üretilmesinin desteklenmesidir. Bu amaçla iki politika aracı kullanılması önerilmektedir: (i) yerli teknoloji üreticilerinin doğrudan parasal teşviklerle desteklenmesi (ii) pazar segmenti odaklı teknoloji geliştirme stratejisi kurgulanması. Mevcut durumda, YE santralinde yerli ekipman kullanan elektrik üreticisi fazladan parasal teşvik verilerek desteklenmektedir. Bu modelde yerli teknoloji üreticisi değil, bu teknolojiyi kullanan elektrik üreticisi desteklendiği için bu teşvik dolaylı bir teşviktir. Alan araştırmasında bu dolaylı teşvik çok eleştirilmiş ve bu politika önerisinin gerçekleştirilmesinde kullanılabilir politika aracı olarak yerli üreticilere doğrudan verilecek parasal destekler dile getirilmiştir. Öte yandan diğer politika aracı pazar segmenti odaklı teknoloji geliştirme stratejisidir. Bu stratejide lisanssız pazarda küçük ölçekli YE teknolojilerinin bireysel teknoloji üreticisi tarafından geliştirilmesi; lisanslı pazardaki büyük ölçekli YE teknolojilerinin ise rekabetçi güç kazanmak ve ölçek ekonomisinden faydalanmak isteyen küçük üreticilerin bir araya gelerek oluşturdukları konsorsiyumlar aracılığıyla geliştirilmesi önerilmektedir. Burada başarının ölçülmesi için konulan politika hedefi ise Konya-Karapınar Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi’nde yerli olarak üretilen teknolojilerin kullanımının zorunlu olduğu 3000 MW güneş enerjisi kapasitesinin başarıyla kurulmasıdır. Bu hedef, 8 Eylül 2015 tarihinde Resmî gazetede yayımlanan Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı kararına dayanır. Bu bölgede yerli ürün kullanımı bir önkoşul olarak belirlenmiştir. Yerli ürün geliştirme stratejisindeki kritik nokta ise ürünün yerli üreticilerin teknoloji geliştirme faaliyetleri sonucunda geliştirilmesidir. Bu sebeple, Türkiye’de üretim yapan yabancı üreticilerin ürettikleri ve yerli ürün sayılan YE ekipmanları yerine, yerli üreticilerin teknoloji geliştirme faaliyetleri sonucu geliştirilen yerli ekipmanın üretiminin desteklenmesi, bu politika önerisinin odak noktasıdır.

Bugün geldiğimiz noktada ise 2016 yılında Resmi Gazetede yönetmeliği yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan YEKA Uygulamalarının¹⁴ (gerçekleşmiş ve planlanan yarışma ve kurulumlarının) bu politika önerisinin bugün somutlaşmış hali olduğu söylenebilecektir. Bu kapsamda YEKA GES 1,2,3,4 ve YEKA RES 1,2,3 Yarışmaları tamamlanmıştır. YEKA GES 1 Kapsamında Konya- Karapınar’da 500 MWp/yıl kapasiteli Türkiye’nin ve bölgenin en büyük ve entegre ilk güneş paneli üretim fabrikası kurulmuş ve 1000 MWe kapasiteli güneş enerjisi santralının kurulumu devam etmektedir (2022 yılı Eylül ayında bu santralin 853.03 MW’lık kısmı devreye alınmıştır). YEKA GES 3 ile 74 ayrı yatırımcıya, 36 ili kapsayan ve her biri 10 MWe, 15 MWe ve 20 MWe olmak üzere toplam 1000 MWe gücündeki bağlantı kapasitelerinin ve ilan edilecek YEKA’ların yerli aksam kullanımı koşuluyla tahsis edilmesi amaçlanmıştır. YEKA GES 4 kapsamında atık 1000 MW’lık kapasite tahsisi ve santral kurulumu planlaması yapılmış ve yarışmaları tamamlanmıştır. YEKA RES 1’de ise toplam kapasitesi 1000 MWe olacak şekilde kurulacak rüzgâr elektrik santralının tamamında yerli malı kullanılması, YEKA RES-2 kapsamında toplam kurulu gücü 1000 MWe olacak şekilde kurulacak olan RES’lerin işletmeye girmesi, YEKA RES 3’te ise 50 MWe gücündeki bağlantı kapasitesinin ve ilan edilecek YEKA’ların yerli aksam kullanımı koşuluyla tahsisleri amacıyla 20 ayrı bağlantı bölgesi için 20-80 MWe kapasitelerinde olacak şekilde gerçekleştirilmiştir. YEKA GES 5 ise planlanmaktadır.

Mikro Seviyedeki Politika Önerileri

Mikro seviyede ise, **yenilenebilir kaynaklara dayalı olarak üretilen elektriğin öztüketiminin desteklenmesi** önerilmiştir. Bu önerinin politika amacı, öztüketim amacıyla kurulan küçük lisanssız elektrik üretim santrallerinin artırılmasıdır. Piyasanın kurulmaya yeni başladığı ve bu çalışmanın yapıldığı dönemde, Türkiye’de öztüketim çok kolay ve yaygın değildir. Onun yerine, lisanssız pazarda üretilen elektriğin tamamının satılması ile ticari bir kazanç sağlanmak için yan yana yer alan 1 MW’lık santrallerin kurulumu yaygındır. Bu sebeple, öztüketimin desteklenmesi için üreten tüketici modeli politika aracı olarak önerilmektedir. Bu modelde YE’ye dayalı olarak üretilen tüm elektriğin, üretildiği birimde tüketilmesi yani

¹⁴ Kaynak: <https://enerji.gov.tr/eigm-yenilenebilir-enerji-uretim-faaliyetleri-yeka-modeli>

elektrik tüketicisinin aynı zamanda elektrik üreticisi de olması öngörülmektedir. Bu model, küçük ölçekli lisanssız elektrik üretim santrallerinin kurulum prosedürlerinin kolaylaştırılması ile mümkündür.

Öte yandan, kamu binalarında tanıtım amaçlı YE santrallerinin kurulması, öztüketimin desteklenmesi için kullanılabilir diğer politika aracıdır. Çünkü bakanlık, belediye, okul, hastane gibi kamu binalarında yapılacak bu tür tanıtıcı kurulumlar, görerek ve komşu etkisiyle öğrenen Türk toplumunda YE teknolojilerinin yayılması için olumlu etki yaratacaktır. Bu politika önerisini gerçekleştirmek için YE potansiyeli yüksek pilot bölgelerde gerçekleştirilecek 1000 çatı kurulumu projesi ve Kamu kurumlarının binalarında gerçekleştirilecek 1000 Çatı kurulumu projesi politika hedefi olarak belirlenmiştir.

Günümüze geldiğimizde bu politika önerisi için atılmış en büyük adımın 9 Mayıs 2019’da yürürlüğe giren “Yeni Lisanssız Elektrik Üretimi Yönetmeliği”¹⁵ olduğu tespit edilmiştir. Bu yönetmelik ile amaç üreten tüketici (yani prosumer) kavramının yaygın uygulanmasını sağlamak ve bütün tüketicilerin, ‘tükettiği enerjiyi’ güneşten üretebilmesine destek olmaktır. Bu düzenleme ile gerçek tüketimi olan ancak kapasite kısıtı ve yer sorunu sebebi ile üretim tesisi kuramayan tüketicilerin önünün açılması planlanmıştır. 2022 Aralık ayı itibarıyla Türkiye’nin toplam kurulu gücü içinde lisanssız kurulumların payı %9 (8,635.2 MW) olarak gerçekleşmiştir. Bu oran Nisan 2019’da yani yönetmelik yayınlanmadan önce %6 (5.726,4 MW olarak gerçekleşmiştir). Bu düzenleme ile kısa sürede iyi bir artış oranı yakalanmış olduğu söylenebilir.

Tablo 2. YE Teknolojilerinin Yayılması için Politika Önerileri (1)

Politika Sorunu: İthalata bağımlılık			
Politika Önerisi	Politika Amacı	Politika Aracı	Politika Hedefi
Enerji kaynakları arasında tamamlayıcılık ilişkisinin öne çıkarılması	Elektrik arz güvenliği sorununu dengeli bir üretim sepeti ile çözülmesi	Elektrik üretiminde, kaynakların fırsat maliyeti de göz önünde bulundurularak çok boyutlu bir maliyet analizi yapılması	2023 yılında elektrik üretiminin %30’unun YE kaynaklarından karşılanması hedefinin sağlanması
Makro Seviye	-YE ekipmanlarının tedarikindeki ithalata bağımlılığı düşürmek - Yerli YE üretim ekipmanı tedarikçilerinin teknoloji geliştirme faaliyetlerini desteklemek	-Yerli teknoloji üreticilerinin doğrudan parasal teşviklerle desteklenmesi -Pazar segmenti odaklı teknoloji geliştirme stratejisi kurgulanması	- Konya-Karapınar Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi’nde yerli olarak üretilen teknolojilerin kullanımının zorunlu olduğu 3000 MW güneş enerjisi kapasitesinin başarıyla kurulması
Mikro Seviye	YE elektriğinin öztüketiminin desteklenmesi	Öztüketim amacıyla kurulan küçük lisanssız elektrik üretim santrallerinin artırılması	- “Üreten tüketici (prosumer) modeli”nin yaygınlaştırılması - Kamu binalarında tanıtım amaçlı YE santrallerinin kurulması
			-YE potansiyeli yüksek pilot bölgelerde gerçekleştirilecek 1000 çatı kurulumu projesi - Kamu kurumlarının binalarında gerçekleştirilecek 1000 Çatı kurulumu projesi

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

6.2. Yönetişim Sorununu Çözmek İçin Politika Önerileri

Yönetişim sorununun çözülmesi için ise, makro seviyede bir, meso seviyede üç ve mikro seviyede bir politika önerisi geliştirilmiştir (Tablo 3).

Makro Seviyedeki Politika Önerileri

Makro seviyedeki politika önerisi rüzgâr ve güneş enerjilerine dayalı elektrik üretimi konusunda 2023 hedeflerine ulaşmak için açık yol haritalarının ve planların hazırlanmasıdır. Bu önerideki politika amacı YE sektöründe uzun dönemli planlar yapmaktır. Alan araştırmasında, bu tür planlamanın olmaması, belirsizliğe neden olan ve kamu kurumları arasındaki iş bölümü ve koordinasyon olmasını engelleyen yönetim sorununun bir sonucu olarak işaret edilmiştir. Bu amaçla kullanılabilir politika araçları ise kaynakların kendilerine özgü özellikleri göz önünde bulundurularak her kaynak için ayrı ayrı 5 ila 10 yıllık planların hazırlanması ve bölgesel bazda doğru hesaplanmış güneş ve rüzgâr enerjisi potansiyelini değerlendirerek gerçekçi ve açık eylemler belirlemektir (örneğin Akdeniz Bölgesi için bir güneş enerjisi planı ve Ege Bölgesi

¹⁵ Kaynak: <https://www.epdk.gov.tr/Detay/Icerik/2-12744/yeni-lisanssiz-elektrik-uretimi-yonetmeli-80%A6>

için bir rüzgâr enerjisi planı hazırlamak gibi). Politika hedefleri güneş enerjisinde 10.000 MW ve rüzgâr enerjisinde 20.000 MW olarak belirlenen 2023 hedeflerine ulaşmaktır.

Bugüne geldiğimizde, resmi kanallardan ve resmi kurumlarca hazırlanmış rüzgar enerjisine dair veya güneş enerjisine dair bir yol haritasına rastlanmamıştır. SHURA¹⁶ ve GÜNDER¹⁷ gibi kuruluşlar tarafından yol haritası belgeleri hazırlanmış, fakat Hidrojen örneğindeki gibi EKTB tarafından hazırlanmış “Türkiye Hidrojen Teknolojileri Stratejisi ve Yol Haritası” gibi resmi bir belge henüz yayımlanmamıştır. Devam etmekte olan çalışmalar olduğu bilinmektedir.

Meso Seviyedeki Politika Önerileri

Meso seviyedeki ilk politika önerisi YE yatırımları için el kitaplarının hazırlanmasıdır. Amaç, söz konusu yatırımlarda standartların olmaması sorununu çözmektir. Standartların olmaması, yönetim sorunun sebeplerinden bir tanesidir çünkü YE yatırım sürecinde açıkça tanımlanmış standart prosedürler mevcut değildir. Bu politika önerisinin gerçekleştirilmesi için yenilenebilir kaynaklara dayalı elektrik üretimi yatırımlarını düzenleyen temel iki mevzuat dokümanı olan “Elektrik Piyasası Lisans Yönetmeliği” ve “Elektrik Piyasasında Lisanssız Elektrik Üretimine İlişkin Yönetmelik” dokümanlarının güneş ve rüzgar enerjileri için ayrı ayrı yeniden hazırlanması önerilmektedir. Her bir kaynağa dayalı elektrik üretimi yatırımı için takip edilen prosedürler, aktörlerin yatırım sürecindeki rolleri, yatırım maliyetleri, kullanılan ekipmanların tedariki birbirinden farklıdır. Bu sebeple lisanslı ve lisanssız pazar segmentlerinin de ayrı ayrı regüle edilmesi önerilmektedir. Bu politika önerisinin başarısını ölçmek için kullanılacak politika hedefi her bir pazar segmenti için kurulu kapasite hedeflerinin de ayrı ayrı belirlenmesidir. Örneğin 2023'te ulaşılması hedeflenen 10.000 MW güneş kurulu gücünün, 3.000 MW'ının lisanslı 7.000 MW'ının lisanssız pazarda gerçekleştirilmesi bu şekilde kullanılacak bir politika hedefidir. Günümüze geldiğimizde, bu öneri ile ilgili atılmış somut bir adım olmadığı; fakat hem lisanslı hem de lisanssız güneş ve rüzgâr enerjisi pazarlarındaki kurulu gücü hızla artmış olduğu gözlenmiştir.

Meso seviyedeki ikinci politika önerisi ise enerji sektöründe devletin rolünün enerji üreticisinden sektörel düzenleyiciye dönüştürülmesidir. Bu önerinin politika amacı, YE yatırımlarında bürokratik yükün azaltılması, devletin YE sektöründe hesap verilebilirliğinin güçlendirilmesi ve hükümetle diğer aktörler arasındaki güven ilişkisinde oluşan açıkların giderilmesi olarak belirlenmiştir. Alan araştırmasında bürokratik işlemlerin yoğunluğu, yayılmanın önündeki en büyük yönetimsel engel olarak işaret edilmiştir. Bu engel, çok vakit alan evrak işleri, başvuru ve kurulum süreçlerindeki aşırı detaylı prosedürel zorunluluklar ve farklı kurumlardan alınan izin sayısının fazlalığı ile lisanslı ve lisanssız pazar segmentlerindeki faaliyetleri engellemektedir. Öte yandan, bürokrasi devletin YE sektörü üzerindeki kontrol mekanizması olarak görülmekte ve devletin sektörü öğrenme sürecinin bir parçası olarak adlandırılmaktadır. Bu durum da, yönetim sorunun sonuçlarından biri olan YE sektöründe aşırı müdahaleci devlet yapısını getirmektedir. Alan araştırmasına göre, devlet şebeke sistemini YE'nin olumsuz etkilerinden korumak için sektöre bu şekilde müdahale etmektedir. Fakat devletin bu tutumu, sektörün daha da belirsiz bir yapıya sahip olmasına neden olmaktadır. Çünkü devlet hızlı önlem alabilmek için, kuralları ve uygulamaları çok sık değiştirmektedir. Öte yandan, devletin enerji sektöründeki bu kestirilemez pozisyonu hesap verilebilirlik sorununa da neden olmaktadır. Devletin enerji sektöründeki faaliyetleri hakkında rapor verebilmesi, bu faaliyetleri açıklayabilmesi ve meşrulaştırabilmesi, bu faaliyetlerden sorumlu davranması beklenmektedir. Bu durum da güven ilişkilerinde aksaklıklara neden olmaktadır. Bu sebeplerle bürokratik yükün azaltılması, hesap verebilirlik sorunun çözülmesi ve güven ilişkilerinde yaşanan aksaklıkların giderilmesi için devletin enerji sektöründeki rolünün değişmesi önerilmektedir. Kullanılacak politika araçları YE yatırımlarında tek bir koordinasyon mekanizmasının kurulması ve enerji sektöründeki (devlet de dahil) her bir aktörün görevlerinin, rollerinin ve sorumluluklarının yanı sıra görevlerini ihmal etmeleri durumunda uygulanacak yaptırımların da belirlenmesidir. Politika hedefi ise tek bir koordinasyon mercinin yetkilendirilmesidir. Böylece, lisanslı ve lisanssız pazardaki tüm yatırım süreçlerinin tek elden kontrol edilebilmesi ve böylece bu süreçlerin hızlanması ve daha etkin işlemesi

¹⁶ Net Sıfır: Türkiye Elektrik Sektörü için Yol Haritası (<https://shura.org.tr/net-sifir-2053-turkiye-elektrik-sektoru-icin-yol-haritasi/>)

¹⁷ Güneş Enerjisi Yol haritası (<https://www.gunder.org.tr/wp-content/uploads/G%C3%BCne%C5%9Fin-Yol-Haritas%C4%B1-Rapor-KAPAK.pdf>)

sağlanabilecektir. Bu önerinin politika hedefi ise; yeni güneş ve rüzgâr enerjisi başvuruları alınmadan, merkezi koordinasyon birimi için yetki ve sorumlulukların birbirini tamamlar şekilde tanımlanması ve gerekli durumlarda uygulanacak yaptırımların da açıkça belirlenmesidir. Bu politika önerisinin günümüzdeki yansımaları, YE enerji alanındaki kurumsal yapıların konsolide edilmesi ve devlet kurumu olarak değil yarı özerk kuruluşlar eliyle (Türkiye Enerji, Maden ve Nükleer Araştırma Kurumu (TENMAK) ve TÜBİTAK Temiz Enerji, İklim Değişikliği ve Sürdürülebilirlik Araştırma Enstitüsü gibi) bu çalışmaların sürdürülmesinin tercih edilmesidir. Öte yandan, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ve yeni ismiyle Türkiye Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı altında yeni kurulan başkanlıklar ve birimler ile bu yeniden yapılanma süreci devam etmektedir.

Meso seviyedeki üçüncü öneri sanayi üretimine güneş ve rüzgâr enerjisine dayalı elektrik üretiminin dâhil edilebilmesi için yeni bir yönetim modelinin benimsenmesidir. Bu politika önerisi özel sektör kuruluşları tarafından en sık ifade edilen yönetsel destekleyici faktör olan YEnin puant azaltma etkisine dayanmaktadır. Bu önerinin politika amacı ise, şebekeden kullanılan elektriğe ek olarak gün ortasında YE kaynaklarına dayalı elektrik üretiminin artırılmasıdır. Alan araştırmasında, gün ortası hem sanayideki üretimin hem de (özellikle güneş enerjisi açısından) YE potansiyelinin en yüksek olduğu zamandır. Üretim yapan bir fabrikanın gün içindeki en yüksek elektrik tüketim maliyeti olan gün ortası maliyetini, elektrik tüketiminin bir kısmının fabrika çatısına (veya yakınına) kurulabilecek YE santralinden karşılanması ile düşürülebilmesi mümkündür. Bu öneriyi gerçekleştirmek için kullanılacak politika araçları ise puant saatlerde kullanılan yenilenebilir elektriğe fazladan teşvik (ek maddi destek) verilmesi, sanayi üreticilerinin YE santrali kurabilmesi için spesifik bir proje finansman mekanizması geliştirilmesi ve YE üreticileri ile fabrika sahipleri arasında ikili anlaşmaların serbest bırakılmasıdır. Örneğin Organize Sanayi Bölgelerindeki fabrikalar, kendi YE santrallerini kurmaları ve puant saatlerde kullanmaları için desteklenmelidir. Ayrıca devlet veya TURSEFF gibi finansal kuruluşlar, özellikle gün ortasında YE'nin de kullanımının desteklenmesi için, proje finansman mekanizmaları kurgulayabileceklerdir. Hâlihazırda yapılması yasal olmayan ikili anlaşmaların yasal hale getirilmesi ise diğer politika aracıdır. Bu konudaki bir diğer önemli nokta ise, Türkiye'deki şebeke sisteminin yeniden düzenlenmesi ve akıllı şebekeye geçiş çalışmalarının başlamasıdır, çünkü belli saatlerde tüm bağlantıyı şebekeden koparmadan belli kaynaklardan üretilen elektriğin tüketiminin sağlanması için akıllı şebeke şarttır. Politika hedefi ise, sanayideki elektrik üretiminin bir bölümünün YE'den karşılanması için konulabilecek sayısal hedefler olarak belirlenebilir. Örneğin bu tür hedefler öncelikli olarak organize sanayi bölgeleri için konulabilir. YE potansiyelinin yüksek olduğu pilot bölgelerdeki organize sanayi bölgelerinden birinde, belli bir hedef yılda tüketilen elektriğin %1'inin YE'den karşılanması örnek bir politika hedefidir. Söz konusu bölge için TEİAŞ'ın öncelikli olarak şebeke altyapısına destek vermesi ve yeni altyapı yatırımlarını gerçekleştirmesi ise, bu politika hedefinin bir parçasıdır. Bu öneri ile ilgili, özellikle son dönemlerde sanayide enerji verimliliğinin artırılması konusunda atılan adımlar vardır fakat bu bağlamda doğrudan örnek gösterilebilecek bir uygulamaya rastlanamamıştır.

Mikro Seviyedeki Politika Önerileri

Mikro seviyedeki tek politika önerisi ise, elektrik dağıtım ve iletim sisteminin rehabilite edilmesidir. Bu önerinin ardındaki politika amaçları, elektrik arz güvenliğinin garanti altına alınması ve yenilenebilir kaynaklara dayalı elektrik üretiminin tüm iletim ve dağıtım sistemine sorunsuz entegre edilmesi için fiziksel altyapının güçlendirilmesidir. Alan araştırmasında "altyapı konusundaki aksaklıklar" en çok öne çıkan fiziksel engel olmuştur. Bu aksaklıkların temelinde ise, YE kaynaklarına dayalı olarak üretilen elektriğin tüm iletim ve dağıtım sistemine entegre edilmesi için gerekli trafo kapasiteleri ve yeni ekipman ihtiyaçları ile ilgili sorunlar yatmaktadır. Öte yandan, YE potansiyeli yüksek bölgelerde (Akdeniz Bölgesi gibi) trafo kapasitelerinin dolmuş olması, yeni başvuruların kabul edilememesine sebep olmaktadır. Bu aksaklıklardan dolayı, özellikle lisanssız elektrik üretiminin yavaşlaması söz konusudur. Bu önerinin gerçekleşmesi için kullanılacak politika araçları, trafo kapasitelerinin (güneş ve rüzgâr enerjisine ayrılan bölümlerinin) periyodik olarak açıklanması, TEİAŞ ve dağıtım şirketleri tarafından (trafo kapasitelerini artırmak için) yeni altyapı yatırımları yapılması ve YE santrallerinin kurulumu sırasındaki altyapı iyileştirme gerekliliklerini belirlemek için TEİAŞ'ta uzman bir ekip oluşturulmasıdır. Bu araçlar yerinde kullanılırsa, YE yatırımcılarının detaylı fizibilite çalışmaları yapabilmeleri mümkün olabilecektir. TEİAŞ, periyodik olarak trafo kapasitelerini açıklamaya 2015 Ocak ayında başlamıştır ve yine aynı dönemde, her ayın başında bu

trafo kapasitelerini ilan edeceğini ve kapasitelerin yeni altyapı yatırımları ile artırılacağını bildirmiştir. Bu şekilde atılan adımlarla, altyapı güçlendirilebilecektir. Trafo kapasitelerin düzenli açıklanması, bu politika önerisinin başarısını ölçebileceğimiz bir politika hedefi olarak kabul edilebilir. Ocak 2015’den beri yapılan açıklamalar TEİAŞ internet sitesi Duyurular sayfasından takip edilmektedir. Trafo kapasitelerinin bu şekilde artırılarak ilan edilmesi altyapı iyileştirmelerine örnek olarak gösterilebilir. 2014 yılında tamamlanan TEDAŞ’ın özelleştirilmesi ve bölgelerdeki EDAŞ’ların dağıtım ve iletim altyapılarındaki iyileştirmelerden sorumlu olması ile altyapı iyileştirmeleri EDAŞ’ların sorumluluğuna geçmiş olsa da, özellikle YE’nin sisteme sağlıklı entegrasyonu için merkezi ve devlet eliyle atılacak adımlara ihtiyaç vardır. Bu adımlar, mevcut operasyonun sürdürülebilirliğini sağlamak için atılmaktadır ve mevcut durumda henüz toptan bir iyileştirme ve entegrasyon için yapılan bir çalışmaya rastlanamamıştır.

Tablo 3. YE Teknolojilerinin Yayılması için Politika Önerileri (2)

Politika Sorunu: Yönetimde Aksaklıklar				
Politika Önerisi	Politika Amacı	Politika Aracı	Politika Hedefi	
Makro Seviye	Kaynak bazlı YE yol haritaları ve planların hazırlanması	YE sektöründe uzun dönemli planlar yapılabilir olması	- Her enerji kaynağı 5 ila 10 yıllık planların hazırlanması - Bölgesel bazda doğru hesaplanmış YE potansiyelini değerlendirerek gerçekçi ve açık eylemler belirlenmesi	Politika Dökümanları ile belirlenen kurulu güç hedeflerine ulaşılması
	YE yatırımları için el kitaplarının hazırlanması	YE yatırımlarında standartların oluşturulması	“Elektrik Piyasası Lisans Yönetmeliği” ve “Elektrik Piyasasında Lisanssız Elektrik Üretimine İlişkin Yönetmelik” dokümanlarının her YE kaynağı için ayrı ayrı yeniden hazırlanması	Her bir Pazar segmenti (lisanslı üretim ve lisanssız üretim) için kurulu kapasite hedeflerinin ayrı ayrı belirlenmesi
Meso Seviye	Enerji sektöründe devletin rolünün değişmesi	-YE yatırımlarında bürokratik yükün azaltılması -Devletin YE sektöründe hesap verilebilirliğin güçlendirilmesi -Hükümetle diğer aktörler arasındaki güven ilişkisinde oluşan açıkların giderilmesi	-YE yatırımlarında tek bir koordinasyon mekanizmasının kurulması - Enerji sektöründeki (devlet de dahil) her bir aktörün yetki ve sorumluluklarının ve gerektiğinde uygulanacak yaptırımların belirlenmesi	- Yeni başvurular öncesi ilgili kurumda yetki ve sorumlulukların birbirini tamamlar şekilde belirlenmesi
	Sanayi üretimine YE elektriğinin entegre edildiği yeni bir yönetim modeli oluşturulması	Şebekeden kullanılan elektriğe ek olarak gün ortasında YE kaynaklarına dayalı elektrik üretiminin artırılması	- Puant saatlerde kullanılan yenilenebilir elektriğe fazladan teşvik (ek maddi destek) verilmesi - Sanayi üreticilerinin YE santrali kurabilmesi için spesifik bir proje finansman mekanizması geliştirilmesi - YE üreticileri ile fabrika sahipleri arasında ikili anlaşmaların serbest bırakılması	- Sanayideki elektrik üretiminin bir bölümünün YEden karşılanması için sayısal hedefler konması - YE kullanım potansiyeli yüksek pilot organize sanayi bölgelerinde öncelikli olarak şebeke altyapısına destek verilmesi ve yeni altyapı yatırımlarını gerçekleştirilmesi
Mikro Seviye	Elektrik iletim ve dağıtım altyapısının rehabilite edilmesi	-Elektrik arz güvenliğinin garanti altına alınması ve YE elektriğinin tüm iletim ve dağıtım sistemine sorunsuz entegre edilmesi için fiziksel altyapının güçlendirilmesi	-Trafo kapasitelerinin (YE’ye ayrılan bölümlerinin) periyodik olarak açıklanması - Trafo kapasitelerini artırmak için yeni altyapı yatırımları yapılması - YE santrallerinin kurulumu sırasındaki altyapı iyileştirme gerekliliklerini belirlemek için TEİAŞ’ta uzman bir ekip oluşturulması	- Trafo kapasitelerin TEİAŞ tarafından düzenli açıklanması

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

7. Extended Abstract

The primary purpose of this study is to design technology policies for the diffusion of renewable energy technologies in Turkey during the period when technology diffusion had just started. In this process, it is more appropriate to detect systemic failures and to fix them during the development of the system rather than doing this after the system is completely developed; at least the market is formed. Markets are socially constructed institutions of the systems. The systemic failures that hinder market formation are embedded in the system and evolve with it. To promote market formation, systemic failures should be detected and fixed by designing policies for the diffusion of emerging renewable energy technologies. This should be done by revising the policy-making process in the Turkish Energy Sector taking into account the legitimation, political stability, flexibility, consistency, and externality in (renewable) energy decisions and defining the new role of public authority clearly (being a governor and initiator rather than an investor and energy producer).

In this study, a qualitative research strategy is adopted to collect and analyse the data in the Field Research. The preliminary desk research is to establish a connection with the renewable energy sector and to determine the research question of the study. The field research is to generate the main data of the study. The research method is “making qualitative semi-structured interviews” with the key actors (experts) since the unit of analysis in this research is identified as the experiences, perceptions, opinions, feelings, and knowledge of key actors in renewable energy generation in Turkey. Interviewees are selected according to two criteria detected in preliminary research: Direct motive of profit making (economic profit motive) and economic activity to perform in the renewable energy sector (economic activity motive). The sampling strategy is a combination of purposeful sampling (Patton, 2002), snowball sampling (Patton, 2002), and information-oriented selection (Flyvbjerg, 2006).

For the systematic analysis of the data, an “analytical framework approach” (Patton, 2002) is adopted to clarify the processes, the key issues, and the sensitizing concepts that are critical for the diffusion of solar and wind electricity generation technologies in Turkey by organizing the analysis of raw data question by question. A semi-structured interview guide that is designed by the “general interview guide approach” (Patton, 2002) is used to collect the data. The interview guide has 5 main sections (introduction / warm up; current situation of the Turkish Energy Sector; the inducement and blocking mechanisms for diffusion of renewable energy technologies; market formation in renewable energy and public policies and market formation) and 25 open-ended questions.

The study proposes a policy design model to formulate policy recommendations based on three pillars of policy aim, policy tool and policy target. To build this model, first, the energy problems that can be solved by renewable energy are determined to find out policy problems and policy aims. Second, obstacles and facilitators which affect solar and wind electricity generation are specified to determine policy tools. Third, the market formation dynamics are examined to formulate policy targets. By combining these three analyses, policy recommendations are formulated based on the proposed policy design model.

The policy problems are found to be about import dependency on the energy sources and governance of the renewable energy sector. The policy tools are formulated based on the supporting and blocking mechanisms. The policy targets are specified for this market formation process and policy recommendations at the macro, meso, and micro levels are formulated by using the policy design model.

To solve the import dependency problem, the policy recommendations at the macro level are “considering complementarity relationship between energy sources” and “modelling a domestic technology development strategy”. The policy recommendation at the micro level is “promoting self-consumption”. To solve the governance problem, the policy recommendation at the macro level is “preparing clear roadmaps and plans about solar and wind electricity generation”. The policy recommendations at the meso level are “formulating manuals for renewable energy investment”, “changing the role of government in the energy sector”, and “introducing a governance mechanism to include renewable electricity generation in industrial production. The policy recommendation at the micro level is “rehabilitating electricity infrastructure”.

Keywords: Renewable Energy, Diffusion, Policy, Model, Turkey, Qualitative Analysis

Kaynakça

- Abbas, M., Zhang, Y., Koura, Y. H., Su, Y., & Iqbal, W. (2022). The dynamics of renewable energy diffusion considering adoption delay. *Sustainable Production and Consumption*, 30, 387–395. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.12.012>
- Alboyaci, B., & Dursun, B. (2008). Electricity restructuring in Turkey and the share of wind energy production. *Renewable Energy*, 33(11), 2499–2505. <https://doi.org/10.1016/J.RENENE.2008.02.008>
- Aras, H. (2003). Wind energy status and its assessment in Turkey. *Renewable Energy*, 28(14), 2213–2220. [https://doi.org/10.1016/S0960-1481\(03\)00130-7](https://doi.org/10.1016/S0960-1481(03)00130-7)
- Balat, H. (2008). Contribution of green energy sources to electrical power production of Turkey: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 12(6), 1652–1666. <https://doi.org/10.1016/J.RSER.2007.03.001>
- Baris, K., & Kucukali, S. (2012). Availability of renewable energy sources in Turkey: Current situation, potential, government policies and the EU perspective. *Energy Policy*, 42, 377–391. <https://doi.org/10.1016/J.ENPOL.2011.12.002>
- Beeck, N. Van. (1999). *Classification of Energy Models*. May. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=6769671f4db43bc0edfcf74acb58f1d27dac74e7>
- Bryman, A. (2008). *Social Research Methods* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Çanka Kiliç, F., & Kaya, D. (2007). Energy production, consumption, policies, and recent developments in Turkey. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 11(6), 1312–1320. <https://doi.org/10.1016/J.RSER.2005.09.001>
- Celiktas, M. S., Sevgili, T., & Kocar, G. (2009). A snapshot of renewable energy research in Turkey. *Renewable Energy*, 34(6), 1479–1486. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2008.10.021>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research* (3rd Editio). Sage Publications.
- Cormio, C., Dicorato, M., Minoia, A., & Trovato, M. (2003). A regional energy planning methodology including renewable energy sources and environmental constraints. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 7(2), 99–130. [https://doi.org/10.1016/S1364-0321\(03\)00004-2](https://doi.org/10.1016/S1364-0321(03)00004-2)
- Demirbas, A., & Bakiş, R. (2004). Energy from renewable sources in Turkey: Status and future direction. *Energy Sources*, 26(5), 473–484. <https://doi.org/10.1080/00908310490429759>
- Demirdizen, H. G. (2013). *Market development of renewable energy in Turkey* (Issue January) [Middle East Technical University]. file:///C:/Users/LENOVO/Dropbox/My PC (YELDA01)/Downloads/index (4).pdf
- Dewald, U., & Truffer, B. (2012). The Local Sources of Market Formation: Explaining Regional Growth Differentials in German Photovoltaic Markets. *European Planning Studies*, 20(3), 397–420. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.651803>
- Erdem, Z. B. (2010). The contribution of renewable resources in meeting Turkey's energy-related challenges. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 14(9), 2710–2722. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2010.07.003>
- Erden-Topal, Y. (2016). *A Policy Design Model for Market Formation of Solar and Wind Electricity Generation in Turkey* (Issue January). Middle East Technical University.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219–245. <https://doi.org/10.1177/1077800405284363>
- Geroski, P. A. (2000). Models of technology diffusion. *Research Policy*, 29(4–5), 603–625. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00092-X](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00092-X)
- Grubb, M., Edmonds, J., Brink, P., & Morrison, M. (1993). *Fossil-Fuel CO2 Emissions* : 397–478.
- Guba, E. G. (1990). The Alternative Paradigm Dialog. In *The Paradigm Dialog* (pp. 17–27). Sage Publications.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. ;Y. S. L. Denzin (Ed.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). Sage Publications.
- Güler, Ö. (2009). Wind energy status in electrical energy production of Turkey. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 13(2), 473–478. <https://doi.org/10.1016/J.RSER.2007.03.015>

Ozgun, M. A. (2008). Review of Turkey's renewable energy potential. *Renewable Energy*, 33(11), 2345–2356. <https://doi.org/10.1016/J.RENENE.2008.02.003>

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3rd Editio). Sage Publications.

Prasad, R. D., Bansal, R. C., & Raturi, A. (2014). Multi-faceted energy planning: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 38, 686–699. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2014.07.021>

Rao, K. U., & Kishore, V. V. N. (2010). A review of technology diffusion models with special reference to renewable energy technologies. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 14(3), 1070–1078. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2009.11.007>

Şekerçioğlu, S., & Yılmaz, M. (2012). Renewable energy perspectives in the frame of Turkey's and the EU's energy policies. *Energy Conversion and Management*, 63, 233–238. <https://doi.org/10.1016/J.ENCONMAN.2012.01.039>

SELÇUK, I. Ş. (2010). *Küresel Isınma, Türkiye'nin Enerji Güvenliği ve Geleceğe Yönelik Enerji Politikaları*. ANKARA BAROSU YAYINLARI. http://www.kibritcioglu.com/iktisat/Isil_Sirin_Selcuk_2010.pdf

Smith, K. (2000). Innovation as a Systemic Phenomenon: Rethinking. *Enterprise & Innovation Management Studies*, 1(1), 73–103.

Soyhan, H. S. (2009). Sustainable energy production and consumption in Turkey: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 13(6–7), 1350–1360. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2008.09.002>

They, R., & Zarate, P. (2009). Energy planning: A multi-level and multicriteria decision making structure proposal. *Central European Journal of Operations Research*, 17(3), 265–274. <https://doi.org/10.1007/s10100-009-0091-5>

Toklu, E., Güney, M. S., Işık, M., Comaklı, O., & Kaygusuz, K. (2010). Energy production, consumption, policies and recent developments in Turkey. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 14(4), 1172–1186. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2009.12.006>

Tunç, M., Çamdali, Ü., & Parmaksizoglu, C. (2006). Comparison of Turkey's electrical energy consumption and production with some European countries and optimization of future electrical power supply investments in Turkey. *Energy Policy*, 34(1), 50–59. <https://doi.org/10.1016/J.ENPOL.2004.04.027>

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Yelda Erden Topal)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Yelda Erden Topal)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Bekçi İmajı Ölçeği'nin Geliştirilmesi

Recep ÇOLAK* 

ÖZ

Bekçilerin görev yaptıkları çarşı veya mahallelerde topluma sundukları hizmetin, görevlerini yerine getirirken gerçekleştirdikleri sözlü veya sözsüz iletişim faaliyetlerinin ve davranışlarının toplum tarafından nasıl algılandığı bekçi imajını belirlemektedir. Bu araştırmada toplumun bekçi imajını ölçmeye yönelik ölçme aracının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Veriler, açılımlayıcı (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulamak üzere toplam 664 katılımcıdan oluşan iki araştırma grubundan elde edilmiştir. AFA ölçme aracının, toplam varyansın %65.37'sini açıklayan ve 35 maddeden oluşan beş faktörlü bir yapıdan oluştuğunu göstermiştir. Bu beş faktör "Tatmin", "Tutum", "İletişim", "Mesleki Yeterlilik" ve "Saygınlık" olarak adlandırılmıştır. DFA sonucunda 34 madde ve beş faktörden oluşan yapıya ait uyum indekslerinin yeterli olduğu görülmüştür. Güvenirlilik analizi kapsamında hesaplanan Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı AFA uygulanan grup için .97, DFA uygulanan grup için .96 olarak bulunmuştur. Madde analizi sonuçları, ölçekte yer alan maddelerin ayırt edicilik düzeylerinin ve toplam puanı yordama gücünün yeterli düzeyde olduğunu göstermiştir. Yapılan analizler sonucunda Bekçi İmajı Ölçeği'nin geçerliği ve güvenirligi kanıtlanmış bir ölçme aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bekçi, Bekçi İmajı, Ölçek Geliştirme, Geçerlik, Güvenirlilik.

Development of the Night Watchman Image Scale

ABSTRACT

The service that the night watchmen provide to society in the bazaars or neighborhoods where they work, how the verbal or non-verbal communication activities and behaviors they perform while performing their duties are perceived by a society determines the night watchman image. This research aimed to develop a measurement tool to measure the night watchman image in society. The data were obtained from two research groups of 664 participants to apply exploratory (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA). The measurement tool, according to EFA, had a five-factor structure with 35 items that accounted for 65.37% of the total variation. These five factors were named "Satisfaction", "Attitude", "Communication", "Professional Qualification", and "Prestige". The CFA revealed that the fit indexes of the structure consisting of 34 items and five factors were sufficient. For the group to which EFA was applied, the Cronbach's alpha internal consistency coefficient was found to be .97, while for the group to which CFA was applied, it was found to be .96. The item analysis's findings demonstrated that the scale items' discrimination levels and their predictive power of the total score were sufficient. The Night Watchman Image Scale is a measurement tool with established validity and reliability.

Keywords: Night Watchman, Night Watchman Image, Scale Development, Validity, Reliability.

1. Giriş

Kentlerin en küçük mahalli birimlerinde güvenlik ve asayiş hizmetlerinin yerine getirilmesi ve halka yardım sağlanması gibi çeşitli görevler üstlenen çarşı ve mahalle bekçileri, Türk toplumunun tarih boyunca temel karakterleri arasında yerini almıştır. Çarşı ve mahalle bekçiliği kavramı, adında da belirtildiği üzere kente ait iki ana unsuru barındırmaktadır. Bunlardan birincisi çarşı, diğeri ise mahalledir. Bu mekânlarda var olan günlük yaşantının ve ilişkilerin güvenli bir ortamda yürütülmesi ve sürdürülebilmesi insani ihtiyaçlar, toplumsal huzur ve gelişme açısından büyük bir öneme sahiptir (Gökçe & Kulu, 2019). Türk Dil Kurumları Sözlüğünde "bir şeyi veya bir yeri bekleyip korumakla görevli kimse" şeklinde tanımlanan bekçi kelimesinin (Türk Dil Kurumu, Bekçi, 2022) etimolojisine bakıldığında; sağlam ve muhkem anlamlarına gelen ve çeşitli kaynaklarda kelime kökü olarak "beg, bek veya berk" olarak belirtilen kelimedenden türediği anlaşılmaktadır. Kelime kökeninin kullanımı ve anlamlarına dair farklı görüşler olsa da Türki dillerde kullanıldığı biçimiyle "saklama, koruma, gözetme" anlamlarına gelen "bek" sözcüğü ve belirli bir kişinin yaptığı bir işi belirtmek amacıyla kullanılan "cı" ekinin bu kelime köküne eklenmesiyle, "saklayan, koruyan, gözetken kişi" anlamındaki bekçi kelimesi ortaya çıkmıştır (İrdem ve diğerleri, 2019). Şemsettin Sami ise

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Öğr. Gör., Trabzon Üniversitesi, recepcolak@trabzon.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 21.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 04.04.2023

Citation/Atf: Çolak, R. (2023). Bekçi imajı ölçeği'nin geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 156-169.
https://doi.org/10.52642/susbed.1221935



Kamus-ı Türkî isimli sözlüğünde bekçiyi; “Bir şeyi bekleyip muhafaza eden” şeklinde tanımlamakta ve “Gece sokaklarda dolaşip emniyet-i umumiye’ye bakan, cenaze ve düğün gibi vukuatta ahalinin hizmetinde bulunan adam” olarak açıklamaktadır (Şeker, 2009).

Bekçiliğin destekleyici bir polislik birimi olarak günümüzdeki anlamıyla modern bir görünüme kavuşması her ne kadar yeni bir olgu olsa da bunun ilk örneklerini Orta ve Batı Asya’daki ilk Türk boylarına kadar geri götürmek mümkündür. Tarih boyunca Türk devletlerinin asayiş ve güvenlik hizmetlerinin bir parçası olarak bekçilik ve buna benzer uygulamalar her daim var olmuştur. Türkiye’de “bekçilik” adıyla bilinen bu sistem dünyanın farklı ülkelerinde benzer amaçları taşıyan ve genel anlamıyla aynı hizmetleri yürüten teşkilatlar ve birimler şeklinde tezahür etmektedir (İrdem ve diğerleri, 2019). Bekçilik müessesesinin kurumsal bir güvenlik teşkilatı olarak temellerinin atılması ise İstanbul’un Fethi dönemine dayanmaktadır. Mahalle hayatında ve toplumsal hayatta önemli bir yeri bulunan bekçiler, söz konusu dönemde mahalle sakinlerinin isteğine ve güven usulüne göre belirlenmişlerdir. Mahalle halkının güvenini ve sevgisini kazanan bekçiler, mahalle sakinlerinin talebiyle, kadının onay yazısıyla imam ve muhtarların emri altında mahallenin güvenlik işleriyle ilgilenmelerinin yanı sıra (Bayartan, 2005) doğum, cenaze, asker uğurlama, düğün gibi durumlarda gerekli hizmetler ile (Tekiner ve diğerleri, 2021) odun kesmek, hanelere su taşımak, yazları tatile çıkanların evlerini kollamak, evlere kiracı bulmak ve kiralama süreçlerini takip etmek gibi faaliyetleri yerine getirmişlerdir (Şeker, 2009). Bekçiler, ihtiyaç sahiplerine iftariyelik getirme, davul çalarak ve mani söyleyerek mahalle sakinlerini sahura uyandırma gibi eylemleriyle de Türk folklorunun önemli karakterleri arasında yer almıştır (Canatar, 2013). Sırtlarında kara koyun postu ve ellerinde ucu demirli sopaları vasıtasıyla geceleri elindeki sopayı kaldırarak taşlarına vurarak sokakları gezen bekçiler, çıkardıkları ses ile duyurduğu varlığıyla suçlulara karşı caydırıcı bir rol üstlenmişlerdir. Ücreti ve diğer ihtiyaçları mahalle sakinleri tarafından veya çarşı bekçisi ise çarşı esnafı tarafından kolektif olarak karşılanan bekçiler (İrdem ve diğerleri, 2019) kendi kulübelerinde ya da mahallelerde kendilerine tahsis edilen odalarda barınmak ve görev yaptıkları mahallede halkın güvenini ve rahatını sağlamak durumundaydılar. Bekçiler genel olarak memleketleri veya yakın bölgelerinde görev yaptıkları için görev alanındaki halkın sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik vb. durumlarına vakıf olmakta ve ağız farklılıklarını da anlamaktaydılar (Doğan, 2019). Fransa’nın 16. yüzyıldaki İstanbul elçilik kâtibi Jean Chesneau, o döneme dair İstanbul ile ilgili gözlem ve değerlendirmelerini, “Asayiş ve düzen inanılmaz derecededir. Geceleri sokakları elinde bir sopa ve bir fenerle tek başına bir bekçi dolaşmaktadır. Bu görev Paris’te, bir birliğin başında devriye gezen kumandan tarafından bu kadar iyi ifa edilememektedir” ifadeleriyle aktarmaktadır (Şeker, 2009).

Bekçilerin sahip oldukları koşulların iyileştirilmesi ve bekçiliğin kurumsallaşması kapsamında Osmanlı döneminde yapılan ilk yasal düzenlemenin, 1909’da 41 maddeden oluşan bir kanun metni olan “Mahalle Bekçileri Nizamnamesi” olduğu bilinmektedir. Sonrasında bu düzenlemelere ek maddeler getirilmesiyle 1914’te “Çarşı ve Mahallat Bekçileri Hakkında Kanun-ı Muvakkat” yayınlanmıştır. Bu düzenlemede “şehir ve kasabalarda çarşı ve mahallât için bekçi istihdamı mecburidir” ifadesiyle bekçilerin görev tanımları yapılmış ve söz konusu alanlarda bekçi tayin edilmesi zorunlu kılınmıştır (Taştekin, 2020). Bu düzenlemeler bekçilerin özlük haklarını açıklamakla birlikte silah kullanımı yetkisi gibi birçok konuya da açıklık getirmiştir (Tekiner ve diğerleri, 2021). Bu dönemde bekçilerin mahalle halkının günlük işlerine hizmet etmesi sınırlandırılrsa da asli görevlerini aksatmamak koşuluyla mahallelerdeki düğün ve cenaze gibi durumlarda hizmet edebilmekteydiler. Yalnızca asayişe ilişkin görevlerin yerine getirilmesinin beklenildiği bu dönemde bekçilerin toplumdaki sempatik ve yardımsever imajının azaldığı öne sürülmektedir (Doğan, 2019).

1950’li yıllarda kırsaldan kentlere doğru gerçekleşen göç hareketliliğiyle birlikte kentlerin sosyo-demografik yapısı değişmiş ve bu değişim suç oranlarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu bağlamda polise yardımcı olması için destekleyici polislik birimi olarak bekçiliğe ihtiyaç duyulmuş ve 1960’lı yıllardan itibaren bekçiler işe alınmaya başlamıştır (İrdem ve diğerleri, 2019). Cumhuriyet döneminde de halk arasında “Bekçi Baba” ismiyle görevlerini yerine getiren bekçilerin tayin, ücret, izin vb. durumlarına ilişkin 1966’da “772 sayılı Çarşı ve Mahalle Bekçileri Kanunu” ile düzenleme yapılmıştır (Tekiner ve diğerleri, 2021). Söz konusu kanuna göre bekçiler, görev ve sorumlulukları kapsamında emniyet teşkilatının mevcut olduğu yerlerde polislin ilçedeki en büyük amirine, jandarmanın görev alanında yer alan belediye sınırları

içerisinde ise jandarma birlik komutanına karşı sorumlu hale gelmiştir (Resmî Gazete, 1966). Yürürlüğe girdiği tarihten bir yıl sonra ise kanunun 12 maddesi değiştirilmiş veya iptal edilmiştir (Şeker, 2009). Bu kanunla birlikte çarşı ve mahalle bekçi teşkilatı, en büyük mülkiye amirinin emrinde, genel zabıtaya yardımcı, silahlı bir kuruluş olarak tanımlanmıştır (Resmî Gazete, 1966). 1970'li yıllara gelindiğinde bekçiliğe verilen önem azalmaya başlamış ve 1993 yılında bekçilik müessesesinin ihtiyaçlara karşılık veremediği değerlendirilerek alımlar durdurulmuştur (İrdem ve diğerleri, 2019). 2016 yılında ise “yaya devriye hizmeti ile asayiş sorunlarına karşı tedbir alınabileceği ve toplumun beklentilerinin önemini benimseyen emniyet uygulamalarının çarşı ve mahalle bekçiliği uygulaması ile gerçekleştirilebileceği” düşüncesiyle çarşı ve mahalle bekçisi uygulamasının yeniden hayata geçirilmesi kararı alınmıştır (Tekiner ve diğerleri, 2021). Bu tarihten günümüze kadar çarşı ve mahalle bekçisi alımları belirli aralıklarla devam etmiş, 18 Haziran 2020'de “7245 sayılı Çarşı ve Mahalle Bekçileri Kanunu” Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Mahalle hayatı ile toplumsal hayatın güven ve belirli bir düzen içinde devamının sağlanmasına hizmet eden bekçiler, tarih boyunca toplumsal hayatın temel karakterleri arasında yerini almıştır (Alver, 2010). Bekçilik uygulamasının tekrar gündeme gelmesi ve faaliyete geçmesine yönelik gerek geleneksel medyada gerekse sosyal medya mecralarında olumlu ve olumsuz haber ve değerlendirmeler yapılmıştır. Literatürde bekçilere yönelik yapılan araştırmalar ise sınırlı ve yetersizdir. Mevcut araştırmalarda bekçilerin genel asayişin sağlanmasına olumlu katkıları bulunduğu (Çalışkan, 2021), toplum tarafından memnuniyetle karşılandıkları (Gökçe & Kulu, 2019) ve uygulama sonucunda halkın kendisini daha çok güvende hissettiği (İrdem ve diğerleri, 2019) belirlenmiştir. Bunların aksine kimi araştırmalar, bekçilik uygulamasının yeniden hayata geçirilmesinin yerinde olmadığını, bekçilere verilen yetkilerin endişe uyandırdığını ve söz konusu yetkilerin kapsamının daraltılması gerektiğini öne sürmektedir (Erman ve diğerleri, 2020; Yetkin & Börekçi, 2021).

İmaj kavramı öznel bir kavram olup hedef kitlenin herhangi bir kişi, marka veya kurum hakkında zihninde şekillenen düşünce ve yargı olarak ifade edilmektedir (Ilgın, 2022). Kurum imajı ise, “insanların bir kurum hakkındaki inançları, ilişkileri ve kurumun özellikleri, yetenekleri, ürünleri, hizmetleriyle ilgili yaşamışlıklara dayanarak oluşan izlenimler, algılar bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Geçikli & Avcı, 2018). Bireyler bir kurumun eylemlerini ve onun hakkındaki bilgileri algılamakta, yorumlamakta ve bu bilgilere dayanarak kuruma yönelik zihinsel çağrışımlar oluşturmaktadır. Bireylerin kuruma yönelik tepkilerini etkileyebileceği için bu zihinsel çağrışımları anlamak oldukça önemlidir (Rus ve diğerleri, 2013). Bu zihinsel çağrışımlar kurum imajı olarak ele alınabilir. Toplumsal bir kurum olarak düşünüldüğünde bekçiler, topluma karşı sorumlu oldukları için toplumun bekçilere nasıl baktığının ve onları nasıl algıladığının belirlenmesi önem arz etmektedir. Bekçilerin görev yaptıkları çarşı veya mahallelerde topluma sundukları hizmetin, görevlerini yerine getirirken gerçekleştirdikleri sözlü veya sözsüz iletişim faaliyetlerinin ve davranışlarının toplum tarafından nasıl algılandığı bekçi imajını belirlemektedir. Bu bağlamda bekçilerin etkili dinleme ve konuşma kabiliyetlerinden toplumun farklı demografik kesimlerine gösterdiği tutumlara, görünümüne verdikleri önemden görev yaptıkları bölge hakkındaki sahip oldukları bilgiye, öfke, heyecan vb. duygularını yönetebilmelerinden toplumda sağladıkları güven duygusuna kadar pek çok durum bekçilerin imajını doğrudan etkilemektedir. Tarih sahnesinde uzun yıllardır var olan ancak kurumsal bir güvenlik teşkilatı olarak temelleri Fatih Sultan Mehmet Han'ın İstanbul'u Fethi döneminde atılan bekçilik müessesesinin uzun yıllar boyunca toplum nezdinde imajının olumlu olduğu bilinmekle birlikte bekçilere tanımlanan rol ve sorumlulukların zaman içinde değişime uğraması, güvenlik hizmetlerinin sağlanmasında farklı arayışlarda bulunulması gibi çeşitli nedenlerle günümüzde bekçilerin imajlarının toplumda nasıl algılandığı tam anlamıyla bilinmemektedir. Bu değerlendirmeler ve mevcut literatür doğrultusunda toplumun bekçi imajını ölçmeye yönelik ölçme aracının geliştirilmesi gerekli görülmektedir. Ayrıca Türkiye'de 2016 yılı itibarıyla yeniden uygulamaya alınan ve görevlerini 18 Haziran 2020'de yürürlüğe giren “7245 sayılı Çarşı ve Mahalle Bekçileri Kanunu”na göre yerine getiren çarşı ve mahalle bekçilerinin imajlarını belirlemeye yönelik bir ölçme aracının bulunmaması bu çalışmanın özgün değerini ortaya koymaktadır. Tüm bunlardan hareketle mevcut araştırmada Bekçi İmajı Ölçeği'nin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Grubu

Ölçek geliştirme sürecinde yapı geçerliği kapsamında veri setinin oluşturulmasında kullanılan yollardan biri, birbirinden bağımsız iki farklı zamanda toplanan veri setlerinden birinin AFA diğeri de DFA için kullanılmasıdır (Orçan, 2018). Bu bilgiden yola çıkılarak Karadeniz Bölgesi'nde bir ilde bulunan iki farklı örneklemden veri toplanmıştır. AFA kapsamında 236 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcılar 19-70 yaş aralığında olup yaş ortalaması 29.39 (± 9.02)'dur. Ayrıca katılımcıların 121'i (%51.3) kadın, 115'i (%48.7) erkektir. DFA kapsamında 428 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcılar 18-71 yaş aralığında olup yaş ortalaması 29.41 (± 9.72)'dir. Ayrıca katılımcıların 238'i (%55.6) kadın, 190'ı (%44.4) erkektir. Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı iki grup için ayrı ayrı hesaplanmıştır. İki grubun birleştirilmesiyle elde edilen 664 katılımcıdan oluşan veri seti üzerinde madde analizi yapılmıştır. Araştırma grubunun belirlenmesinde katılımcıların çeşitli kurum ve kuruluşlarda görev yapması, farklı yaş gruplarında olması (18-71 yaş arasında) ve farklı meslek gruplarına mensup olması (mühendis, öğretmen, kuaför, öğrenci, antrenör, hemşire, çiçekçi, terzi, polis, avukat, fotoğrafçı, aşçı, bankacı, futbolcu gibi çeşitli meslekler) dikkate alınmış ve 49 farklı meslek grubundan katılımcılardan veri toplanmıştır.

2.2. İşlem

Araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için E-81614018-000-2200039421 sayılı ve 04.10.2022 tarihli Etik Kurulu Belgesi alınmıştır. Bu araştırma Karakoç & Dönmez (2014) ve Yurdabakan & Çüm (2017) tarafından belirtilen ölçek geliştirme aşamaları dikkate alınarak yürütülmüştür. Öncelikle ölçeğin hangi yapıyı ölçmek amacıyla geliştirileceği, hangi amaçlarla kullanılacağı, literatürde yeni bir ölçme aracına gereksinim olup olmadığı ve kimlere uygulanacağı belirlenmiştir. Bu noktada literatürde bekçi imajını ölçmeye dönük herhangi bir ölçme aracının bulunmaması bu çalışmanın motivasyon kaynağı olmuştur. Geliştirilecek ölçme aracıyla toplumda çeşitli eğitim düzeyine, mesleğe, sosyo-ekonomik düzeye ve yaş gruplarına sahip bireylerin beklilere yönelik algısını ölçmek amaçlanmıştır. Ardından ölçülmek istenen yapıyla ilgili literatür taraması yapılmış ve kavramsal çerçeve net bir şekilde ortaya koyulmuştur. Literatür taraması sonucunda elde edilen bilgiler ışığında madde havuzu oluşturulmaya başlanmıştır. Maddelerin yazımında literatür taraması sonucunda elde edilen bilgilerden ve Geçikli & Avcı (2018) tarafından polis imajının ölçümüne ilişkin geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Bu ölçekte yer alan bazı maddeler beklilere uyarlanmıştır. Ölçekteki ifadeler 5'li Likert tipinde oluşturulmuştur ("kesinlikle katılıyorum", "katılıyorum", "kararsızım", "katılmıyorum", "kesinlikle katılmıyorum").

Sonraki aşamada 46 maddelik taslak form için uzman görüşüne başvurulmuştur. Ölçeğin kapsam geçerliği için farklı üniversitelerin "Sosyal Bilgiler Eğitimi" alanından 3 uzman, "Türkçe Eğitimi" alanından 2 uzman, "Sosyoloji" alanından 2 uzman, "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık" alanından 2 uzman ve "Ölçme ve Değerlendirme" alanından 3 uzman olmak üzere toplam 12 uzmana başvurulmuştur. Uzman görüşleriyle kapsam geçerliği değerlendirilmiştir. Uzman görüşleri dikkate alınarak maddelerde önerilen değişiklikler yapılmış ve 44 maddelik deneme formu elde edilmiştir.

Uygulamaya hazır hale getirilen ölçme aracının ön deneme uygulaması gerçekleştirilmiştir. Ön deneme uygulaması maddelerin anlaşılır olup olmadığı ve farklı kişiler tarafından aynı şekilde algılanıp algılanmadığı gibi konularda sorun olup olmadığını tespit etmek ve ortalama yanıtlama süresi hesaplamak amacıyla yapılmaktadır (Yurdabakan & Çüm, 2017). Ön deneme uygulaması çeşitli kurum ve kuruluşlarda görev yapan, farklı meslek gruplarına mensup, farklı yaş gruplarında 15 kişilik bir grupta yapılmıştır. Ön deneme uygulamasından sonra katılımcılardan ölçek maddeleri hakkındaki görüşleri alınmış ve ölçek maddelerinde herhangi bir revizyona gerek olmadığı görülmüştür. Ardından ölçek uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Son olarak istatistiksel teknikler ile ölçme aracına son hali verilmiştir.

2.3. Veri Analizi

Bu çalışmada ölçeğin yapı geçerliği AFA ve DFA yapıları ile test edilmiştir. Bekçi İmajı Ölçeği'nin güvenilirliği Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı tekniğiyle hesaplanmıştır. Son olarak ölçeğe ilişkin madde analizi yapılmıştır. Araştırmada AFA, Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı ve madde analizi IBM SPSS

Statistics v26.0 paket programıyla gerçekleştirilirken; DFA, AMOS 23.0 paket programıyla gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Kapsam Geçerliği

Bu araştırmada Lawshe tekniği kullanılarak kapsam geçerliği tespit edilmiştir. İlk olarak 12 kişilik uzman grubu oluşturulmuş ve aday ölçek formu hazırlanmıştır. Bu teknikte uzman görüşleri “uygun”, “uygun ancak düzeltilmeli”, “çıkartılmalı” olarak derecelendirilmektedir (Yeşilyurt & Çapraz, 2018). Hazırlanan aday ölçek formları uzmanlara dağıtılmış, ardından elde edilen uzman görüşlerinden hareketle kapsam geçerlik oranı (KGO) ve kapsam geçerlik indeksi (KGİ) belirlenmiştir. Ayre & Scally (2014)'ye göre 12 uzman için KGO'nun minimum/kritik değeri .67 olarak belirtilmiştir. Aday ölçek formunda 2 maddenin kapsam geçerlik oranlarının .17 ve .20 olduğu ve .67 olarak belirlenen minimum değerden daha düşük çıktığı görülmüştür. Bu maddeler ölçekten çıkarılmıştır. KGO'nun hesaplanmasıyla birlikte maddeler ölçeğe dâhil edildikten sonra, KGİ testin tamamı için hesaplanmaktadır (Yeşilyurt & Çapraz, 2018). Ölçekte yer alan 44 madde için hesaplanan KGİ değeri .84'tür. KGİ değerinin minimum/kritik değer olan .67'den büyük olması maddelerin kapsam geçerliğinin sağlandığını göstermektedir. Ardından uzmanlar tarafından “uygun ancak düzeltilmeli” seçeneği işaretlenen maddeler gözden geçirilmiş ve verilen düzeltmeler uzman görüşleri doğrultusunda revize edilmiştir. Son olarak kapsam geçerliğine sahip olan 44 maddelik bir ölçek elde edilmiş ve uygulama aşamasına geçilmiştir.

3.2. Yapı Geçerliği

3.2.1. Açımlayıcı Faktör Analizi

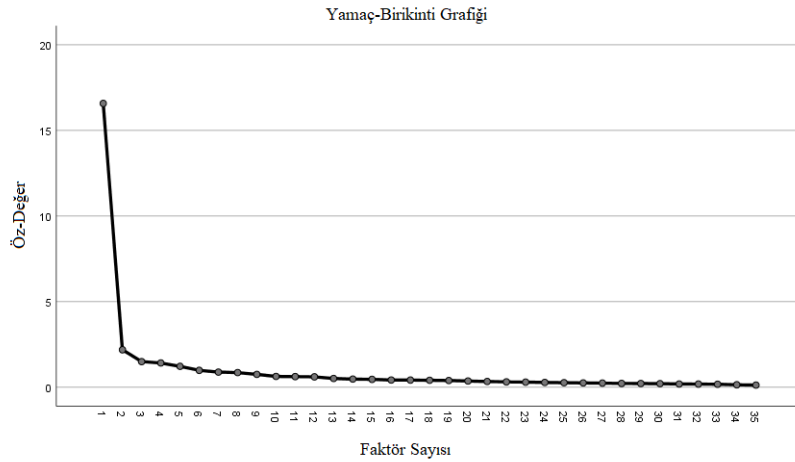
Bir veri setine AFA uygulayabilmek için verilerin faktör analizine uygun olması ve örneklemin yeterli düzeyde olması beklenmektedir. Öncelikle örneklem büyüklüğüne bakılmıştır. Literatürde madde sayısının beş katı örneklem büyüklüğü olması önerilmektedir (DeVellis, 2014). Bu bilgidен hareketle ulaşılan 236 örneklem sayısının yeterli büyüklükte olduğu ifade edilebilir. Verilerin faktör analizine uygunluğunun saptanması için Bartlett Küresellik Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği olmak üzere iki testin sonuçlarına bakılmıştır. 44 maddelik formun KMO değerinin .95 ve Bartlett küresellik testinin anlamlı ($\chi^2=7666.57$, $sd=946$, $p<.001$) olduğu belirlenmiştir. KMO ölçütünün .90'nın üzerinde olduğunda mükemmel anlamına geldiğini (Kaiser, 1974) ve örneklem sayısının yeterli olduğunu, Bartlett küresellik testinin anlamlı olması ise verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2016; Tutar & Erdem, 2022; Gürbüz & Şahin, 2018).

Ölçek maddelerinin anti-ımağ matrisi incelenmiştir. Değerlerin .74 ile .97 arasında olduğu saptanmıştır. Ancak bir maddenin değerinin .33 olduğu belirlenmiş ve bu değerlerin .50'den büyük olması gerektiği bilgisıyla ilgili madde çıkarılmıştır. Ortak varyanslar tablosu (communalities) incelendiğinde varyans değeri .47 olan bir madde hariç diğer maddelerin varyans değerlerinin .57 ise .80 arasında olduğu görülmüştür. Bu değerlerin .50'nin üstünde olması önerisi ışığında madde çıkarılmış ve işlemler tekrar edilmiştir.

AFA kapsamında faktör sayısını belirlemede öz-değeri 1'den büyük olanların bir faktör belirttiğini söyleyen yöntem kullanılmıştır. Tekrar edilen analiz sonucunda 42 maddelik formda yedi faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. Bu yedi faktörün açıkladığı varyans değeri %67.81'dir. Faktörleri belirginleştirmek amacıyla döndürme yöntemlerinden (rotation) yararlanılmıştır. Faktörler arasında ilişkiyi gerektiren bir kuramsal yapı söz konusu olduğundan (Can, 2019) eğik döndürme yöntemlerinden biri olan direkt oblimin döndürme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde Delta değeri 0 olarak belirlenmiştir. Yapılan döndürmeler sonucunda faktör yükleri .32'den düşük olan, birden fazla faktörde yük değerleri arasındaki farkın .10'dan küçük olduğu ve bir faktör altında 3'ten az madde sayısına sahip olan 7 madde ölçekten çıkarılmış ve ölçek 5 faktörlü 35 maddeden oluşan bir yapıya dönüşmüştür.

Ölçeğin 5 faktörlü 35 maddeden oluşan formu için AFA tekrar yapılmıştır. Analizde KMO (.95) ve Bartlett değerlerinin ($\chi^2=6057.81$ $sd=595$, $p<.001$) ölçütlere uygun olduğu görülmüştür. Maddelerin anti-ımağ matrisindeki çapraz korelasyonlarına bakılarak değerlerin .74 ile .98 arasında ve yeterli büyüklükte olduğu belirlenmiştir. Ortak varyanslar tablosunda varyans değerlerinin .50 ile .80 arasında değiştiği ve .50 kriterini karşıladığı görülmüştür.

Son hali 35 maddeden oluşan ölçeğin temel bileşenler analizi yapılmış ve yamaç-birikinti grafiği oluşturulmuştur. Temel bileşenler analizinde, toplam varyansın %65.37'sini açıklayan öz değeri 1'den büyük olan beş faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. 11 maddeden oluşan birinci faktörün açıkladığı varyansın 17.57 öz değer ile %47.35 olduğu, 5 maddeden oluşan ikinci faktörün açıkladığı varyansın 2.19 öz değer ile %6.24, 5 maddeden oluşan üçüncü faktörün açıkladığı varyansın 1.49 öz değer ile %4.27, 10 maddeden oluşan dördüncü faktörün açıkladığı varyansın 1.41 öz değer ile %4.04 ve 4 maddeden oluşan beşinci faktörün açıkladığı varyansın 1.22 öz değer ile %3.47 olduğu belirlenmiştir. Şekil 1'deki yamaç-birikinti grafiğinde görüleceği üzere beşinci noktadan sonra grafik stabil bir şekilde ilerlemektedir. Grafikte düzlemeye başlayan noktadan sonra faktörlerin toplam varyansa önemli bir katkı yapmayacağı görüşünden hareketle grafik, 35 maddelik ölçeğe ilişkin beş boyutun olduğu göstermektedir (Büyüköztürk, 2016; Tutar & Erdem, 2022; Fornell & Larcker, 1981).



Şekil 1. Yamaç-birikinti grafiği

AFA'da ulaşılan sonuçlar sonrasında kuramsal yapı ve ilgili faktörde bulunan maddelerin içerikleri dikkate alınarak, faktörler sırasıyla "Tatmin", "Tutum", "İletişim", "Mesleki Yeterlilik" ve "Saygınlık" olarak adlandırılmıştır. Büyüköztürk (2016)'e göre bir maddenin faktör altındaki yük değerinin yüksek olması ve iki faktör altında yeterli yük değerine sahipse yük değerleri arasındaki farkın en az .10 olması önerilmektedir. Bu bilgiden hareketle faktörler oluşturulmuş ve ölçeğin faktör yapısı Tablo 1'de özetlenmiştir. Tablo 1'deki Bekçi İmajı Ölçeği'ne ait maddelerin faktör yükleri incelendiğinde;

11 maddenin yer aldığı birinci faktöre ait maddelerin faktör yükleri .43 ile .79 arasında değerler almış ve bu faktör "tatmin" olarak adlandırılmıştır. Tatmin kavramı, herhangi bir durum veya eylem karşısında bireyin kendi içinde doyuma ulaşması olarak ele alınabilir. Bununla birlikte bireyin bir durum veya eylem karşısındaki olumlu ve olumsuz duygularının toplamı tatmin düzeyini belirlemektedir (Karakuş, 2011). Bu bağlamda toplumun bekçilerin sundukları hizmetten, iş yapma biçimlerinden ve görev esnasındaki sözel ve sözel olmayan iletişim becerilerinden duydukları memnuniyet ve doyum, tatmin alt boyutunun kavramsal çerçevesini ortaya koymaktadır.

5 maddenin yer aldığı ikinci faktöre ait maddelerin faktör yükleri .63 ile .89 arasında değerler almış ve bu faktör "tutum" olarak adlandırılmıştır. Tutum, bireyin herhangi bir duruma veya olaya ilişkin duygu, düşünce ve davranışlarını oluşturan eğilimleri olarak tanımlanabilir. Buna göre tutum bilişsel, davranışsal ve duygusal bileşenlerden oluşmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2012). Bireyin tutumu ya bir tutum objesiyle etkileşime girerek ya da başkalarının tutumlarından etkilenerek oluşmaktadır (Canakay, 2006). Bu bağlamda bekçilerin yaşlılara, engellilere, kadınlara, çocuklara ve hayvanlara yönelik duygu, düşünce ve davranış eğilimlerinin toplum tarafından algılanışı, tutum alt boyutunun kavramsal çerçevesini ortaya koymaktadır.

5 maddenin yer aldığı üçüncü faktöre ait maddelerin faktör yükleri -.44 ile .61 arasında değerler almış ve bu faktör "iletişim" olarak adlandırılmıştır. İletişim, en yalın haliyle duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması süreci olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2023).

Bu bağlamda bekçilerin görevlerini yerine getirirken etkin dinleme ve konuşma, beden dilini doğru kullanma gibi sözel veya sözel olmayan iletişim becerilerini kullanabilme yeterlilikleri, iletişim alt boyutunun kavramsal çerçevesini ortaya koymaktadır.

10 maddenin yer aldığı dördüncü faktöre ait maddelerin faktör yükleri .45 ile .77 arasında değerler almış ve bu faktör “mesleki yeterlilik” olarak adlandırılmıştır. Mesleki yeterlilik, meslek mensuplarının o mesleğin gerektirdiği başlıca görevleri en doğru şekilde ve kabul edilebilir standartlarda yerine getirebilmeleri için bilgi ve beceri gibi özelliklere sahip olması biçiminde ele alınabilir. Bu bağlamda bekçilerin görevlerini yerine getirme gücünün ve mesleki bilgi, beceri ve davranışlarının yeterliliğinin toplum tarafından nasıl algılandığı, mesleki yeterlilik alt boyutunun kavramsal çerçevesini ortaya koymaktadır.

4 maddenin yer aldığı beşinci faktöre ait maddelerin faktör yükleri .45 ile .75 arasında değerler almış ve bu faktör “saygınlık” olarak adlandırılmıştır. Saygınlık, bir mesleğin veya o mesleğe mensup bireylerin toplum tarafından saygı ve itibar görmesi, değerli ve güvenilir kabul edilmesi olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda toplumun bekçiliğe yönelik sahip olduğu saygı, itibar, değer ve güven düzeyleri, saygınlık alt boyutunun kavramsal çerçevesini ortaya koymaktadır.

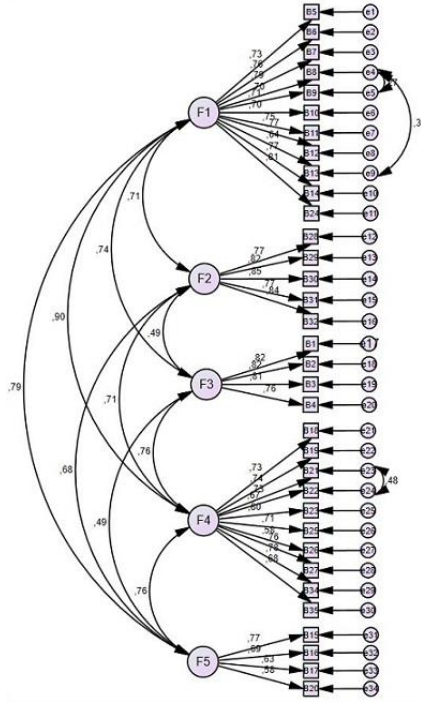
Tablo 1. Bekçi İmajı Ölçeği'nin faktör yapısı

Ölçek Madde Numaraları	Faktör Yükleri				
	1	2	3	4	5
M5	.667				
M6	.706				
M7	.747				
M8	.787				
M9	.511				
M10	.429				
M11	.564				
M12	.690				
M13	.719				
M14	.737				
M24	.481			.328	
M28		.817			
M29		.642			
M30		.869			
M31		.629			
M32		.889			
M1			.613		
M2			.593		
M3			.584		
M4			.562		
M33			-.440		
M18				.600	
M19				.625	
M21				.693	
M22				.548	
M23	.325			.447	
M25			.333	.640	
M26				.774	
M27				.668	
M34				.455	
M35				.668	
M15	.326				.548
M16					.532
M17		.327			.448
M20					.749

3.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

AFA ile ulaşılan beş faktörlü 35 maddelik ölçeğin başka bir veri grubunda doğrulanıp doğrulanmadığını tespit etmek amacıyla ikinci araştırma grubundan elde edilen verilerle DFA yapılmıştır. Bu yapı dikkate alınarak AMOS 23.0 paket programı ile Path Diyagramı oluşturulmuştur. Yapılan analiz sonucunda ilk

olarak standardize edilmiş regresyon katsayıları incelenmiştir. Standardize edilmiş regresyon katsayısı .50 ve üzerinde olan maddelerin ilgili faktöre iyi düzeyde yüklendiği kabul edilmektedir (Kline, 2010). Bu ölçütün altında kalan bir madde analizden çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. İlgili madde modelden çıkarıldığında uyum değerlerine bakılmış ve beklenen düzeyde değişme olduğu görülmüştür. Modelin kurulmasının ardından program tarafından önerilen düzeltmeler incelenmiştir. Modeli iyileştirmek için M21 ile M22; M8 ile M9; M8 ile M13 arasında düzeltmeler yapılmıştır. Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin uyum indeksi değerlerinin; $\chi^2/sd=2.88$, GFI=.82, AGFI=.80, CFI=.90, NFI=.86, IFI=.90, RMSEA=.066, RMR=.064, PNFI=.79 ve PGFI=.71 olduğu belirlenmiştir. Uyum indekslerine ilişkin kabul edilebilir uyum ölçütleri (Hu ve Bentler, 1999) DFA sonucunda beş faktörlü 34 maddeden oluşan ölçeğin uyum düzeyinin yeterli olduğunu göstermektedir. Şekil 2'de Path diyagramı verilmiştir.



Şekil 2. Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin Path diyagramı

Yakınsak geçerlik için, ortalama açıklanan varyans (AVE) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerlerine bakılmıştır. Tablo 2'de verildiği üzere beş alt boyuta ilişkin hesaplanan AVE değerlerinin 0.50 ve 0.66 arasında değişen değerler aldığı ve CR değerlerinin AVE değerlerinden büyük olduğu görülmektedir. CR değerinin AVE'den büyük olması ve AVE değerinin .50'den yüksek olması yakınsak geçerliğin kanıtı olarak gösterilmektedir (Fornell & Larcker, 1981).

Tablo 2. Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin ortalama açıklanan varyans ve birleşik güvenilirlik değerleri

Faktörler	Ortalama açıklanan varyans (AVE)	Birleşik Güvenirlik (CR)
Tatmin	0.55	0.93
Tutum	0.66	0.91
İletişim	0.64	0.88
Mesleki Yeterlilik	0.50	0.91
Saygınlık	0.50	0.80

3.3. Güvenirlik Analizleri

Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin güvenilirlik analizleri Cronbach Alfa İç Tutarlık Katsayısı hesaplanarak yapılmıştır. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı hem AFA hem de DFA uygulanan iki grup için ayrı ayrı

hesaplanmıştır. İç tutarlık katsayılarının .70'in üzerinde ve dolayısıyla kabul edilebilir (Büyüköztürk, 2016) olduğu bulunmuştur. Sonuçlar Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3. Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayıları

Faktörler	Madde Sayısı	Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı	
		AFA Grubu	DFA Grubu
Tatmin	11	.94	.93
Tutum	5	.91	.90
İletişim	4	.86	.88
Mesleki Yeterlilik	10	.92	.92
Saygınlık	4	.79	.76
Toplam Ölçek	34	.97	.96

3.4. Madde Analizi

Bekçi İmajı Ölçeği'ndeki maddelerin ayırt edicilik düzeylerinin ve toplam puanı yordama gücünün belirlenmesi için düzeltilmiş madde toplam korelasyonları hesaplanmış ve %27'lik alt-üst grup karşılaştırmaları incelenmiştir. Tablo 4'te madde analizi sonuçları özetlenmiştir.

Tablo 4. Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin madde analizi

Ölçek Madde Numaraları	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Gruplar	Ortalama	Standart Sapma	<i>t</i>
M1	.62	Üst%27	3.68	.93	18.80**
		Alt%27	1.84	.92	
M2	.62	Üst%27	3.80	.92	18.64**
		Alt%27	2.03	.88	
M3	.64	Üst%27	3.87	.83	19.73**
		Alt%27	2.01	.96	
M4	.63	Üst%27	3.81	.95	19.94**
		Alt%27	1.75	1.00	
M5	.70	Üst%27	4.25	.71	21.39**
		Alt%27	2.28	1.01	
M6	.72	Üst%27	4.25	.68	26.32**
		Alt%27	2.06	.88	
M7	.73	Üst%27	4.21	.71	25.43**
		Alt%27	2.13	.84	
M8	.67	Üst%27	4.57	.60	23.50**
		Alt%27	2.45	1.05	
M9	.67	Üst%27	4.25	.81	20.61**
		Alt%27	2.39	.89	
M10	.67	Üst%27	4.35	.67	20.93**
		Alt%27	2.35	1.09	
M11	.73	Üst%27	4.51	.56	23.73**
		Alt%27	2.62	.91	
M12	.72	Üst%27	4.34	.64	26.85**
		Alt%27	2.00	.98	
M13	.63	Üst%27	4.68	.53	17.38**
		Alt%27	2.90	1.26	
M14	.74	Üst%27	4.49	.58	24.16**
		Alt%27	2.37	1.02	
M15	.62	Üst%27	4.86	.38	14.87**
		Alt%27	3.25	1.40	
M16	.60	Üst%27	4.46	.84	17.68**
		Alt%27	2.42	1.30	
M17	.54	Üst%27	4.49	.64	15.45**
		Alt%27	2.93	1.20	
M18	.70	Üst%27	3.95	.96	22.50**
		Alt%27	1.87	.79	
M19	.69	Üst%27	4.23	.73	20.29**
		Alt%27	2.33	1.02	
M20	.44	Üst%27	4.41	.94	11.72**

		Alt _{%27}	2.90	1.45	
M21	.69	Üst _{%27}	4.30	.72	22.31**
		Alt _{%27}	2.27	.99	
M22	.66	Üst _{%27}	4.36	.76	23.49**
		Alt _{%27}	2.23	.95	
M23	.78	Üst _{%27}	4.25	.65	26.87**
		Alt _{%27}	2.08	.86	
M24	.81	Üst _{%27}	4.28	.57	29.41**
		Alt _{%27}	2.15	.79	
M25	.66	Üst _{%27}	3.89	.88	22.99**
		Alt _{%27}	1.70	.93	
M26	.55	Üst _{%27}	3.82	1.03	15.37**
		Alt _{%27}	2.07	1.12	
M27	.71	Üst _{%27}	4.03	.76	22.97**
		Alt _{%27}	2.03	.88	
M28	.62	Üst _{%27}	4.55	.56	17.07**
		Alt _{%27}	3.02	1.05	
M29	.69	Üst _{%27}	4.57	.55	19.36**
		Alt _{%27}	2.80	1.09	
M30	.61	Üst _{%27}	4.63	.55	15.79**
		Alt _{%27}	3.23	1.05	
M31	.65	Üst _{%27}	4.49	.62	20.33**
		Alt _{%27}	2.82	.91	
M32	.60	Üst _{%27}	4.53	.59	15.00**
		Alt _{%27}	3.18	1.05	
M33	.77	Üst _{%27}	4.31	.66	25.00**
		Alt _{%27}	2.15	.95	
M34	.63	Üst _{%27}	4.39	.71	19.94**
		Alt _{%27}	2.37	1.16	

**p<.001

Tablo 4 incelendiğinde Bekçi İmajı Ölçeği'nin düzeltilmiş madde toplam korelasyonu değerlerinin .44 ile .81 arasında sıralandığı görülmektedir. Madde toplam korelasyonunun pozitif olması ve yüksek bir değer alması gerekmekte ve değeri .30 ve daha yüksek olan maddelerin ölçülecek özelliği ayırt etme açısından yeterli olduğu kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2016). Ayrıca madde analizi sonucunda %27'lik alt-üst grupların madde puanlarındaki farklara ait *t*-değerlerinin 11.72 ($p<.001$) ile 29.41 ($p<.001$) arasında geçişerek her birinin anlamlı çıktığı belirlenmiştir.

4. Sonuç

Bu araştırmada toplumun bekçi imajını ölçmek için geçerliği ve güvenilirliği kanıtlanmış bir ölçme aracının geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Literatür incelendiğinde, toplumun bekçi imajını ölçmek amacıyla kullanılabilecek bir ölçme aracına rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, geçerliği ve güvenilirliği kanıtlanmış bir ölçme aracının geliştirilmesi ve literatürdeki boşluğu dolduracak olması açısından bu çalışma önemli görülmektedir.

Öncelikle literatür taraması sonucunda Bekçi İmajı Ölçeği'ne ilişkin madde havuzu elde edilmiş ve maddelerin kapsam geçerliğini sağlamak için uzman görüşünden yararlanılmıştır. Uzman görüşleri dikkate alınarak KGO ve KGI hesaplanmıştır. 12 uzman için KGO'nun minimum/kritik değeri .67'nin (Ayre & Scally, 2014) altında kalan 2 madde görüşler doğrultusunda çıkarılmış ve 44 maddelik bir taslak form elde edilmiştir.

Uzman görüşüne göre şekillendirilen Bekçi İmajı Ölçeği, taslak örneklem grubuna uygulanmıştır. Deneme uygulamasının ölçeğin performansı için önemli olduğu ifade edilmektedir (Karakoç & Dönmez, 2014). Uygulama sonrasında 44 maddelik deneme formu için gerçekleştirilen AFA sonucunda, toplam varyansın %65.37'sini açıklayan ve beş faktörlü 35 maddelik bir yapıya ulaşılmıştır. Bu beş faktörde toplanan maddelerin içerikleri dikkate alınarak faktörler "Tatmin", "Tutum", "İletişim", "Mesleki Yeterlilik" ve "Saygınlık" olarak adlandırılmıştır. Birden fazla faktöre sahip ölçeklerde açıklanan varyansın %30'dan daha fazla olması beklenmekte ve açıklanan varyansın yüksek olması, ilgili yapının o kadar iyi ölçüldüğünün bir göstergesi olarak yorumlanmaktadır (Büyüköztürk, 2016). Dolayısıyla mevcut çalışmada

açıklanan varyansın %65.37 olması bu ölçütün karşılandığını göstermektedir. Daha sonra yapı geçerliği kapsamında DFA gerçekleştirilmiştir. DFA, önceden belirlenmiş bir yapının doğruluğunu belirlemeyi amaçlamaktadır (Karagöz, 2017). Bu analizde ilk olarak standardize edilmiş regresyon katsayısı ölçüt olarak belirlenen .50'nin (Kline, 2010) altında kalan bir madde çıkarılmıştır. Tekrar edilen analiz sonucunda 34 madde ve beş faktörden oluşan yapıya ait uyum indekslerinin ($\chi^2/sd=2.88$, GFI=.82, AGFI=.80, CFI=.90, NFI=.86, IFI=.90, RMSEA=.066, RMR=.064, PNFI=.79 ve PGFI=.71) literatürde yer alan uyum ölçütlerini (Hu & Bentler, 1999) karşıladığı ve yeterli olduğu görülmüştür. Elde edilen ölçümlerden hareketle Bekçi İmajı Ölçeği'nin yapı geçerliğinin sağlandığı söylenebilir. Ayrıca hesaplanan AVE değerlerinin 0.50 ve 0.66 arasında değişen değerler alması ve CR değerlerinin AVE değerlerinden büyük olması yakınsak geçerliğin kanıtı olarak değerlendirilebilir (Fornell & Larcker, 1981).

Bekçi İmajı Ölçeği'nden elde edilen ölçümlere ilişkin güvenilirlik analizleri kapsamında hesaplanan iç tutarlık katsayısı AFA uygulanan grup için .97, DFA uygulanan grup için .96 olarak bulunmuştur. Ölçümlerin güvenilirliği için güvenilirlik katsayısının .70 ve üzerinde olması beklenmektedir (Büyüköztürk, 2016). Bu sonuçlar Bekçi İmajı Ölçeği'nin güvenilir olduğunu göstermektedir. Madde analizinde ilk olarak madde toplam korelasyonları incelenmiş ve tüm değerlerin .30'dan yüksek olduğu görülmüştür. Literatürde madde toplam korelasyonu .30'un üzerinde olan ölçek maddelerinin bireyleri iyi düzeyde ayırt ettiği görüşü kabul görmektedir (Büyüköztürk, 2016). Testin toplam puanına göre %27'lik alt ve üst gruplar oluşturulmuş ve maddelerin ortalama puanları arasındaki farklar incelenmiştir. Analiz sonucunda gruplar arasında farkların tümünün anlamlı çıktığı görülmüştür. Sonuç olarak, maddelerin bireyleri ölçülen davranış bakımından iyi düzeyde ayırt ettiği ifade edilebilir.

Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular, Bekçi İmajı Ölçeği'nin toplumun bekçi imajını ölçmeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu kanıtlamaktadır. Bekçi İmajı Ölçeği 34 madde ve beş faktörden oluşan 5'li Likert tipi bir ölçektir. Ölçekte ters kodlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekte yer alan maddelerin puanları toplanarak toplam bekçi imajı puanı elde edilmekte ve alınan yüksek puanlar toplumun bekçilere ilişkin algısının olumlu olduğu anlamına gelmektedir. Mevcut çalışmayla literatüre orijinal ve özgün bir ölçme aracıyla katkıda bulunulduğu ve böylece literatürdeki boşluğun doldurulduğu düşünülmektedir. Ayrıca bekçi imajı ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara öncülük etmesinin bu çalışmanın güçlü yönlerinden biri olduğuna inanılmaktadır. Bu çalışmada çeşitli kurum ve kuruluşlarda görev yapan, farklı yaş gruplarında olan ve farklı meslek gruplarına mensup olan katılımcılardan diğer bir ifadeyle toplumun genelini özetleyen daha küçük bir kesimden verilerin toplanması çalışmanın güçlü yönleri arasında yer almaktadır. Çalışmanın sınırlılığı verilerin farklı özelliklere sahip gruplardaki katılımcılardan toplanmasına rağmen Karadeniz Bölgesi'nde yer alan bir ildeki örneklemeden elde edilmiş olmasıdır. Dolayısıyla bölgeler arasında kültürel farklılıklar olabileceği (Kulaksız, 2008; Kotluk & Kocakaya, 2015) ve toplumun algısının kültürden kültüre değişebileceği göz önünde bulundurularak ölçeğin Türkiye'nin diğer bölgelerinde kullanılması durumunda geçerlik ve güvenilirlik hesaplamalarının tekrarlanması önerilebilir.

5. Extended Abstract

The service that the night watchmen provide to society in the bazaars or neighborhoods where they work, how the verbal or non-verbal communication activities and behaviors they perform while performing their duties are perceived by a society determines the night watchman image. In this direction, it is considered necessary to develop a measurement tool to measure the night watchman image of society. In addition, the absence of a valid and reliable measurement tool for the night watchmen's images reveals this study's original value. Based on all of these, the current research aims to develop the Night Watchman Image Scale.

In this study, within the scope of EFA, 236 participants were reached. Participants were between the ages of 19-70 and the mean age was 29.39 (± 9.02). In addition, 121 (51.3%) of the participants were female and 115 (48.7%) were male. Within the scope of CFA, 428 participants were reached. Participants were between the ages of 18-71 and the mean age was 29.41 (± 9.72). In addition, 238 (55.6%) of the participants were female and 190 (44.4%) were male. In this study, EFA and CFA were performed to test the scale's construct validity. The reliability of the measurements obtained from the Night Watchman

Image Scale was calculated using the Cronbach Alpha internal consistency coefficient technique. Finally, an item analysis of the scale was performed.

The Night Watchman Image Scale, which was shaped according to expert opinion, was applied to the draft sample group. It is stated that the trial application is important for the performance of the scale (Karakoç & Dönmez, 2014). As a result of the EFA conducted within the scope of construct validity for the 44-item trial form after the application, a five-factor structure consisting of 35 items and explaining 65.37% of the total variance was reached. In the CFA, first, an item with a standardized regression coefficient below .50 (Kline, 2010), which was determined as a criterion, was removed. As a result of the repeated analysis, it was seen that the fit indexes of the structure consisting of 34 items and five factors ($\chi^2/df=2.88$, GFI=.82, AGFI=.80, CFI=.90, NFI=.86, IFI=.90, RMSEA=.066, RMR=.064, PNFI=.79 ve PGFI=.71) met the fit criteria (Hu & Bentler, 1999) and were sufficient. Based on the measurements obtained, it can be said that the construct validity of the Night Watchman Image Scale was ensured. The internal consistency coefficient calculated within the scope of the reliability analysis of the measurements obtained from the Night Watchman Image Scale was found to be .97 for the group in which EFA was applied and .96 for the group where CFA was applied. In the item analysis, item-total correlations were first examined, and all values were found to be higher than .30. In the literature, it is accepted that scale items with an item-total correlation above .30 distinguish individuals well (Büyüköztürk, 2016). According to the total test score, 27% lower and upper groups were formed and the differences between the average scores of the items were examined. As a result of the analysis, it was seen that all the differences between the groups were significant.

The research's findings demonstrate the validity and reliability of the Night Watchman Image Scale as a measurement tool. It is thought that the current study contributes to the literature with an original and unique measurement tool, thus filling the gap in the literature. In addition, it is believed that one of the strengths of this study is that it will lead to future studies on the night watchman image. The limitation of the study is that although the data were collected from participants in groups with different characteristics, they were obtained from a sample in a province in the Black Sea Region. Therefore, if the scale is used in other regions of Turkey, it may be recommended to repeat the validity and reliability calculations.

Keywords: Night Watchman, Night Watchman Image, Scale Development, Validity, Reliability.

Kaynakça

- Alver, K. (2010). Mahalle: mekân ve hayatın esrarlı birlikteliği. *İdealkent*, 1(2), 116-139.
- Ayre, C., & Scally, A. J. (2014). Critical values for Lawshe's content validity ratio: revisiting the original methods of calculation. *Measurement and evaluation in counseling and development*, 47(1), 79-86. <https://doi.org/10.1177/0748175613513808>
- Bayartan, M. (2005). Osmanlı şehrinde bir idari birim: Mahalle. *Coğrafya Dergisi*, 13, 93-107.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum* (22. baskı). Pegem Akademi.
- Can, A. (2019). *SPSS ile nicel veri analizi*. Pegem Akademi.
- Canakay, E. U. (2006). Müzik teorisi dersine ilişkin tutum ölçeği geliştirme. *Ulusal Müzik Eğitimi Sempozyumu*, (s. 297-310). Denizli/Türkiye.
- Canatar, M. (2013). 1009/1600 tarihli İstanbul Vakıfları Tahrir Defteri'ne göre Nefs-i İstanbul'da bulunan mahalleler ve özelliklerine dair gözlemler, Osmanlı İstanbulu. *I. Uluslararası Osmanlı İstanbulu Sempozyumu*, (s. 283-310). İstanbul/Türkiye.
- Çalışkan, A. (2021). Bekçilerin toplumsal rolleri: Savunulabilir mekân teorisinden hareketle medya temsilleri üzerine bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 20-36. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.835722>
- DeVellis, R. F. (2014). *Ölçek geliştirme kuram ve uygulamalar*. (T. Totan, Çev.) Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğan, C. (2019). Eski İstanbul'da mahalle bekçisi ve II. Meşrutiyet'te bekçi teşkilatının düzenlenmesi bağlamında mahalle bekçileri nizamnamesi (1908-1918). *Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 257-273. <https://doi.org/10.17822/omad.2019.123>
- Erman, R. B., Özcan, O., Yetkin, E., Börekçi, E. B., & Üzeltürk, S. Ş. (2020). *Çarşı ve Mahalle Bekçileri Kanun Teklifi Hakkında Tespit, Düşünce ve Eleştiriler*. Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Geçikli, F., & Avcı, Ö. (2018). Polis imajı: İmaj bileşenleri üzerine Erzurum ilinde bir uygulama. 6. *Uluslararası Bilim, Kültür ve Spor Kongresi*, (s. 136-152). Lviv/Ukrayna.
- Gökçe, A. F., & Kulu, S. (2019). Çarşı mahalle bekçilerinin asayişe olan etkileri Gaziantep ili ve Erzurum ili örneği. 17. *Uluslararası Kamu Yönetimi Forumu*, (s. 151-161). Karaman/Türkiye.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cut-off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- İlgin, S. (2022). *İmaj ne demek?* <https://istanbulbogazicienstitu.com/ijaj-ne-demek> adresinden alındı
- İrdem, İ., Öztürk, E., & Akıncıoğlu, N. U. (2019). *Güvenliğin kurumsal yönetiminde destekleyici polislik: Bekçilik örneği*. Polis Akademisi Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2012). *Günümüzde insan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş*. Evrim Yayınevi.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı nitel-nicel-karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karakoç, F. Y., & Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 40, 39-49. <https://doi.org/10.25282/ted.228738>
- Karakuş, H. (2011). Hemşirelerin iş tatmini düzeyleri: Sivas ili örneği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(6), 46-57.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling*. The Guilford Press.
- Kotluk, N., & Kocakaya, S. (2015). Türkiye için alternatif bir anlayış: Kültürel değerlere duyarlı eğitim. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 749-789.
- Kulaksız, Y. (2008). *Türkiye'de bölgesel gelişmişlik farkları, istihdam ve kurum hizmetlerinin çeşitlendirilmesi*. (Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Orçan, F. (2018). Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi: İlk hangisi kullanılmalı? *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(4), 413-421. <https://doi.org/10.21031/epod.394323>
- Resmî Gazete. (1966). *Çarşı ve Mahalle Bekçileri Kanunu*. Eylül 16, 2022 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/12355.pdf> adresinden alındı
- Rus, C. L., Ratiu, L., Vonas, G., & Baban, A. (2013). Police Organizational Image and Performance: the Citizens' View. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 78(2013), 531-535.
- Şeker, G. (2009). *Polisin kent güvenlik uygulaması ve yönetim modeli*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Taştekin, A. (2020). Kentli hakları bağlamında kentsel güvenlik hakkı. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(5), 47-65.
- Tekiner, M. A., Demirci, U., & Harputlu, M. (2021). Çarşı ve mahalle bekçilerinin sundukları güvenlik hizmetinin algılanan kalitesine iş doyumunun etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(38), 4928-4957. <https://doi.org/10.26466/opus.796313>
- Tutar, H., & Erdem, A. T. (2022). *Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS uygulamaları*. Seçkin Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu. (2022). *Bekçi*. Eylül 15, 2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu. (2023). *İletişim*. Nisan 3, 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Yeşilyurt, S., & Çapraz, C. (2018). Ölçek geliştirme çalışmalarında kullanılan kapsam geçerliği için bir yol haritası. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 251-264. <https://doi.org/10.17556/erziefd.297741>
- Yetkin, E., & Börekçi, E. Y. (2021). Çarşı ve mahalle bekçileri kanunu: Modern öncesinden kalan yöntemlerin "boşunluğu" ve günümüz teknolojisinin olanakları. *Suç ve Ceza*, 2, 369-392.

Yurdabakan, İ., & Çüm, S. (2017). Davranış bilimlerinde ölçek geliştirme (açıklayıcı faktör analize dayalı). *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 11(2), 108-126. <https://doi.org/10.21763/tjfmpe.317880>

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Recep Çolak)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Recep Çolak)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Gerçeküstü Kodlar Üzerinden Reha Erdem Sinemasına Bakmak

Elif GÜNTÜRKÜN* 
Alper D. ALTUNAY** 

ÖZ

Gerçeküstücü akım önce sanatta ve ardından sinemada, modernizmin boşa çıkan vaatlerinin etkisiyle gelişen bir akımdır. Gerçekliğin çizgisel ilerleme nosyonuna başkaldıran gerçeküstücü sanatçılar, gerçeğin sistem tarafından belirlenmiş tanımlarına değil, insanın varlık itibarıyla hiçbir denetim olmaksızın sahip olduğu duyguları ve düşünceleri ortaya çıkarmakla ilgilenmiştir. Gerçeküstücü sinema, Bunuel'in etkisiyle tüm dünyada sinemayı etkisi altına almıştır ve gerçeküstücülük akımının öne çıkan temsilcileri Andre Breton, Louis Aragon, Paul Eluard ve Pierre Unik olarak bilinir. Bugün hala pek çok yönetmenin filmlerinde gerçeküstücü akımın izlerini görmek mümkündür. Bu çalışmada gerçeküstücü akımın ortak kodları üzerinden Reha Erdem sineması ele alınmıştır. Bu çalışmanın Reha Erdem'in sinemasını gerçeküstücü olarak ele alma iddiası bulunmamaktadır. Çalışma, Reha Erdem filmlerinde gerçeküstü öğelerin saptanması ve bu öğelerin özgün bir anlatı içinde nasıl yapılandırıldığını incelemektedir. Reha Erdem'in yönettiği uzun metrajlı filmlerden yedi tanesi amaçlı örneklem olarak seçilmiş ve bu filmler üzerinden gerçeküstü sinemanın sıklıkla kullandığı öğelerin Reha Erdem sinemasında nasıl yer bulduğu sorusunun yanıtları aranmış, seçilen filmlerde gerçeküstü kodların okunması ve saptanması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gerçeküstücülük, Reha Erdem, Sinema, Avangard, Tekinsizlik

Looking at Reha Erdem Cinema through Surreal Codes

ABSTRACT

The surrealist movement is a movement that developed first in art and then in cinema, under the influence of the failed promises of modernism. Surrealist artists, who rebelled against the notion of linear progression of reality, were not interested in the system-determined definitions of reality, but in revealing the emotions and thoughts that human beings have without any control in existence. Surrealistic cinema has influenced the cinema all over the world with the influence of Buñuel. It is still possible to see the traces of the surrealist movement in the films of many directors today. In this study, Reha Erdem's cinema will be examined through the common codes of the surrealist movement. This study does not claim to treat Reha Erdem's cinema as surrealistic. The study includes identifying surreal elements in Reha Erdem films and examining how these elements are structured in an original narrative. In the study, seven of the feature films directed by Reha Erdem were selected as purposeful samples and the answers to the question of how the surreal cinema found a place in the Reha Erdem cinema through these films were sought, and it was aimed to read and determine the surreal codes in the selected films.

Keywords: Luis Bunuel, Surrealism, Reha Erdem, Cinema, Avangard, Uncanny

1. Giriş

Gerçeküstücülük, 1. Dünya Savaşı'nın ardından Modernizmin vaat ettiği nosyonları gerçekleştirilememesi sonucu oluşan toplumsal ve ekonomik bunalımın etkisiyle Dadacı akımın küllerinden doğan ve çeşitli referansları Dada akımından alan bir akım olarak ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Dada akımı ile benzer referanslara işaret etse de gerçeküstücü akım bilinçdışı duygu ve düşünceleri de üretime dahil ederek sadece biçimsel estetik düzeyinde değil, içerik olarak da var olan verili gerçeklik sunumuna başkaldırı niteliği taşır.

Akım, esas gerçekliğe ulaşmak için kültürün inşa ettiği tüm düşünsel kısıtlamalardan özgürleşmek gerekliliğini savunmuş ve bu anlamda Freud'un ve Jung'un psikanaliz yaklaşımlarıyla beslenmiştir. Sinemada gerçeküstücü filmlerin genel özelliklerine bakıldığında söz konusu kısıtlamaların çeşitli imgeler ve sinemanın teknik olanaklarıyla aşımaya çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda parçalılık, epizodik anlatım, bilinçdışına seslenen görsel öğelerin kullanımı, sinema sanatında gerçeküstücü akımın etkisinin

* Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, elifgunturkun@anadolu.edu.tr

** Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, aaltunay@anadolu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 23.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 02.04.2023

Citation/Atf: Güntürkün, E., Altunay, A. D. (2023). Gerçeküstü kodlar üzerinden reha erdem sinemasına bakmak. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 170-183. <https://doi.org/10.52642/susbed.1223510>



görüldüğü filmlerin klasik estetik ölçütleri olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla bu kullanımlar izleyiciyi edilgen kılan yaklaşımlara meydan okunduğunu da göstermektedir.

Gerçeküstücü sinemanın en önemli filmlerinden biri olan *Un Chien Andalou (Bir Endülüis Köpeği, 1929)*, bu bağlamda sonraki dönemde belli bir verili gerçekliği aşma potansiyelinin hem anlatı hem de görsel kullanımların olanaklarıyla nasıl gerçekleştirebileceği konusunda önemli bir referans olma özelliği yansıtmakta ve hem bağlı olduğu dönemin toplumsal atmosferinin yansımalarını hem de gerçeküstücü akımın belli kodlarını kullanma açısından önem taşımaktadır.

2. Gerçeküstücülük Akımının Ortaya Çıkışı

1. Dünya Savaşı ve modernizmin ideolojik-estetik tasarımını yadsıyan pek çok sanat akımı 1920'lerde Avangard sanat anlayışı içinde gelişmiş ve modernist sanat üslupları başta olmak üzere toplumsal ve ideolojik pek çok kurumsal yapıya tepki olarak ortaya çıkmıştır. Önce edebiyatta ve resimde yeşeren gerçeküstücülük, sanatın çeşitli dallarında kendisini göstermiş ve dönemin toplumsal koşulları ile ilişkili olarak gerçekliğin ne şekilde ele alındığı, alınması gerektiği ile ilgili düşüncelerin etkisinde gelişmiştir. 1. Dünya Savaşı'nın yarattığı yıkım sonucunda Batı kültürünün kutsadığı değerlere olan güvenin sarsılması, Sürrealistlerin kültürün dışına yönelmelerine neden olmuştur (Richardson, 2006, s. 16).

Dadanın küllerinden doğan "Gerçeküstücülük" terimini ilk kullanan Fransız şair Guillaume Apollinaire olsa da gerçeküstücülük akımına resmîyet kazandıran, 1924'te "Birinci Gerçeküstücü Manifesto"yu yayınlayan Andre Breton'dur (Antmen, 2014, s. 135). Tıpkı Dada ve diğer avangard üsluplar gibi gerçeküstücülük de başta sanat kurumunun kendisi olmak üzere verili ve sabit tüm kurallara ve normlara karşı çıkmıştır. Dönemin tarihsel ve toplumsal şartlarından yola çıkıldığında modernizmin vaat ettiği pek çok nosyonun gerçekleşmemesi ve dahası savaş sonrası ekonomik buhranın tüm Avrupa'da yarattığı baskı, akımın ortaya çıkmasında genel olarak karamsar bir siyasi ve toplumsal atmosferin etkili olduğunu göstermektedir.

Türkçeye gerçeküstü olarak çevrilen *surréal* terimi, başta Breton olmak üzere gerçeküstü akımının temsilcileri tarafından gerçekliğin üstü, gerçekliğin ötesinden ziyade esas gerçeklik olarak anlaşılmıştır (Alkan, 1984'ten akt. Barta, 2019, s. 48). Burada esas gerçeklikten kasıt, modernizmin sunduğu verili gerçeklik tanımlarının gerçeğin kendisi değil, inşa edilmiş bir dünya tasarımı olmasıdır. Dolayısıyla esas gerçekliğin ancak sunulanın ötesindeki araştırılması sonucu ortaya çıkarılabileceğine olan inançtır.

Modernizmin temel mantığı, referanslarını Kartezyen düalizminden alan ilerlemeci ve sınırları belli, kapalı bir dünya tahayyülüne işaret etmektedir. Gerçeküstücü akım ise, modernizmin gerçekleştirmediği vaatlerini, onun mantığını önceleyen kurallarını yadsıyarak eleştirmiştir. Bunun için öncelikle referansını doğrudan mantıktan alan tüm düşünsel yaklaşımları dışarda tutarak, bastırılan arzu ve düşüncelere öncelik vermiştir. Bu bağlamda gerçeküstücülük akımının Freud'un ve Jung'un teorileriyle ilişkisi önem taşımaktadır. Bununla birlikte gerçeküstücülük akımındaki temsilcilerin gerçekliğe yaklaşımlarındaki ve siyasi görüşlerindeki farklılıklar, akımın temsilcileri arasından gerçekleşen çeşitli kopuşları getirmiş ve 1929'da Breton tarafından "Gerçeküstücülük İkinci Bildirisi" yayımlanmıştır. Bu dönemde gerçeküstücülük akımının öne çıkan temsilcileri Andre Breton, Louis Aragon, Paul Eluard ve Pierre Unik'tir (Duplessis, 1991, s. 18).

Gerçeküstücü akım, Aydınlanma düşüncesinin temelini oluşturan nesnel dünya ve gerçeklik arasındaki katı ilişkiyi, bu ilişkinin toplumsal hayatın her katmanına uzanan düşünsel uzantılarının eleştirisi niteliğindedir. Akımla birlikte sanatta akla olan inancın, mantığa olan gereksinimin yerini düşler, çılgınlıklar, fantastik olgular almıştır (Akdoğan, 2019, s. 85). Akımı, bilinçdışı araştırmalarına yönelten veya yaklaştıran temel nokta da burasıdır.

3. Gerçeküstücülük Akımının Kuramsal Dayanakları

Gerçeküstücü akımın temsilcileri dönemin kapitalist ve tek tipleştirici düzeninin, savaş sonrası bunalımının ve modernizmin doğrusal ilerlemeyi temel alan mantığının getirdiği sorunların etkisiyle şekillenmiştir. Dolayısıyla Marksist felsefeden, Freud'un insan doğasını baskılayan bir unsur olarak ele aldığı kültüre ilişkin yaklaşımlarından ve Jung'un kolektif bilinçaltı kuramından yola çıkarak, akımın estetik anlayışını şekillendiren bir kuramsal çerçeveyi temel almışlardır.

Gerçeküstücülük veya Sürrealizm, “*kişinin düşüncesinin gerçek işleyişini sözel, yazılı ya da başka herhangi bir şekilde ifade etmeyi seçtiği katıksız ruhsal otomatizm (felsefe, özdevinim); estetik veya ablaki kaygılardan arınmış olarak, mantık tarafından uygulanan hiçbir kontrolün geçerli olmadığı, düşüncesinin kendini ortaya koyduğu bir düzlem*” olarak tanımlanmaktadır (Breton, 2009, s. 31). Bu doğrultuda gerçeküstü akımın psikanalizle ilişkisi de kültürün inşa ettiği tüm düşünce biçimlerinden ve ön kabullerden uzaklaşarak, esas gerçekliğe ulaşma çabasıyla ilgilidir. Kültürü doğanın karşısında konumlandırın Aydınlanma düşüncesi, insanın tüm ilkel arzu ve düşüncelerinin, bir başka ifadeyle insan doğasının bastırılması ve dizginlenmesi üzerinden kurumsallaşan bir yaklaşımdır. Bu doğrultuda Freud’un ilkel benlik olarak adlandırdığı İd’i baskılayan bir unsur olarak kültürü işaret etmesi, gerçeküstücülük akımı için önemli bir düşünsel temel oluşturmaktadır (Heath & Potter, 2012, s. 47). Zira id, ego ve süper ego arasındaki gerilim, Freud’a göre kültürün inşasından itibaren vardır ve kültür tarihi aynı zamanda baskılanışımızın da tarihidir. Dolayısıyla baskılanan, özellikle de haz odaklı tüm unsurlar Freud’a göre bilinçaltında yatar (Marcuse, 1998, s. 34). Dolayısıyla Freud’un teorisinde önemli bir yerde duran bilinçaltı ve rüyalar, gerçeküstücü akım perspektifinden söz konusu baskılanışın irdelenmesi, gerçekliğin izinin sürülmesi anlamına gelir. Bu sebeple psikanaliz bu akımın kuramsal altyapısında önemli bir noktada durmaktadır. Bu doğrultuda 1920’lerden itibaren Breton ve diğer gerçeküstücü akımı temsilcileri hipnozu ve bilinci devre dışı bırakarak serbest çağrışıma dayalı yazma yöntemini deneysel olarak bastırılmış gerçeğe ulaşma konusunda kullanmışlardır (Vangölü, 2016, s. 875).

İnsanlığın gerçekliği arayışında yönelmesi gereken bir diğer nokta olarak gerçeküstücüler mit, masal ve efsaneleri görmüşlerdir (Barta, 2019, s. 66). Bunun nedeni, Jung’un kolektif bilinçdışında yatan ve kültürü inşa ederken insanlığın geride bırakmak için bastırıldığı, ancak bilinçdışında varlığını sürdüren ortak bir kültürün var olduğu düşüncesidir (Jung, 1998, s. 56). Mitler, efsaneler ve diğer kadim metinler bu bağlamda insanlığın unutulmuş fakat bir zamanlar varlık göstermiş kültürel özellikleri taşımakta ve bu metinlerden kolektif bilinçdışına yönelik analizler yürütülebilmektedir. Bilinçdışındaki bu bilgilerin deşifre edilmesi, gerçeküstücü akım açısından kültürün üzerini örttüğü ve unutturduğu, geride bırakmaya zorladığı esas gerçekliği, insanın esas doğasını anlamakla ilişkilidir.

Sanatsal ifade aracı olarak kullandıkları nesnelere dönüşüme uğramış, resmin fiziksel yapısı bütünüyle tartışılır olmuştur. “*Duchamp resmin fizik yönlerinden uzaklaşmak ve resmi bir kez daha öznel-düşünsel düzene yerleştirmek istemiştir. Kısaca şunu belirtmiştir ‘beni ilgilendiren yalnızca görseller değil, düşüncelerdir. Sanatçı göze hitap eden sanatı belli belirsiz kınamaktadır’*” (Passeron, 1990, s. 29). Bir sanat aracı olarak film bu güçlü akımın içinde bir ifade aracı olarak kendine yer bulmuş, sanatçılar filmin kendine özgü anlatım yöntemlerini gerçeküstücülük içinde yeniden değerlendirmişlerdir.

4. Gerçeküstücülük ve Sinema

Avangard sinemanın etkili olduğu yıllara bakıldığında modernizm etkisi altında ortaya çıkan Dadacılık, Kübizm, Fütürizm gibi çeşitli akımların etkilerinin sinemada da kendisini gösterdiğini ancak bu akımların her birinin tek başına çok uzun bir döneme damga vuracak şekilde yerleşik hale gelmediği görülmektedir. Bunun yanısıra gerçeküstücülük akımının oluşumunda etkili olan Dadacı akımın izlerinden ve sonrasında aynı düşünsel temelleri paylaşan gerçeküstücü akıma dair örneklerden söz etmek mümkündür.

Özellikle de sanata karşı muhalif bir tavır takınan ve biçimsel estetiğin kasıtlı bozulmasını önceleyen bir yaklaşımı taşıyan Dadacılar sonra gerçeküstücü akım bu tavrı sadece biçimsel değil, içerik düzeyinde de ön planda tutmuştur ve ilk örneği olarak *Un Chien Andalou (Bir Endülüslü Köpeği, 1929)* gösterilmiştir (Demirci, 2012, s. 5). İlk Gerçeküstücü film örneği olarak ise *La Coquille et le Clergyman (Deniz Kabuğu ve Rahip - 1928)* filmi gösterilmektedir.

Estetik ölçütler açısından bakıldığında, sinemada gerçeküstücülük ve diğer akımların nasıl yansıdığı, gerçekliği ne şekilde ele aldıklarıyla ilgili olarak farklılık göstermektedir. Gerçeküstücü sinema, etkisinde kaldığı ideolojik ve toplumsal gerçekliği yansıtan mekan ve zaman parçalanmaları, tekinsiz mekanlar, bütünlükten ve doğrusallıktan uzak bir anlatı, tıpkı bilinçaltını yansıtan rüyalara benzer bir atmosfer tasarımına sahiptir (Doğan, 2018, s. 21). “*Birbirinden bağımsız nesnelere, kurgunun olanaklarıyla bütünleşerek akli olandan uzak bir irrasyonel fragmana dönüştükleri böylesi bir anlatım, şiirsel olanı soyut bir görsellikte yeniden üretmekle kalmaz, aynı zamanda söz ve görüntü arasındaki rastlantısal ilişkiyi de kendi sınırlarında sistematize eder*” (Demirci, 2012, s. 6). Bu estetik tercihler, kapitalist ekonomik modelin yüklerini ve Aydınlanma düşüncesinin

toplumsal hayatta yarattığı bunalımı yansıtmaktadır. Özellikle savaş sonrası bunalımın izleri erken dönem gerçeküstücü sinemada derinden hissedilmektedir. Benzer şekilde Alman Dışavurumcu Sineması da savaş sonrası dönemin ekonomik ve toplumsal bunalımını parçalı ve kapalı bir anlatım, karanlık ve tekinsiz bir atmosfer, rüyayı hatırlatan sahneler ve görsel kullanımlarla yansıtmıştır.

İçerik bağlamında gerçeküstü sinemada karşılaşılan temel noktalardan biri de din ve sanat gibi kurumsal yapılara mesafeli yaklaşımıdır. 1972 tarihli *Le Charme Discret de la Bourgeoisie (Burjuvazinin Gizemli Çekiciliği)* filminde söz konusu eleştiri burjuva aileyi ve dini merkeze alarak yapılmıştır (İsmayilov, 2011, s. 135).

Gerçeküstücü sinema denildiğinde akla gelen ilk isim Luis Buñuel'dir ve resim sanatında gerçeküstücülüğün en önemli isimlerinden Salvador Dali ile birlikte kaleme aldıkları *Un Chien Andalou (Bir Endülüis Köpeği)*, 1929) filmi, pek çok açıdan akımın en çok öne çıkan filmi olmuştur.

Bunuel sineması, sürrealizmin sinema sanatındaki izlerin belirgin olarak görüldüğü ve sürreal sinemayla özdeşleşen en önemli isimdir. Filmlerinde, sinema sanatının klasik kalıplarını yıkarak hem anlatı hem de teknik kodları dönüştüren bir film dili oluşturan yönetmenin Dali ile ortaklığı da rüyalarını yansıttıkları eserlerinde bir araya gelmiştir. Rüyalardan yola çıkan sanatçının sineması da tıpkı rüyalar gibi kopuk ve bir neden-sonuç ilişkisi taşımayan parçalardan oluşmakta, izleyiciyi anlamın ve gerçekliğin tarifi konusunda zorlamakta ve şaşırtmaktadır. Bunuel sinemasında görülen gerçeküstücü akımın özellikleri, sonradan ve günümüzde hala eserler vermekte olan yönetmenlere ilham vermekte ve sineması bu yönetmenleri klasik ana akım sinema dilinden ayıran özelliklerin bir örneği olarak görülmektedir.

Luis Bunuel, gerçeküstücü akımın en ünlü filminin yazarı ve yönetmeni olmasının yanı sıra kendi filmografisi içinde de gerçeküstücülük bağlamında ele alınabilecek bazı tekrar eden temalara sahiptir. Bu nedenle *Un Chien Andalou (Bir Endülüis Köpeği)*, 1929) filminin yapım koşulları ve anlatı yapısına kısaca bakmak, akımın sinemaya olan yansımaları kavramak adına önem taşır. Filmde Bunuel ve Dali, Bunuel'in gördüğü bir rüyadan yola çıkmıştır. Bu rüyayı filme aktarırken gerçeküstücülerin otomatik yazım tekniğine benzer bir yöntemle, nedenini araştırmadan akla yatkınlığını göz önünde bulundurmadan tüm fikirlere açık olabilmek üzere yola çıkmışlardır ve ardından Sürrealist grubuna katılmaları için davet edilmişlerdir (Hammond, 2004'ten akt. Çüçük, 2018, s. 9).

Filmin anlatı yapısı klasik anlatının aksine seyirciyi neden-sonuç ilişkisinde belli bir beklentiye hazırlamamaktadır. Bu açıdan filmin gerçeküstücü unsurların temel mantığına uygun olarak modernist biçime başkaldırı niteliğinde bir anlatıya sahip olduğu görülmektedir. Richardson, Adorno'nun 'kültür endüstrisi' kavramını hatırlatarak, kültüre direniş açısından gerçeküstücülerin benimsediği yaklaşımın Aydınlanma eleştirisiyle arasındaki farka dikkat çeker. Bu bağlamda Adorno direnişi bireysel ve bilinçli olarak tariflerken gerçeküstücülere göre aksine direniş kolektif ve bilinçsiz olmasının daha önemli olduğunu açıklayarak gerçeküstücülerin bilinçdışına atfettiği önemin altını çizer (Richardson, 2006, s. 17).

Bilinçdışı duygular ve gerçeküstü öğelerin kullanıldığı film epizodik bir anlatıya sahiptir ve her epizod kendi içinde bir bütünlük taşımaktadır. Bunuel, izleyiciyi son derece rahatsız eden bir teknik kullanarak ayın bulutla kesilmesini ve usturanın gözü kestiği sahneyi paralel kurgu ile vererek gerilimi artırır. Yakın çekimle izlediğimiz kesilen göz gerçekte bir buzağının gözüdür ve yönetmen izleyiciye ancak bir rüyanın içinde tanık olunabilecek bir sahneyi sinemanın teknik olanaklarından yararlanarak gerçekçi bir etkiyle aktarır (Yeşilyurt, 1999, s. 35). Film, rüya çağrışımları taşıyan ve çılgınlık, şaşırtıcılık, mizah, tekinsizlik gibi çeşitli gerçeküstü öğelerin kullanılmasıyla, başlangıçta gerçeküstücü bir film olarak tasarlanmamış olmasına rağmen gerçeküstücü sinemanın en ünlü örneklerinden biri haline gelmiştir.

Bu filmin sinema tarihi açısından önemi, sinemanın teknik olanaklarıyla, sınırlı bir gerçekliği aşma konusundaki potansiyelidir. Bu bağlamda günümüzde çağdaş yönetmenlerin filmlerinde görülen çeşitli gerçeküstü öğelerin kullanımını konusunda bir ilham kaynağı olmuştur.

5. Gerçeküstücü Sinemanın Ortak Kodları

Gerçeküstücü akımın sinema sanatındaki görünümünde belli motifler ve kodların ortaklığından söz edilebilmektedir. Onur Ünlü sinemasını gerçeküstücü akımın özellikleri üzerinden inceleyen bir çalışmada (Aytekin, 2014), izlek olarak söz konusu ortak yapıların aktarıldığı Peter Harcourt'un Altı Avrupalı Yönetmen kitabı (Harcourt, 2008) esas alınmıştır. Gerçeküstücü filmlerdeki ortak yapılar düş, şiddet ve ölüm, kara mizah, dini söylemler, sistem eleştirisi ve devamlılığı kasıtlı olarak bozmaya yönelik kullanımlar

olarak sınıflanmıştır. Gerçeküstücü akımın kuramsal dayanaklarında değinildiği üzere, bu akımda eser veren sanatçılar bilinçdışına yani kültürün kasıtlı olarak baskıladığı ve Aydınlanma'nın kurumsal mantığının üzerine inşa edilen ideolojik yaklaşıma meydan okumaktadır. Savaş, gerçeküstücü akımın bu çıkış noktasını şu şekilde ifade etmiştir;

"Bilinçdışının varlığı ve önemi, gerçek ile imgesel olanın, nesnel ile usdışının, yaşam ile düşün uyumu 20. yüzyıla gelindiğinde bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Bu kanıttan aldıkları güvenle birlikte, toplumsal denetime bilinçdışının diliyle direnen, kurallar ve zorlamalar şebekesine indirgenmiş olan toplumu reddederek radikal başkaldırıcı başlatan sanat ve sanatçılar olmuştur denilebilir. Bu yönüyle bakıldığında, gerçeküstücülüğü kendinden önceki kuşaktan ayıran şeyin, sanatı, kendisine özgürlüğün bilimsel nedenlerini dayanak ve çıkış noktası olarak, yöntemli bir araştırmaya dönüştürmesi olduğu söylenebilir" (2001, s. 111).

Bilinçdışındaki korkulara ve bastırılmış imgelere yer verilmesinin temel nedeni de gerçeküstücü sinemanın derinde yatan gerçeklikle karşılaşma çabasıdır. Tıpkı Bir Endülüs Köpeği'nde olduğu gibi gerçeküstücü sinema seyirciyi günlük hayatın akışında karşılaşamayacağı görüntülerle buluşturmaktadır (Balci, 2020, s. 97).

Dolayısıyla gerçeküstücü sinemada düşlerin, gerçekle hayal arasındaki sınırların belirsizliğinin, zaman ve mekan konusundaki muğlaklığın temelinde dünyanın verili gerçekliğini kırmak, görünenin ya da "gerçeklik" olarak sunulanın ötesindeki bakabilme potansiyelini yakalayabilmek meselesi bulunmaktadır. Bu yönüyle gerçeküstücü sinema ideolojik olarak gerçekliğin belirli bir tanımının yapılmasına ve sunulmasına sanat eserleri yani filmler aracılığıyla meydan okumaktadır.

Gerçeküstü, zaman zaman fantastik anlatı ile karıştırılmaktadır, ikisi arasında net bir sınırın çizilmesi kolay görülmemektedir. Richardson bu iki anlatı arasındaki yakınlığın altını çizerken aralarındaki farkın ise fantastiğin, gerçekçiliğin geleneklerini kabul ederken bir yandan da onu sorgulamasından geldiğini belirtmektedir. Fantastiğin aksine, gerçeküstünün, realist gerçekle benzerlik kurmayı redderken gerçek ile hayal arasındaki çelişkinin üzerine gider (Richardson, 2006, s. 20).

Kutlar'a göre de gerçeküstücü sinemanın ortak bazı özellikleri, sinema sanatının alışıldık kurallarını yıkmak ve bilinçaltında yatan korku ve cinsellik içeren öğelere yer vermektir (Kutlar, 2010, s. 130). Özellikle Bunuel sinemasıyla özdeşleşen gerçeküstücü sinema, çağdaş yönetmenlerce de çeşitli öğeleri ödünç alınarak kullanılmış ve ister gerçeküstücü yönetmen olarak anılsın ister deneysel sinema yaptığı iddiasıyla düşünölsün, ana akımın belli kodlarını reddeden yönetmenlerin gerçeküstücü akımın bazı öğelerini kullandığı söylenebilmektedir. Örneğin, Onur Ünlü sineması gerçeküstücü akımın çeşitli unsurlarının görülebildiği bir evrendir. Keza Reha Erdem sinemasında da gerçeküstücü akımın izlerine rastlamak mümkündür. Burada temel mesele, yönetmenin görünenin, dayatılanın ötesindeki anlamı aralama çabasında gerçeküstücü kodlardan faydalanmasıdır. Söz konusu tavrın sinema anlayışı hangi ifadeyle karşılık bulursa bulsun yönetmenin ana akımın karşısındaki tavrını yansıtmaktadır. Bu tavrın ideolojik bir mesafe, duruş olarak anlamlandırılmaktadır.

Kamera göstergeler üzerinden bir dünya tahayyülü sunar. *"Açıkçası, sinemanın göstergeler ürettiğini kabul edersek, hiçbir müdahalenin olmaması tamamen bir şarttır. Gösterge her zaman bir üründür. Kameranın gerçekte yakaladığı şey egemen ideolojinin 'doğal' dünyasıdır"* (Johnston, 2008, s. 289). Dolayısıyla ana akım sinemanın olanı olduğu şekliyle aktardığı anlatı yapısı, günlük hayatın doğal akışında alışık olduğumuz bir mantığa, neden-sonuç ilişkisi içinde, zamanın kesintisiz akışına dayalıdır. Bu mantık, gerçekliğin sistem tarafından belirlenmiş bir formunu sunmaktadır. Ana akımın mantığına uygun olarak bu anlatı tercihi, sistemin sorunlarını, sistemin içindeki ideolojiyi görünmez kılmaktadır.

Gerçeküstücü sinemanın ortak kodlarından olduğu varsayılan kara mizah da tıpkı düş ve şiddet, anlamlı görüntünün bozulması gibi sistem eleştirisine hizmet eden kullanımlar olarak gündeme gelmektedir. Burjuvazi başta olmak üzere kutsallaştırılan her türlü değer ve kurumlar gerçeküstücülük akımı tarafından alaşağı edilmesi gereken yapılar olarak görülmekte (Breton, 2009, s. 68) ve kara mizah bu yabancılaşmayı ve mesafeyi sağlayan eleştirel bir güç olarak kullanılmaktadır. Bu doğrultuda gerçeküstücülerin kuramsal dayanaklarıyla örtüşecek şekilde sistem eleştirisini gerçekleştirebilecek ve derindeki gerçekliğe giden anlam dünyasını zenginleştirebilen bir araç olarak kullanılmaktadır.

Gerçeküstücü sinemanın bir diğer ortak kodu da dini kullanımlar, gotik tasarımlar, şiddet, ölüm ve tekinsizlik duygusuyla yüzleştiren tüm yapılar ve bedenlerdir. Gerçeküstücü sinema evreninde tekinsiz

atmosferlere sıklıkla rastlanmaktadır. Gerçeküstücü akımın temel referanslarından yola çıkıldığında ilk etapta seyirciyi rahatsız etmek, gerçekliğin bildindik yüzünden koparmakla ilişkili bir tercih olduğunu tahmin etmek zor değildir.

“Gerçeküstücü sanatçılar rastlantıyı üretmemekle birlikte gerçekleşme olasılığı oldukça düşük olaylarla ilgilenirler. Toplumun belli rasyonel araçlarla işleyen düzeni, gerçeküstücülere göre bireyin özgürlüklerini ve kendini gerçekleştirmesini engellemektedir. Gündelik hayat içindeki öngörülemeslik onlara göre özgürleştirici bir nitelik taşımaktadır. Bahsi geçen ender fenomenler onların ilgi odağındadır ve kent insanına zengin bir deneyim alanı sunan barikulade’yi keşfetmeye çalışırlar” (Bürger, 2003’ten akt. İsmayilov, 2011). Zira bedenin tekinsiz formları ve korku evreni, doğa üstü yaratıklar vb. kullanımlar kültürün modern anlamda bastırıldığı bir ilkel bilinçle ilgilidir. Bastırılan bu imgelerin sinemadaki kullanımları gerçeküstücü anlamda sisteme muhalefet etme stratejilerinden biri olarak sinema sanatına yansımaktadır.

6. Reha Erdem Sinemasın Gerçeküstü Kodlar

Sinemada kendi dilini oluşturmayı başarmış bir yönetmen olan Reha Erdem, gerçeküstücü sinemanın öğelerinin görülebileceği yapıtlar ortaya koymuştur. 2022 yılına kadar on farklı uzun metrajlı filme imza atan Reha Erdem, Türk Sinemasında auteur kuramı içinde görülebilecek sayılı yönetmenlerden biri olarak kabul edilir. Genel anlamda Reha Erdem filmlerinin birçok özelliği ile kendine özgü bir anlatısı olduğunu ileri sürmek mümkündür. Bu bağlamda, araştırmanın yapısına uygun olarak A Ay (1988), Kaç Para Kaç (1999), Beş Vakit (2006), Hayat Var (2008), Kosmos (2009), Şarkı Söyleyen Kadınlar (2013) ve Koca Dünya (2016) filmleri amaçlı örneklem olarak seçilmiş ve incelenmiştir.

6.1. A Ay

Yönetmenin ilk filmi olan A Ay, 1989 yapımıdır. Siyah beyaz olan filmin biçimsel olarak ışık gölge kullanımı dikkat çekmektedir. Alman dışavurumcuları sert gölgeler ve geçişler kullanımına benzer şekilde, Erdem de mekan olarak kullanılan binayı filmin başrol oyuncusu kadar önemli bir yere taşımıştır. Özellikle dış mekanlarda fazlaca pozlanmış olan film, mekanla olan gerçeklik bağını koparmaya çalışmaktadır. Karakterler arasındaki iletişimi sekteye uğratan açı-karşı açı uygulamasındaki bozulmalar, Bunuel filmlerinde görmeye alışık olunan çok yakın yüz çekimleri ve eğretilmeler; öykünün gerçeklikle olan bağlarının kopmasına yol açmaktadır. Karakterlerin birbirleriyle ve öykü ile olan ilişkileri fantastik bir biçimde ilerlemektedir.

Filmde yer alan şiirsellik, gerçeklikle bağlarını koparmış, düşsel bir atmosfer içinde geçen zamansız ve mekansız bir öykü ortaya çıkmıştır. İlk filmde metaforik bir anlatım ögesi olarak kullanılan ada, daha sonra görüleceği üzere Reha Erdem filmlerinin karakteristiğini oluşturacak gerçeküstü bir oyun alanına dönüşecektir.

Diğer yandan Erdem’in ilk filmi ile başlayan hayvanların metaforik kullanım biçimi daha sonra diğer filmlerinde de sıklıkla rastlanılacaktır. A Ay filminde kullanılan yavru martı buna örnek verilebilir. Apartmanın içindeki yavru martı ile filmin ana karakteri olan Yekta arasındaki ilişki ikonografik olduğu kadar gerçeküstüdür.

Reha Erdem’in sinematografisinde önemli bir yer tutan karakterlerin genel özellikleri de, yine ilk filmde itibaren benzerlikler taşımaktadır. Yekta’nın ziyaret ettiği gerçeküstü karakter Cosmos ve Cosmos’un Yekta’ya “rüyanda gördüğün kuş rüyanda gördüğün kuştur, bu kuşlara benzemez” diyalogu; gerçeküstü karakterlerin filmin yapısını nasıl yönlendirdiğine ilişkin önemli veriler sağlamaktadır.

Daha sonra Reha Erdem’in ayrı bir film ile taçlandıracağı Cosmos, filmin diğer karakterlerinden çok daha farklı yerde durmaktadır. Yekta ve Halaları genel anlamda zor anlaşılabilir ve anlamak için emek sarfedilmesi gereken karakterlerdir. Bir başka deyişle, film boyunca ana çatışmalardan biri de bu karakterleri anlamaya çalışmak olarak tanımlanabilir. Fakat Cosmos ise, diğer karakterlerin yanı sıra başlı başına fantastik bir karakterdir. Reha Erdem’in zamansız ve mekansız anlatı yapısı içinde kendi sinematografisini kurmasına yardımcı olan en önemli enstrümanlar da Erdem’in geliştirdiği bu fantastik karakterlerin filme kattığı şiirsellik olarak tanımlanabilir.

6.2. Kaç Para Kaç

Reha Erdem'in 1999 yapımı ikinci filmi olarak öne çıkar. Film kendine ve çevresine karşı oldukça kuralcı ve çevresi ile olan ilişkisini kendine özgü ahlâk kodları ile yapılandıran Selim'in tesadüfen bankadan çalınmış çok yüksek miktarda parayı sahiplenmesi ve bu süreçte yaşadığı dönüşümü anlatmaktadır. Selim, gerek iş yerinde, gerekse aile yaşamında ilişkilerinde herkesle mesafeli, sessiz, insanları kolay yargılayan bir karakterken, eline geçen çalıntı parayla birlikte değişmeye ve dönüşmeye başlar; ancak bu değişim sürecinde bile oldukça tedirgin ve ürkektir. Tekdüze ve sakin geçen hayatı bir anda tekinsiz bir hal alır ve çevresi kısa bir süre içinde bu değişimi farkeder. Yönetmenin ahlâki bir sorgulamayı merkeze aldığı filmde karakter olarak Selim'in içine düştüğü güvensiz ve tekinsiz ortam izleyiciye de ciddi bir gerginlik olarak geçer. Oysa çevresindeki bir çok karakter için olağan olan bu durumlar Selim için oldukça sorunlu ve iç çatışmalara dönüşecek boyuttadır. Öyle ki eşi ve çocuğunu trene bindirdiğini düşündüğü bir ânın hemen sonrasında, yıllardır ona yakınlık gösteren ama Selim'in hiçbir zaman karşılık vermediği komşusu olan Nihal ile eşini aldatmaya yeltenir; ancak treni kaçıırıp eve dönen eşine yakalandığı an balkondan aşağı atlar ve intihar eder. Bu sahne ile film sonlanır.

Film ilk bakışta Reha Erdem'in gerçekçi filmlerinden biri olarak görülebilir. Hatta film içinde görülebilecek bir çok gönderme, toplumsal gerçekçi kodları da kapsamaktadır. Hayat pahallılığı, toplumsal yapının para ile nasıl çözüldüğü, ilişkilerde yaşanan yozlaşma gibi içerikler, filmin gerçekçi yapısını destekler.

Diğer yandan, Selim karakteri her ne kadar bilindik ve alışıldık Reha Erdem karakterlerinden ayrı dursa da öykü içinde duruşu, beklenen durumlarda beklenilmeyeni, beklenmedik durumlarda ise bekleneni yapma eğilimi gibi şaşırtıcı davranış biçimleri sergilemektedir. Özellikle kendi içinde yaşadığı ahlâk çatışması ve bu çatışmanın çevresi ile olan ilişkisine olan yansımaları, hem karakteri hem de öyküyü tekinsiz bir duruma dönüştürür.

Tekinsizlik bilinçaltında bastırılmış duygunun geri dönmesiyle yüzeye çıkar. Yüzeye çıkan korku ve kaygılar tekinsizlik olarak kabul edilir. Selim karakterinin film boyunca yaşadığını da tam olarak aynı bakışla çözümlenmek mümkündür. Selim, bankayı soyan kişinin parayı unuttuğu taksiye binip sahiplenene kadar, bastırıldığı ahlâki değerlerin çatışması içinde yaşar. Parayı eline geçirdiğinde ise kendisiyle ve savunduğu ahlâki değerler ile yüzleşir. Bu nedenle, filmin final sahnesi Freud'un tekinsizlik kavramını düşündürür. Komşusu Nihal ile yakınlığı sırada ailesinin içeri girmesi ile birlikte Selim bu yüzleşmeyi kaldıramaz. Tek bir kelime etmez, kendini savunmaz, konuşmaz. Ani ve hızlı bir hareketle kendini balkondan aşağıya bırakır.

6.3. Beş Vakit

Beş Vakit, yönetmenin 2006 yapımı olan dördüncü uzun metrajlı filmidir. Film, Reha Erdem anlatısında önemli bir yer tutan sınırlı bir mikro kozmos içinde geçen öykü ve yan olay örgüleri şeklinde gelişir. Filmdeki karakterler ve arketipler bu sınırlı mekan karakteristiği içinde yapılanmıştır. Bu nedenle film öyküsü kadar karakterleri üzerinden okunabilecek bir metne sahiptir. Yönetmen filmde öykü üzerinden bir karakter haritası çıkarırken, zaman kavramını da anlamlı bir değişken olarak filmin merkezine koyar. Erdem'in tüm filmlerinde yer alan ahlâk sorgulamasının izlerini bu filmde de görmek mümkündür. Filmin gerçeklikle olan çatışması ise yine zaman kavramı üzerinedir. Bu filmde, diğer Reha Erdem filmlerinde görmeye alışık olunan gerçeküstü bir mekan kullanımı yerine, gerçek mekanda kurgusal bir zaman anlayışını görmek mümkündür. Film kendi öyküsel zaman boyutu içinde, baba oğul ilişkisini ve erkeklik arketiplerini (Gürses & Becerikli, 2016) kuşaklararası bir zaman boyutu çerçevesinde sorgulamaktadır. Günde beş vakit okunan ezan sesinin yarattığı gerçek zaman duygusu, klasik müziğin oluşturduğu kurgusallıkla birleşir. Öyküye eşlik eden klasik müzik, öyküyü sadece pastoral bir yapıya sokmaz, aynı zamanda kurmaca bir şiirselliğe doğru yönlendirir. Metinlerarası bir yapı kazanan görüntüler ve sesler, izleyici için gerçek bir öyküden öte, kurgusal bir metin haline döner. Müzikle birlikte öykü kendi gerçek zaman ve uzamından kopar, izleyiciyi bu yeni kurgusal zaman boyutuna çağırır. Genel anlamda Reha Erdem için kullanılabilir olan gerçekle hesaplaşma ifadesi, Beş Vakit filminde zaman boyutu üzerinden kendini var eder. Simgesel anlatı yapısı içinde harmanlanan müzik ve köyün farklı yerlerinden alınan görüntülerin oluşturduğu katarsis, Reha Erdem sinemasını yapılandıran en güçlü öğelerden biri

olarak dikkat çeker. Yaşam-ölüm, iyi-kötü, baba-oğul, suçlu-suçsuz, günah-sevap gibi zıtlıkların ustaca birarada yapılıdır. Gerçeküstü filmlerin ortak özelliklerinden biri olan dini motiflerin film içinde kullanımına örnek oluşturabilecek metaforik anlatımları Beş Vakit filminde görmek mümkündür.

6.4. Hayat Var

2008 yapımı olan *Hayat Var*, Reha Erdem'in yine göstergeler ve simgeler üzerine yapılandığı filmlerinden biridir. Filmin ana karakteri olan Hayat, gerek karakterin isminin Hayat olarak seçimi, gerekse film içindeki genel davranış özellikleri açısından altı çizilmesi gereken en önemli sinematografik öge olarak dikkat çekmektedir. Filmin adı *Hayat Var* olarak seçilmiş, ancak filmin ana karakteri olan Hayat'ın bir varolma çatışması filmin ana omurgasını oluşturmaktadır. Filmin gerçek ve gerçek ötesi ile olan en önemli çatışması Hayat'ın varlık mücadelesi üzerinedir. Zıtlıkları güçlü bir anlatım ögesi olarak kullanan Erdem, *Hayat Var* filmini içine kapanık bir karakter olan Hayat üzerine kurgular. Öyle ki içine kapanık olan sadece Hayat değil, filmin ta kendisi olarak da tanımlanabilir. Film, Hayat dışındaki tüm karakterlere mesafelidir. Kamera film boyunca Hayat'ı takip eder. Sıklıkla tekrarlanan gemilerin etrafında dolaşan motor sahneleri, Hayat'ın tekinsiz ve zorlu yaşamı, okulda yaşadığı sınırları zorlayan sorunlar ve engeller, izleyicinin gerçekle olan bağını sorgulamasına yol açar. Filmik gerçeklik ve göstergeler ile film dışı yaşamın hakikati arasında sıkışan izleyici için oldukça can yakan bir öyküyü perdeye taşır. Hayat'ın öyküsü bir film karakteri sınırlarında kalması beklenir ve gerçek hayattan uzak olması istenirken; izleyicinin her an karşısına çıkabilecek kadar hakikidir. İzleyiciyi sorgulatan, kurmaca ve gerçek arasında sıkıştıran da tam olarak budur. Öykünün can yakan kurgusal gerçekliği; deniz-kıyı-Hayat arasındaki gerçeksütü çatışması o kadar güçlüdür ki, izleyici bir film izliyor olmanın konforuna sığınamaz. Yönetmenin yarattığı en güçlü imgelem, izlenilenin bir film olduğunun bilinmesinin yanısıra, izleyiciye bir adım kadar yakın, her an hemen her yerde böyle bir hikayenin yaşanabiliyor olmasının yarattığı katarsis olabilir.

6.5. Kosmos

Reha Erdem sinemasında gerçekliğin kendisi değil, inşa edilmiş, tasarlanmış bir dünya vardır. Bu bağlamda bir hikaye anlatma derdi olmadığını söyleyen Reha Erdem, bunun yerine filmlerinde soru sorduğunu aktarmaktadır ve sinemada montaja inandığını söylemektedir (Boydak, 2006, s. 143). Yönetmenin bu bakış açısı gerçeküstücü akım açısından yönetmenin gerçekliğin verili tanımlarını yadsıdığı bilgisine karşılık gelmektedir.

Kosmos'da her zamana ait bir zamanı anlatan Reha Erdem, zamanı ve mekanı belirsiz bir evrende Battal'ı merkeze almaktadır. Reha Erdem filmlerinde genellikle ikili bir yapı olarak karşımıza çıkan doğa-kültür karşıtlığı, bu filmde de Jin kadar doğrudan olmasa da özellikle dilin yapısı üzerinden ele alınmıştır. Battal karakteri kendisini ifade edebilecek dil yetisinden uzak, aynı zamanda kültürün (inşa edilmiş bir gerçeklik olarak) sınırlarının dışından gelen, kültüre yabancı bir karakter olarak yansıtılmaktadır. Dil ve modern dünyanın temel kodlarını taşımayan Battal karakterinin kültür içinde varolma çabası, filmi gerçeküstücü anlamda fantastik bir noktaya taşımaktadır.

Battal'ın nereden geldiği ve kim olduğu bilinmemekte ve aynı zamanda kültüre uyumlanmamış davranışları onu doğanın yani kaosun sınırlarında konumlandırmaktadır. Bu bağlamda Battal karakteri, kültürün insanları için bir belirsizlik anlamına gelmektedir. Bu açıdan hem kültürün (kasaba) hem de Battal'ın geldiği yerin neresi olduğu bilinmemekte, zamanla ilgili bir bilgi verilmemekte ve ara sıra gelen top seslerinden yakın bölgede ne savaşı olduğu bilinmeyen bir savaşın yaşandığı bilgisi sezdirilmektedir.

Battal'ın kültürün dışında bir karakter olarak konumlandırılması, filmde ona şifacı, doğa üstü güçleri olan biri olarak anlatıdaki yerini güçlendirmiştir. Bu perspektifle Battal'ın hayvanlarla iletişim kurması, kültürün dili dışında başka bir dil kullanması (hayvan seslerine benzer bir dildir), doğa üstü güçleri olması gibi özellikleriyle Battal karakteri gerçeküstü bazı özelliklerle donatıldığını göstermektedir.

“Kosmos'un bu baskı uyandıran atmosferi, hayvan sesleri (gerilim hissiyatı), bomba ve silah sesleri (kaygı hissiyatı) veya Kosmos figürü ile Neptün'ün hem bir kapışma hem de bir karışmayı (mêlée) andıran tutku dolu coşkun sesleri ile sağlanır. Böylece filmin mekânı ile epey sahici bir ilişki kurarız”. Bu bağlamda dış sesler, Reha Erdem sinemasında “dur ve düşün” anlamına gelmektedir (Alataş, 2019). Reha Erdem

filmlerindeki bu kullanımlar bir yönüyle yabancılaştırıcı etkiler barındırmakta ve tıpkı Reha Erdem'in ifade ettiği gibi seyirciyi durup düşünmeye ve gerçekliğin verili tanımlarına mesafe koymaya davet etmektedir.

“Uzama ve zamana dair yaratılan belirsiz ve geniş zamanlı atmosferler giderek kendi içine açılan çok katmanlı özel imgelem alanlarına dönüşmekte ve figürlerin (karakterlerin) dolayısıyla izleyicinin algısında evrenin farklı bir algılayışını biçimlendirmektedir. Tüm filmlerindeki anlatı günümüz gerçekliğinden yola çıkmakta ama gerçekliği terk ettiği sınırla kendini pekişmektedir. Reha Erdem, yapay olarak inşa ettiği bu çok katmanlı uzam ve zaman arasında bir salıncak edasıyla kurgu ve ritmin itici gücüyle salınmaktadır” (Doğan, 2019).

Bu bağlamda tıpkı gerçeküstücü akımda olduğu gibi, teknik ve görsel kodların imkanıyla Erdem, zamanı ve mekanı yeniden üretmekte ve seyirciyi sorgulatmayı amaçlamaktadır.

Zamanı, gerçekliği yeniden inşa etmek için kullanan Erdem, seslerle ve tekinsiz görüntülerle yarattığı evreni desteklemektedir. Ses ve müzik kullanımının yanı sıra özel planlar ve kurguyla Erdem, uzamın inşasını da desteklemektedir. Görüntülerde akışı bozan bir hayvan görüntüsünün veya kültürün yabancılaştığı bir detayın görüntüye gelmesi bu bağlamda yönetmenin sinema dilini oluşturan ve gerçeküstücü kodlarla ortaklık kuran eğilimler arasındadır.

Kosmos'da hem Neptün hem de Battal karakterlerinin mistik güçleri, aniden görüntüye gelen hayvan ve obje (saat) görüntüsüyle kesintiye uğrar. Bu kullanımlar gerçeküstücü akımın filmde en net görüldüğü anlardan biridir. Yarattığı evrene özgü bir dil geliştiren Erdem, kurgu ve planların seçimini de bu evreni oluşturmaya hizmet edecek şekilde seçmektedir. Sesin kullanımının da bazen duyulan sesin bir sonraki sahnede devam etmesi veya sonraki çekime ait bir sesin verilmesi seyirciyi yabancılaştıran ve Erdem'in sinemasını ana akımdan ayıran diğer kullanımlar olarak gösterilebilmektedir (Çelik, 2015).

6.6. Şarkı Söyleyen Kadınlar

Şarkı Söyleyen Kadınlar filmi, deprem nedeniyle boşaltılmış bir adada geçmekte ve kültürün donanımlarından arınmış bir atmosfer sunmaktadır. Esmâ karakteri, adanın bu koşullarının etkisiyle kültürden koparak doğanın alanına geçmektedir. Bu kopuş tıpkı Kosmos'da olduğu gibi dil kullanımı üzerinden gerçekleşmektedir. Karakter giderek hayvansı özellikler kazanmakta ve tıpkı Battal gibi dilin bilindik kullanımı yerine hayvan sesine benzer sesler çıkararak doğaya dönüş yaşamaktadır.

Reha Erdem'in karakterlerinde kültür ve doğa arasındaki bu ikircikli yapının merkeze alınması temelde tıpkı gerçeküstücü akımın kuramsal kaynaklarındaki gibi bilinçdışında bastırılmış olanı, Erdem filmlerinin özelinde ise kültürden önceki doğa durumuna işaret eden bir evreni çağrıştırmaktadır.

Mekan tasarımı Erdem'in sinemasında hem masalsı hem de tekinsiz bir nitelik barındırmaktadır. Adem karakterinin etrafındakilere kötülükler yapması da Oedipus kompleksi bağlamında incelenebilecek bir nitelik taşımakta ve bu haliyle Erdem'in sinemasındaki psikanalitik olarak okunabilecek durumlardan birini oluşturmaktadır (Özcan, 2021). Bu bağlamda Erdem'in sinemasında bilincin yani gerçekliğin ötesindeki algılama, sorgulama itkisinin öne çıktığını söylemek mümkündür.

Tıpkı Kosmos'da ve diğer filmlerde olduğu gibi hayvan görüntüleri metaforu, Şarkı Söyleyen Kadınlar'da da filmin akışını kesintiye uğratan ve izleyiciyi yabancılaştıran bir tercih olarak kullanılmıştır. Ses ve bağlam ilişkisi bu filmde de karşımıza çıkmakta ve sesin kullanımı hem yabancılaştırıcı hem de tekinsizlik yaratan bir öge olarak kullanılmaktadır.

Esmâ ve Meryem karakterlerinin kültürden kopuşu, mistik güçlerle ilişkilendirilmiştir. Bu doğrultuda film gerçeküstü nitelikler kazanırken tıpkı Kosmos'da Battal karakterinin mistik güçlerle donatılması gibi doğayla kültür karşıtlığını sorgulatacak biçimde anlatıya hizmet eden öğeler olarak kullanılmıştır.

Ölüm, yaşam, görünenin ötesi gibi çeşitli derin okumaları yaptırma derdinde olan filmde dini referanslara da rastlanmaktadır. Esmâ'nın ağacın altında kalmaktan kurtulduğu sahnenin Bakara Suresi'ne bir gönderme olduğu düşünülmektedir (Boz, 2019).

Reha Erdem filmlerinde karakterler ve mekanlar değişse de genellikle aynı meseleleri merkeze almakta ve hem anlatı kodları hem de görsel tercihleri değişmemektedir. Bu bağlamda Erdem sinemasında zaman ve uzamın muğlaklığı, sesin yabancılaştırıcı bir unsur olarak kullanımı, hayvanlar gibi bazı öğeleri görmek mümkündür.

Filmdeki ada, hayali bir adadır ve tıpkı zamanın belirsizliği gibi ada da her ne kadar Büyükada olduğu düşünülse de belirsiz bir yeri temsil etmektedir. Aslında bu seçim, Erdem sinemasında ele alınan insanlığın

temel varoluş sorunu ve kültüre geçişteki krizle yakından ilişkilidir. Mekan herhangi bir yerde zaman herhangi bir zamanda geçmekte çünkü insanlığa dair ortak bir duruma ya da soruya seslenmektedir.

Boş sokaklarda atların gezmesi, birden kameraya bakarak bir kadının kayıp oğlunu aradığını söylemesi gibi öğeler, filmde akışı sekteye uğratan ve bu bağlamda Reha Erdem'i ana akımın dışında bağımsız yönetmenlere dahil eden kullanımlardır. Tıpkı diğer filmlerde ses ve kurgu kullanımında olduğu gibi bu kullanımlar da izleyiciyle film arasında bir mesafe yaratmaya, izleyiciyi yabancılaştırmaya çalışmaktadır.

6.7. Koca Dünya

Reha Erdem'in 2020 pandemisi öncesi çektiği son film 2016 yılı yapımı Koca Dünya'dır. Film, kız kardeşi olarak gördüğü Zuhâl'i kuma olarak alıkoyan akrabasından kaçırılan Ali'nin ve Zuhâl'in kaçışını; daha sonra da yeni bir yaşam arayışını anlatır. Zuhâl'i zorla alıkoyan ailenin fertlerini bıçaklayan Ali için kaçıp saklanmaktan başka çözüm yoktur. Ücra bir ormana gizlenen Ali ve Zuhâl için hayat artık Araf'ta devam eder. Zuhâl gece gündüz ormandan hiç çıkmadan beklemek zorunda kalırken, Ali ise arada kasabaya gidip gelir. Zuhâl'in ormanda gördüğü rüyalar, yalnız kaldığı anlarda yaşadığı gerçeküstü deneyimler, Reha Erdem'in simgesel üslubu ile özgün bir anlatım diline dönüşür. Zuhâl'in karşısına çıkan akli dengesi olmayan kadın, Zuhâl'den hiçbir şekilde kaçmayan ve yavaşan beyaz keçi, konuştuğu diğer hayvanlar ve Kosmos, A Ay gibi filmlerinde görmeye alışık olduğumuz yarı akli dengesi bozuk karakteri, filmin gerçeküstü kodlarının nasıl yapılandırıldığına örnekler olarak sıralanabilir. Diğer yandan filmin gerçeküstü yapısını oluşturan en önemli öğe, iki karakterin gizlendiği ormanda oluşturulan zaman ve mekan boyutudur. Ormandaki yaşama özgün çerçevelen zaman boyutu, gerçek zamandan farklı, kendine özgü bir akış içinde gerçekleşir. İki karakterin ormandaki yaşamlarını kapsayan gerçeküstü zaman boyutu, kasabadaki gerçek yaşama geçişlerle arada kesintiye uğrar; ancak ormana döndüğünde bu gerçeküstü zaman boyutu yeniden devreye girer. Zaman geçtikçe Zuhâl'in ormanda karşılaştığı hayvanlarla konuşmaya başlaması, orman yaşamı içinde iki karakterin de gitgide hem fiziksel hem de ruh sağlıklarını yitirmeleri, gördükleri sanrılar ve gerçek yaşama tutunma çabaları filmde yer alan diğer gerçeküstü anlatım öğeleridir.

7. Sonuç

Gerçeküstü sinamanın Reha Erdem filmlerinde yansımalarının izleri ortaya çıkarma bağlamında, örnek olarak alınan filmler incelendiğinde, ortaya oldukça ilginç ve özgün sonuçların çıktığı görülmektedir. Öncelikle, Reha Erdem sinemasının çağının örneği olan işlere bakıldığında kendine özgü yaratıcı bir tavrının olduğunu ifade etmek önemlidir. Bu özgünlüğün temelinde ise, soran, sorgulayan, çağını anlamaya çalışan, izleyiciyi de bu yolculuğa ve sorgulamaya dahil eden filmler olduğu ileri sürülebilir. Bu süreç içinde Erdem, gerçek ve gerçeküstü öğeleri bir arada oldukça yaratıcı bir biçimde kullanmış, filmlerinin ana omurgasını gerçek ve gerçeküstü öğelerin oluşturduğu zıtlıklar üzerine yapılandırmıştır.

Diğer yandan Erdem, metaforik bir anlatımı seçerek, simge ve sembollere dönüştürdüğü anlatım öğelerini akışı bozan ve izleyiciyi şaşırtan ifadeler olarak kullanmıştır. Canlı ya da ölü hayvan bedenleri, doğa-insan ilişkisi, yaşam-ölüm paradoksları, rüya alemi gerçek yaşam geçişleri gibi anlatım öğeleri, Reha Erdem'in sıklıkla başvurduğu sinematografik ifadeler olarak dikkat çekmektedir. Bu zıtlıklar aynı zamanda tekinsiz ve yabancılaştırıcı bir etki üretmektedir.

Örneğin, Hayat Var filminde olduğu gibi genç bir kız ölen yaşlı dedesinin yanına uzanabilir, insan formundaki bedenler hayvansı davranışlar sergileyebilir. Koca Dünya filmde olduğu gibi hayvanlarla konuşabilir, hayvanları insanlarla özdeşleştirebilir. Hatta daha da ötesinde dilin kuralları, bazen semantiği kasıtlı olarak bozulabilir ve tamamen hayvan seslerine benzer sesler bir anlatım dili olarak kullanılabilir. Erdem, bu tür özgün anlatım öğeleri ile insanlığın kolektif bilinçdışına seslenerek, varoluşta belirli bir mantık atfettiği unsurlardan (örneğin ölü bedenle belli bir mesafe kurmak gibi) uzaklaşmayı, bunları sorgulatmayı başarmış bir yönetmen olarak öne çıkar.

Diğer yandan, kurgunun kullanımı Reha Erdem sinemasının bel kemiğini oluşturmaktadır. Ortaya çıkarılan kurgusal sadece görsel anlatım tekniklerini güçlendirmek için değil, aynı zamanda sese dayalı güçlü bir anlatım boyutu yaratmak içindir. Reha Erdem sinemasında ses kurgusu, kurgusal bir gerçekliği vurgulamak ayrıca gerçeküstü metinlerin ortak özelliklerinde olduğu gibi, izleyiciye şok etkisi yaratmak amacıyla kullanılmıştır. Örneğin, Beş Vakit filminde Yıldız'ın küçük kardeşini kucağından düşürdüğü

sahne duyulan at kişneme sesi, filmin kendi bağlamı içinde ataerkil yapının devam ettiğine işaret etmektedir. Buzağının doğduğu sahnenin ardından gökyüzünün ve minarenin gösterilmesi ise ilahi olana bir ima olarak kurgunun kullanıldığı yerlerdir. Kosmos'da Battal'ın yasak bölgeye girerek yakalandığı sahnelerde sığır, bir çift göz, gece giden hızlı araçların görüntüsü arka arkaya kurgulanmış ve görünenin ötesinde bir anlam arayışı için izleyicinin zihnini zorlamaktadır.

Gerçeküstü sinemanın anlatım öğeleri arasında yer alan tecavüz, suç gibi unsurları Reha Erdem sinemasında da görmek mümkündür. Şarkı Söyleyen Kadınlar'da taciz meselesi önemli bir yerde durmaktadır. Suç, suçlu, etik gibi konular Erdem sinemasının gerçeküstü atmosferi içinde yer alan ve kültürle doğa arasındaki sınırdaki ahlâki açıdan sorgulanması istenen temalardır. Erdem, filmlerinde bu tür sahneleri yumuşatmaya çalışmaz, hatta oldukça sert bir anlatım tarzını seçer. "Freud'a 'göre dünya bilinçsiz arzuların, açığa vurulmamış eğilimlerin dünyasıdır. İnsan bunları gözükerek kendi kendinin tam bir bilincine varır" (Hilav, Ertem, & Kutlar, 1962, s. 39). Öyle ki, Koca Dünya'da üç kişiyi bıçaklayan Ali'nin gerçekten suçlu olduğu film akışı içinde önemsizleştirilir. Kaç Para Kaç filmi ise güvenli ve ahlâklı bir yaşama karşılık tekinsiz ve ahlâk dışılığı üzerine kurgulanmıştır.

Zaman ve uzamın yaratımında kurgunun olanaklarından faydalanan Erdem, arka arkaya getirdiği görüntülerin çağrışım gücünden yararlanır. Filmlerinde güvenli alan içinde yaratılan tedirginlik, yaratılan yeni tekinsizlik atmosferini destekler. Filmlerinde insan olma, var olma, uyumlanma, kendini var etme konularını sıklıkla ele alır. Bunu yaparken de yine zıtlıklardan yararlanır. Birbirinden anlamca uzak iki imgeyi bir araya getirmek gerçeküstücü akım içinde sıkça kullanılan bir eğilimdir (Üvez, 1995, s. 29).

Erdem, aynı zamanda kurgunun olanaklarını zamanı ve mekanı belirsizleştirmek için de kullanır. A Ay'da oluşturulan mekanlar, Koca Dünya'da ormanın, Araf ve Şarkı Söyleyen Kadınlar'da adanın kullanım biçimleri buna örnek olarak gösterilebilir. Bu açıdan bakıldığında Erdem'in sinemasında belli ve tarif edilmiş bir zamandan ziyade, herhangi bir zaman diliminde yer alan, herhangi bir mekan anlatılmaktadır. Filmlerinde insanlığın ortak varoluş ve kültüre uyumlanma çabası dert edinildiğinden genellikle belli bir zaman veya mekandan ziyade herhangi bir zaman ve mekanda insanlığa dair ortak bir kaygı ya da sorun anlatılmaktadır. Bu nedenle film içinde oluşturulan zaman ve mekan boyutu gerçek ile gerçeküstünün çatışmasından beslenir.

Gerçeküstü filmlerin sıklıkla kullandığı dini motifler, rüyalar ve bilinmezler, Reha Erdem filmlerinde de sıklıkla karşılaşılan unsurlar olarak dikkat çeker. Şifacı insanlar, mistik öğeler, hayvansı özellikler, masalsı anlatımlar, fantastik öğeler ve rüya aleminde geçen sahneler Reha Erdem sineması içinde güçlü bir şekilde yer alır. Yönetmen filmlerinde benzer yapıda oluşturulan ve bilinçdışına seslenen öğeler, filmik çağrışımlar kullanarak öğretilen gerçekliği sorunsallaştırmayı ve sorgulamayı amaçlanmıştır. Bu yapı neden sonuç ilişkisi içinde gelişen olay örgüsünden çok, insanı tanıma ve insanın doğasını anlamaya yönelik bir yolculuğa benzetilebilir. Bu süreçte film karakterleri kimi zaman doğa ile, kimi zaman hayvanlarla ve kimi zaman ise kendi korkuları ile başbaşa bırakılır. İzleyicinin bu karakterlerle birlikte kendi sorgulamasına yönelmesi için fırsatlar yaratılır. Bu nedenle Reha Erdem karakterleri her anlamda psikanalitik bir inceleme ile sınanması gereken karakterler olarak dikkat çeker.

Bu öğeler öncelikle gerçekliğin verili sınırlarını hiçe sayan, zaman ve mekan tarifini belirsizleştiren, ana akımın teknik kodlarını kıran anlatı özellikleri olarak öne çıkmaktadır. Gerçeküstücü akım oraya çıktığı dönemin ideolojik ve toplumsal meselelerinden etkilenerek, modernizmin gerçeklik üzerindeki tarif gücünü hedef almıştır. Auteur bir yönetmen olarak Reha Erdem sinemasında da gerçeküstücü salt gerçekçi bir anlatım yerine gerçeküstü anlatım öğelerine rastlanması, yönetmenin gerçeklikle, sistemle, yaşamla olan ilişkilerini merkeze taşımak için kullandığı bir yöntem olarak dikkat çekmektedir. Bunu yaparken de gerçeküstü sinemanın gelenekleri ile gerçekçi anlatımın biraraya gelmesinden oluşan kendine özgü bir sinematografiyi beyazperdeye taşıdığı görülmektedir. Bu doğrultuda, Reha Erdem gibi kararlı ve cesur yönetmenler sayesinde avangard sinemanın sinema sanatına hala yön verebilmekte olduğu ve kimi özelliklerinin izini çağdaş sinema sanatında sürülebileceği açıkça görülebilmektedir.

8. Extended Abstract

The surrealist movement is a movement that developed first in art and then in cinema, under the influence of the failed promises of modernism. Surrealist artists, who rebelled against the notion of linear

progression of reality, were not interested in the system-determined definitions of reality, but in revealing the emotions and thoughts that human beings have without any control in existence. It is still possible to see the traces of the surrealist movement in the films of many directors today. In this study, Reha Erdem cinema is discussed through the common codes of the surrealist movement. In the study, seven of the feature films directed by Reha Erdem were selected as purposeful samples and the answers to the question of how the surreal cinema found a place in the Reha Erdem cinema through these films were sought, and it was aimed to read and determine the surreal codes in the selected films. In this context, in accordance with the structure of the research, seven films of Reha Erdem was chosen as a purposeful sample and examined. First of all, it is important to state that he has a unique creative attitude when looking at the works that are examples of the era of Reha Erdem cinema. It can be argued that the basis of this originality is the films that ask, question, try to understand the era, and involve the audience in this journey and questioning. On the other hand, Erdem chose a metaphorical expression and used the anathema elements that he transformed into symbols and symbols as expressions that disrupt the flow and surprise the audience. Expression elements such as living or dead animal bodies, nature-human relationship, life-death paradoxes, real-life transitions in the dream world attract attention as cinematographic expressions that Reha Erdem frequently refers to. These contrasts also produce an uncanny and alienating effect.

The use of fiction forms the backbone of Reha Erdem cinema. The fictionality revealed is not only to strengthen visual narrative techniques, but also to create a strong narrative dimension based on sound. In Reha Erdem's cinema, sound editing is used to emphasize a fictional reality and to create a shock effect on the audience, as in the common features of surreal texts.

It is possible to see elements such as rape and crime, which are among the narrative elements of surreal cinema, in Reha Erdem cinema. The issue of harassment occupies an important place in *Şarkı Söyleyen Kadınlar*. Subjects such as crime, criminal, and ethics are themes that take place in the surreal atmosphere of Erdem cinema and that are wanted to be questioned morally at the border between culture and nature. Erdem does not try to soften such scenes in his films, he even chooses a rather harsh narrative style.

Making use of the possibilities of editing in the creation of time and space, Erdem makes use of the evocative power of the images he brings one after the other. The uneasiness created in the safe space in his films supports the new atmosphere of uncanny created. In his films, he often deals with the subjects of being human, existence, adaptation and self-creation.

Erdem also uses the possibilities of fiction to obscure time and space. The spaces created in *A Ay*, the use of the forest in the *Koca Dünya in Purgatory* and the island in *Şarkı Söyleyen Kadınlar* can be given as examples. From this point of view, Erdem's cinema describes any place in any time period rather than a specific and defined time. Since his films are concerned with the common existence and the effort of adapting to culture, a common concern or problem about humanity is usually told at any time and place rather than a certain time or place.

Religious motifs, dreams and sciences, which are frequently used in surreal films, draw attention as frequently encountered elements in Reha Erdem films. Healing people, mystical elements, animalistic features, fairy-tale narrations, fantastic elements and scenes set in the dream world are strongly featured in Reha Erdem's cinema. It is aimed to problematize and question the taught reality using filmic connotations, which are created in a similar structure and appeal to the unconscious in the director's films.

In Reha Erdem's cinema draws attention as a method used by the director to bring his relations with reality, the system and life to the center. While doing this, it is seen that he brought a unique cinematography consisting of the traditions of surreal cinema and realistic narration to the big screen. In this respect, it can be clearly seen that avant-garde cinema is still able to direct the art of cinema and some of its features can be traced in contemporary cinema, thanks to determined and courageous directors such as Reha Erdem.

Keywords: Luis Bunuel, Surrealism, Reha Erdem, Cinema, Avangard, Uncanny

Kaynakça

Akdoğan, Ö. G. (2019). Düş, Paranoya ve Mizah: Ahh Belinda Filminde Gerçeküstücülük. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*(5), 83-104.

- Alataş, D. (2019). Bir Tür Sınıraşımı Olarak Aşk: Nancy'nin Arzu, Cinsellik ve Beden Kavrayışı ile Kosmos Filminin Bir Okuması.
- Altıntaş, G., & Erdem, R. (2009). Bir Tür Sınıraşımı Olarak Aşk: Nancy 'nin Arzu, Cinsellik ve Beden Kavrayışı ile Kosmos Filminin Bir Okuması. *Kuru Rüyalar Alemi*.
- Antmen, A. (2014). *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Aytekin, A. B. (2014). Gerçeküstücü Sinemanın Onur Ünlü Filmlerindeki Temsili. III. *Türkiye Lisansüstü Çalışmaları Kongresi Bildiriler Kitabı III* (s. 271-286). Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Balcı, Ş. (2020). Derinlikten Yüzeyselliğe: Postmodern Film. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4, 90-117.
- Barta, B. (2019). 1920-1930'lu Yıllarda Sinematik Yapım Tasarım Estetiğine Gerçeküstü Yaklaşım. *Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Boydak, S. (2006). Türk Sinemasında Bağımsız Film Yapım Süreci ve Reha Erdem. *Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi.
- Boz, Ö. (2019). "Auteur Kuram" Çerçevesinde Reha Erdem Sineması. *Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi.
- Breton, A. (2009). *Sürrealist Manifestolar*. İstanbul: AltıKırkbeş Yayın.
- Çelik, H. (2015). İnanç ve Kültür: Kosmos.
- Çüçük, E. (2018). Luis Buñuel Sinemasında Tekrar Eden Temalar. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- Demirci, T. T. (2012). Dünya Sinemasında Sürrealizmin İzleri. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- Doğan, Y. (2018). Reha Erdem Sinemasında Uzam, Zaman ve Bellek. *Yüksek Lisans Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Doğan, Y. (2019). Reha Erdem Filmlerinde Zaman Uzam ve Bellek Üzerinden Bir Değerlendirme. *Global Media Journal TR Edition*, 9(18).
- Duplessis, Y. (1991). *Gerçeküstüçülük*. (İ. Yerguz, & E. Çamurdan, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Evans, P. W. (2013). Splitting Doubles Ángela Molina and the Art of Screen Acting in *Cet obscur*. J. D.-A. Rob Stone içinde, *A Companion to Luis Buñuel*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Gürbüz, Ö. N. (2021). Yeraltı ve Şarkı Söyleyen Kadınlar Filmlerinde İtki İmgeler, Kökensel Dünya ve İnsandışı Hale Geliş. *Sinefilozofi Dergisi*, 6-21.
- Gürses, İ., & Becerikli, R. (2016, Şubat). Reha Erdem Filmlerinde "Erkeklik" Arketiplerinin Yeniden Üretimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 42(9), 1507-1517.
- Irwin, G. (1995). Luis Buñuel's Postmodern Explicador: Film, Story and Narrative Space. *Canadian Journal of Film Studies*, 27-47.
- İsmayilov, E. K. (2011). Gerçeküstücü Sinemada Tekinsizlik: Jan Švankmajer Filmleri Üzerine BİR İnceleme. *Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Johnston, C. (2008). Karşı-Sinema Olarak Kadınların Sineması. *Sinema, İdeoloji, Politika Sinemasal Yazılar I* içinde Ankara: Orient Yayıncılık.
- Jung, C. G. (1998). *Analitik Psikolojinin Temelleri*. (K. Şipşal, Çev.) İstanbul: Cem Yayınevi.Harcourt, P. (2008). *Altı Avrupalı Yönetmen*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Heath, J., & Potter, A. (2012). *İsyan Paçurlanıyor*. (T. Tosun, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hilav, S., Ertem, E., & Kutlar, O. (1962). *Gerçeküstüçülük*. İstanbul: De Yayınevi.
- Kutlar, O. (2010). *Sinema Bir Şenliktir*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Marcuse, H. (1998). *Eros ve Uygarlık*. (A. Yardımlı, Çev.) İda Yayınevi.
- Özcan, E. S. (2021). Reha Erdem Sinemasının Ortak Paydaları Bağlamında "Seni Buldum Ya" Filminin Karşılaştırmalı İncelemesi. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*(18), 102-131.
- Passeron, R. (1990). *Sürrealizm Sanat Ansiklopedisi*. (S. Tansuğ, Çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Reha Erdem Filmlerinde Zaman Uzam ve Bellek Üzerinden Bir Değerlendirme. (2019). *Global Media Journal TR Edition*.
- Savaş, H. (2001). Gerçeküstü sinemada kara mizah ve "burjuvazinin gizemli çekiciliği. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 18(18), 109-118.

Scharfman, R. (1980). Deconstruction Goes to the Movies: Buñuel's Cet Obscur Objet du désir. *The French Review*, 351-358.

Üvez, A. S. (1995). Gerçeküstücü Akım ve Luis Bunuel Sineması. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara.

Vangölü, Y. B. (2016). Geçmişten Günümüze Gerçeküstücülük. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(20), 871-883.

Yeraltı ve Şarkı Söyleyen Kadınlar'da İtki İmgeler ve Kökensele Dünya Bağlamında İnsan-Dışı Hale Geliş. (2021). *SineFilozofi Dergisi*, 3, 6-21.

Yeşilyurt, G. (1999). Gerçeküstücülük'ün Sibemadaki Yansıması: Dali - Bunuel Ortaklığı. *Yüksek Lisans Tezi*. Bursa: Uludağ Üniversitesi.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Elif Güntürkün)%50/(Alper D. Altunay)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Elif Güntürkün)%50/(Alper D. Altunay)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.



İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Türkiye’de Fitness Dergi Reklamlarında İnsan Bedeninin Sunumu

Nuri Paşa ÖZER* 
Ali Erkam YARAR** 

ÖZ

Günümüzde birçok şey tüketim metasına dönüşmektedir. İnsan bedeni bu dönüşümden etkilenerek, tüketim aracına dönüşen bir boyut kazanmaktadır. Özellikle reklamlar, “arzulanan” insan bedeni imgeleri oluşturulmak amacıyla kullanılmaktadır. Nitekim fitness dergi reklamlarının temel vaadini oluşturan unsur, arzulanan, fit ve sağlıklı bir bedene kavuşma gerekliliğidir. Çalışmanın temel amacı Türkiye’de yayın yapan fitness dergilerindeki reklamlarda insan bedeni tasvirlerinin nasıl gerçekleştiğini gözler önüne sermektir. Çalışmanın ana çerçevesini Erving Goffman’ın “Gender Advertisements” (1976) isimli eserinde geliştirdiği ve reklamlardaki cinsiyet rollerini betimlediği araştırması oluşturmaktadır. Literatürde insan bedeninin sunumu ile ilgili yapılan diğer araştırmalarda kullanılan ölçütler sentezlenerek yeni bir çözümleme tablosu elde edilmiştir ve bu doğrultuda içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Reklamlar, tarama modelleri içerisinde genel tarama yönteminin bir alt basamağı olan “Kesitsel Araştırmalar Yöntemi” ile belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular sonucunda Lebre’nin (2005) çalışmasında olduğu gibi erkeklerin kaslı ve esnek bir şekilde betimlendiği görülmektedir. Bunun yanı sıra Bell ile Milic’in (2002), Goffman’ın teorisinin geçerli olduğuna dair sonuçlara yer verdikleri araştırma ile benzer bulgulara da ulaşılmıştır. Ayrıca bulgular Belknap ile Leonard II’in (1991) Goffman’ın cinsiyet rollerine yönelik oluşturduğu altı kategori çerçevesinde incelediği araştırma ile bazı konularda uyumaktadır. Buna göre kadınların baktığı yön ile ilgili tespit edilen sonuçlar, Bell ile Milic’in bulguları ile örtüşürken, Goffman’ın bulguları ile uyumsuzdur.

Anahtar Kelimeler: İnsan bedeni, Cinsiyet rolleri, Dergi reklamları, Fitness, Sağlıklı Yaşam, Erving Goffman

Presentation of the Human Body in Fitness Magazine Advertisements in Turkey

ABSTRACT

Today, many things turn into consumer goods. The human body is affected by this transformation and gains a dimension that turns into a consumption tool. In particular, "desired" human body images are created in advertisements. As a matter of fact, the main promise of fitness magazine advertisements is to achieve a desired, fit and healthy body. The main frame of the study is Erving Goffman's research, which he developed in his work "Gender Advertisements" (1976) and describes gender roles in advertisements. A new analysis table was obtained by synthesizing the criteria used in other studies on the presentation of the human body in the literature. As a result, advertisements published by 8 healthy life and fitness magazines for 12 months were examined. As a result of the findings obtained from the study, it is seen that men are depicted as muscular and flexible, as in Lebre's (2005) study. Also, similar findings were also obtained in the study of Bell and Milic (2002) in which Goffman's theory was found to be valid.

Keywords: The Human Body, Gender Roles, Magazine Ads, Fitness, Wellness, Erving Goffman

1. Giriş

İnsan bedeni geçmişten günümüze birçok uygarlık, medeniyet ve kültür toplulukları tarafından araştırılmış, tıp biliminden anatomiye, mimariden sosyal bilimlere birçok alanda temel üretim nesnesi olagelmıştır. Beden insanlık tarihi boyunca farklı araştırmalara tabi tutulmuş, kendini tanımaya çalışan bireyin fiziksel çıkış noktası olarak kullanılmıştır.

İktidarların insan bedeni üzerindeki tahakkümü her daim var olagelmıştır. Fakat günümüzde kültür endüstrisinin yardımıyla bu tahakküm daha görünmez ve güçlü bir hale bürünmüştür. Daha önceleri iktidarın fiziksel olarak hükmettiği ve şekillendirdiği bedenler artık kültür ve tüketim endüstrisi tarafından rızaya dayalı olarak şekillendirilmektedir. Tüketim toplumunda bireyin sadece metaları değil aynı zamanda kendini ve zamanı tüketmesi buna örnek olarak gösterilebilir. Birey bu süreçte, kendisine dayatılan rol

* Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, npozer@erbakan.edu.tr

** Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, acayar@erbakan.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 26.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 05.03.2023

Citation/Atf: Özer, N. P., Yarar, A. E. (2023). Türkiye’de fitness dergi reklamlarında insan bedeninin sunumu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 184-203. <https://doi.org/10.52642/susbed.1224446>



gereği sürekli tüketme döngüsü sonucu bedeni üzerindeki kontrolü kaybeder. Rol model olarak kendine sunulan kalıba tekrardan kavuşması için güdülenir. Bu güdüleme işleminde reklam enstrümanı devreye girer ve bireyin “mükemmel insan” figürünü daha fazla arzulamasını fakat ona hiçbir zaman tam olarak ulaşamamasını sağlar. Ayrıca neyin iyi, güzel, hoş neyin kötü, çirkin ve nahos olacağına bu bakış açıları karar verir. İşte bu fenomenin en somut hali sağlıklı yaşam ve spor alanında yapılan tüketim faaliyetlerinde görülebilir.

İnsan bedenine yönelik egemen yaklaşımlar aynı zamanda güzellik, estetik ve sağlık fenomenlerini de içerir. Gösteri toplumundaki bireyin bu mezyetlere mutlaka sahip olması ya da bu yolda sürekli olarak çabalaması öğütlenir. Kozmetik endüstrisi, sağlıklı yaşam ve fitness endüstrileri varlık nedeni bu koşturmacadır. Bireyler onlara vaat edilen mutluluğa ulaşmak için sürekli olarak bu idealleri kovalamaktadır. Hiçbir zaman bitmeyen diyetler, güzelleşme, çekici olma çabaları hayatın daha güzel yaşamak için bir araçtan ziyade onun için adanan bir amaca dönüştüğünün göstergesidir.

Reklam, kültürün endüstrileştiği ve tüketim endüstrisinin gelişmesini sağlayan en önemli araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Reklamlar hayatın tüketim faaliyetlerini kovalamaktan ibaret olduğunu ve aynı zamanda kötü olarak kodlanan her şeyden kaçınmak gerektiğini öğütler. Reklamlarda oluşturulan insan imgeleri normal hayatta var olmayan ve biçimsel gerçekliğinden koparılmış imgelerdir. Oluşturulan bu insan bedeni simülasyonunda çok az gerçeklik fakat çok daha fazla manipülasyon vardır. Bu durum özellikle sağlık vaat eden, özel beden ölçülerini tanımlayan ve özendirilen Fitness alanındaki yayınlarda ve içeriğindeki reklamlarda ortaya çıkmaktadır.

İnsan bedeninin bir tüketim metası olarak kullanılması ve toplumsal cinsiyet rollerine göre kadın ve erkek bedenlerinin bir meta olarak sergilenmesi araştırmanın problemini oluşturmaktadır. Bu alanda dünyada ve Türkiye’de farklı çalışmalar yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir. Bu alanda yapılan çalışmaların bazıları insan bedeninin sunumu ve imajı ile ilgilidir (Parasecoli, 2005; Frederick, Fessler, & Haselton, 2005; Law & Labre, 2002); (Labre, 2005; Shoieb, 2015). Bunun yanı sıra cinsiyet rollerine göre de farklı araştırmaların yapıldığı gözlemlenmiştir (Hardin, Lynn, & Walsdorf, 2005; Drake & Radford, 2019; Farquhar & Wasylkiw, 2007). Ayrıca Goffman’ın cinsiyet rolleri modelini baz alarak yapılan uluslararası araştırmalar (Belknap & Leonard II, 1991; Bell & Milic, 2002) ve ulusal araştırmalarda mevcuttur (Batu, 2010; Kalan, 2014; Tekvar, 2006; Özer, 2021). Alanyazın taramasına göre Türkiye’de yayınlanan Fitness dergilerinde sadece insan bedeninin bulunduğu ve Goffman’ın “Cinsiyet Roller” modelini baz alarak gerçekleştirilen kapsamlı bir araştırma bulunmamaktadır. Çalışma bu alandaki boşluğu doldurmayı ve gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutmayı amaçlamaktadır. Yukarıda açıklanan perspektif bağlamında, bu çalışma beden ve cinsiyet kavramları ile literatürde bu alanda var olan çalışmalara yer vermiştir. Çalışmada Goffman’ın “Gender Advertisements” (Goffman, 1987) adlı eserindeki, reklamlardaki cinsiyet rolleri kategorilerinden ve alanda daha önce yapılan diğer çalışmalardan faydalanılmıştır. Çalışma, Fitness dergi reklamlarında insan bedeni sunumlarının boyutlarını, reklamlarda kullanılan içeriğe odaklanarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca cinsiyet rolleri bağlamında kadın ve erkek bedenlerinin dergi reklamlarında nasıl tasvir edildiğinin çözümlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla, sağlıklı yaşam ve fitness alanında yayın yapan 8 derginin 12 ay boyunca yayınladığı tüm reklamlar incelenmiştir. Literatüre bağlı kalınarak geliştirilen kodlama cetveli ile 2 araştırmacı ve 1 kontrolör tarafından toplam 764 reklama incelenmiştir.

2. Bedenin Yeniden İnşası

İlk çağlardan itibaren düalizm çerçevesinde ruhu bedene hapsediğine dair bir inanış var olduğu söylenebilir. İlerleyen zamanlarda bu inanış gelişerek farklılaşmıştır. Otoriteler tarafından beden, insan ruhunu şekillendiren ve onu kalıplara koymaya yarayan bir araç olarak kullanılmaktadır (Foucault, 2011, s. 19). Postmodern dönemde ise bedenin yeniden inşasının hızlandığı görülmektedir. Postmodern toplumun ideal bedeni hiçbir şekilde yaşlanmayan genç, esnek, bronzlaşmış, fit, hijyenik, formda bir bedendir. Kişinin derisi parlak ve pürüzsüz olmalı, yaşını ve biyolojik durumunu yansıtmamalıdır. Kozmetik ve sağlıklı yaşam endüstrisi varlığını bu alana borçludur. Ayrıca Postmodern dönemde reklam endüstrisi ve onun destekleyicisi olan kültür endüstrisinin sonucu beden silikleşmekte, bunun yanı sıra ticarileştirilerek kutsallaştırılmakta ve bir satış metasına dönüşmektedir. “Artık beden ve yüzeyi çoklu piyasa kimliklerini yansıtan bir metne, sayfaya, ekrana, göstergeler toplamına dönüşmüştür” (Çubuklu, 2004, s. 102).

Tüketim kültürü de beden algısına benzer bir katkı yaparak, onu bir arzu nesnesine dönüştürmüştür. Gösteri toplumunun bir yansıması olarak bedenin görünen kısmı tüketim endüstrisinin en önemli hedefi olmuştur. Kozmetik, moda, sağlıklı yaşam üzerine kurulan bu endüstri bireyin kendi bedenini sergileyişi konusunda ona öğütler vermektedir. Bu durum aynı zamanda bedenin kültürel olarak cinsiyetleşmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle kadının toplumsal rolüne ilişkin “öngörülerin” kitle iletişim araçları ile yoğun bir şekilde aktarılması, onun nasıl görünmesi gerektiğine dair mesajlar ile desteklenmekte ve kadın bedeni üzerinde tahakküm kurmaktadır.

Beden, Kapitalist tüketim içerisinde bedensel ihtiyaçlar ile yer almakta, dünyada iyi bir şekilde var olmanın göstergesi olarak sunulmaktadır. Bedenin sağlıklı, güzel, çekici olması beklenmekte, bu beklentiye göre bu sonuca ancak sağlıklı yaşam ve spor ile ulaşılabilmektedir. Postmodern sistemde beden artık bir gösteri unsurudur ve birey ona iyi bakmakla yükümlüdür. Aksi takdirde “iyi görünmeyen” bir beden ötekileştirilmeye, dışlanmaya, aşağılanmaya mahkumdur (Nazlı, 2006, s. 6).

İnsan bedeni mükemmelliğin bir yansıması olarak betimlenmekte ve sağlıklı yaşam, diyet, fitness, gençlik gibi mitlerden faydalanılarak bedenin kutsiyeti gösteri toplumunda bir gösterge olarak sunulmaktadır. İnsan bedeni ancak tüketim endüstrisinin ve onun birer uzantısı olan moda, kozmetik, sağlıklı yaşam, sağlıklı tüketim gibi alanların çizdiği görüntüsel kıstaslar içerisinde “güzel” olabilmektedir. Bunun yanı sıra bu güzellik kavramı sabit değildir tüketim endüstrisinin perspektifine göre sürekli değişmektedir (İnceoğlu & Kar, 2010, s. 78).

İnsan bedeni kapitalist sistem için bir tüketim metası olarak belirlenmiştir. İnsan bedeninin görünüşü, duruşu, rengi ve birçok gösterge unsuru bu sistemde bir tüketim unsuru olarak sunulmaktadır. Birçok alanda olduğu gibi beden de bir pazarlama unsuru olarak görülmektedir. Reklamlar aracılığıyla çizilen insan bedeni tasvirleri aynı zamanda bireye, özellikleri kapitalizm aracılığıyla belirlenen ve sistem tarafından kabul gören insan formunu dikta etmektedir. İnsan bedeni tasvirleri tüketim ile eş biçimli olarak değişmekte ve dönüşmektedir. Her dönem reklamlar ile mükemmellik anlatısı yeniden inşa edilmekte ve bireylerin sürekli kovaladığı fakat asla ulaşamadığı bir fenomene dönüşmektedir.

Bir kişinin toplumsal statüsü, ait olduğu köken, bulunduğu konum ile ilgili bütün işaretler o kişinin vücut şeklinde, görünüşünde, ölçüsünde, kilosunda, bedenin duruşunda, yürüyüşünde ve bedenin kendisine dair duyduğu huzurda ya da huzursuzlukta belirgindir. Bundan dolayı kültür bedene işlemiştir ve onun bir yansıması olarak görülmektedir. Hangi giysilerin nasıl giyildiği, hangi kozmetik ürünlerinin kullanıldığı, bedene iz bırakan ürünlerin nasıl sergilendiği bu bağlamda önemlidir (Featherstone, 1996, s. 47).

Birey güzel görünüyorsa mutlu olabilir toplum içerisinde çıkabilir, toplumda var olabilir. Tüketici bakış açısı ile oluşturulan güzel ve sağlıklı beden miti bireyin temel yaşam şekline bürünmüştür. Bu mitler tüketim kültürü tarafından, tüketimin çıkarları doğrultusunda her daim yeniden üretilmektedir. Reklamlarda sağlıklı, güzel, fit olmak insanlığın doğasında olan ve “insan” olanın mutlaka yerine getirmesi gereken mezzetler olarak sunulur. Bunun aksine bu forma uymayan kişiler (örneğin şişmanlar ve pürüzlü cilde sahip olanlar) ise ötekileştirilerek, başarısızlık, yetersizlik, komiklik ile itham edilirler. Aynı zamanda özellikle kadınlar üzerinde kozmetik endüstrisinin de etkisiyle asla yaşlanmama, her zaman bedenin genç ve diri gözükmesi gerektiğine yönelik bir algı oluşturulur. Bunun sonucunda bireyin kendi bedeni üzerindeki kontrolü, tüketim endüstrisinin eline geçer. Kendi gerçekliğinden kopan beden aynı zamanda kendi öz benliğine yabancılaşır.

Toplumsal bir varlık olan birey toplumsal bir vazife olarak kendi bedenini sağlıklı tutmalıdır. Bireye biçilen sağlıklı ve fit olma rolü diğer roller gibi güçlü bir yaptırıma sahiptir. Birey ideal vücut formuna ulaşmak ya da onu korumak için sürekli olarak kendine dikkat etmeli ve yaşamsal ritmi ile diyetini ayarlamalıdır (Illich, 2014, s. 182). Birey ancak bunları başarması halinde sistem içerisinde başarılı olarak addedilmektedir. Bunun aksi bir durum hem sağlıksız hem de kontrolsüz olmak ile itham edilmeye açıktır. Bu düzende sağlıklı beden, fit, iyi görünümü, bakımlı olmak ile eşittir. Standartlaştırılan ve tek düzeliğe indirilen beden formu, bu yolla idealleştirilmekte ve herkesin ulaşması gereken bir ülkü olarak konumlandırılmaktadır. Sağlıklı yaşam ve fit olma idealleştirilip standartlaştırıldığı vakit herkesin buna uyması beklenir. Spor, egzersizler, sağlıklı yaşam, gıda takviyeleri “sağlıklı insan” idealine giden yolda en önemli enstrümanlardır. Bu yöntemlerin hepsi olağan bir yaşam tarzı olarak gösterilir ve kabullenilir. Aslında

sağlıklı olmak ile fit olmak aynı şey değildir. Fakat sistem bu ikisini bir tutarak bir yanlısına oluşturmaktadır. Fitness ve sağlık iki farklı kavram olarak birbirinden farklı anlamlar içerir (Bauman, 2000, s. 77). Platon'un kurduğu analogiye göre beden iyiliği sağlık, bütünsel insan varlığının iyiliği de mutluluktur (eudaimonia) (Cevizci, 2010, s. 69). Fakat günümüzde sağlıklı yaşam ile fit, zayıf vücut antolojisi kurulmaktadır. Bauman'ın (Bauman, 2000) da dediği gibi bu yanlış kurulmuş bir birlikteliktir.

Sağlığa dikkat etmenin aksine fitnessin doğal bir sonucu yoktur. Hedefler o anlık ve geçicidir sürekli yeni hedefler koyulur ve sonsuz bir döngü içerisinde bu hedeflere ulaşmak istenir. Sürekli fit bir beden peşinde koşturmanın bir sınırı olmamakla beraber ulaşılan hedef sadece devam eden uzun yoldaki kısa bir mola niteliğindedir. Fit yaşama idealine kapılmış bireyler reklamların da etkisiyle hiçbir zaman bu hedefe ulaşamadıklarını düşünmektedir. Fit olma çabasındaki birey çoğunlukla kendini inceler, suçlar ve küçümser (Bauman, 2000, s. 78). Sürekli olarak fit ve sağlıklı görünme zorunluluğunun temelinde bireyin belirli araçlarla izlenildiğine dair inancı yatmaktadır. Aynı zamanda gözlenenler, gözleyenlerin onları ne zaman gözlediğini tam olarak bilmediklerinden dolayı her zaman gözleniyormuş gibi davranırlar. Bu durum birey tarafından içselleştirilmiş ve kabullenilmiştir (Foucault, 2011, s. 18).

Fitness yapan birey hiçbir zaman istediği hedefe ulaşamamakta bunun aksine kendi beden kapasitesini aşmak için her seferinde kendini daha fazla zorlamaktadır. Tüketim endüstrisi kitle iletişim araçları aracılığıyla bireyin hiçbir zaman mükemmel vücut formuna ulaşmasına izin vermez. Bunu da reklamlardaki ulaşılmaz hedefleri her seferinde yenilemesi ile başarır. Reklamlardaki beden güzelliğinin, çekiciliğinin, simetrisinin, pürüzsüz ve temizliğin bir yansıması şeklindedir. Bunun tam karşısında ise insanın doğasında olan şekilsizlik, kirlilik, orantısızlık, pürüzlülük vardır. Reklamlardaki insan bedeni ile doğal beden arasında bir zıtlık üretilmektedir. Doğal beden aslında tüketim endüstrisi tarafından dışlanan ötekiyi temsil eder; ideal beden ise kutsanan ve idealleştiren beden olarak reklamlar ile sunulur. "Medenileşme" sürecinde tüm toplumsal sınıflar, özellikle de orta sınıf, bedensel ve duygusal denetime ve dayatmaya maruz kalmaktadır (Featherstone, 1996, s. 136). "Beden, sınıfsal beğenin maddeleşmesidir: Sınıfsal beğeni cisimleşmiştir" (Featherstone, 1996, s. 153).

Kitle iletişim araçlarında sağlıklı olma, forumda kalma, fit olma, iyi görünme, moda uyma konuları çok daha fazla yer almaktadır. Bu konuların hepsi ve daha da fazlası çok yaygın bir şekilde kullanılmakta ve bireyselliğe dayandırılmaktadır (Lodziak, 2003, s. 8). Kitle iletişim araçları "iyi, güzel, beğenilen, arzulan" insan bedeninin nasıl olması gerektiğine dair sürekli olarak mesajlar aktarmaktadır. Özellikle kadın ve erkek bedenlerinin toplumsal cinsiyet rollerine göre sergilenişini birçok farklı şekilde sunan kitle iletişim araçları, piyasa ekonomisine hizmet edecek şekilde kadın ve erkeği betimlemektedir.

3. Beden ve Cinsiyeti

Günümüzde tüketim endüstrisi kadın ve erkek cinsiyetlerinin rollerini kimi zaman keskin çizgilerle belirlemekte kimi zaman da muğlaklaştırmaktadır. Kültür ve tüketim endüstrisinin etkisiyle özellikle kadın bedeni bir pazarlama metasına dönüşmektedir. Hem erkek hem de kadın bedeni üzerinde zamansal iktidarların bir tahakkümü vardır. Fakat bu durum özellikle kadın bedeninde daha fazla ortaya çıkmaktadır. Örneğin modern toplumda kadın narinliğin, zarıflığın, kırılğanlığın bir temsili olarak sunulurken, postmodern toplumda fiziksel olarak güçlü ve aktif, zinde, fitness'ı yansıtan bir yapı ile sunulmaktadır. Kapitalizm bedeni daha belirgin şekilde cinsiyetleştirmekte ve bunu da daha fazla pazarlama alanı elde etmek için meşrulaştırmaktadır (Çubuklu, 2004, s. 140).

Tüketim kültüründe erkek bedeni de kullanılan göstergeler arasındadır. Fakat özellikle reklamlarla işaret edilen ve sergilenen kadın bedendir. Beden genel anlamda bir tüketim nesnesi haline dönüştürülerek, insan bedenine haz, seçkinlik, arzu gibi kavramlar yüklenmektedir. Ancak bu kavramlar çoğunlukla kadın bedeninde anlam bulmaktadır. Tüketen kadın bedeni, tüketim toplumunun normlarına daha uygun bir şekilde eylemde bulunan birey olarak tanımlanmaktadır (Baudrillard, 1997, s. 174). Ayrıca genel kanı olarak güzellik, kadın için mutlak bir zorunluluğa dönüşmüştür. Aynı zamanda bu kavram çıkar sahibi sanayiler tarafından sürekli olarak değiştirilmektedir. Kadın gösterilen, dayatılan güzellik ölçütlerine ne kadar uzak ise o kadar mutsuz olmaktadır daha doğrusu mutsuz olması gerektiği ona anlatılmaktadır. Bundan dolayı kadınlar "ideale" ulaşabilmek için daha fazla spor yapmalı, daha fazla kozmetik ürün tüketmeli, daha fazla zamanını bu ideale ulaşmak için feda etmelidir. Sistem kadını sürekli izlenen ve vitrinde olan bir varlık

olarak betimlemektedir ve bundan dolayı kadın ona biçilen rolü oynamak için bütün çileye katlanmalıdır. Aynı zamanda kültür endüstrisi tarafından kişiye dayatılan “bunu kendin için yapıyorsun” söylemi aslında üstü örtülen bir toplumsal tüketimin ta kendisidir (İnceoğlu & Kar, 2010, s. 89).

Reklamlarda özellikle kadınlar modern ve geleneksel görünüm kodlarına göre sınıflandırılmaktadır ve tüketici konumundaki modern kadınlar daha güzel ve çekici olarak betimlenmektedir. Bu ikilem üzerinden fit, zarif, sağlıklı bireyler karşısında bu meziyetleri barındırmayanlar sergilenerek bu zıtlık desteklenmektedir. Reklamlardaki kadınlar, tüketim endüstrisinin onlara biçtiği bütün pozitif özellikleri (genç, güzel, başarılı, çekici) barındırmak ve bu rolleri iyi bir şekilde oynamak zorundadır. Fitness merkezleri gibi çok çeşitli modern spor yerleri, spor faaliyetleri için yeni tüketim araçları olarak görülebilir (Ritzer, 2000, s. 44). İnsan bedeninin reklamlarda sunumu ve hedef kitle tarafından algılanışı ile ilgi çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların bazılarında, dergi reklamlarındaki insan bedeninin sunuşu, kadın ve erkek bedenlerinin sergilenişi, cinsiyet rollerinin sunumu ve bu tarz reklamlara karşı hedef kitlenin bakışı incelenmiştir. Araştırmaların çoğunda içerik analizi yöntemi kullanılmıştır, hedef kitlenin bakış açısının çözümlendiği araştırmalarda ise anket ve mülakat yöntemine başvurulmuştur.

Tablo 1. İlgili Literatürü Oluşturan Diğer Çalışmalar

Yazar	Konu (Yıl)	Amaç	Yöntem	Sonuç
Fabio Parasecoli (Parasecoli, 2005)	Feeding Hard Bodies: Food And Masculinities In Men's Fitness Magazines (2005)	Fitness ve wellness yayın endüstrisinin bir sektörü olan erkek fitness dergilerindeki yemek, erkeklik ve vücut imajı arasındaki yakın bağlantıları ortaya çıkarmak	İçerik Analizi	Fitness dergilerinde yemek alışkanlıkları ve vücut imajları ile ilgili bağlantılı sonuçlar elde edilmiştir.
Marie Hardin, Susan Lynn, Kristie Walsdorf (Hardin, Lynn, & Walsdorf, 2005)	Challenge and Conformity on “Contested Terrain”: Images of Women in Four Women's Sport/Fitness Magazines (2005)	Sports Illustrated for Women, Women's Sports & Fitness ve Real Sports dergilerinde bulunan kadın-erkek arasındaki cinsiyet farklılıklarının desteklenmesini ya da reddedilmesini, sunulan fotoğraflar aracılığıyla analiz etmek	İçerik Analizi	İncelenen dergilerde kadınlar çoğunlukla pasif, sportif olmayan ya da bireysel sporlar ile ilgilenen bireyler şeklinde görüntülenmiştir. Ayrıca toplumsal cinsiyet kültürüne bağlı olarak, erkekler profesyonel sporlar ile ilintilendirilir. Bunun en temel nedenlerinden biri, cinsel farklılığı daima pekiştiren sistematik güçlerdir.
David A. Frederick, Daniel M.T. Fessler, Martie G. Haselton (Frederick, Fessler, & Haselton, 2005)	Do representations of male muscularity differ in men's and women's magazines? (2005)	İdeal erkek bedeni temsillerinin, kadınlara seslenen dergilerde ve erkeklere seslenen dergilerde aynı mı yoksa farklı mı olduğunu ortaya çıkarmak	İçerik Analizi	Okuyucu kitlesi kadın olan dergilerde sunulan erkek bedeni, daha az kaslı erkek bedenleridir. Aynı zamanda okuyucu kitlesi özellikle vücut geliştiriciler olmayan dergilerdeki erkek bedenleri de daha az kaslıdır.
Magdala Peixoto Labre (Labre, 2005)	Burn Fat, Build Muscle: A Content Analysis of Men's Health and Men's Fitness (2005)	1999-2003 yılları arasında yayımlanan Men's Health ve Men's Fitness dergilerindeki makale ve reklamların, erkekler üzerinde oluşturduğu potansiyel etkilere ilişkin çıkarımlar geliştirmek	İçerik Analizi	Bu iki dergide, düşük vücut yağ oranına sahip ve çok kaslı erkek bedenlerinin sıkça görüntülediği, dergilerdeki içeriklerin fitness veya fiziksel performanstan çok görünüşe odaklandığı, bu dergilerin okuyuculara esnek ve kaslı bedenleri özendirerek ve kişileri kaslı fiziğe ulaşmaya güdüleyerek endişelere ve davranışlara yol açabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Cheryl Law, Magdala Peixoto Labre (Law & Labre, 2002)	Cultural Standards of Attractiveness: A Thirty-Year Look at Changes in Male Images in Magazines (2002)	1967-1997 yılları arasında kapsayan 30 yıllık süreçte GQ, Rolling Stone ve Sports Illustrated dergilerindeki erkek imajlarında ne şekilde değişiklikler gerçekleştiğini saptamak	İçerik Analizi	Dergilerde yer alan erkek bedenleri geçmişten günümüze doğru daha zayıf, kaslı ve V şekilli (geniş göğüs-dar bel) bir hale doğru değişim göstermiştir.
Carly Drake, Scott K. Radford (Drake & Radford, 2019)	Here is a place for you/know your place: Critiquing "biopedagogy" embedded in images of the female body in fitness advertising (2019)	Fitness medyasında yer alan reklamlarda kadın bedeninin ne şekilde tasvir edildiğini ortaya çıkarmak	İçerik Analizi	İncelenen reklamlarda, cinsiyetçi yaklaşımlar saptanmış, kadınların bireysel sporlara özendirildiği, kadının profesyonel bir sporcu olduğu görüntülerde erkeksilik vurgusu yapıldığı ve sportif başarı yerine ideal sporcu bedenine odaklanıldığı verilerine ulaşılmıştır.
Jamie C. Farquhar, Louise Wasylkiw (Farquhar & Wasylkiw, 2007)	Media images of men: Trends and consequences of body conceptualization (2007)	Erkeklerin popüler medyada ne şekilde sunulduğunu ve bu sunumların erkek ergenlerin öz değerlendirmeleri üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak	Survey	Ergenler medyada yer alan estetik içeriklere olumsuz tepkiler verirken, performans özelliklerinin ön plana çıktığı içeriklere olumlu tepkiler vermiştir.
Zienab Ahmed Mohamed Shoieb (Shoieb, 2015)	The Effect of Advertising on Male Body Image Disturbance: A Content Analysis of Male Models in Content Analysis of Male Models in EsquireEsquireMagazine Ads from Magazine Ads from 1955-2005 (2005)	1955-2005 yılları arasında Esquire dergisinde reklamlardaki erkek bedeninin sergilenişinin kilo, kas ve çıplaklık bakımından değişimin ortaya koymak.	İçerik Analizi	1955-2005 yılları arasındaki reklamlardaki erkek bedeni daha zayıf, daha kaslı ve daha çıplak bir hale gelmiştir.
Philip Bell, Marko Milic (Bell & Milic, 2002)	Goffman's Gender Advertisements revisited: combining content analysis with semiotic analysis (2002)	Göstergebilimsel yöntemler kullanarak reklamlardaki cinsiyet stereotiplerini ortaya koymak	Nitel Analiz	Goffman'ın reklamlardaki cinsiyet rolleri teorisi günümüzdeki reklamlar ile uyumaktadır.
Jamie C.Farquhar, Louise Wasylkiw (Farquhar & Wasylkiw, 2007)	Media images of men: Trends and consequences of body conceptualization (2007)	Erkeklerin popüler medyada ne şekilde sunulduğunu ve bu sunumların erkek ergenlerin öz değerlendirmeleri üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak	Survey	Ergenler medyada yer alan estetik içeriklere olumsuz tepkiler verirken, performans özelliklerinin ön plana çıktığı içeriklere olumlu tepkiler vermiştir.
Belknap, P., Leonard II, W. M. (Belknap & Leonard II, 1991)	A conceptual replication and extension of Erving Goffman's study of gender advertisements (1991)	Goffman'ın teorisi temel alınarak reklamlardaki toplumsal, cinsiyet ilişkileri, cinsiyet kalıpları ve toplumsal rollerle ilgili sonuçlar elde etmek.	İçerik Analizi	Sonuçlar kadınsı dokunuş, itaatın ritüelleşmesinin oldukça sık gösterildiği, geri çekilmenin bazı reklamlarda görüldüğü, göreceli boyut, işlev sıralaması, aile kategorilerinin seyrek olduğu tespit edilmiştir.

Kalan, Özlem (Kalan, 2014)	Foucault'un Biyopolitika Kavramı Bağlamında Moda Ve Beden: Vogue Dergisi Üzerinden Bir Söylem Analizi (2014)	Biyopolitikanın yeni ekonomi ve tüketim biçimlerine uyulmamış söyleminin neoliberal özneyi nasıl yarattığı sorusunun cevabını bulmak ve söylemi oluşturan araçları bu anlamda analiz etmek.	Söylem Analizi	Çalışmanın sonucunda, Vogue'da moda üzerinden bedeni şekillendirici bir söylemin oluşturulduğu görülmüştür. Bu söylem, neoliberal biyopolitikanın beden üzerinden özneyi inşa eden söylemini desteklemektedir.
Batı, Uğur (Batı, 2010)	Reklamcılıkta Retorik Bir Unsurlar Olarak Kadın Bedeni Temsilleri (2010)	Çalışma, cinsel retorik kullanımının bir parçası olarak reklamcılığın ideal kadın bedeni temsili tercihlerini dergi reklamları üzerinden incelemektedir.	İçerik Analizi	Araştırma bulguları, çağdaş reklamcılık imajlarının ideal kadın bedeni hakkındaki 'seksi' beden ideali güçlendirdiğini, kadın bedenine ilişkin gerçekçi olmayan ölçütleri ve kadın bedenine ilişkin şiddeti içerdiği sonucuna varılmıştır.
Sırma Oya, Tekvar (Tekvar, 2006)	Dergi Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Göstergeleri: Fhm ve Cosmopolitan Reklamlarının Karşılaştırmalı Göstergebilimsel Çözümü (2006)	Dergi reklamlarında toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl örüldüğünü ve klişelerin nasıl sunulduğunu incelemek için, erkeklere yönelik FHM dergisi ile kadınlara yönelik Cosmopolitan dergileri incelenmiştir.	Göstergebilimsel Analiz	Her iki dergi reklamlarında da fetişizme ve diğer cinsel fantezilere değin göstergeler tespit edilmiştir.
Özer, Beril (Özer, 2021)	Kozmetik Reklamlarında Cinsiyet Rollerini (2021)	Çalışma, tüketim ile cinsiyet rollerinin birlikte nasıl işlediğini çözümlemeyi amaçlamıştır.	İçerik Analizi	Elde edilen bulgularda, cinsiyet rolleri ile reklamın içeriğinin uyuştuğu gözlemlenmiştir. Kozmetik reklamlarının büyük çoğunluğunun hedef kitlesi kadınlardır. Bu bağlamda da cinsiyet rollerine uygun şekilde; kadının beğenilme, güzel ve çekici olma rolü ile reklamın söylemi uyumaktadır.

4. Uygulama

4.1. Araştırma Ana Çerçevesi (Model)

Çalışmanın ana çerçevesini Goffman'ın "Gender Advertisements" (1976) adlı eserinde geliştirdiği ve reklamlardaki cinsiyet rollerini betimlediği araştırması oluşturmaktadır. Goffman reklamlardaki kadın ve erkeklerin sunumunu 6 farklı kategoriye göre sınıflandırmıştır. Bu kategorilerden ilki göreceli boyuttur: Bu boyut kadın ve erkeğin görünüşlerinin cinsiyet rollerine göre belirlendiği ve erkeklerin kadınlara göre daha büyük, iri yarı, kaslı olması durumudur. İkinci boyut kadınsı dokunuş'tur. Bu boyuta göre kadınların erkeklerden daha fazla dokunduğu (kendisine, başkasına ya da bir nesneye), okşadığı görülürken, erkeklerin daha çok nesnelere kavradığı daha sert bir şekilde tuttuğu belirlenmiştir. Üçüncü olarak işlev sıralaması gelmektedir. Buna göre erkekler baskın konumda ve ana görevi gerçekleştirirken kadınlar yardımcı rollerde betimlenmektedir. Aynı zamanda eğer erkek kadınsı bir rolü gerçekleştiriyorsa gülünç ve komik bir şekilde gösterilmektedir. Dördüncü olarak aile başlığı yer almaktadır. Bu bölümde reklamlarda anne-kız ve baba-erkek bağı gösterilmektedir. Erkek ile baba arasında genelde fiziksel uzaklık olur. Bir diğer başlık ise itaat ritüelleşmesidir. Buna göre kadınlar erkeklere göre mekânsal ya da konum olarak daha aşağıda konumlandırılmaktadır. Reklamlarda kadınların vücut dili daha fazla itaat etmeye yönelik olarak betimlenmektedir ya da erkekler kadınları koruyucu rolünde betimlenmektedir. Son olarak geri çekilme, başlığı yer almaktadır. Reklamlarda kadınlar sembolik olarak görüntüden çekilme, kaçma şeklinde betimlenmektedir. Aynı zamanda kadınlar erkeklerin koruması ve himayesinde gösterilmektedir (Goffman, 1987).

Goffman'ın geliştirdiği kategorilere ek olarak, ilgili literatür ışığında dergi reklamlarında yer alan insan bedeninin sunumunda vücut ve beden görünüşünün, giyim tarzının, kişinin yüz ifadesinin ve bakış yönünün özellikle cinsiyet açısından anlamlı farklılıklar taşıdığı görülmektedir. Bu çerçevede insan bedeninin sunumu açısından fitness dergi reklamlarını inceleyen bu araştırmanın hipotezlerini aşağıdaki şekilde kurgulamak mümkündür. (Araştırmanın hipotezleri daha önceki araştırmalardan derlenerek oluşturulmuştur).

H1. Reklamda yer alan kişilerin cinsiyeti ile vücut görünüşleri (vücut yapısı) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamda bedenin görünüşü (bedenin reklamda görünen kısmı) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişilerin giyim tarzı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişinin yüz ifadesi tarzı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5. Reklamda yer alan kişinin vücut görünümü ile reklamdaki kişinin baktığı yön arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6. Fitness dergisinin kategorisi ile reklamdaki kişinin cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişinin baktığı yön arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişinin dokunması (kişinin reklamda herhangi bir şeye dokunması) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı Türkiye'de yayın yapan fitness dergilerindeki reklamlarda insan bedeni tasvirlerinin nasıl gerçekleştiğini analiz etmektir. Ayrıca cinsiyet rolleri bağlamında kadın ve erkek bedenlerinin dergi reklamlarında nasıl tasvir edildiğinin çözümlenmesi amaçlanmaktadır.

4.3. Araştırmanın Önemi

Araştırma beden olgusunun fitness dergi reklamlarında nasıl gösterildiğini açıklamaları açısından önemlidir. Kadın ve erkek bedenlerinin sağlıklı yaşam ve fitness dergilerindeki reklamlarda sergileniş şekillerinin açıklanması bakımından da önemlidir. Çalışma bedenin reklamlardaki sunumunun dergi mecrasındaki tasvirlerinin aktarılması çerçevesinde önemlidir. Çalışma daha sonra gerçekleştirilecek olan reklam ve beden çalışmalarına bir öngörü sunması bakımından önemlidir.

4.4. Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini Türkiye'de Türkçe dilinde yayın yapan ve farklı periyotlarda yayınlanan basılı dergiler oluşturmaktadır. Fitness dergilerinin seçilmesinin temel nedeni, insan bedeninin farklı formlarının sergilendiği birçok reklama bu mecralarda rastlanılmasıdır. Örneklem ise "amaçsal örneklem" dâhilinde 2020 yılının ocak/aralık ayları (1 yıl) arasında yayın yapan fitness dergileri oluşturmaktadır. Toplamda 12 ay boyunca yayınlanan 2460 dergi gözden geçirilmiştir. Sağlıklı yaşam ile fitness alanında yayın yapan 8 derginin (Men's Fitness, Women's Fitness, Muscle&Fitness, Muscle&Fitness Hers, Formsante, Flex, Outdoor&Fitness, FitAgain) 12 ay boyunca yayınlanan toplam 68 farklı sayısından, 357 farklı reklam ve 407 tekrar eden (toplam 764) reklam incelenmiştir.

4.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

12 aylık dönemde örneklem dâhilindeki dergilerde yer alan tüm reklamlar incelenmiştir. Fakat çalışmanın sınırlılıklarını fitness dergilerinde tespit edilen ve insan bedeninin yer aldığı reklamlar oluşturmaktadır. İnsan bedenin herhangi bir bölümünün (sadece kol, sadece bacak vb.) bulunduğu reklamlar örnekleme dâhil edilmiştir. Farklı aylarda ya da farklı sayılarda ve dergilerde tekrar eden reklamlar, analizde sadece bir defa kullanılmıştır. Ayrıca tekrar eden reklamlar ayrı bir kategori oluşturularak tespit edilmiştir. Bedenin görünümü kategorisinde vücut hatlarının belirgin olduğu reklamlar örnekleme dâhil edilmiştir. Örneğin kişinin üzerinde geniş ve uzun giysiler olduğu reklamlar kategori dışında tutulmuştur. Reklamlarda giyim tarzları da ölçülmüştür buradaki temel amaç bedenin sergilenişinde kullanılan giyim ürünlerinin de bedenin tanımlanmasında etkin bir rol oynamasıdır. Vücudun büyük bir

kısmı çıplak ise giyim çıplak olarak belirtilmiştir. Aynı zamanda erkeklerde bedenün yukarısı çıplak ve aşağı kısmı görüntülenmiyor ise beden çıplak olarak belirlenmiştir. Vücutunda dövme gözüküyorsa, dövme yok belirlenmiştir.

Veriler sağlıklı yaşam ve fitness üzerine yayın yapan ve 2020 Ocak-Aralık (1 yıl) yayınlanan dergiler edinilerek gerçekleştirilmiştir. Söz konusu dergilerin sayfaları iki araştırmacı tarafından detaylı şekilde taranmış ve insan bedenini bulduğu reklamlar örnekleme dâhil edilmiştir.

4.6. Araştırma Yöntemi

Araştırmanın yöntemi içerik analizidir. “İçerik Çözümlemesi, iletişimin belirgin yazılı/açık içeriğinin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir” (Gökçe, 2001, s. 7). Reklamlar, tarama modelleri içerisinden genel tarama yönteminin bir alt basamağı olan “Kesitsel Araştırmalar Yöntemi” ile incelenmiştir. Bu yöntem, herhangi bir olayın ya da olgunun belirli bir dönem içerisinde araştırılmasını içermektedir. Ayrıca bu yöntemde sayım, durum saptama ve tarama araştırması yapılmaktadır (Karasar, 2010, s. 79-80). Araştırmada frekans analizi, çapraz analiz ve Ki-Kare testi uygulanmıştır. Ki-Kare (Ki-Kare) testi “iki veya daha fazla sınıflı ölçekle ölçülmüş değişkenler arasında bağımlılık olup olmadığını tespit etmek için kullanılır” (Durmuş, Yurtkoru, & Çinko, 2013, s. 184). Pearson Ki-Kare test istatistiğinin p değeri 0,05’den küçük ise anlamlı bir farklılık mevcuttur (Durmuş, Yurtkoru, & Çinko, 2013, s. 187).

4.7. Verilerin Analizi ve Bulgular

Reklamların Frekans Analizi

İnsan bedeninin sunumunda, fitness dergi reklamlarını analiz etmeyi amaçlayan bu araştırmanın ilk bulguları, incelenen reklamların ve içeriklerin modelde aktarılan kategorilere göre frekanslarından oluşmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın frekans bulgularına ait tüm sonuçlar tablo 2’de listelenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre reklamların yarısından fazlasında insan bedeninin bulunmaktadır bu durum insan bedeni ile ilişkilendirilen fitness ve sağlıklı yaşam dergilerinin söylem diliyle uyumaktadır. Reklamlarda erkek bedeni, kadın bedeninden daha fazla yer almaktadır. Güçlü, sağlıklı ve fit olmayla daha çok ilişkilendirilen erkek bedeni reklamlarda daha fazla yer almaktadır. Reklamların sadece %1,6’sında erkek ve kadın bedenleri ayırt edilememektedir, bu durum reklamlarda cinsiyetin açık bir şekilde sergilendiğini göstermektedir.

İnsan bedeninin yer aldığı reklamların %65,2’sinde insanlar ayakta/dik olarak durmaktadır. İnsan bedeninin sergilenişi ve sağlıklı, fit olmanın bir göstergesi olarak beden dik bir pozisyonda resmedilmektedir. İnsanın daha güçsüz bir pozisyonunu betimleyen oturma/çömelme ve uzanma/yatma’nın toplamı ise %23,8’dir. Homo Erectus, dergi reklamlarında tamamıyla (bütün beden) sergilenmektedir. Hiçbir eksik ve noksan yoktur okuyucu tüm bedeni görebilmektedir, aynı zamanda bu şekilde kaslar, ten, duruş tam olarak sergilenebilmektedir.

Reklamlarda yer alan kişilerin vücut görünümüne bakıldığında, kişilerin %64,5’nin zayıf olduğu görülmektedir. Zayıf=sağlıklı, başarılı, güzel/yakışıklı, vb. miti ile uyumaktadır. Dergi reklamlarındaki kişiler zayıftırlar ve bu onların kültür endüstrisinin ürettiği normlar ile birebir uyumunu göstermektedir. Tüketimi özendirilen birçok söylemin yer aldığı bir sistemde birey buna rağmen zayıf ve fit görünebiliyorsa bu onun “başarılı” biri olduğunun göstergesidir. Fitness dergilerinde bu söylem reklamlar üzerinden inşa edilmektedir. Reklamlarda en fazla 63 (%32) ile kaslı/zayıf kişiler yer almaktadır. Sadece zayıf ve fit görünüm yetmez aynı zamanda gücün bir göstergesi olan kaslara da ihtiyaç vardır. Reklamlar üzerinden birer rol model olarak sunulan insan bedeni, bireylerin sürekli olarak öykünmeleri gereken birer meta olarak sunulmaktadır. Şişman olarak nitelendirilen bireylerin toplamı ise sadece %6,1’dir ki bunun %5,1’ni çok kaslı, kaslı/şişmanlar oluşturmaktadır. Yani reklamlardaki kişilerin sadece %1’i sistem tarafından ötekileştirilen, başarısız olarak kabul edilen vücut formuna sahiptirler, onlarda gerçek hayatta nüfusun belirli bir kısmını oluşturan şişmanlardır.

Reklamlarda bedenün görünüşüne bakıldığında yarısından fazlasının %50,3’nün tüm vücudunun sergilendiği görülmektedir. Tüketimin bir metası haline getirilen insan bedeninin tüm hatları ile sergilenmesi bu analizde de ortaya çıkmaktadır. Vücutun tamamının (eksisiz) reklamlarda yer alması, tıpkı

Türkiye'de Fitness Dergi Reklamlarında İnsan Bedeninin Sunumu

Zıplama	5	8,1	Eldiven	1	1,5	Yok	14	94,6	Belirsiz	16	6
Koşma	14	22,6	Telefon	3	4,5		14	100,	G. Toplam	35	7
Kayma	1	1,6	Eldiven (Boks)	2	3,0		8	0			
Yürüme	3	4,8	SnowBoard	2	3,0	Yüz ifadesi			Dokunma hareketi		
Araç Kullanma	1	1,6	Havlü	1	1,5		f	%		f	%
Ağırlık Kaldırma	16	25,8	Pelerin	2	3,0	Gülümseme	65	36,1	Yüze ve Başa Dokunma	5	12,5
Şınav/Barfiks	6	9,7	Başörtüsü	1	1,5	İfadesiz Bakış	74	41,1	Vücuda Dokunma	15	37,5
Boks/Yumruk	3	4,8	Maske	1	1,5	Şaşkın Bakış-Ağzı Açık	26	14,4	Başka Birine Dokunma	8	20,0
Esneme/Gerilme	12	19,4	Önlük	1	1,5	Öfkeli/Hırslı	15	8,3	Ürüne Dokunma	12	30,0
Meditasyon	1	1,6	Toplam	67	100,	Toplam	18	100,	Toplam	40	100,
					0		0	0			0
Toplam	62	100,	Yok	29	0	Belirsiz	17	7	Belirsiz	31	7
Belirsiz	29	5	G. Toplam	35	7	G. Toplam	35	7	G. Toplam	35	7
G.Toplam	35	7									

Reklamdaki kişinin yüz ifadesine bakıldığında %41,1 ile ifadesiz bakış görülmektedir, bunu %36,1 ile gülümseme takip etmektedir. Toplam 40 reklamda kişiler bir şeye dokunmuştur bunların %37,5'nde kişi kendi vücuduna, %30'da ürüne dokunmuştur. Reklamlardaki kişilerin ait olduğu ırka göre dağılımına bakıldığında %93,7 ile beyaz ırka ait bireylerin reklamlarda yer aldığı görülmektedir. Yayınlanan dergilerin uluslararası nitelikte olması ve reklamların bir kısmının doğrudan Türkiye'de yayın yapan şubelerinde yayınlanması göz önüne alındığında, ırksal dağılımın orantısız olduğu gözlenmektedir. Beyaz ırkın, egemen söylemde güçlü, üstün, sağlıklı olma ile eş tutulduğu düşünüldüğünde fitness dergilerindeki reklamların büyük çoğunluğunda beyaz ırka ait bireylerin bulunması normal gözükmemektedir.

Reklamlardaki bireyin hareket (devinim) haline bakıldığında %25,8 ağırlık kaldırma, %22,6 koşma ve %19,4 ile esneme/ gerilme göze çarpmaktadır. Hareket halindeki insan vücudu, insana atfedilen dinamizm ve "makine" gibi olma söylemi ile uyumaktadır. Tıpkı bir makine gibi işleyen insan bedeni fitness dergilerindeki reklamların göstergelerini oluşturmaktadır. Gücü ve bunun devinim ile sergilenişini içeren reklamlarda "mükemmel" insan bedenine olan övgü göze çarpmaktadır. Kişilerin kullandığı aksesuarlara bakıldığında %19,4 ile saat yer almaktadır. İnsan bedeninde dövme olup, olmadığına bakıldığında %94,6 ile dövme olmadığı görülmektedir. Fitness dergilerindeki reklamlarda farklılık oluşturacak dövmelere yer verilmemiştir onun yerine pürüzsüz, lekesiz, iz olmayan insan bedeni sunulmuştur.

Reklamların Çapraz Analizi

Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamda Yer Alan Kişinin Vücut Görünümü arasında yapılan çapraz test (Tablo 3) sonucu anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Ki-Kare: 0,00) Kadın ve erkeklerin vücut görünümünün karşılaştırıldığı bu teste kadınlarda Çok Kaslı/Zayıf, Çok Kaslı/Şişman, Kaslı/Şişman bulunmamaktadır. Cinsiyete yönelik beden söylemi ile uyuşan bu sonuçta, kadınlar zarif, narin olarak betimlenmektedir. Erkekler ise kadınlara göre çok daha güçlü ve kaslı olarak gösterilmektedir. Cinsiyet rolleri bağlamında toplumsal olarak üretilen beden söylemi ile uyuşan bir gösterge ortaya çıkmaktadır. Gücün göstergesi olarak kodlanan erkeğe karşı zayıflığın, narinliğin göstergesi olarak kadın yer almaktadır. Kadının şişman olması kadar kaslı olarak da betimlenmesi reklamlarda hoş karşılanmamaktadır ve yer verilmemektedir. Erkeğin gücüne ve üstünlüğüne bir karşı çıkış olarak algılanabilecek güçlü, kaslı kadın imgesi fitness dergi reklamlarında yer almamaktadır. Aynı zamanda kadın ve erkek arasındaki Kasız/Zayıf kategorisine bakıldığında bu oranın %71,8 ile kadınların lehine olduğu görülmektedir. Kadının kasız ve zayıf olarak gösterilmesi erkeğe göre çok yüksektir. Bu noktadan yola çıkarak fitness dergilerindeki ideal kadın imgesinin kasız/zayıf olduğunu söyleyebiliriz. Aynı zamanda erkekte de en yüksek oran %36,0 kaslı/zayıf olduğu görülmektedir. H1 hipotezi kabul edilmiştir. Reklamda yer alan kişilerin cinsiyeti ile vücut görünüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ve vücut görünümü ilişkisi

		Reklamda Yer Alan Kişinin Vücut Görünümü							Toplam	
		Çok Kaslı/Zayıf	Çok Kaslı/Şişman	Kaslı/Zayıf	Kaslı/Şişman	Kasız/Zayıf	Kasız/Şişman	Belirsiz		
Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti	Erkek	n	22	8	32	2	9	0	16	89
		Kişinin Cinsiyeti %	24,7	9	36	2,2	10	0	18	100
	Kadın	Vücut Görünümü %	100	100	55	100	23	0	30	48,1
		n	0	0	17	0	28	1	27	73
	Her İkisi	Kişinin Cinsiyeti %	0	0	23	0	38	1,4	37	100
		Vücut Görünümü %	0	0	29	0	72	50	50	39,5
	Belirsiz	n	0	0	9	0	2	1	8	20
		Kişinin Cinsiyeti %	0	0	45	0	10	5	40	100
	Toplam	Vücut Görünümü %	0	0	16	0	5,1	50	15	10,8
		n	0	0	0	0	0	0	3	3
	Toplam	Kişinin Cinsiyeti %	0	0	0	0	0	0	100	100
		Vücut Görünümü %	0	0	0	0	0	0	5,6	1,6
Toplam	n	22	8	58	2	39	2	54	185	
	Kişinin Cinsiyeti %	11,9	4,3	31	1,1	21	1,1	29	100	
Toplam	Vücut Görünümü %	100	100	100	100	100	100	100	100	

Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamda Bedenin Görünüşü arasında yapılan çapraz test (Tablo 4) sonucu anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Ki-Kare: 0,00). Tüm vücudun cinsiyete göre dağılımına bakıldığında erkeklerin vücutlarının tamamının görünme oranı %56,8'dir, bu oran kadınlarda %37,0'dir. Kadınların tüm vücudunun gösterilmesi erkeklere göre düşüktür. Kadınlar fitness reklamlarında bedensel anlamda daha eksiktir ve vücutlarının daha küçük bölümleri yer almaktadır. Reklamlarda erkeklere daha büyük boyutlarda yer verilirken kadınlar daha küçük boyutlarda gösterilmektedir. Tabloda kadın bedeninin belirli bölümlerine daha çok odaklanıldığı görülmektedir. Cinsiyetler arası karşılaştırma yapıldığında kadının sadece kafa %100, sadece yüz %100 oranında yer aldığı görülmektedir. Bu bilgiler ışığında H2 hipotezi kabul edilmiştir. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamda bedenin görünüşü arasında bir anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ve bedenin görünüşü ilişkisi

		Reklamda Bedenin Görünüşü										Toplam		
		Tüm Vücut	Diz	Bel	Göğüs	Omuz	Kafa	Sadece Yüz	Sadece El	Sadece Bel Altı	Arkası Dönük		Göbek	
Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti	Erkek	n	50	11	16	7	1	0	0	1	1	1	0	88
		Kişinin Cinsiyeti %	56,8	12,5	18,2	8	1,1	0	0	1,1	1,1	1,1	0	100
	Kadın	Görünüşü %	55,6	52,4	48,5	43,8	25	0	0	50	20	33,3	0	47,8
		n	27	9	12	8	3	6	3	1	1	2	1	73
	Her İkisi	Kişinin Cinsiyeti %	37	12,3	16,4	11	4,1	8,2	4,1	1,4	1,4	2,7	1,4	100
		Görünüşü %	30	42,9	36,4	50	75	100	100	50	20	66,7	100	39,7
	Belirsiz	n	13	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0	20
		Kişinin Cinsiyeti %	65	5	25	5	0	0	0	0	0	0	0	100
	Toplam	Görünüşü %	14,4	4,8	15,2	6,3	0	0	0	0	0	0	0	10,9
		n	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
	Toplam	Kişinin Cinsiyeti %	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100
		Görünüşü %	0	0	0	0	0	0	0	0	60	0	0	1,6
Toplam	n	90	21	33	16	4	6	3	2	5	3	1	184	
	Kişinin Cinsiyeti %	48,9	11,4	17,9	8,7	2,2	3,3	1,6	1,1	2,7	1,6	0,5	100	
Toplam	Görünüşü %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamdaki Kişilerin Giyim Tarzı arasında yapılan çapraz test (Tablo 5) sonucu anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Ki-Kare: 0,00). Hem erkek hem kadın kategorilerinin kendi içerisinde oranlarına bakıldığında her ikisinde de en yüksek giyim oranının Spor giyim olduğu görülmektedir. Sağlıklı yaşam ve fitness dergilerinin içeriği ve seslendiği hedef kitle göz önünü alındığında bu sonucun gayet mantıklı olduğu görülmektedir. Her iki cinsiyetin karşılaştırılmasında ise önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Günlük-Yazlık giyim tarzının %56,8'i kadınlar, %24,3'i erkeklerdir. Ayrıca Günlük-Kışlık giyim tarzının %100'ü kadınlardır. Fitness dergilerinde kadınlar gündelik hayatlarındaki halleriyle daha fazla gösterilmiştir. Ayrıca Davet-Özel Gün kategorisine bakıldığında kadınların %64,3'lük oranına karşın erkeklerin oranı %14,3'tür. Bu sonuç yine kadın bedeninin sergilenişi anlamında cinsiyet rolleri ile uyusmaktadır. Kadınlar erkeklere göre reklamlarda daha fazla "süslü" kıyafetler giymekte ve bu durum kadına biçilen güzel, çekici, bakımlı söylemi ile uyusmaktadır. Çıplaklık kategorisine bakıldığında %82,9 erkek, %8,1 olarak kadınlar yer almaktadır. Özellikle erkeğin üst kısmının (kasların daha belirgin olduğu kısım) sergilendiği reklamlarda erkekler çıplak şekildedir ve vücutları tüm hatlarıyla görülmektedir. Bu sonuç kültürel olarak üretilen erkeğin egemen, güçlü, dışa dönük, saldırgan olduğuna dair mit ile uyusmaktadır. H3 hipotezi kabul edilmiştir. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişilerin giyim tarzı arasında bir anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 5. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ve giyim tarzı ilişkisi

		Kişilerin Giyim Tarzı						Toplam	
		Günlük Yazlık	Davet-Özel Gün	Spor	Belirsiz	Çıplaklık	Günlük Kışlık		
Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti	Erkek	n	9	2	45	2	29	0	87
		Kişinin Cinsiyeti %	10,3	2,3	51,7	2,3	33,3	0	100
	Kadın	Giyim Tarzı %	24,3	14,3	57	13	82,9	0	47,3
		n	21	9	22	12	6	4	74
	Her İki	Kişinin Cinsiyeti %	28,4	12,2	29,7	16	8,1	5,4	100
		Giyim Tarzı %	56,8	64,3	27,8	80	17,1	100	40,2
	Belirsiz	n	7	3	10	0	0	0	20
		Kişinin Cinsiyeti %	35	15	50	0	0	0	100
	Toplam	Giyim Tarzı %	18,9	21,4	12,7	0	0	0	10,9
		n	0	0	2	1	0	0	3
	Toplam	Kişinin Cinsiyeti %	0	0	66,7	33	0	0	100
		Giyim Tarzı %	0	0	2,5	6,7	0	0	1,6
Toplam	n	37	14	79	15	35	4	184	
	Kişinin Cinsiyeti %	20,1	7,6	42,9	8,2	19	2,2	100	
Toplam	Giyim Tarzı %	100	100	100	100	100	100	100	

Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamdaki Kişinin Yüz İfadesi arasında yapılan çapraz test (Tablo 6) sonucu anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Ki-Kare: 0,00). İfadesiz Bakış'da erkek ile kadın karşılaştırıldığında erkeklerin %70,1 bir oranı vardır buna karşın kadınlar %23,9'luk bir orana sahiptir. Erkekler, kadınlara göre daha fazla ifadesiz bir yüz ile gösterilmiştir. Bu durum erkeğe doğal, durağan, stabil bir karakter katmaktadır. Nitekim erkek beden duruşu ile ona kültürel olarak yüklenen anlamları temsil etmektedir. Aynı zamanda Öfkeli/Hırslı bakış sadece erkeklerde %100 yer almaktadır. Öfke ve hırs erkeğe atfedilen bir karakterdir bunun yanında kadın aşırılıklardan ve öfkeden kaçınmalıdır. Kadınlara bakıldığında ise kendi içerisinde en yüksek oranın %47,1 ile Gülümseme, daha sonra Şaşkın Bakış-Ağzı Açık %29,4'tür ki bu kategori erkek ile karşılaştırıldığında oran Kadın: %80, Erkek: %20 şeklindedir. Reklamlarda kadınlar gülümseyen, naif duran, pozitif bir enerjisi olan, kendini beğendirmeye çalışan karakterler olarak betimlenmiştir. Aynı zamanda ağzı açık şekilde gösterilen kadın cinsel anlamda çekici ve davetkâr bir şekilde gösterilmiştir. Bedenin toplumsal olarak temsilinin en belirgin kısmı olan yüz, aynı zamanda beden ve cinsiyetin iletişimsel anlamdaki odak noktasıdır. Erkekler toplumsal olarak onlara

biçilen rolleri yüz ifadeleriyle temsil ederler keza kadınlarında en fazla dikkat ettiği ve ilgilendiği kısım yüzleridir. Kozmetik endüstrisi insan bedeninin özellikle de kadın bedeninin yüz kısmına yönelik birçok ürün üretmektedir. Kadının yüzü aynı zamanda onun cinsiyet rolünü temsil eden bir simge olarak kullanılmaktadır. H4 hipotezi kabul edilmiştir. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişinin yüz ifadesi tarzı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 6. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ve yüz ifadesi ilişkisi

		Reklamdaki Kişinin Yüz İfadesi					Toplam
		Gülümseme	İfadesiz Bakış	Şaşkın Bakış- Ağzı Açık	Öfkeli/Hırslı		
Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti	Erkek	n	17	47	5	14	83
		Kişinin Cinsiyeti %	20,5	56,6	6	16,9	100
		Kişinin Yüz İfadesi %	27	70,1	20	93,3	48,8
	Kadın	n	32	16	20	0	68
		Kişinin Cinsiyeti %	47,1	23,5	29,4	0	100
		Kişinin Yüz İfadesi %	50,8	23,9	80	0	40
	Her İkisi	n	14	4	0	1	19
		Kişinin Cinsiyeti %	73,7	21,1	0	5,3	100
		Kişinin Yüz İfadesi %	22,2	6	0	6,7	11,2
	Toplam	n	63	67	25	15	170
		Kişinin Cinsiyeti %	37,1	39,4	14,7	8,8	100
		Kişinin Yüz İfadesi %	100	100	100	100	100

Reklamda Yer Alan Kişinin Vücut Görünümü ile Reklamdaki Kişinin Baktığı Yön arasında yapılan çapraz test (Tablo 7) sonucu anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Ki-Kare: 0,00). Vücut görüntüsü belirsiz olan kişilerin okuyucuya en fazla baktığı görülmektedir (%32,4). Bunun nedeni vücudun göğüs ve üstü kısmının görüntülediği reklamlarda kişinin doğrudan okuyucuya bakması olarak açıklanabilir. Aynı zamanda Kasız/Zayıf kategorisindekiler doğrudan en fazla okuyucuya bakan kişiler olmuştur. Kasız ve zayıf kişiler okuyucular ile daha fazla göz teması kurmaktadır. H5 hipotezi kabul edilmiştir. Reklamda yer alan kişinin vücut görünümü ile reklamdaki kişinin baktığı yön arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7. Reklamdaki kişinin vücut görünümü ve baktığı yön ilişkisi

		Reklamdaki Kişinin Baktığı Yön				Toplam	
		Okuyucuya	Ürüne	Gözlerini Kaçırma (Başka Yöne)	Göz Kapalı		
Reklamda Yer Alan Kişinin Vücut Görünümü	Çok Kaslı/Zayıf	n	8	0	13	0	21
		Vücut Görünümü %	38,1	0	61,9	0	100
		Baktığı Yön %	11,8	0	12,1	0	11,5
	Çok Kaslı/Şişman	n	3	2	3	0	8
		Vücut Görünümü %	37,5	25	37,5	0	100
		Baktığı Yön %	4,4	66,7	2,8	0	4,4
	Kaslı/Zayıf	n	12	0	48	3	63
		Vücut Görünümü %	19	0	76,2	4,8	100
		Baktığı Yön %	17,6	0	44,9	60	34,4
	Kaslı/Şişman	n	1	0	1	0	2
		Vücut Görünümü %	50	0	50	0	100
		Baktığı Yön %	1,5	0	0,9	0	1,1
	Kasız/Zayıf	n	21	0	18	1	40
		Vücut Görünümü %	52,5	0	45	2,5	100
		Baktığı Yön %	30,9	0	16,8	20	21,9

Kasız/Şişman	n	1	0	1	0	2
	Vücut Görünümü %	50	0	50	0	100
Belirsiz	Baktığı Yön %	1,5	0	0,9	0	1,1
	n	22	1	23	1	47
Toplam	Vücut Görünümü %	46,8	2,1	48,9	2,1	100
	Baktığı Yön %	32,4	33,3	21,5	20	25,7
Toplam	n	68	3	107	5	183
	Vücut Görünümü %	37,2	1,6	58,5	2,7	100
Toplam	Baktığı Yön %	100	100	100	100	100

Fitness Dergisinin Kategorisi ile Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti arasında yapılan çapraz test (Tablo 8) sonucu anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Ki-Kare: 0,00). Her iki cinsiyete de seslenen dergilerde %47,9 erkekler, %40,8 oranında kadınlar yer almıştır. Erkek dergilerinde daha fazla erkek %73,7, kadın dergilerinde %68,6 kadınlar yer almaktadır. Derginin seslendiği hedef kitle ile reklamlardaki kişiler arasında doğru bir orantı vardır. H6 hipotezi kabul edilmiştir. Fitness Dergisinin Kategorisi ile Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 8. Dergi kategorisi ve cinsiyet ilişkisi

		Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti				Toplam	
		Erkek	Kadın	Her İkisi	Belirsiz		
Fitness Dergisinin Kategorisi	Her İkisi	n	34	29	8	0	71
		Derginin Kategorisi %	47,9	40,8	11,3	0	100
		Kişinin Cinsiyeti %	38,2	39,2	40	0	38,2
	Erkek	n	47	10	5	2	64
		Derginin Kategorisi %	73,4	15,6	7,8	3,1	100
		Kişinin Cinsiyeti %	52,8	13,5	25	66,7	34,4
	Kadın	n	8	35	7	1	51
		Derginin Kategorisi %	15,7	68,6	13,7	2	100
		Kişinin Cinsiyeti %	9	47,3	35	33,3	27,4
	Toplam	n	89	74	20	3	186
		Derginin Kategorisi %	47,8	39,8	10,8	1,6	100
		Kişinin Cinsiyeti %	100	100	100	100	100

Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamdaki Kişinin Baktığı Yön arasında yapılan çapraz test sonucunda anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Reklamlarda yer alan hem erkek hem de kadın birbirlerine yakın bir oranda Okuyucuya, Ürüne, Gözlerini Kaçırma (Başka Yöne), Göz Kapalı kategorilerinde sıralanmıştır. Kategoriler arasında anlamlı bir dağılım mevcut değildir. Okuyucuya kategorisinde kendi içinde (E: %32,9; K: %50,7) şeklindedir ayrıca Gözlerini Kaçırma kategorisinde (E: %63,5; K: %43,5) şeklinde bir dağılım vardır. Kadınlar kendi içerisinde daha fazla okuyucuya bakmaktadır. Erkeklerin ise daha çok gözlerini kaçırıldığı görülmektedir, bunun nedeni eylem halindeki erkeğin yaptığı işe odaklanması gösterilebilir. H7 hipotezi doğrulanamamıştır. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişinin baktığı yön bir anlamlı bir ilişki yoktur. Ki-Kare Testi: ,051.

Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamdaki Kişinin Dokunması arasında yapılan çapraz test sonucunda anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu analiz Yüze ve Başa Dokunma, Vücuda Dokunma, Başka Birine Dokunma, Ürüne Dokunma şeklindedir ve kategoriler arasında anlamlı bir dağılım mevcut değildir. Erkeklerde Vücuda Dokunma %53,8 ile ilk sıradadır, yine aynı şekilde kadınlarda ilk sırada Vücuda Dokunma %33,3 kategorisi yer almaktadır. H8 hipotezi doğrulanamamıştır. Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamdaki kişinin dokunması arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Ki-Kare Testi: ,363.

Ayrıca yapılan diğer çapraz testler sonucunda anlamlı bir sonuç elde edilememiştir:

- Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile kişilerin ait olduğu ırk. Ki-Kare Testi: ,028
- Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile reklamda hareket halı. Ki-Kare Testi: ,563
- Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile kişilerin vücut aksesuarları. Ki-Kare Testi: ,494
- Reklamdaki kişinin cinsiyeti ile insan bedeninde dövme. Ki-Kare Testi: ,175
- Reklamda yer alan kişinin vücut görünümü ile reklamda beden görünüşü. Ki-Kare Testi: ,016
- Kişilerin ait olduğu ırk ile reklamda beden duruşu. Ki-Kare Testi: ,316
- Kişilerin ait olduğu ırk ile reklamda beden görünüşü. Ki-Kare Testi: ,706
- Ürün ve hizmet kategorisi ile reklamdaki kişinin cinsiyeti. Ki-Kare Testi: ,017

Ayrıca yapılan bazı Ki-Kare testleri sonucunda anlamlı farklılıklar bulunmuştur fakat örneklemelerin dengesiz dağılımından dolayı bu testler çalışmaya dâhil edilmemiştir. Örneğin kişilerin ırkı ile vücut görünümleri arasında gerçekleştirilen Ki-Kare testi (0,00) anlamlı bir sonuç vermiştir fakat siyah ırk ve sarı ırka ait olan kişilerin çok az sayıda olması mantıklı bir karşılaştırmayı engellemektedir.

5. Sonuç

İnsan bedeni reklamlarda bir tüketim göstergesi olarak kodlanmaktadır. Mükemmel beden tüketimin bir aynası olarak yansıtılmaktadır. Reklamlarda sergilenen kadın ve erkek bedenleri tüketiciler için birer rol model olarak sunulmaktadır. Tüketim endüstrisi tarafından tanımlanan sağlıklı, fit, çekici, alımlı bir vücut ancak ve ancak istenilen tüketim davranışları gerçekleştirilirse elde edileceğine dair mesajlar kitle iletişim araçları aracılığıyla sürekli olarak yayılmaktadır.

Fitness dergi reklamlarındaki kadın ve erkek bedenlerinin sunumunda Goffman'ın reklamlardaki cinsiyet rollerini betimlediği model çerçevesinde uyuşan ve uyuşmayan sonuçlar elde edilmiştir. Göreceli boyut kategorisi açısından bakıldığında tıpkı Goffman'ın da betimlediği gibi reklamlarda erkek bedenleri daha çok yer kaplayıp daha büyük bir şekilde betimlenirken kadın bedenleri daha az yer kaplamaktadır. Ayrıca kadın bedenlerinde daha çok yüz gibi belirli noktalara odaklanılmakta ve vücudun belirli bir kısmı gösterilmektedir. Kadınsı dokunuş kategorisine bakıldığında ise fitness dergi reklamlarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Kadınlar da erkekler de birbirlerine yakın oranlarda vücutlarına, başkalarına ya da ürüne dokunmaktadır. Fitness dergilerinde güçlü, kaslı kadın imgesi ve kadınların daha çok spor aktivitelerinde betimlenmesi açık bir şekilde görülmektedir. Dolayısıyla kadınsılığın ve kadınsı dokunuşun emareleri görülmemektedir. İtaatin ritüelleşmesi kategorisine bakıldığında kadınların erkeklere göre hem boyutsal anlamda hem de aktivite anlamında daha düşük bir pozisyonda olduğu görülmektedir. İşlev sıralaması kategorisine bakıldığında araştırma sonucunda bu öngörüyü destekleyecek kanıtlar elde edilmemiştir. Bunun nedeni fitness dergilerindeki reklamlarda çoğunlukla sadece erkek ya da kadın modellerin yer almasıdır. Ayrıca bu modeller çoğunlukla bir eylem halinde (spor yaparken) resmedilmiştir. Bir diğer kategori olan aile kategorisine dair herhangi bir bulgu elde edilememiştir. Sağlıklı yaşam ve fitness alanındaki dergilerde aile betimlemesi hemen hemen hiç yer almamaktadır, bu durumun dergilerin hedef kitlesiyle uyduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda geri çekilme ile ilgili de bulgulara rastlanılmamıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgular sonucunda Lebre'nin (Labre, 2005) çalışmasında olduğu gibi erkekler kaslı ve esnek bir şekilde betimlendiği görülmektedir. Ayrıca, Bell ile Milic'in (Bell & Milic, 2002) gerçekleştirdikleri ve Goffman'ın reklamlardaki cinsiyet çalışmaları ilgili teorinin geçerli olduğuna dair sonuçlara yer verdikleri araştırmaları ile benzer bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular Belknap ile Leonard II'nin (Belknap & Leonard II, 1991) Goffman'ın reklamlardaki cinsiyet rollerine yönelik oluşturduğu altı kategori de reklamları incelediği çalışma ile bazı konularda uyuşmaktadır. Gerçekleştirilen analizler sonucu herhangi bir bulgu bulunamayan kadınsı dokunuş kategorisinin, Belknap ve Leonard'ın çalışması ile uyuşmayan kategori olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun temel sebebi, fitness dergilerindeki kadın

imgesinin güçlü kadın olarak görülmesinden kaynaklandığı düşünülebilir. Ayrıca aynı çalışmada itaatin ritüelleşmesi kategorisine birçok örnek bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu kategori açısından elde edilen bulguların aynı yönde olduğu söylenebilir. Son olarak bu yazarların çalışmasında daha az sonuç elde edilen kategoriler olan geri çekilme ve aile ile ilgili kategoriler, elde edilen bulgular sonucunda benzer sonuçlar taşıdığı görülmektedir.

Goffman yaptığı araştırmada kadınların doğrudan okuyucuya bakmadığını bunun yerine başka yöne baktığını belirtmiştir. Bunun nedeninin kadının bir iş ile meşgul olması ve okuyucunun onu “dikizliyor” konumunda betimlenmesidir. Ayrıca kadının sosyal konumunun çok fazla göz teması kurmasını engellediği, bundan dolayı başka yöne baktığı da Goffman tarafından dile getirilmiştir. Bell ve Milic (Bell & Milic, 2002) Goffman’ın belirlediği cinsiyet rollerini baz aldıkları araştırmada, bunun aksine bir bulgu elde etmişlerdir. Kadınların erkeklere göre daha fazla okuyucuya baktığı tespit edilmiştir. Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamdaki Kişinin Baktığı Yön arasında yapılan çapraz analiz sonucunda her ne kadar anlamlı bir farklılık ortaya çıkmasa da (Ki-Kare: 0,51), tıpkı Bell ve Milic’in araştırmasındaki gibi kadınların kendi içerisinde %50,7 oranında okuyucuya, erkeklerin ise %32,9 oranında okuyucuya baktığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar Bell ile Milic’in bulguları ile örtüşürken, Goffman’ın bulguları ile uyuşmamaktadır. Ayrıca Bell ile Milic reklamdaki beden duruşu ile ilgili yaptığı incelemede, kişinin dik ya da yatay/eğik konumda olması ile cinsiyet arasında anlamlı bir bağlantı bulamamıştır. Reklamdaki Kişinin Cinsiyeti ile Reklamda Bedenin Duruşu (Ki-Kare: 0,17) arasında yapılan çapraz test sonucunda, erkeklerin kendi içerisinde %75’den fazla dik konumda olduğu, kadınlarda ise bu oranın %55,4 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ışığında elde edilen bulguların Bell ile Milic’in sonuçları ile uyuşmadığı, aksine Goffman’ın bulguları ile uyuştugu gözlemlenmiştir.

Literatürde bulunan diğer araştırmalar ile örtüşen sonuçlar haricinde ise genel olarak şunlar söylenebilir. Fitness dergi reklamlarındaki kişilerin çoğunlukla ayakta/dik (%47,8) konumda olması vücudun tam olarak eksiksiz bir mükemmeliyetle sergilenişini göstermektedir. Çömelmiş ya da yatar pozisyonda betimlenen kişiler ise çoğunlukla bir ağırlık kaldırırken ya da yerde bir spor hareketi yaparken gösterilmiştir. Böylece incelenen reklamlar çerçevesinde sürekli aktif ve güçlü insan mitinin desteklendiği söylenebilir. Ayrıca kasların en iyi şekilde sergilendiği vücut duruşu ayakta olan vücut duruşudur. Nitekim reklamlarda kullanılan kişilerin çoğunluğunun fazla kaslı (%32) kişiler olduğu görülmektedir. Genel olarak reklamlarda en fazla yer alan vücut görünümünün kaslı ve zayıf vücut görünümlerine sahip kişiler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum sağlıklı yaşam, fitness endüstrisinin merkezinde yer alan ve insanların sahip oldukları vücut yapısı ile onları bir idol olarak gören anlamın betimselleştirilmesidir. Bunlarında dışında farklı bir sonuç olarak fitness dergi reklamlarındaki kişilerin çoğunlukla başka yöne %57,8 baktıkları, hedef kitle ile doğrudan göz teması kurmadıkları görülmektedir. Bu durumdaki temel güdü hem bireylerin sürekli bir devinim halinde olması hem de betimlenen mükemmel insan miti ile insanların doğrudan bağ kurmaktan kaçınması şeklinde yorumlanabilir. Reklamlardaki kişilerin yüz ifadelerine bakıldığında ise %41,1 ile ifadesiz bakış ve %36,1 ile gülümseme göze çarpmaktadır. Çoğunlukla bir eylem halinde olan kişiler ifadesiz bir tavır takınmaktadır. Aynı zamanda spor etkinliğinin zorlayıcılığı ve çaba istemesi kişileri ifadesiz bir bakışa sahip olmalarına neden olmuş olabilir. Bu doğrultuda kişilerin hareketlerine (devinim) bakıldığında, %25,8 ağırlık kaldırma, %22,6 koşma ve %19,4 ile esneme/ gerilme hareketleri gerçekleştirildiği görülmektedir. Güç ve efor isteyen bu etkinliklerde kişiler ifadesiz bir bakış takınmaktadır.

Kişilerin giyim tarzı dergilerin (sağlıklı yaşam, fitness) türü ile uyuşmaktadır. Dergi reklamlarında spor kıyafetli bireyler hem kadınlarda (%29,7) hem de erkeklerde (%51,7) en fazla oranda yer almaktadır. Sağlıklı yaşamın ve hayat tarzının bir göstergesi olarak bireyler spor kıyafetleri ile reklamlarda yer almaktadır. Bir diğer sonuç ise fitness dergi reklamlarında erkeklerin kadınlara göre daha fazla çıplak olarak betimlenmesidir. Erkek bedeninin gücün ve sağlığın bir göstergesi olarak sunan reklamlar, erkeklerin kaslarını ve gücünü daha iyi sergileyebilmek için onları çıplak bir şekilde betimlemiştir. Vücut görüntüsü belirsiz olan (göğsünün altı görülmeyen) kişilerin okuyucuya daha fazla baktığı (%32,4) tespit edilmiştir. Bunun temelinde vücudun belirli bir bölümüne odaklanılması sonucu kişilerin okuyucu ile daha fazla göz teması kurmasıdır.

Dergilerin kategorileri ile dergilerde yer alan kişilerin cinsiyetine bakıldığında. Erkek dergilerinde daha fazla erkeğe, kadın dergilerinde de daha fazla kadına yer verildiği görülmektedir. Derginin hedef kitlesi ile

dergi reklamlarındaki kişilerin cinsiyetleri uyuşmaktadır. Doğal olarak reklamların hedef kitleye göre belirlendiği söylenebilir. Bunun yanı sıra her iki cinsiyete seslenen dergilerde kadın (%40,8) ve erkek (%47,9) sayılarında orantılı bir dağılım olduğu görülmektedir.

Yapılan analizlerde kişilerin ait olduğu ırklara göre dağılımlar da araştırılmıştır. Ülkemizde seslendiği hedef kitle ve kullanıcıları göz önüne alındığında, reklamlardaki kişilerin %93,7'si beyaz ırka aitken, %4,7'si siyah ırka, %1,6'sı sarı ırka aittir. İncelenen dergiler her ne kadar Türkiye'de yayın yapan dergiler olsa da birçok dergi (Men's Fitness, Women's Fitness, Muscle&Fitness, Muscle&Fitness Hers, Formsante, Flex, Outdoor&Fitness, FitAgain) yurt dışında da yayın yapmaktadır. Bu dergilerdeki reklamların bir kısmı uluslararası alanda ve diğer ülkelerdeki sayılarda da yayınlanmaktadır. Bu doğrultuda düşünüldüğünde reklamlarda yer alan kişilerin ırksal anlamda eşit olmayan bir şekilde dağıldığı görülmektedir. Son olarak insan bedenindeki dövme sayılarına bakıldığında %94,6'sında dövme bulunmadığı sadece %5,4'de dövme yer aldığı görülmektedir. İnsan bedeninin sunulduğu dergi reklamlarında kişilerde dövme unsuruna çok az yer verilmiştir. İnsan bedeninin daha doğal, pürüzsüz, lekesiz bir şekilde olması gerektiği miti ile uyuşan bir sonuç ortaya çıkmıştır.

Son olarak, yapılan araştırma sonucunda insan bedeninin sunumunda reklamların, var olan cinsiyet rollerini destekler nitelikte olduğu gözlemlenmiştir. Goffman'ın yaklaşık 35 yıl önce oluşturduğu reklamlardaki cinsiyet rolleri modeli ile günümüzdeki cinsiyet rolleri kısmen uyuşmaktadır. Reklamlar, sistem tarafından üretilen insan bedeni ideasını ve bununla paralel olarak cinsiyet rollerine uygun rol modelleri destekler niteliktedir.

6. Extended Abstract

The human body has been researched by many civilizations and cultural societies from past to present, and has been the main production object in many fields from medical science to anatomy, from architecture to social sciences. The body has been subjected to different researches throughout the history of humanity and has been used as the physical starting point of the individual trying to know himself. The main problem of this research is the use of the human body as a consumption commodity and the display of male and female bodies as a commodity according to gender roles. Different studies have been carried out in this field in the world and in Turkey, and they continue to be done. Some of the studies in this field are related to the presentation and image of the human body (Parasecoli, 2005; Frederick et al. 2005; Law and Labre, 2002; Labre, 2005; Shoieb, 2005). In addition, it has been observed that different studies have been conducted according to gender roles (Hardin et al., 2005; Drake & Darford, 2019; Farquhar & Ikiw, 2007). Furthermore, there are international studies (Belknap and Leonard II, 1991; Bell and Milic, 2002) and national studies based on Goffman's gender role model (Batı, 2010; Kalan, 2014; Tekvar, 2006; Özer, 2021). According to the literature review, there is no comprehensive research in the Fitness magazines published in Turkey, based on Goffman's "Gender Roles" model, where only the human body is present. This Study aims to fill the gap in the field and to shed light on future studies. In the context of the perspective explained above, this study includes the concepts of body and body gender and the studies that exist in this field in the literature. The main purpose of the study is to analyze how the depictions of the human body are realized in advertisements in fitness magazines published in Turkey. In addition, it is aimed to analyze how male and female bodies are depicted in magazine advertisements in the context of gender roles. The research is important in terms of explaining how the body phenomenon is shown in fitness magazine advertisements. The universe of the research consists of printed journals published in Turkish language and in different periods in Turkey. The research sample consists of fitness journals published between January/December (1 year) of 2020 within the scope of "purposive sampling". In this direction, first of all, 2460 journals published for 12 months were reviewed. As a result of the pre-selection, a total of 764 advertisements, 357 different and 407 repetitive, from 68 different issues of 8 magazines were examined within the sample.

The method of the research is content analysis. During the study, all advertisements in the magazines included in the sample were examined in the 12-month period between January and December 2020. However, the limitations of the study are the advertisements found in fitness magazines and featuring the human body. Advertisements containing any part of the human body (only arms, only legs, etc.) are

included in the sample. In the category of body appearance, advertisements with prominent body lines were included in the sample.

According to the findings, the use of the human body in more than half of the advertisements is compatible with the discourse language of fitness and healthy life magazines associated with the human body. In 65.2% of advertisements featuring the human body, people are standing upright. The body is usually depicted in an upright position as a display of the human body and as a sign of being healthy and fit.

As a result of the findings obtained from the study, it is seen that men are depicted as muscular and flexible, as in Lebre's (2005) study. In addition, similar findings were reached with the research conducted by Bell and Milic (2002) in which Goffman's gender studies in advertisements included results that the theory was valid. In addition, the findings are partially consistent with the study in which Belknap and Leonard II (1991) examined the advertisements in six categories created by Goffman for gender roles in advertisements. This results also obtained overlap with the findings of Bell and Milic, they do not agree with the findings of Goffman. The gender role model in the advertisements that Goffman created about 35 years ago and today's gender roles partially match. Advertisements support the idea of the human body produced by the system and, in parallel, role models suitable for gender roles.

Keywords: The Human Body, Gender Roles, Magazine Ads, Fitness, Wellness, Erving Goffman

Kaynakça

- Bati, U. (2010). Reklamcılıkta retorik bir unsur olarak kadın bedeni temsilleri. *Kültür ve İletişim*, 13(1), 103-133.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim toplumu*. Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Belknap, P., & Leonard II, W. (1991). A Conceptual replication and extension of Erving Goffman's study of gender advertisements. *Sex Roles*, 25(3/4), 103-118.
- Bell, P., & Milic, M. (2002). Goffman's gender advertisements revisited: combining content analysis with semiotic analysis. *Visual Communication*, 1(2), 203-222.
- Cevizci, A. (2010). *Felsefe tarihi* (2 b.). Say Yayınları.
- Çubuklu, Y. (2004). *Toplumsalın sınırında beden*. Kanat Yayınları.
- Drake, C., & Radford, K. (2019). Here is a place for you/know your place: Critiquing “biopedagogy embedded in images of the female body in fitness advertising. *Journal of Consumer Culture*(1-27). doi:10.1177/1469540519876009
- Durmuş, B., Yurtkoru, E., & Çinko, M. (2013). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi* (5 b.). Beta Yayınları.
- Farquhar, J. C., & Wasyliw, L. (2007). Media images of men: Trends and consequences of body conceptualization. *Psychology of Men & Masculinity*, 8(3), 145-160.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*. (M. Küçük, Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2011). *Büyük kapatma* (3 b.). (I. E. Keskin, Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Frederick, D. A., Fessler, D. M., & Haselton, M. G. (2005). Do representations of male muscularity differ in men's and women's magazines? *Body image*, 2(1), 81-86.
- Goffman, E. (1987). *Gender advertisement*. Harper and Row Publishers.
- Gökçe, O. (2001). *İçerik çözümlemesi* (3 b.). Sel-Ün Yayınları.
- Hardin, M., Lynn, S., & Walsdorf, K. (2005). Challenge and conformity on “contested terrain”: Images of women in four women's sport/fitness magazines. *Sex Roles*, 53(1-2), 105-117.
- Illich, I. (2014). *Sağlığın gaspı*. (S. Sertabiboğlu, Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- İnceoğlu, Y., & Kar, A. (2010). *Dişilik, güzellik ve şiddet sarmalında; kadın ve bedeni*. Ayrıntı Yayınları.
- Kalan, Ö. (2014). Foucault'un biyopolitika kavramı bağlamında moda ve beden: vogue dergisi üzerinden bir söylem analizi. *Selçuk İletişim*, 8(3), 140-162.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi* (21 b.). Nobel Yayınları.
- Labre, M. P. (2005). Burn fat, build muscle:a content analysis of men's healthand men's fitness. . *International Journal of Men's Health*, 4(2), 187-200.
- Law, C., & Labre, M. P. (2002). Cultural standards of attractiveness: A thirty-year look at changes in male images in magazines. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 697-711.

- Lodziak, C. (2003). *İbtiyaçların manipülasyonu kapitaliz ve kültür*. (B. Kurt, Çev.) Çitlembik Yayınları.
- Nazlı, A. (2006). Bedenin ölümü: modern öncesinden postmodern beden ve ölüm. *Sosyoloji Dergisi*, 16, 1-15.
- Özer, B. (2021). Kozmetik reklamlarında cinsiyet rolleri . *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 28-50.
- Parasecoli, F. (2005). Feeding hard bodies: food and masculinities ın men's fitness magazines. *Food and Foodways*, 13(1-2), 17-37.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek tüketim araçlarına devrimcileştirilmesi*. (Ş. S. Kaya, Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Shoieb, Z. (2015). The Effect of advertising on male body image disturbance: a content analysis of male models in esquire magazine ads from 1955-2005. University of Tennessee.
- Tekvar, S. O. (2006). Dergi reklamlarında toplumsal cinsiyet göstergeleri: fhm ve cosmopolitan reklamlarının karşılaştırmalı göstergibilimsel çözümlemesi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Williamson, J. (2001). *Reklamların dili, reklamlarda anlam ve ideoloji*. Ütopya Yayınevi.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Nuri Paşa Özer)%50/(Ali Erkam Yazar)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Nuri Paşa Özer)%50/(Ali Erkam Yazar)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.


İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kadın Köşe Yazarlarının 8 Mart Dünya Kadınlar Gününe Bakışlarının Analizi

Emre Osman OLKUN* 
Eda ER** 

ÖZ

Kadınlar üzerinden yapılan tartışmalar her dönemde vardır ve güncelliğini hep korumaktadır. Feminizm, kadınların eşitlik özgürlük ve ataerkil anlayışın değişmesi mücadelesi ile başlamıştır. Devam eden süreçte dalgalar oluşmuş ve her dalga bir öncekine katkılar sağlayarak gelişimini sürdürmüştür. Feminizmin her dalgası kendi içerisinde kadınların çeşitli özgürlük, hak ve eşitlik talebi doğrultusunda şekillenmiştir. Medyada reklamlarda, dizilerde, sinemada, haberlerde kadınların tanımlanma ve söylemleri hâkim görüş çerçevesinde belirli kalıplar içerisinde verilmektedir. Bu çalışma kapsamında 8 Mart Dünya Kadınlar Günü için ulusal gazetelerde köşe yazısı kaleme alan 20 kadın köşe yazarının yazıları, söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Ulusal gazetelerde köşe yazar kadınların seçilmesi günün önemini vurgulanması ve söylemlerinin kapsayıcı detaysal olması bakımından tercih edilmiştir. Çalışmada kadınların aktarıcı tarzı, kadın-erkek karşıtlığı söylemi ve sosyal olarak aktarılan eleştiriler tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, kadınların her bakımdan biz ve birlik söylemi, erkeklerin karşıt ve mücadele edilen taraf oldukları aktarımı tespit edilmiştir. Kadınların geçmişte maruz kaldıkları sorun ve ötekileştirmelerin günümüze revize olduğu mücadelelerinin devam ettiği vurgusu yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Feminizm, Medya, Söylem Analizi, 8 Mart, Köşe Yazıları

Analysis of the Views of Woman Columnists on March 8 International Women's Day

ABSTRACT

Discussions on women have existed in every period and always keep their up-to-dateness. Feminism started with women's struggle for equality, freedom and change of patriarchal understanding. In the ongoing process, waves were formed and each wave continued its development by contributing to the previous one. Each wave of feminism has been shaped by women's various demands for freedom, rights and equality. In the media, the definitions and discourses of women are given in certain patterns within the framework of the dominant view, in advertisements, TV series, movies and news. Within the scope of this study, the articles of 20 female columnists who wrote columns in national newspapers for the 8 March International Women's Day were analyzed by discourse analysis method. The selection of women who wrote columns in national newspapers was preferred in terms of emphasizing the importance of the day and their discourses being inclusive and detailed. In the study, it has been tried to determine the way of transferring women, the discourse of opposition between women and men and socially transmitted criticisms. As a result of the research, women's discourse of us and unity in all respects; It has been determined that men are the opposite and the struggling party. It has been emphasized that the problems and marginalization that women have been exposed to in the past have been revised to the present day and that their struggles continue.

Keywords: Feminism, Media, Discourse Analysis, March 8, Columns

1. Giriş

Dünyada ve toplumda yüzyıllardır kadınlar ve erkekler farklı roller içinde ele alınmıştır. Tarihsel süreç içerisinde kadınlar ev içi ve sosyal hayattan uzak geri planda bırakılırken, erkekler daha sosyal iş hayatında aktif bir konumda var olmuşlardır. Toplumun oluşturmuş olduğu bu sistem, toplumsal cinsiyet kavramını literatüre yerleştirmiştir. Eve bağımlı kılınan annelik ve aile içi rollere hapsedilen kadınlar, cinsiyet ayrımcılığı kavramına tepkide bulunarak feminizm kavramı ve tartışmasını başlatmışlardır. Kadınların bu eşitsizliklere başlattığı mücadele, kadın haklarının tartışmaya açılmasını ve günümüze kadar uzanan hak mücadelesi arayışını başlatmıştır (Albayrak, 2020). Bu çalışmada feminizm ve içerdiği konulara bakılmış, kadınlar gününde yazı kaleme alan kadın köşe yazarlarının söylemleri incelenmiştir. Çalışmada örneklem

* Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, emreolkun@selcuk.edu.tr

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, kirimli.eda1071@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 27.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 14.03.2023

Citation/Atf: Olkun, E. O., Er, E. (2023). Kadın köşe yazarlarının 8 mart dünya kadınlar gününe bakışlarının analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 204-218. <https://doi.org/10.52642/susbed.1224614>



olarak kadın yazarların tercih edilmesi konu hakkında bizzat birinci muhatap olmalarından kaynaklanmaktadır. Bunun neticesinde söylemler keskin ve siyasi, sosyal, kültürel olarak hak temeli üzerinde şekillenmektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda çalışmada feminizm tanımlaması yapılmış, tarihsel süreç ve dalgalarına ardından medya ve feminizme değinilmiştir. Çalışmada 8 Mart Dünya Kadınlar Günü için ulusal gazetelerdeki yirmi kadın köşe yazarının kaleme aldıkları yazılar söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir.

2. Feminizm Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Feminizme ilişkin literatüre bakıldığında çeşitli tanımlamalar bulmak mümkündür. Bu anlamda ilk olarak kelimenin köküne bakıldığında Latince’de kadın manasına gelen ‘femine’ kelimesinden türetilen feminizm, Fransızca’ya 1837’den sonra, İngilizce’ye 1890’larda ‘womanism’ (kadıncılık) terimi ile girdiği görülmektedir (Sevim, 2005).

Feminizm, kadınların yalnızca kadın olmaları, cinsiyetleri sebebiyle maruz bırakıldıkları kısıtlamalara karşın bu haksızlıklara çare olacak çözümler etrafında mücadele gösterir. Bu mücadele/direnış ise toplumun maddi koşullarından zihinsel yapılarına kadar uzanan bir alanı kapsar (Berktaş, 2013). Genel anlamda feminizm, toplumda kalıplaşmış düzene karşı duran, sorgulama ve eleştiriler getiren, kadınların özel ve kamusal alanda maruz kaldıkları zorlukların engellenmesi ile eşitlik isteyen bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Tarihsel sürece bakıldığında feminizmin tek bir tanımla açıklanamadığı görülmektedir. Bununla birlikte tarihsel süreçte dönemin sosyal-kültürel özellikleri düşünülerek feminizmle ilgili kesin saptamalarda bulunmanın olanaklı olmadığı söylenebilir. Bu durumun temel nedeni farklı grup ve görüş açılarının bulunmasıdır. Feminizmin tarihsel gelişim süreci içerisinde dalgalar ortaya çıkmıştır. Genel itibariyle bu süreç üç dalga olarak kabul görmektedir. Bu dalgalar 19. yüzyıldan 21. yüzyıla kadar gelen süreci kapsamaktadır. Bu gelişen dönemler içerisinde kadınlar çeşitli görüş ve grupların etkisine girmiş, bu etkilenme sosyal/ekonomik olarak hak ve taleplerinin artmasına ve farklılaşmasına sebebiyet vermiştir. Tarihsel süreç içerisinde gelişen her dalgada dönemin imkân ve gruplaşmaları kadın olarak istek ve taleplerinin değişmesine ve çeşitlenmesine neden olmuştur (Taş, 2016).

Feminizmin tarihi hakkında ilk önemli çalışma Mary Wollstonecraft’ın yazdığı ‘A Vindication of the Rights of Women (Kadın Haklarının Savunucusu)’ isimli eser 1792 yılında yayınlanmıştır (Donovan, 1997). Eser sanayileşme ile birlikte görünür olan yeni dünyada, kadınların kamusal alanda bulunma var olma taleplerini dile getirmektedir. Bu süreç beraberinde feminizmin ilk dalgasını ortaya çıkarmıştır (Özüdoğru, 2018). Yapılan literatür taramasında çoğunlukla feminizm üç dalga şeklinde ele alınmıştır. Az sayıda kaynak dördüncü dalga başlığı sunmuştur. Bu sebeple çalışmada dördüncü dalga feminizme de yer verilmiştir.

3. Feminizmin Dalgaları

Birinci Dalga Feminizm: 17. yüzyılda temellenen bu dalga, 19. yüzyılda görünürlük kazanmıştır. Kadınların ev içi rollere hapsolmek istememeleri, çalışma hayatında bulunmak istemeleri temelinde mücadeleye girişmişlerdir. Evlilik, ekonomik ve kadın erkek arasındaki eşitlik beklentileri bu dönemde ön plana çıkmaktadır (Michel, 1993). Yaşanan savaşlar ve toplumsal olaylar doğrultusunda kadınlar çalışma hayatına girmişlerdir. Bu doğrultuda ‘eşit işe eşit ücret’ mücadelesi ortaya çıkmıştır. Hak ve ücret konusunda direniş gösteren kadınlar kısmen de olsa bu dönemde belirli hakları elde etmişlerdir. Nihai hedefleri eşitliğin sağlanması olmuş ancak bu noktada yetersiz kalmışlardır.

İkinci Dalga Feminizm: 1960’lı yılların ikinci yarısında başlamıştır. Erkek egemen sistemin hâkim olduğu toplumsal yapıda gelişen bu feminizmin amacı, yalnızca kadınlara hakların tanınması değil kadınların kurtuluşunu hedeflemiştir. Bu hedefin getirisi farklı ülkelerde ‘kadın kurtuluş hareketi’ ismiyle anılmasına yol açmıştır (Güzelcan Şenol, 2010). Bu süreçte kadınların amacı kamusal ve özel alandaki ayrımcılığın, ataerkil anlayış ve cinsiyet ayrımının ortadan kaldırılması olmuştur. Bu dönemde kadınların doğum kontrol yöntemleri hakkında bilinçlendirilmemeleri, yasal olmayan yollardan kürtaja başvurmalarına sebebiyet vermiştir. Ortak ezilmişliğe maruz kalan kadınlar ‘kız kardeşlik’ tanımını oluşturmuştur. Bu kavram temelinde sorunludur, Batıda yaşayan kadının şartları ile doğuda bulunan kadının imkanları o zamanlarda bile denk değildir. Toparlamak gerekirse bu dönemde kadınlar, teknolojik imkanlardan

faidalanıp bilinçlenme, kadınlık açısından imtiyaz elde etme ve görünürlük kazanıp sosyal olma konusunda çaba sergilemişlerdir.

Üçüncü Dalga Feminizm: 1990'lı yıllarda alana girmiştir. Bu dönem feministleri, kadınların değerli olduğuna inanmışlar kadın ve erkeğin birbirine karşın üstün olma çabasını eleştirmişlerdir (Soylu, 2019). Üçüncü dalga, cinsiyet, iktidar, kimlik ve farklılıklar üzerinden yeni pencereler açmış; eş-anne, kız kardeş kavramlarının yapılarını dönüştürerek feminizme yeni boyut kazandırmıştır. Yalnızca kadınlar ve erkekler arasındaki farka değil, kadınların kendi içinde farklılaşmasını da ortaya çıkartarak sorunu detaylandırmıştır. Feminizmin teorik yoğunluğuna alternatif pencereler sunan bu hareket güncel tartışmalarında temelini oluşturmaktadır (Beğiçarslan Savcı, 2019). Evlilik-boşanma, cinsel konular, tecavüz, kadına şiddet ve eğitim konuları da bu dönemde tartışılmaya başlanmıştır.

Dördüncü Dalga Feminizm: Feminizmin en güncel dalgasıdır. 'Dijital feminizm' olarak adlandırılan bu dönem, farkındalığı ve bilgiyi hızla paylaşmak, kısa sürede harekete dahil olan birey ve gruplara yeni araç ve taktiklerle ulaşmaktadır. İnsanlar bu görüşü desteklesin veya desteklemesin Facebook, Twitter, Tumblr, Instagram gibi sosyal ağlara sahiptirler ve bu araçlardan yayınlanan mesajlar kitleyi etkileme gücüne sahiptir. Dijital medyanın feminist harekete katkı sağladığı yadsınamaz bir gerçektir (Gedik, 2020). İnternetin yaygınlık kazanması, hız ve kısa sürede aynı fikir etrafında bireylerden grup oluşturabilme, aynı söylemde birleşebilme imkanını sunmuştur. Dalgaların ardından Türkiye'deki feminizm gelişim sürecine genel çerçeveden bakacağız.

4. Türkiye'de Feminizm

Türk modernleşme tarihine baktığımızda modernleşme hareketleri, Cumhuriyet dönemi ile değil Osmanlı'nın Batılı devletlere uyum sağlama çabaları neticesinde başlamıştır (Çiçek, Aydın, & Yağci, 2015). Devletin temel isteği bürokratik sınıfın öncülüğünde modernleşmeyi sağlamak ve toplumu bu yönde geliştirmek olmuştur. Kadınlar ise bu modernleşmenin sağlanmasında kilit faktör rolü üstlenmişlerdir. Ekonomik, siyasal, sosyal ve eğitim bakımından kamusal alanda belirginleşmeleri Batıya yaklaşıldığının göstergesi olmuştur (Dalaman, 2020). Tanzimat'la birlikte yaşanan modernleşme hareketleri ile kadının toplum içindeki yeri tartışılmaya başlamıştır. Bu süreçte görücü usulü evlilik yapısından çok eşliliğe, kadının eğitim özgürlüğünden cinsiyet ayrımına kadar birçok konu tartışma konusu olmuştur (Göle, 1991). Tanzimat ile başlayan değişimler etkisini ikinci meşrutiyet döneminde göstermiştir. Kadınlar eğitim imkanlarından faydalanıp, ülke sorunlarına dahil olmaya, kurdukları dernekler ile etkinliklerini sergilemeye başlamışlardır (Güzelcan Şenol, 2010).

Cumhuriyet ve Atatürk dönemiyle Modernleşme yoluna girmiş olan Türkiye'de, kadınlar 17 Şubat 1926'da kabul edilen Medeni Kanun ile birlikte birtakım haklara kavuşmuştur (Enginyurt, 2018). 1934 yılında ise kadınlara seçme ve seçilme hakkı verilmiş, bu tarihten itibaren kadınlar bireysel anlamda önemli bir hak olan seçme hakkını kullanabilmekte teşvik edilmiş ve desteklenmişlerdir (Tekeli, 1995). Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde yeni rejim kadınlarla birlikte oluşturulmuş, Kemalist kadın kimliğinin oluşumunda kadınlar aktif rol oynamışlardır. Bu sürecin sağlıklı işleminde kadınların etkisi büyüktür. Yeni Türkiye ile çıkan yasalarda kadınlar erkeklerle eşit haklara sahip olmuşlardır (Albayrak, 2020).

Kadınlar 1934 yılında seçme ve seçilme hakkı kazanmasına rağmen, kadınların gruplar halinde siyasal hayatta var olabilmesi 1960'lar sonrasına kalmıştır. Bu durumun elde edilmesinde kadın kollarının payı büyüktür. Siyasal partilerde yaygınlaşan bu tür faaliyetler kadınların siyasal hayatta var olmasını sağlamıştır. 1950 ve 1960'larda kadınların bir mücadele/varoluş çabaları vardır ancak görünürlük ve seslerini duyurabilme noktasında sorunlar ile karşılaşmışlardır (Tekeli, 1995).

1980'ler ile başlayan süreçte bilinçlendirme grupları oluşturulmuş ataerkil devlet ve yapılanmalara eleştirel bakış açıları getirilmiştir. Bu eksende Türkiye'de feminizmin tohumları ekilirken küçük feminist gruplar oluşmaya başlamıştır. Bu grubu ilk başta eğitilmiş ve mesleği olan kadınlar oluşturmuş kuramsal anlamda sağlam bir zemin inşa edilmeye çalışılmıştır. Uluslararası düzlemde kadın varlığını önceleyen Kadına Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW) yürürlüğe girmiştir (Tekvar, 2017). Sözleşme ile kadınlara yönelik özel politikalar hız kazanmış, ulusal mekanizmalar oluşturulmuş, kadın araştırmalarında akademide ilerleme sağlanmış ve kadın kuruluşları iş birliği yaparak etkin baskı grubu oluşturmuşlardır (Yiğit Çavuşoğlu, 2015).

Bu gelişmeler ışığında kadınlar şiddete dışlanmaya karşı birlik olmayı öğrenmişlerdir. Dergi, broşür, pankartlar ile mücadelelerini anlatmaya çalışmışlardır. Bu süreç zamanla medyada kendini göstermeye başlamış, ilk başta kadına ev içi, anne rolü yüklenmiş bir dönem sonra bunda da değişim ve dönüşümler meydana gelmiştir. Kadınlar her alanda mücadelelerine devam etmişlerdir. Tarih tekerrürden ibarettir sözü çerçevesinde günümüzde de aynı koşullar yeni mücadele alanı içinde verilmektedir. Bu yeni alan internet, sosyal medya, alternatif kanallar aracılığıyla sağlanmaktadır. Tarihsel süreci değerlendirdikten sonra medyada kadının/feminizmin varlığına bakmak gerekmektedir.

5. Medya ve Feminizm

Medya geçmişten bugüne davranış, tutum ve yargıların oluşmasında önemli bir konuma sahiptir. Algı yaratma konusundaki etkinliğini; belirli konuları görmezden gelerek, kimi kesimlere yer vermeyerek, tam tersi öncülük tanıyarak ya da sınırlı şekilde temsil biçimi oluşturarak gündemi kontrol eder. Medyada kadınların temsili bakımından sahip olduğu bu önemli rol toplumsal düzeyde kadının konumunun belirlenmesinde etken olmaktadır. Bu doğrultuda toplumsal cinsiyet eşitliği algısının yerleşmesi için yapılan çalışmaların, kitlelere ulaşım etki uyandırması bakımından medyanın rolü önemlidir (Kalender, et al., 2021). Bu noktada kitle iletişim araçları ön plana çıkmaktadır. Filmler, kitaplar, diziler, reklamlar ile cinsiyet rollerini pekiştirdiğini hatta yeni boyutlar açtığını belirtmek yanlış olmaz. Kullanım bilgisi gerektirmemesi ve her evde en az bir tane olduğu varsayılarak özellikle televizyonun bu araçlar arasında en yaygın ve etkin olduğunu söyleyebiliriz (Uluyağcı & Yılmaz, 2007).

Kitleyi yönlendirme, etkileme gücü ile reklamlar; toplumun kültürüne ait imajları, değer yargılarını ve dili kullanarak bu değerleri revize ederek devamlılığını garantilemektedir. Reklamlar ile egemen söylemin sunduğu olağan gerçeklikmiş gibi aktarılan 'kadınlık' algısının devamlılığı ve benimsenmesi sağlanmaktadır (Baruönü Latif & İngün Karkış, 2018). Toplum erkeğe; güçlü, kuvvetli, mantık odaklı, sert tavır olan atıflarını yaparken kadına; küçük, duyguları ile hareket eden, güçsüz ve yumuşak tavırları olan tanım ve söylemlerini kullanmaktadır. Bu belirlemeler neticesinde bireyler bu tanımlara uymak ve bu doğrultuda davranış sergileme gereksinimi duymaktadırlar. Reklam sektöründe bu yansıtma daha net yapılar ürünler cinsiyet üzerinden servis edilmektedir (Kalaman & Bat, 2014). Örnek sunmak gerekirse; araba reklamında akü tanıtımını yapan kadındır, kadının bedeni/sesi kullanılarak aküye sahip olanın kadına da sahip olabileceği algısı oluşturulur. Kadının temizlik, ev iç ürünler ve rollerde, annelik ve eş vurgusu ön planda tutulan reklamların yaygın olduğunu söyleyebiliriz.

Televizyonda olduğu gibi gazetelerde de kadın bedenini öne çıkaran fotoğraflar kullanılarak arka sayfalarda, sansasyonel olaylar içerisinde mağdur, kurban nitelendirmeleriyle yer verilmektedir. Kadınlara dair düzenlenen dergi ve gazetelerde ise eril söylemler kullanılırken, haberler daha çok, kadın, kozmetik, moda, ilişkiler ekseninde oluşturulmaktadır (Utma, 2020). Haberlerde "Eşini aldatan kadın", "Kadın sürücü can aldı", "2 çocuk annesi kadın" vb. söylemler kullanılarak aktarılan haber ve manşetler karşımıza çıkmaktadır. Bunların temelinde kadın olmalarından dolayı meydana gelen olaylar olduğu mesajı verilmek istenmektedir.

Sosyal zeminde kadının sunulduğunda dizilerin de etkisi vardır. Dizilerdeki evlilik dışı ilişkiler, bir diğer tabirle 'metresler' entrika unsuru olarak izletilmektedir. Bu durumun sosyal/kültürel olarak bir zemini vardır ve dizilerde sunulan bu toplumsal zemin izleyicide kadın-erkek okumasını etkilemekte ve şekillendirmektedir. Dizi senaryoları oluşturulurken gerçek hayattan bağımsız değil ilintili şekilde kurgulanmaktadır. Bu gerçeklikten biri de 'ikinci kadın' olgusudur. Dizilerde bu tarz olaylara bu denli fazla yer verilmesi insanların bu durumu normal algılayıp, yadırgamamalarına neden olmaktadır. Bu sosyal hasarın yanında kadının bu şekilde benimsetilmesi sorunlu bir bakış açısı oluşturmaktadır (Yalçınkaya, 2019). Dizilerin yanı sıra bu yıl 8 Mart'ta vizyona giren Bergen filmi ile sinemanın toplumu etki gücü ve harekete geçirme gücü ortaya çıkmıştır. Kadınlar Gününde filmin vizyona girmesi Bergen'in tüm ezilen, şiddet gören, dışlanan kadınlara simge olması ve bu şiddeti işleyen erkek/erkeklerin ise hafif gerekçe ile serbest dolaştıkları tepkisi ortaya konmuştur. Bu olguların yanında şu an halen devam etmekte olan Rusya-Ukrayna savaşı medyada yer alırken kadınlara olan yaklaşım, fotoğraf ve haber sunumları üzerinde tartışma gerektirmektedir. 'Rus kadın mülteci' algısında ne yazık ki çirkin söylemler gündeme gelmiştir.

Dünyada meydana gelen tüm savaşlar düşünüldüğünde, bu savaşların göstergelerinde fotografik olarak her bakımdan tüketilen kadınlar ve mağduriyetleri hafızalarda yer edinmektedir. Irak, Afganistan, Suriye savaşlarında olduğu gibi. Bu savaşların göstergeleri saldırıya, tecavüze, mağduriyete uğrayan, öldürülen kadınlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu durumda bile sınıflandırılan üzerinde algı yürütülen kesim kadınlar olmaktadır (İmançer & Gürses, 2009). Günümüzün internet çağı olmasıyla birlikte sosyal medyanın toplumu etkileme, birleştirme ve harekete geçirme noktasında oldukça başarılı olduğu bir gerçektir. Ağ toplumu temelinde alternatif medya ve sitelerin etkinliği, sosyal mecraların desteği ile feminizm ve kadın hareketleri sansür ve kısıtlamaya maruz kalmadan bu mecralarda özgürce ifade alanı bulmaktadır. Kadınlar günü etkinlik ve eylemleri ana akım medyadan ziyade sosyal ve alternatif mecralarda daha aktif yürütülmektedir.

6. Araştırmanın Yöntemi

Toplumsal yaşantıda dilin düşüncelerin aktarımı ve bireyler arası iletişimi sağlama görevi vardır. Dil, eylemlerin meydana gelmesini sağlar ve denetleme yapar. Dilin bu amaçlar doğrultusunda kullanılması söylemdir. Söylem, toplumu, evreni iletişimin ne amaçla kurulduğunu ve bunların bağlamı aracılığıyla şekillenmektedir (Ercan & Danış, 2019). Van Dijk, söylem çözümlemesini dil ve dilin kullanımını temel nokta olarak teorik ve yöntemsel bir yaklaşım olduğunu belirtmiştir. Söylem çözümlemesi, metinsel ve bağlamsal boyutlar olarak iki zeminde şekillenmektedir. Farklı düzeylerde söylemin yapılarını metinsel boyutla, temsil edilen yapıları ve sosyo- kültürel yönleri ise bağlamsal boyutla analiz edilmektedir. Van Dijk, söylemin üç temel taşı olduğu ifade eder. Bunlar; cümle yapıları, anlamlar ve konuşma eylemleridir. Zaten dile kuramsal açıdan baktığımızda, bu üç bileşen ve aralarındaki bağlantıların açıklanması amacı ortaya çıkmaktadır (Van Dijk, 1988).

Söylem analizi, keşif yöntemiyle bilgi elde etmeye yönelik bir analizdir. Keşfedilmeye çalışılan şey, bilgi hakkındaki bilgidir. Dil burada pratik bakımından incelenir ve bilginin yapısal anlamlarına farklı şekilde erişebilme biçimleri gösterir. Söylemde anlatımlar tamamen şeffaf değildir. Söylemler çok anlamlıdır ve metin içerisinde gizlenmiş alt anlamları olmaktadır. Analizin amacı etkileşim ve iletişim çerçevesinde anlam ilişkilerini, ideolojik ve ardaalan anlamlarını ortaya çıkarmaktır (Sözen, 1999). Söylem analizcileri, söylemi yorumlayıcı gelenekten farklı olarak konuşma ve yazılı metin üzerinden görürler. Söylemin anlamı nasıl şekillendirdiği sorusunu hem belirlenme hem de değişme yönüyle ele alırlar. Anlamın belirlenmesini öğrenmek isteyenler hangi toplumsal koşullarda geliştiğini anlamaya çalışırlar (Sancar Üşür, 1997).

Bu çalışmada Van Dijk'in mikro yapı çözümlemesinden sentaktik; söz dizimi ve kelime seçimlerindeki uyum niteliğinden yararlanılmıştır. Mikro çözümlemede sentaks, kurulan cümlelerin kombinasyon uygunluğunu tanımlamaktadır. Burada kelimelerin uzun veya kısa olması, aktif- pasiflik ve basit- karmaşık yapıları incelenmiştir (Van Dijk, 1988).

Bu bağlamda çalışmanın temel amacı; Kadınlar Günü'nde, kadın köşe yazarlarının kaleminden olay ve sorunların, hak/taleplerinin, göz ardı edilen geri plana atılan meselelerinin söylem biçimleri ile analiz edilmesidir. Analiz kapsamında başlıklarda verilen mesajlar, kelimelerin altında verilmek istenen anlamlar, ideolojik-kültürel yönüne ve tarihsel bağlamı içerisinde aktarımı tespit edilmek istenmiştir. Bu amaçla, '8 Mart Dünya Kadınlar Günü' ile ilgili köşe yazısı kaleme alan ve çoğunluğu değişik gazetelerde çalışan 20 kadın köşe yazarının yazıları çalışma kapsamında incelenmiştir. Bu anlamda 12 farklı gazetede 20 kadın köşe yazarının konuyla ilgili yazıları analiz edilmiştir.

7. Bulgular

7.1. Cumhuriyet Gazetesi

Zülal Kalkandelen'in 6 Mart 2022 tarihli "*Geleceğin Feminizmi, Feminizmin Geleceği*" başlıklı köşe yazısı ile sosyal medyada yeniden şekillenen ve güçlenen kadın hareketini vurgulamak istemiştir. 8 Mart yaklaşırken ele alınan yazıda, feminist gece yürüyüşü için basılan afişlerdeki 'kadın' ve 'feminizm' tanımlarının ayrımlaştırılarak verilmesi tartışılmıştır. Pankartta yer alan 'Kadınız Öfkeliyiz!' cümlesi, tavırlarını ve ünlem işareti durumun ciddiliğini vurgular niteliktedir. Sosyal medyada "*#8MartıGeriAlıyoruz*" ve "*#8MartıKadınların*" etiketiyle yapılan paylaşımlar duruma ışık tutmaktadır. "Trans", 'interseks' ve 'heteroseksüel' bireylerin hareket içinde yer alıp almamaları ortaya çıkmaktadır. Yazar, 8 Mart'ın kadınlara

atfedilmesinin tarihte de böyle olduğunu söyleyerek, ‘beden’ ve ‘emek’ ile günümüzde de mücadele içinde olduğunu ifade etmiştir. Yazıda Heteroseksizm’in tanımlaması yapılmış, tanımlamadan heteroseksüellerin ayrıştığının altı çizilmiştir. Erkek şiddeti yüzünden can veren kadın sayısının fazla olduğu bir ortamda ‘kadının ayrıcalıklı’ sayılmasının yanlış olduğu belirtilen yazıda, şiddet ve şiddet sonucu can veren kadın vurgusu yapılmıştır. Yazar, kadınlığın yalnızca ‘biyolojik’ özellikler ile ifade edilemeyeceğini bunun ‘türcülük’ olduğu; feministlerin insan dışı bedenlere hâkim olmaya karşıt durması gerektiğini söyleyerek, etik vegan olarak kendini tanımlamıştır. Yazının genel söyleminde, sosyal medyanın getirmiş olduğu imkanlar ile günümüz feminizm söylemi, tarihsel ve güncel durumlar göz önünde tutularak yazılmıştır. Toplumsal cinsiyet temelli yazıda, farklı cinsel tercihte olanların hareketten bağımsız düşünülmemeyeceği vurgusu vardır, aksi takdirde bu dışlamaların ilerleyerek ‘cinsiyet kimliği akışkan olanların’ hepsini dışlayacağı söylenmiştir. Önceden kaleme aldığı yazısında yazar ‘erkekler’ tanımını kullanırken bu yazısında ‘özgürlüğünü kendi bedeni ile sınırlayanlar’ ifadesi ile cinsiyetçi olmayan bir yaklaşım imasında bulunmuştur.

7.2. Evrensel Gazetesi

Ayşe Şahin’in 6 Mart 2022 tarihli yazısında “*Sakin Ol Şampiyon!*” başlığıyla kadınların hayatın her alanında bir kısıtlama, diğer plana düşme durumunu belirtmek istemiştir. Kullanılan ünlem ile kadınlığa teselli anlamı verilmiştir. Kadını ev içi, anne, eş, mutfak sorumlusu olarak nitelenmesi üzerinde durulmuştur. ‘Oje’, ‘sökük dikme’, ‘veli toplantısına yetişme’ ‘gece yarısı gönderdiği mesaj’ ile kadınlara bakışı aktaran yazar, kadının ‘baba parası’ eş parası’ yiyen algısına, hareketin tarihsel çıkış noktası ‘eşit işe eşit ücret’ kavgası verildiğini söylemiştir. İş hayatında kadın olarak verilen mücadelenin zorluğuna, söz hakkı tanınıp, mesai kavramında bile ayrımcılığın bulunduğu bahsedilen yazıda, çocuğun sağlık, eğitim, bakım kontrollerini annelerin üstlendiği, ‘ataerkil’ yapının ön planda olduğu bu noktada tabuların kalkması gerektiği söylenmektedir. “Anasına bak kızını al” atasözünün okul öncesi eğitim ile özgürleştirileceğini ifade edip eğitim vurgusunda bulunulmuştur. Nafaka düzenlemesi ile kadının ekonomik gücünün olmaması, ‘ana’ olması, yıldırıcı politika ile eve hapis olsun söylemi aktarılmıştır. Burada feminist hareketin ilk öncü kadınları ‘Clara Zetkin’, ‘Emily Davidson’, ‘Simon de Beauvoir’ in isimleri zikredilerek, kadınların bu savaşı yıllardır verdiği vurgulanmıştır. Yazar, yaşanan Ukrayna Savaşında ‘sarı saçlı’ ‘mavi gözlü kadın’ mültecilerin sınırlarda beklendiğini; Suriyeli kadının hamileyken tecavüze uğrayıp öldürüldüğünü, ayırt etmeden ‘unutturmayacağız’ diye vurgulamıştır. Kadınların ‘regl ağrısı’nın kalp spazmına eşit olduğunu, bu duruma rağmen işbaşında olduğunu yazmıştır. Kadınların iş başvurusuna dahi erkeklerle aynı standartlarda başvuruda bulunamamasından, işe kabul edildiklerinde ise uğradıkları mobbinge ‘baştan yüz vermeseydi’ savunmasında ‘kadın’ olması noktasında cinsiyet temelli yaklaşım eleştirilmektedir. Yazının retoriklerinin feminizmin ilk çıkış sorunları dahilinde, kadının ev içi rollere girmesi, hayatın her alanında kadın olarak ikinci plana itilip farklı gözle bakılması üzerinde durulmuştur. ‘Sakin Ol Şampiyon’ cümlesi sık tekrarlanan yazıda, ‘mücadelemizde başarı elbet sağlayacağız’, ‘hesaplaşacağız’ yinelemelerine sık başvurulmuştur. Yazar ‘Mor bayrağı yükselt’ diyerek yazısını noktalamıştır. Birçok feminist etkinlikte mor rengin ön plana çıktığını görürüz. Etimolojik, çağrışımsal anlam olarak mor renk kadınlıkla özdeşleşmiştir. Bu tanımlama ile yazarda özgürlük ve direnişe sembol ‘mor bayrak’ tanımını kullanmıştır.

Sevda Karaca’nın 11 Mart 2022 tarihinde “*Emma’ dan Emine’ye*” başlıklı yazısında feminizmin tarihsel temelinden günümüze gelişi anlatılmıştır. 1881’de Emma Kadın Yardımlaşma Derneğini kurmuş, ‘eşit işe eşit ücret’, ‘işçilerin dayanışması’, mesleki ve bilimsel seminerler düzenlemek’ gibi faaliyetler yürütmüştür. Dernek yasalara aykırılık gerekçesi ile kapatılmıştır. Ancak Emma durmamış ‘işçi kadın’ ‘eşitlik’ gibi sosyalist dergiler çıkarmıştır. Yazar, tarihsel sürecine bakarak Emma’ya ‘8 Mart’ı yaratan kadın’ sıfatını kullanmış, kadınların tarihlerini hatırlamalarının 8 Mart ile pekiştiğini söylemiştir. Günümüzden aldığı isim Emine; işçidir ve “8 Mart’ı tarihe bizim gibi kadınların yazdığını görmek bana heyecan verdi, vay be biz neymişiz” demiştir. Yazar, kadınlar gününü ‘işçi’ ve ‘sosyalist’ kadınların günü olarak nitelemiştir. Yazıda genel manada, tarihsel süreçte kadının verdiği çabanın halen veriliyor olması ‘işçi kadın’ olmanın kolay olmadığı, gösterilen çaba ve arzuların Emma’dan Emine’ye taşınması anlatılmıştır. Tarihsel bir figürden günümüze yapılan kadın mücadelesi noktasında etkin bir söylem ön plana çıkarılmıştır.

7.3. Hürriyet Gazetesi

Güzin Abla 8 Mart 2022 tarihli yazısına “*Kadına Şiddet Artık Son Bulsun*” başlığını atmıştır. Yazar kaleme aldığı yazısının temel sorun alanını ‘kadına şiddet’, ‘kadın cinayetleri’ ‘eğitim’ hakkı talep etmeleri ve ‘özgürlük’ oluşturmaktadır. Artık bu durumdan sıyrılıp babaları ya da eşlerinden korkmak istemediklerini belirten yazar, korku neticesinde akraba evliliğinin yapıldığını böyle bir ortamda ‘kadın haklarından’ ne derece söz edileceğini belirtmiştir. Yazar Kadınlar günü vesilesiyle yazdığı köşesinde iki kadının hayat hikayesine yer vermiştir: 15 yaşına bile girmeden ‘dini nikah’ ile rızası alınmadan, sokağa bile çıkmasına izin verilemeyen bir kadın bunu ailesine söylediğinde ‘aç değilsin açıkta değilsin’ cevabını almıştır. Kadının isteği ‘sevmek’ ‘sevilmek’ fiilleriyle aktarılmıştır. Kadına ‘ana’, güçlü’ ‘dayanaklı’ ‘fedakâr’ ‘evlatları uğruna can veren’ ‘ana- babasına bakan hayırlı evlat’ nitelemelerini yapmıştır. Yazıya genel olarak bakarsak, kadının şiddete maruz kalmasından, özgür giyinip, eş seçiminde söz hakkı tanınmasından bahsetmektedir. Yazıda kadına yüklenen birçok olumlu sıfatın yanı sıra; halen toplumda kadın sığınma evlerinin sayısının gün geçtikçe artmasını sorgulamıştır.

Ömür Gedik 8 Mart 2022 tarihi yazısına “*Kadın Yöneticiler Önde*” başlığını atmıştır. Aynı sayfada iki farklı konu üzerinde duran yazar, tarih itibari ile ‘kadınlar gününe’ yer vermiştir. ‘Emekçi kadınlar günü’ nitelemesini yapan Gedik, cinsiyet belirtmeden ‘hepimize kutlu olsun’ demiştir. Günün önemine binaen İngiltere’de yapılan bir araştırmada ‘kadın yöneticilerin’ erkeklerin önüne geçtiği sonucunu aktaran yazar, güçlü ekonomide kadınların ‘kilit rol’ oynadığını belirtmiştir. Yatırımların eksik olması ve kadının ‘annelik’ yükünün paylaşılmasını, kadın iş gücüne vurulan ‘darbe’ nitelemesini yapmıştır. Yazar, bir film repliği “Sen özür diledin diye benim çektiğim acılar yok olmuyor.” eklemesiyle ‘kadınlar kendi mücadeleleri sayesinde başarı elde ediyorlar ancak çekilen zorlukların bilincindeyiz’ söylemini aktarmıştır.

Hande Fırat’ın 8 Mart 2022 tarihli başlığı “*8 Mart Hepimizin Günü*” yazısında gündemde olan Rusya-Ukrayna savaşının ulusal boyutlarına yer vermiş, tarih 8 Mart olduğu için güne binaen iki başlıktan oluşan yazısını kaleme almıştır. Kadınlar ölürken bu durumda bile kadını ‘malzeme’ yapan ‘aklieveller’ sıfatıyla eleştiri yapmıştır. Bu durumda kadınlar gününü kutlamadığını sadece ‘andığını’ belirterek kadın konusunda yapılan düzenlemelerin yetersizliğini vurgulamak isteyen yazar, Adalet Bakanı Bekir Bozdağ’ın iyi hal düzenlemesi ile ilgili açıklamasının genel bilgi verdiğini, ayrıntısını açıklamadığını ifade etmiştir. Kadın Dernekleri Federasyonu Başkanı Canan Güllü’nün açıklamasına yer veren yazar, Bozdağ ve Erdoğan’ın açıklamalarını ‘detaylandırmalarını’ istemiş, ‘evli’, ‘boşanmış’, ‘flörtünü’ öldüren erkelerin aynı cezayı almalarını talep etmiştir. ‘Siyaset geç kaldı’, ‘İstanbul Sözleşmesi’nde de geri adım atıldı’ ifadelerini kullanmıştır. ‘Bana inandırıcı gelmiyor’ diyerek konuya olan görüşünü yansıtan söylemde bulunmuştur. Yazar köşesinde “*Savaşta Ukraynalı Kadınları Düşünen Zavallılar*” ara başlığıyla ‘Ukraynalı Kadın’ nitelemesi yaparak erkekler yerine ‘zavallı’ kelimesini kullanmıştır. Savaşı yaşanan olayları bırakıp Ukraynalı kadınları bekleyenlere ‘yazıklar olsun’ diyerek kınamış ve Güllü’nün “Kadını cinsel obje gören bir bakış açısı. Bu kişiler kendi ruhlarında, düştüğü çukurda boğulurken o kadınlar savaşta. Yazıklar olsun.” sözlerine yer vererek kadının ‘cinsel obje’ olarak görülmesi eleştirisini getirmiştir.

7.4. Milliyet Gazetesi

Asu Maro 7 Mart 2022 tarihli yazısında “*Şiddet Serbest, Filmi Yasak*” başlığıyla vizyona giren ‘Bergen’ ve ‘Dilberay’ filmleri üzerinden konuyu ele almıştır. “Acıların kadını’ unvanıyla ele aldığı Bergen’in ‘Aşk cinayeti’ne kurban gittiğini; aşk diyerek dramatize ve romantik söylem aktarımı eleştirilen yazıda, ‘8 Mart’ haftasında vizyona giren filmin ne kadar anlamlı olduğu vurgulanmıştır. Açıklamaları ile gündeme gelen Halis Serbest’e ‘katil’ nitelemesinde bulunmuş, soy isminden ‘Serbest olmaması gereken’ söylemiyle adli açığı eleştirmiştir. Yazar, “Hafifletici” sebep ile sadece yedi ay ceza almasını, 2018 yılında dört çocuğu ‘istismar’ edip serbest kalmasını ‘Söylemezsem Olmaz’ sabah programında ‘özgüvenli şekilde anlattığını ve bu durumu sağlam dayanak’ 5 kere evlendim diğerleri neden hayatta?” diye temelsiz savunma yaptığını belirtmiştir. Sunucuların yönelttiği ‘Bergen sizi aldattı mı?’, ‘Yüzüne kezzabı siz mi attınız?’ sorularına azmettirildim demesi, hayatta olmayan bir kadın hakkında kullandığı ifadelerin; o programı izleyenlere ‘cinayeti’ kabul edilir gerekçelere oturttuğu ortaya çıkmaktadır. Yazar, Kozan Belediye Başkanının ‘film şiddet içeriyor, ilçede yayınlanmasını doğru bulmuyorum.’ açıklamasını; şiddet içeriği sebebiyle gösterilmiyor, şiddeti uygulayan ‘saygı’ görüyor diyerek tepkisini ortaya koymaktadır. Yazıda, Bianet’in

verdiği veriler ocak ayında '22 kadın', şubat ayında '33 kadın' 'erkekler' tarafından öldürüldüğü, isim kullanımıyla nitelenmiştir. Yazar, 'kim bilir ne önemli sebepleri vardı değil mi?' sorusuyla bu durumu meşru gören zihniyete yergide bulunmuştur. Yazıda edilgen cümle kullanımı ön plana çıkmaktadır. Halis Serbest'in yargılamasındaki yetersizlik, Kozan Belediye Başkanı'nın filmi yayınlamaması üzerinden sorgulama yapılmıştır.

Asu Maro'nun 10 Mart 2022 tarihli "*Evin İçişleri Bakanı*" başlığıyla kadının yalnızca ev içi rollerle görünür olup, ev alanına sıkıştırılması tartışılmıştır. Yazar, "bizim evin içişleri bakanı bizim hanımdır" sözünün sorunlu ve toplum tarafından eşin karısına sunduğu 'patron' mevkiinin sorunlu olduğunu vurgulamaktadır. Maro yazısında BM Kadın Birimi tarafından Türkiye'de iyi niyet elçisi seçilen Demet Evgar'ın "Çok gülünç ve romantik ifadeler bunlar" açıklamasını hüsnütabir olarak nitelemiştir. Söylem devamında 'belki ona gerçek bir fırsat verilse gerçekten içişleri bakanı olacak' açıklaması yapılmış, kadının 'anne' 'eş' 'çamaşır-bulaşık' 'temizlik' alanlarının dışında varlığı kaydedilmek istenmiştir. 8 Mart'ta Evgar'ın başlattığı "#BenKadınım" etiketiyle 'eşitlik' 'yaşam hakkı' 'güç' 'değişim-dönüşüm' paylaşımlarıyla toplumun kadınlara atfettiği rollerde farkındalık oluşturmak istenmiştir. 'Kadın kadının yurdudur' sözünün anlamsız olmadığı belirtilmiştir. Yazar yazısında 'Yargı'dan cinsiyet eşitliği dersi' ara başlığıyla; Kanal D'de yayınlanan 'Yargı' dizisi üzerinden toplumsal cinsiyet mesajı vermiştir. Dizide bir mafya davası alan 'kadın savcı' erkek meslektaşları tarafından korunmak istenip davadan çekilmesi söylenmiştir. Yazarın burada asıl önem verdiği kadın savcının cevabıdır, meslektaşlarına "O içinizdeki cinsiyetçi bireyle bir yüzleşin. Sırf kadın olduğum için onlarla başa çıkamayacağım fikrine kapılıp beni koruma hakkını size kim verdi?" diye hesap sormasını ön plana çıkarmıştır. Yazının genel söylem çerçevesine bakarsak kadının kalıplaşmış roller dışında algılanması 'içişleri bakanı' tanımlamasının duvarlar ördüğü belirtilmiştir. Yazar, reyting oranı yüksek bir dizi üzerinden toplumsal cinsiyet göndermesi yapmış 'toplumsal cinsiyet eşitliğinin' doğru anlaşılmasının, 8 Mart kutlamalarından önemli olduğunun altını çizmiştir.

7.5. Star Gazetesi

Fadime Özkan'ın 8 Mart 2022 tarihli yazısına "*Kadına Şiddet Erkekler Bunu Dert Etmedikçe Bitmeyecek!*" başlığını atmış, ünlem işareti ile gündemden düşmeyen şiddet olaylarının tazeliği vurgulamak istemiştir. Yazar yazısına, 'özgürlük', 'eşit işe eşit ücret', 'kadının eğitim alması', 'seçme-seçilme hakkı', 'kamu-özel alanda kadınların varlığı' konularını ardalan bağlam kapsamında değinerek başlatmıştır. 8 Mart'ta en fazla kadına şiddet konusunun gündemde olduğunu belirten yazar bu kadınlara 'kız kardeşlerim' tanımını yapmıştır. Kadınlar gününün 'kadını, kadına yönelen şiddetten nasıl koruruz' kaygısına dönüştüğünü söyleyen yazar bu duruma da tepkinin 'kadın siyasetçiler', 'kadın akademisyenler' 'kadın gazetecilerden' geldiğini belirtmiştir. Yazıda özellikle bu durumun failinin erkekler olduğu, sorununun toplumun ortak sorunu olarak görülüp birlikte iyileşme talebiyle problemin ortadan kalkacağı söylenmiştir. Yazar yazısına "*Kravat Canileri Kurtarmayacak Artık*" ara başlığını eklemiş; Erdoğan'ın KADEM olağan toplantısında tedbir ve ceza kapsamının arttırılacağı açıklamasına yer vermiştir. Reform maddelerinde 'kravat', 'takım elbise'nin iyi hal indirimine etki etmeyeceği, 'işkence' 'şiddet' suçlarında fazla ceza uygulanacağı gibi maddeler belirtilmiştir. Özkan yazısına ikinci bir ara başlık 'Çin'e Lanet, Kadınlar İçin Adalet!' başlığını atmıştır. Buradaki ünlem kullanımı ile mazlum çoğunluğu ve bir an önce özgürlük çağrısı yapılmak istenmiştir. BM raporları doğrultusunda esir tutulan Uygur Türklerinin verileri ve bu sayının yarısının kadın olduğu belirtilmiş. Tanıklar anlatımlarında esir kadınların 'tecavüz', 'saç kazıma', 'dayak', 'dini inanca saldırma' gibi çeşitli işkencelere maruz kaldıklarını ifade etmiştir. Yazının genelinde kadına şiddet ve bunun toplumsal bir mesele olması, iki ara başlık atılarak ilkinde kravatın artık suçu örtmeyeceği ve reform iyileştirmeleri; ikinci ara başlıkta ise ulusal düzey kadın işkenceleri verilerek, Çin Konsolosluğu önünde düzenlenecek eyleme 'Çin'e lanet, kadınlara adalet!' haykırışı ile davette bulunmuştur.

7.6. Posta Gazetesi

Şirin Sever'in 10 Mart 2022 tarihli "*8 Mart'ın Ardından Kafamda Deli Sorular*" başlıklı yazısıyla, Bergen filminin vizyona girdiği tarihle kadınlar günü keşişmiş, ancak kadınlar gününün ne kadar görünür olduğu tartışması yapılmıştır. Bergen filminin, fail Halis Serbest'in yaşadığı Adana Kozan' da gösterime girmemesi ve bir kadını öldürüp pişmanlık göstermeyen 'erkek müsveddeleri' nitelemesinde bulunmuştur.

Siyasi erke eleştiri olarak Kozan Belediye Başkanının bu duruma ‘arka çıktığı’ belirtilmiştir. Yazıda feminist gece yürüyüşüne ‘biber gazı’, ‘barikatlar’ ile engel olunduğu, adamın karısını 23 yerinden bıçaklayıp serbest kalması sorununu aktarmıştır. Kadınlar günü adı altında olmayan ‘adaleti’ mi kutluyoruz, kutladığımız ne sorgulamasını yapan yazar, Demet Evgar’ın iyilik elçisi seçildiği programa katılmış; Evgar’ın sosyal medyada etiket üzerinden yürüttüğü kadın hareketinin, cinsiyet eşitliği ve kadınlar açısından sevindirici bulup Evgar’ın seçimini doğru bulduğunu kaydetmiştir. Yazıda söylem açısından 8 Mart adı altında neyin kutlandığı, Bergen filminin Kozan’da yayınlanmaması ve belediyeçilik sistemi eleştirilmiştir. Ülkede kadınlarda sorun olmadığı, ‘erkeler’ ve ‘adalet’ sisteminin sorunlu olduğu belirtilerek yazı sonlandırılmıştır.

7.7. Sabah Gazetesi

Hülya Güler’in 3 Mart 2022 tarihli yazısına “*Cam Tavanları Kıran Liderler*” başlığını vermiştir. Kadınların ‘her alanda’ güçlendirmeye yönelik yoğunlaşmanın olduğu ‘mart’ ayını sevdiğini belirtmiştir. ‘INBUSINESS dergisinin’ kadınlara ‘fırsat eşitliği’ sunan şirketleri kapağına taşıdığını aktaran yazar, 2021’de 600 bine yakın çalışanı bulunan 100 şirketin ‘kadın çalışan’ oranı yüzde 40,84 iken; bu sene 700 bine yakın çalışanı olan 115 şirkette ‘kadın çalışan’ oranının yüzde 42,77’ye çıktığı verilerini aktarmıştır. ‘Fiba Holding’, ‘Koç Holding’, ‘Uğur Okulları’ gibi firmaların gelişim ve kadın istihdam oranlarını ve olumlu sonuçlar ortaya çıktığını kaydeden Güler, kadını güçlendirmeye yönelik projelerde firmalar arasında adeta bir ‘yarışın’ olduğunu söyleyerek; kadınlara seferber olunan, güçlenmesi hep desteklenmiş gibi bir söylem oluşturmak istemiştir. Yazar yazısında, gündemden bağımsız düşmeden savaşın büyük bir acı, ‘kadın’ ve ‘çocukların’ ise daha fazla zarar gördüğünü belirtmiştir.

Şebnem Bursalı’nın 9 Mart 2022 tarihli yazısında “*Mesele Sadece Kadın Değil Ki?*” başlığıyla kadının ‘şifacı’, ‘iyileştirici’, ‘merhametli’, ‘savaşçı’ olduğu nitelendirmelerini yapmıştır. Kadın bir girişimcinin sözlerine yer verdiği yazısında kadınların ekonomik güce katılımı ile ülkemizin dünyayı dönüştüreceği belirtilmiştir. TÜGİAD ziyaretinde yapılan konuşmalardan şu cümleleri aktarmıştır: “Kadın haklarıyla ilgili çağrılarımızı artık erkeklere yapmaktan vazgeçmeliyiz. Kadınlar kendi haklarının farkında olup birbirlerini desteklerse erkek dahil hiçbir güç karşısında duramaz. Bize köstek ve engel olmasınlar yeter, biz nasılsa gerisini hallederiz.” Konuşmanın söyleminde ‘artık’ ile kastedilen eskiye göre daha güçlüyüz durum değişti; ‘erkek dahil’ ayrışımı ile hem cinsiyetçi hem de ötekileştirici anlam; bize ‘köstek’ ve ‘engel’ olmasınlar ile erkekleri engelleyici güç ve karşı taraf vurgusu yapılmıştır. Gazetenin ve yazarın ideolojik tarafının yoğunlukla hissedildiği yazıda kadın haklarına yapılan reformların iyileştirme girişimlerine değinilmiş. İkinci ara başlık kullanan yazar burada Berat Albayrak’ın kitap tanıtımını yapmıştır.

Hilal Kaplan’ın 9 Mart 2022 tarihli yazısına “*Buyurun Kadınlar Günü Yazısına*” başlığıyla feminizm algılanmasının eleştirisinde bulunmuş, cinsiyet kodları üzerinden konuya farklı bir perspektif katmıştır. ‘Düşen uçakta ateist olmaz’ sözünü batan gemide de feminist olmaz çünkü “önce kadınlar ve çocuklar” diye bağırarak erkek sesine koşular diyerek algıda seçicilik durum tespitini aktarmıştır. Günümüzdeki feminizmin ‘kadınlar çiçektir’den ‘kadınlar güçlüdür’ söylemine evrildiğini, ‘dünyayı kadınlar yönetsin’ diyenleri ‘zekâ yoksunluğu’ ile nitelemiştir. Kadınların yalnızca ‘merhamet’, ‘sevgi kaynağı’ olarak aktarıldığını ancak ulusal olarak savaş, kriz durumlarında ‘çocuk-kadın’ ölümlü olaylara ‘kadın’ yetkililerinin tavır ve açıklamalarının hiçte atfedildiği gibi ‘merhamet ve sevgi ‘dolu olmadığını belirtmiştir. Bu söyleminin devamında ise makam olarak güç sahibi kadınların daha merhametli, şefkatli olacağına ya cahiller ya da çalışma hayatında hiç ‘kadın yönetici’ ile çalışmamış olanlar inanır yargısında bulunmuştur. Gücün cinsiyet ayrımı yapmaksızın ‘kadını’ ve ‘erkeği’ etkilediğini belirten yazar, kadın ve erkeklerin yapılan araştırma ile yatınlıklarının farklı olduğundan bahsetmiştir. İskandinav ülkesi araştırma raporunda ‘erkek’ sayısının fazla olduğu, bunun sorgulanmasından kaçıldığı ifade eden Kaplan, kadınların destek görme hakkı kadar; hor görülen, dışlanan erkelerin de toplumda var olduğunu kaydetmiştir. Yazar, kadın savunucu söylemden farklı olarak olaya erkek haklarını da eklemiş, bu farkındalığın dikkat çekmesi temennisinde bulunarak yazısını sonlandırmıştır.

Hülya Güler 10 Mart 2022 tarihli yazısına “*105 Bin Kadına 10.7 Milyar TL*” başlığını atmış, Halkbank’ın kadın girişimcilere tanıdığı olanaklara yer vermiştir. Yazar, mart ayının ilk haftasının ‘kadınlar günü’ne tekabül etmesiyle ‘bu durumu çok seviyorum’ diye duygusunu aktarmıştır. Üreten Kadınlar Projesi kapsamında 105 bin kadına 10.7 milyar TL finansal destek sağlanıp, yalnızca proje bazında değil

girişimcilik faaliyetinde olanlara da sunulan destekten bahsetmiştir. Salonun ‘kadın enerjisi’ ile dolduğunu aktarıırken programa katılan devlet erkinden Maliye Bakanı Nebati’nin ve Halkbank Genel Müdürü Osman Arslan’ın konuşmalarının sıklıkla alkışlamalardan kesildiğini söylemiştir. Yazar köşesinde yer verdiği bu yazısında, destek sağlana kadın rakamının ve başvuruların oldukça yoğun olduğundan bahsetmiş, olumsuz tanım, kelime ve cümle yapısı kullanmamıştır.

7.8. Vatan Gazetesi

Aslım Sarı 8 Mart 2022 tarihinde kaleme aldığı yazısına “*Bu Ülkede Sadece Bir gün ‘Kadın’ Olabiliyorsunuz O da Yarım Yamalak! Nedir bu 8 Mart?*” başlığıyla yargılama/hesap sorma anlamını vermiş ve 8 Mart ne kadar idrak edilerek kutlanıyor bunu sorup metin içinde cevabını aramaya çalışmıştır. Sebep, sebepsiz birçok günün kutlandığını bunlar arasında 8 Mart’ında olduğunu belirten yazar, bugünün ne kadar geçmişini biliyoruz, idrakındayız sorusu üzerine anlamlandırma yapmıştır. Artan kadın cinayetleri, kadın olarak tekrar dünyaya gelmek ister misiniz? Sorusuna yüzde 54 ‘evet’ cevabının verildiği ülkede duygularının karmaşıklığından bahsetmiştir. Mevzu kadın olduğu için yazıyı ele alış tarzını biraz daha ‘sivri dille’ duygu düşüncelerini aktaracağını niteleyen yazar, kadını imgelemek istemiştir; ‘ezilen’, ‘öldürülen’, ‘kenara itilen’, sıfatlarını vurgulamıştır. ‘Özgecan’ ‘Leyla’, ‘Pınar Gültekin’, ‘Şule Çet’ tir kadın denilmiştir. Yazar anlam bağlamından kopmadan; ataerkil yapıda ezilendir kadın, çapkınlık yapsa ‘namussuz’ olandır, babasının erkek kardeşinin ‘paspas’ gördüğüdür, ‘gözü açılmaması gerektir’, ‘başarmamalıdır’, ‘okutulmamalıdır’ kimine göre ‘ayıp’ kimine göre de ‘neşedir’ kadın. Kadının birçok sıfat ve tanımlarını dile getirmiştir olumlu-olumsuz olarak ve hepsi de toplumdan medyadan aşına olduğumuz şekli ile söylem olarak aktarılmıştır. Yazar konusu bağlamında ‘şiddet sebebi hayatını kaybeden kadın’ oranını ‘fuhuşa sürüklenen’ aile içinde taciz-tecavüze’ maruz kalan kadın oranlarını vermiştir. Bu oranlardan bahsederken bu muameleye maruz kalan ‘benim kadını’ vurgusu yaparak durumu ne kadar içselleştirdiğini belirtmiştir. 1800’ler de işçi kadınların başlattığı ilk hareketten günümüz sürecini tarihsel bazıyla aktarmış, ‘kadın’, ‘işçi-emekçi kadın’ olmanın zorluklarının altını çizmiştir. Dini açıdan İslam’ın kadına verdiği değeri hadisle ifade etmiştir. Yazar kaleme aldığı yazısında genel manada olaya olan duyarlılığını sıklıkla belirterek kadına yüklenen sıfat ve tanımlamaları aktarmıştır. düşüncelerini aktarıırken kullandığı kelime ve cümle yapıları birbirini destekler yapıdadır. Tarihsel süreçten bugüne verilen mücadele ve karşılaştıkları zorlukları sayısal verilerle destekleyerek 8 Mart’ın anlamını geçmişle bilip, 9 Mart’ta unutulacak bir gün olmadığının önemini vurgulamıştır. Yazar ‘Kadınları yalnızca 8 Mart’a sığdırma! Emekçi kadınlarımızın kıymeti her gün bilinsin’ diyerek her daim kadınların yanında ve destekçi olduğunu belirtmiştir.

7.9. Yurt Gazetesi

Aycan Ulusan 8 Mart 2022 tarihli yazısına “*45 Numara Ayakkabı Giyen Peri Olur Mu?*” başlığını atmıştır. Yazar kadın basketbol takım oyuncularına atıfta bulunarak, kadınlara ‘potanın perileri’, ‘sultanları’, ya da ‘prens’ tanım ve sıfatlarının yüklendiğini belirtmiştir. Cinsiyetçilik kodlamasının çocukluktan yüklenerek, ‘aslan oğlum’, ‘prens kızım’ şeklinde yeniden üretildiğini kaydetmiştir. Cinsiyet ayrışımının ‘oyuncaklar’, ‘renkler’, ‘kıyafetler’ ve hitap şekilleri üzerinden de toplumda var olduğundan bahseden yazar, toplu taşımada ‘bize öğretilen kadınlara çocuklara yer vermek!’ buradaki ünlem işareti ile toplumda ikinci sınıf, muhtaç olan kesim diye aktarım yapılması eleştirisini vurgulamak istemiş ve eklemiştir; ‘ne kadar iyi niyetli bir yaklaşım oysa değil mi?’ soru işareti ile ‘satirik’ bir vurgulama yapılmak istenmiştir. Yazısına ‘*Aslında Değil!*’ ara başlığını ekleyerek, bu durumun bir sorun olduğunu ifade ederek yazısını devam ettirmiştir. Dilimize yerleşmiş farkına varmadan günlük kullandığımız ‘bilim adamı’, ‘iş adamı’, insanoğlu’, ‘adamakıllı’, ‘kız almak’, ‘sözünün eri’, gibi birçok kelime kalıbının ne kadar ‘ataerkil’ zihniyet ürünü olduğunu ifade eden yazar oysa kadına ‘bayan’ deyip ‘kadın’ demeye dilimiz varmıyor! Ünlem işareti ile tepkisini ortaya koymuştur. Söylem içerisinde yazar, bu duruma medyanın da rolünü eklemiş bir ‘kadın’ trafik kazası yaptığında veya ‘kadın başarı’ elde ettiğinde söylem tarzında bile farklı aksettiriş yapıyor demıştır. Söylemin en temel özelliği olan dil vurgusunun altını çizerek; ‘kadın hesap ödemez’, ‘erkek adam evine para getirmek zorunda’ kalıpların yerleşip, meselenin ‘insan olma’ olduğunun altını çizen yazar, tam eşitlik ve değişim istiyorsak bunun ‘dil’ ile mümkün olacağını kaydetmiştir.

7.10. Dünya Gazetesi

Yasemin Salih 9 Mart 2022 tarihli “*Kadın Akıllı İşe Dabil Etmek İçin Projeler Artıyor*” yazı başlığıyla kadınların çalışma hayatındaki rolü üzerinden konuyu ele almıştır. Uluslararası firmaların Türkiye’de bulunan şubelerinde cinsiyet eşitliği üzerinden meseleye bakmış; taşımacılık ve lojistik sektöründeki kadın oranının düşüklüğünü tartışmıştır. Lojistik kadın iş gücü oranı “%9” olarak tespit edilmiş ve şirket yetkilileri tarafından bu sayısının artırılması hedefi dile getirilen yazıda, ‘Analitik zekâ’, ‘zaman yönetimi’ konusunda kadınların iyi oldukları ancak iş verenlerin, ‘kadın çalışan’ istememeleri, ‘doğum izni’ sekteye uğratan sebep olarak almaları dile getirilmiştir. ‘Eşit ücret’ konusunda da problemler vardır. Yazısına “*Aktif Bank’tan Ekonomide Aktif Kadınlar*” başlığı ile 8 Mart için ‘girişimci kadınlara’ olanaklar ve proje imkanları sağlayacak Aktif Bank’ kadınlar için sağlayacakları olanaklara değinmiştir. Yazının genel söyleminde çalışma hayatında kadın sayısının düşük olduğu ve bu durumun ‘kadınsal’ nedenler ile olduğu tespit edilen yazar, özel alanda da var olup eşit ücret ve destekleme imkanlarının kadınlara sunulacağı belirtmiştir.

7.11. Habertürk Gazetesi

Nagehan Alçı’nın 8 Mart 2022 tarihinde kaleme aldığı “*Bergen’e Yapılmaya Devam Edilenlerin Utancı Bu 8 Mart’ta Hepimize Yeter*” isimli yazısı, vizyona giren Bergen’in, faili Halis Serbest’i konu almaktadır. Yazar, filmin Kozan’da yayınlanmaması, Serbest’in açıklamaları, ‘erkek şiddetinin kurbanı’ diye nitelediği Bergen’in hayat hikayesini öğrenmiş, yazıyı kaleme almak için ‘8 Mart’ı özellikle beklediğini kadınlar gününde ‘kadın’ vurgusu yapmak istediğini aksettirmiştir. Ülkede ‘kadına karşı şiddetle mücadele’ olgusunu rafa kaldırdım diyerek adalet sistemine eleştiri de bulunan yazar, adını ifade etmeyip ‘katil’ nitelemesi yaptığı Serbest’in ‘pişman değilim, 5 kere daha evlendim diğerleri yaşıyor’ açıklamasına; öldürdüğü kadına ‘çamur atmaya kalıyor’ deyimine yer vermiş, ‘elini kolunu sallaya sallaya geziyor!’ ünlem işretiyle adli makamlar görevini yerine getirmiyor söylemini aktarmıştır. “*Bu Açıklamalar Suç Değil Mi?*” ara başlığıyla ‘katil’ yinelenmesinde bulunduğu Serbest’in hakkında ‘dava’, ‘adli işlem’ başlatılıp başlatılmayacağı sorgulanan yazıda yazarın olaya ideolojik yaklaştığı çıkarımı yapılabilir. İdeolojisini Serbest’in “pişman değilim, defalarca uyardım” açıklamalarının yayınlanmasından sonra adli işlem başlamazsa, o dönemden bu yana’ bir arpa boyu yol alamamışızdır’ deyimine desteklemiştir. Yazarın yer verdiği üçüncü ara başlık “*Eleştirilerin Odağındaki Kozan Belediye Başkanı’na Sordum*” Belediye başkanına filmin başrol oyuncusu Farah Zeynep Abdullah’ın ‘IQ testi’ gönderdiği gündemin ortasına ‘oturdu’ fiiliyle belirtilmiştir. Yazarın son ara başlığı “Kozan’da Kaç Sinema Var? Neden Filmleri Belediye Başkanı Seçiyor?” ‘Saadet partili’ diye ‘siyasi’ bir göndermede bulunduğu Kozan Belediye Başkanı Kazım Özgan ile konu hakkında yaptığı konuşmasını aktarmıştır. ‘Katil’ kelimesini aleyhinde sıklıkla tekrarladığı Serbest’i koruyup kollamadığı, tehdit nedeniyle filmi gösterime koymadığı sorularını yöneltmiş belediye başkanı bulunduğu statü çerçevesinde yanıtlar vermiştir. ‘Katil Halis Serbest’ içerikli soruda yargı içerikli niteleme sıfatı yapmıştır. Yazının genelinde, etkin cümle yapısı kullanılarak Bergen yazı içeriğinin temelini oluşturmaktadır. Yazarın ideolojik görüşü baskın şekilde hissedilmekle birlikte, film üzerinden ülke genellemesinde bulunarak eleştiriler de geliştirmiştir.

Esin Övet’in 8 Mart 2022 tarihli “*Kadın Hikayelerinin Arkasında Durun*” başlıklı yazısıyla kadına şiddet olaylarına ‘Bergen’ ve ‘Dilberay’ filmleri üzerinden tartışma açmıştır. Kadınlar gününde kaleme aldığı yazısında günü; ‘yersen’, ‘kabul edersen’, ‘içine sinerse’ sıfatlarıyla nitelemiştir. Kadın filmlerinin engellenmediği haklarını korunduğu gün ‘8 Mart’ kutlayacağını belirten yazar, filmi yasaklayan Kozan belediyesi fail gösterilerek ‘daha kaç kadının ölmesi gerekiyor?’ sorusuyla yargılama yapılmıştır. Kaç kadının mezarı ‘demir parmaklık ardında’, ‘dayak yediği- kolu kanadı kırıldığı- gözü şiştiği’, ‘hakarete uğrayıp sessiz kalacak?’ soruları ile adalet ve eşitlik uygulamalarını iktidar eleştirisi de katarak dile getirmiştir. ‘Daha kaç kadın!!!’ kullandığı üç ünlem işareti ile hesap sorduğu söylemi belirginleşmektedir. Bergen’in mezarının demir tel ile çevrili olduğunu bu durum ‘korkunç değil mi sizce de?’ sorusuyla genel bir kitleye sorgu ve düşünme eylemi uyandırmak istemiştir. Failin yedi ay aldığı ceza; ‘sadece yedi ay!’ ünlemiyle sorgulama ve adli sisteme yerme anlamı katılmak istenmiştir. Yazının genel söyleminde yazar, sorgulamalar, yargı ve eleştiride bulunmuş, etkin cümle yapısı kullanılarak Dilberay ve Bergen yazının söylemini oluşturmuştur. Kadın filmlerinin yasaklanması ile genel manada üstü örülmeye çalışılan bir durum olduğunu kaydeden

Övet, bu duruma engel olanların hepsi ‘suçludur’ yargısında bulunur ve köşesini yazı ile ‘Nokta !!!’ şeklinde üç ünlem kullanarak tepkisini belirterek sonlandırmıştır.

7.12. Türkiye Gazetesi

Halime Gürbüz 8 Mart 2022 tarihli “*Ortaya Karışık*” başlığıyla uyumlu şekilde ‘kadın sorunları’, ‘eril dil’, ‘ataerkil bakış’ gündelik olaylar halk dili ile ‘satirik’ öyküsel biçimde ele almıştır. İçerisinde yer verdiği ifadelerle örneklendirmek gerekirse; ‘benimleyken güzelsin, bensiz kertenkeleye benziyon’ diyebileceğimiz birileri olmalı hayatta’, ‘Olur öyle ya... Çok şapmamak lazım’, ‘hayatta tek gerçek kariyer; adam çalışır ‘karı’ yer’, ‘eczaneden çıkarken “Yine bekleriz” lafı beddua mıdır temenni mi?’, ‘Kadınların iki kova suyla yaptığı tüm temizliği, sadece bir ıslak mendille yapabilen canlıya erkek denir’, ‘Dudaklar silikon, yanaklar dolgu, kirpikler takma, dişler protez gözler lens; girmiş markette organik yumurta arıyor!..’, ‘Öyle insanlar tanıdım ki arpaya karsan at yemez, kepeğe karsan it yemez!’, ‘Burada işler 3 şekilde yürür: Doğru şekilde, yanlış şekilde, benim istediğim şekilde!’, ‘Ve sonuncu bir ergen delüganlıdan geliyor; “Kızım bu kırdığın kalp, kalp... Ananın porselen takımı değil...” Ninem diyor ki; Evi yapan avrat yurdu şen yapan devlet.’ Yazar söylem olarak halk ağzı, çoğu gündelik şahit olduğumuz söylemler, kelimelere yer vermiştir. Ünlem ve soru işaretlerine sık yer vermiş; durumu hem sorgulamak, eleştiri ve tavrını belli etmek amacıyla kullanmıştır. Son cümlesiyle iktidara ve uyguladığı politikaların yetersizliğine vurgu yapmıştır.

8. Sonuç

Kadın hakları mücadelesi yüzyıllardır devam etse de örgütlü hak arayışının talebinde bulunulması 17. yüzyıla dayanmaktadır. Kadınların kamu ve özel alanda görünür olması, cinsiyetçi, sivil, siyasi olarak verilen mücadele sosyolojik ve toplumsal açıdan oldukça önemlidir. Dalgalar halinde gelişim gösteren hareket her dönemde sekteye uğramış veya uğratılmaya çalışılmıştır. Dünyada verilen mücadele aynı şekilde Türkiye’de de görülmektedir.

Cinsiyet ayrıştırmaları ataerkil anlayış her dönemde kadının önüne çıkan engeller arasında yer almıştır. Kadının toplumda belirli kalıplara oturtulması, üretim gücünde erkeklerden düşük ücret almaları eşit işe eşit ücret talebini doğurmuştur. Hareketin çıkış noktası da hak ettikleri ücreti alamayan sömürülen kadınların örgütlenmesi ve hak talebinde bulunmalarına dayanmaktadır. Çalışmanın temellenmesine olanak tanıyan 8 Mart Dünya Kadınlar Günü 20. yüzyılın başlarından itibaren varlığını koruyarak evrensel bir kimliğe bürünmüştür. Bugünün simgeleşmesi kadın haklarına dair mücadele ve hak arayışının toplum nezdinde yaygınlaşması ve bilinmesine imkân tanımıştır (Albayrak & Anamur, 2020). Bu sebep ile gazetelerde bu konuyla ilgili ele alınan köşe yazıları kamuoyu oluşturma bakımından kadın ve cinsiyet eşitsizliklerinin anlaşılması noktasında önemlidir. İncelenen yazılarda tarihsel süreç ve gelişim aşamalarından kopulmadan, hak talebi, güncel gelişmeler açısından kadınların ele alınışı ön plandadır. Söylemler keskin şekilde ifade edilmiştir; kadınlar kız kardeş, birlik ve ‘biz’ diye sınıflandırılırken, erkekler ‘öteki’, mücadele edilecek sınıf, şeklinde nitelendirilmiştir. Analiz edilen yazıların çoğunda biz ve öteki ayrımı keskin şekilde gözlemlenmiştir.

Kadınların iş hayatı, elde ettikleri başarılar, girişimcilik ve spor alanında görünür ve aktif oldukları vurgulanmıştır. Ünlem ve soru işaretlerine köşe yazılarında sık rastlanmıştır. Bu durumda kadınların toplumdaki kalıplaşmış zihniyet yapılarını sorguladıkları, ünlem işareti ile tepkilerini belirttikleri sonucu ortaya çıkarmaktadır. Erkekler için ‘müsvedde’, ‘sakin ol şampiyon’, ve ‘katil’ gibi eleştirel ve satirik söyleyiş vurgusu ön plandadır. Gündemde olan Ukrayna savaşı ve bu 8 Mart’ta vizeye giren Bergen ve Dilberay üzerinden kadınların, şiddete, tecavüze, ölüme maruz kalmaları eleştirel dille tartışılmıştır. Aynı sosyal ortamların paylaşıldığı dünyada, ele alınan söylemlerin aynı toplumu paylaşan bireyler olarak fazla ayrımlaştırıcı ve öfke barındırdığı görülmektedir.

9. Extended Abstract

For centuries, women and men have been handled in different roles in the world and society. While women were left in the background, away from domestic and social life in the historical process, men have existed in a more social and active position in business life. This system created by the society has placed the concept of gender in the literature. Women, who are made dependent on the home and imprisoned in

motherhood and family roles, have started the concept and discussion of feminism by reacting to the concept of gender discrimination. The struggle that women have started against these inequalities has started the discussion of women's rights and the search for a struggle for rights that has lasted until today (Albayrak, 2020).

Looking at the literature on feminism, it is possible to find various definitions. In this sense, if we look at the root of the word, feminism, which is derived from the Latin word 'femine', which means woman, entered French after 1837 and into English with the term 'womanism' in the 1890s (Sevim, 2005).

Feminism struggles around demands that will remedy these injustices, despite the restrictions that women are subjected to simply because they are women and because of their gender. This struggle/resistance covers an area ranging from the material conditions of the society to its mental structures (Berktay, 2013). In general terms, feminism is evaluated as an approach that opposes the stereotyped order in society, brings questioning and criticism, and seeks equality by preventing the difficulties that women are exposed to in the private and public spheres.

This study has looked at feminism and the issues it contains, and has been made on the discourses of women columnists who write on women's day. The preference of female authors as a sample in the study is due to the fact that they are the first interlocutor on the subject. As a result, discourses are sharp and shaped on the basis of political, social, cultural and rights.

In line with this information, the definition of feminism was made in the study, and then the media and feminism were mentioned in the historical process and waves. In the study, the articles written by twenty female columnists in national newspapers for the 8 March International Women's Day were analyzed by discourse analysis method.

Gender discrimination, patriarchal understanding has always been among the obstacles that women face. The fact that women are placed in certain stereotypes in society and that they receive low wages from men in the production force has led to the demand for equal wages for equal work. The starting point of the movement is based on the organization and demand for rights of exploited women who cannot get the wages they deserve. 8 March International Women's Day, which allowed the work to be grounded, has taken on a universal identity by preserving its existence since the beginning of the 20th century. Today's symbolization has allowed the struggle for women's rights and the pursuit of rights to become widespread and known in the society (Albayrak & Anamur, 2020). For this reason, the columns on this subject in the newspapers are important in terms of understanding women and gender inequalities in terms of forming public opinion. In the articles examined, the treatment of women in terms of rights claims and current developments, without breaking away from the historical process and developmental stages, is at the forefront. Discourses are sharply worded; While women were classified as sister, union and 'us', men were described as 'the other', the class to be fought. The distinction between us and the other is sharply observed in most of the analyzed texts.

It is emphasized that women are visible and active in business life, achievements, entrepreneurship and sports. Exclamation and question marks are frequently encountered in the columns. In this case, the result is that women question the stereotyped mentality structures in the society and express their reactions with an exclamation point. For men, the emphasis is on critical and satirical expressions such as 'draft', 'calm down champion', and 'killer'. The Ukraine war, which is on the agenda, and the exposure of women to violence, rape and death through Bergen and Dilberay, which were released on March 8, were discussed critically. In the world where the same social environments are shared, it is seen that the discourses discussed contain too much discrimination and anger as individuals sharing the same society.

Keywords: Feminism, Media, Discourse Analysis, March 8, Columns

Kaynakça

Albayrak , E. C., & Deniz Anamur, D. (2020, ağustos 27). Kadın hareketleri ve medya: 8 mart dünya kadınlar günü'nün ulusal gazetelerde temsili üzerine bir analiz. *Journal of humanites and tourism research*, s. 690-709. doi:: 10.14230/johut889

Albayrak, E. C. (2020). Türkiye'de Kadın Hakları ve Medya: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün Basında Temsili. *Yüksek Lisans Tezi*. Uşak.

Albayrak, E. C., & Anamur, D. D. (2020). Kadın hareketleri ve medya : 8 mart dünya kadınlar günü'nün ulusal gazetelerde temsili üzerine bir analiz. *Journal of humanities and tourism research*, s. 690-709. doi:10.14230/johut889

Baruönü Latif, Ö., & İngün Karkış, Ö. (2018). Sosyal medya reklamları üzerinden kadının toplumdaki konumlandırılmasına ilişkin bir içerik analizi. *Avrasya sosyal ve ekonomi araştırmaları dergisi*, s. 114-134. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/41162/497836> adresinden alınmıştır

Beğiçarslan Savcı, S. (2019). Feminizm ışığında arendt'e; arendt ışığında feminizme bakmak. *Yüksek lisans tezi*.

Berktaş, F. (2013). Feminist Teoride Açılımlar. F. Berktaş , Y. Ecevit, G. Hoşgör, B. Kümbetoğlu, E. Köker, H. Karaaslan Şanlı, . . . S. Sancar içinde, *Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları* (s. 3-23). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Çiçek, C. A., Aydın, S., & Yağcı, B. (2015). Modernleşme sürecinde kadın: osmanlı dönemi üzerine bir inceleme. *Kafkas üniversitesi iktisadi idari bilimler fakültesi dergisi*, s. 269-284. doi:http://dx.doi.org/10.18025/kauibf.99074

Dalaman, Z. B. (2020). Kadın hareketinde feminist alternatif medyanın rolü: türkiye ve tunus örnekleri. *Yüksek lisans tezi*.

Donovan, J. (1997). *Feminist Teori* (1-11 b.). (A. Bora , M. Ağduk Gevrek, & F. Sayılan, Çev.) İletişim Yayınları. <https://docplayer.biz.tr/198502169-Josephine-donovan-feminist-teori.html> adresinden alınmıştır

Enginyurt, D. (2018). Sosyal hareketler sosyolojisi bakımından feminizm. *Use uluslararası sosyoloji ve ekonomi dergisi*, s. 36-59. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/use/issue/55416/759813> adresinden alınmıştır

Ercan, G. S., & Danış, P. (2019). Söylem, söylem çözümlemesi ve eleştirel söylem çözümlemesi: tanımları ve kapsamaları. *DEÜ Edebiyat fakültesi dergisi*, s. 527-552. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/835613> adresinden alınmıştır

Gedik, E. (2020). Dünya'da ve Türkiye'de dijital feminizmin incelenmesi: gençlerin dijital aktivizm deneyleri. *Toplum ve kültür araştırmaları dergisi*, s. 123-136. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jscs/issue/55100/737601> adresinden alınmıştır

Göle, N. (1991). *Modern Mabrem*. Metis Yayınları.

Güzelcan Şenol, S. (2010). Türkiye'de 1980 Sonrası Kadın Hareketi ve Feminist Yayıncılığın Oluşum Süreci:Pazartesi Dergisi Deneyimi. *Yüksek lisans tezi*. İzmir.

İmançer, A., & Gürses, İ. (2009). 'Savaş' mağduru kadınlar: basın fotoğrafı- toplumsal cinsiyet- şiddet bağlamında bir değerlendirme. *Yeni düşünceler dergisi*, s. 195-216. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/euifdyhd/issue/45359/568419> adresinden alınmıştır

Kalaman, S., & Bat, M. (2014). Toplumsal cinsiyet açısından Axe basın ilanlarının göstergebilimsel analizi. *KMÜ Sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*, s. 128-136. doi:http://dx.doi.org/10.18493/kmusekad.12160

Kalender, A. B., Hıdır, M., Zengin Taş, E., Aksun, K., Dedeoğlu, Ş., & Salman, S. (2021). Medyada kadın istihdamının temsili ve reklamlardaki kadın imajı üzerine bir alımlama analizl. *USBAD Uluslararası sosyal bilimler akademi dergisi*, s. 1409-1439. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad> adresinden alınmıştır

Michel, A. (1993). *Feminizm*. (Ş. Tekeli, Çev.) İletişim Yayınları.

Özüdoğru, B. (2018). Beyaz Feminizm ve Öteki Kadınlar. *Süirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 304-319. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/611955> adresinden alınmıştır

Sancar Üşür, S. (1997). *İdeolojinin serüveni yanlış bilinç ve hegemonyadan söyleme*. İmge kitabevi yayınları.

Sevim, A. (2005). *Feminizm*. İnsan Yayınları.

Soyadı, A. (2020, Temmuz). Çalışma Başlığı. *Selçuk İletişim*, 13(2), 1-12.

Soylu, H. B. (2019). Türkiye'de feminizm hareketi ve islam'ın kadına bakışı. *Yüksek lisans tezi*.

Sözen, E. (1999). *Söylem belirsizlik, mübadele bilgi/güç ve refleksivite*. Paradigma yayınları.

Taş, G. (2016). Feminizm Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Kavramsal Analizi, Tarihsel Süreçleri ve Dönüşümleri. *Akademik Hassasiyetler Dergisi*, s. 163-175. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademik-hassasiyetler/issue/27268/287075> adresinden alınmıştır

Tekeli, Ş. (1995). *1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*. İletişim Yayınları.

Tekvar, S. O. (2017). Türkiye'de feminist alternatif medyanın işlevselliği: bir alternatif medya örneği "kadınların postası" projesinin incelenmesi. *İnsan ve toplum bilimleri araştırmaları dergisi*, s. 537-552. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/itobiad/issue/27443/294876> adresinden alınmıştır

Uluyacağı, C., & Yılmaz, R. A. (2007). Televizyon reklamlarında çocuğa ilişkin toplumsal cinsiyet rollerinin sunumu. *Galatasaray üniversitesi iletişim dergisi*, s. 141-157. <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/issue/7373/96533> adresinden alınmıştır

Utma, S. (2020). Türk kültüründe kadın olmak ve medyada kadın temsili. *Uluslararası sosyal araştırmalar dergisi*, s. 1076-1083. doi:<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.4159>

Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Yalçınkaya, F. (2019). Modern çağın kumaları: metresler ve Türkiye'de yayınlanan diziler. *Uluslararası folklor akademisi dergisi*, s. 33-52. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/702569> adresinden alınmıştır

Yiğit Çavuşoğlu, G. (2015). Türkiye'de kadın hareketinin oluşumu ve kadının sosyal yaşamdaki yeri. *Yüksek lisans tezi*.

Gazeteler

Sabah Gazetesi
Hürriyet Gazetesi
Habertürk Gazetesi
Türkiye Gazetesi
Star Gazetesi
Cumhuriyet Gazetesi
Evrensel Gazetesi
Milliyet Gazetesi
Posta Gazetesi
Dünya Gazetesi
Vatan Gazetesi
Yurt Gazetesi

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Emre Osman Olkun)%50/(Eda Er)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Emre Osman Olkun)%50/(Eda Er)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Sürdürülebilir Giyim Markalarında Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Yenilikçilik Bağlamında Marka İmajının Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi*

Ayşenur Banu ALTUN** 
Vural ÇAĞLIYAN*** 

ÖZ

Günümüzde yaşanan yoğun rekabet ortamında sürdürülebilirlik çalışmaları, markaların rakiplerinden farklılaşabilmesini sağlamada büyük önem kazanmıştır. Sürdürülebilirlik faaliyetlerinin başarısının, kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçilik uygulamalarının kullanılmasıyla doğrudan ilgili olduğu görülmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren markaların da son zamanlarda sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve kurumsal sosyal sorumluluk gibi faaliyetlere daha fazla önem verdiği görülmektedir. Markaların yapmış oldukları bu faaliyetlere yönelik tüketicilerin algı ve yaklaşımlarını tespit etmek bu çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, markaların sürdürülebilirlik çerçevesinde yaptığı faaliyetlerin, işletmelere sağladığı faydalar irdelenmiş olup tüketici perspektifinden algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun ve algılanan yenilikçiliğin marka imajına, marka imajının da davranışsal niyet üzerindeki etkilerinin ne yönde olduğu araştırılmıştır. Bu bağlamda Ankara’da bulunan bir üniversitede öğrenim gören öğrencilere anket uygulanarak saha araştırması yapılmıştır. Araştırma modelinde yer alan değişkenler için korelasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda tüketicilerin sürdürülebilir giyim markalarından algıladığı kurumsal sosyal sorumluluğun ve yenilikçiliğin marka imajına, marka imajın ise davranışsal niyet üzerine pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka İmajı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Yenilikçilik, Davranışsal Niyet

The Effect of Brand Image on Behavioral Intention in the Context of Perceived Corporate Social Responsibility and Innovation within Sustainable Apparel Brands

ABSTRACT

In today's competitive environment, sustainability has gained great importance in ensuring the differentiation for brands. The success of sustainability activities is related to the use of corporate social responsibility and innovation practices. It is seen that the brands in the textile and apparel industry have recently given more importance to activities such as sustainability, innovation and corporate social responsibility. Determining the perceptions and approaches of consumers towards these activities carried out by brands constitutes the main motivation of this study. In this study, the benefits of the activities carried out by brands within the framework of sustainability to the enterprises were examined. Moreover innovation and corporate social responsibility that are perceived by consumers were researched in terms of their effect on brand image and behavioral intention. In this context, a survey was conducted to a group of university students in Ankara. Correlation and regression analyses were used for the variables in the research model. As a result of the research, it is found that perceived corporate social responsibility and perceived innovativeness from sustainable apparel brand has a positive effect on brand image and brand image has a positive effect on behavioral intention.

Keywords: Brand Image, Corporate Social Responsibility, Innovation, Behaviour Intention

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı’nda Prof. Dr. Vural Çağlıyan danışmanlığında Ayşenur Banu ALTUN tarafından “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Yenilikçiliğin Marka İmajına Etkisi: Tekstil Sektöründe Görgül Bir Araştırma” başlığı ile tamamlanarak 08.03.2019 tarihinde savunulan doktora tezinden türetilmiştir.

** Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Dr., Selçuk Üniversitesi Doktora Mezunu, aysenurbanualtun@gmail.com

*** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, vcagliyan@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 27.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.01.2023

Citation/Atf: Altun, A. B., Çağlıyan, V. (2023). Sürdürülebilir giyim markalarında algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçilik bağlamında marka imajının davranışsal niyet üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 219-236. <https://doi.org/10.52642/susbed.1225016>

1. Giriş

Sanayileşme ile birlikte küreselleşme olgusu, çevresel, toplumsal koşulların değişmesi, bilgi ve teknoloji ağındaki gelişmeler, tüketicilerin artan beklentileri işletmeler arası rekabeti her geçen gün artırmaktadır. Bu yoğun rekabet ortamında işletmelerin birbirine benzer ürünler üretmeleri ve vaatler sunmaları ile karşılaşmaktadır. Bu durumda işletmelerin tüketicilerin zihninde konumlanmaları ve ürünlerinin tercih edilebilirliği zorlaşmaktadır. Bu kapsamda işletmelerin rakiplerinden farklılaşmayı sağlayacak, hedef kitlede tercih edilebilirliği artırmayı sağlayacak en önemli unsur; güçlü bir marka ve onun da ötesinde güçlü bir marka imajı oluşturmayı gerekli kılmaktadır. Özellikle yoğun rekabetin yaşandığı tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için markalaşma rekabet üstünlüğü sağlamanın temel taşlarından biri olarak görülmektedir. Yaşanan rekabette tüketiciler tarafından seçilen olmak ise marka olmak ve bu markanın tüketici zihninde olumlu bir algı ile konumlandırılmasından geçtiği dile getirilmektedir.

Tüketicilerin giderek daha seçici ve bilinçli bir satın alma sürecine girdiği, markaları daha çok araştırdıkları görülmektedir. Tüketicilerin bilgiye erişebilmeleri daha kolay olmakta markalardan beklentileri de artmaktadır. Tüketiciler ödedikleri karşılığında kendilerine, topluma, çevreye, ekonomiye değer sağlayacak markaları kullanmayı tercih etmektedir. Bu nedenle işletmelerin artık klasik iş modelleri uygulayarak kısa vadeli kazançlar hedeflemeleri ile pazar payı elde edebilmeleri, müşterilerini tutabilmeleri artık zorlaşmaktadır. Rekabet güçlerini korumak isteyen işletmelerin tüketicilerin reaksiyonlarına karşılık verebilmesi, iyi bir imaja sahip olabilmesi için sürdürülebilirlik konularına yoğunlaşması gerekmektedir. Artık işletmelerin uzun dönemli başarı elde edebilmesi, varlığını devam ettirmelerinin ve kârlı büyüebilmelerinin yolu sürdürülebilirliği esas alan iş modellerini benimsemesi ile mümkün hale gelmiştir. Sürdürülebilirlik işletmelerin faaliyetlerinde ekonomik, sosyal ve çevresel konuları eşzamanlı ele alarak tüm kesimlere değer sağlayan bir süreci temsil etmektedir. Markanın çevre dostu üretim faaliyetleri, paydaşları ile oluşturduğu bağ, güven veren iletişimi, sağladığı değerler, yenilikçi yapısı tüketicilerin algılarını ve davranışlarını biçimlendirmektedir. Markanın sunduğu bu faaliyetlere yönelik de tüketicinin zihninde markanın güçlü bir şekilde yer edinmesi, benimsenmesi sağlanmaktadır. Küresel markaların sürdürülebilirlik stratejilerini, kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilik projeleriyle destekledikleri ve böylece farklılık oluşturdukları görülmektedir. Türk firmalarının da bu yönde strateji izlemeleri uluslararası piyasada rekabet avantajı sağlayacaktır. Akademik çalışmaların pratik hayata katkı sağlaması açısından konunun etraflıca irdelenmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, yapılan bu çalışmada sürdürülebilirlik uygulamaları çerçevesinde şekillenen marka imajının tüketici perspektifinden nasıl algılandığı ve söz konusu algıların marka imajıyla ilişkisinin olup olmadığı araştırılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Marka İmajı Kavramı

İmaj kavramını literatüre ilk kazandırdığı ifade edilen Gardner ve Levy (1955, s. 39) kavramı; işlevsel, sosyolojik ve psikolojik etkiler neticesinde ortaya çıkan duygular, düşünceler ve tutumlar olarak açıklamıştır. İmajı marka ile birlikte kullanan Herzog (1963, s. 82) ve Newman (1957, s. 98) ise marka imajı kavramını, tüketicinin hafızasında çağrışımlar yoluyla oluşan algılamalar şeklinde yorumlamışlardır (Keller, 1993, s. 3). Marka imajının genel anlamda çağrışımlar, inanışlar ve algılarla ilintili olduğu belirtilebilir (Yılmaz, 2011, s. 12). İletilen mesajların kişide oluşturduğu algılar, duygular, çağrışımlar ve yorumlar ile marka imajı gerçekleşmektedir. Marka imajı kişiyle kurulan ilişkiye dayalı olup deneyim, kişisel özellikler, halk ve ticari unsurlar, pazarlama politikaları gibi çeşitli araçlardan meydana gelmektedir (Doyle, 2007, s. 398).

2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını literatürde ilk kullanan yazar Howard Bowen'dır. Bowen (1953) "İş adamlarının Sosyal Sorumlulukları" isimli kitabında iş adamlarının yükümlülükleri üzerinden kavramı açıklarken, politikalar oluşturmak, faaliyetleriyle ilgili bilgili olmak ve kararlar almak şeklinde değerlendirmiştir (Carrol, 1999, s. 269). Kavram, sonraları farklı bakış açısına sahip çevresel, sosyal, ekonomik, gönüllülük ve paydaş boyutları ele alınarak çeşitli ifadelerle açıklanmaya çalışılmıştır (Dahlsrud, 2006, s. 6). En genel tanımlamayla kurumsal sosyal sorumluluk; işletmelerin hissedarlarının yanı sıra yasal gereklilikleri haricinde çevresinin de memnuniyetini sağlayacak şekilde ekonomik, sosyal, çevresel, etik

unsurları dikkate alarak planlamalar yapmasıdır (Ceritoğlu, 2011, s. 23). Kurumsal sosyal sorumluluk, karar verenlerin menfaatlerini korumalarının yanı sıra toplumun refahını koruması, faaliyetlerin toplumsal etkilerini değerlendirmesini öngören uygulamalardır (Peltekoğlu, 2007, s. 188). Tanımlamaların ortak noktasında; işletmelerin sadece kâr amaçlı sınırlı faaliyetlerinin ve sorumluluklarının olmadığı, hissedarlarının yanı sıra tüm paydaşlarına karşı sorumlu olması, sadece ekonomik değerlerini artırmayı hedeflememesi, sosyal sorunların giderilmesinde, insani değerleri geliştirmede yardımcı olması özellikleri öne çıkmaktadır (Sönmez & Bircan, 2004, s. 3).

2.3. Yenilik ve Yenilikçilik Kavramları

Yenilik kavramı, İngilizce “innovation” kelimesinden Türkçeye geçmiş olup, Latince kökenli “innovatus” dan türetilmiştir. Türkçeye her ne kadar “yenilik” olarak çevrilse de literatürde inovasyon, yenilikçilik gibi çeşitli şekillerde kullanılmaktadır. Türkçede “innovation” kelimesini doğrudan karşılayabilecek bir kavram olmamasından dolayı adlandırmada kararsızlık ortaya çıkmaktadır (Uzkurt, 2008, s. 42). Bir işletmenin ilk defa geliştirdiği bir fikri, sistemi, ürünü ya da süreci kullanmasına yenilik denmektedir (Güleş & Bülbül, 2004, s. 126). Yenilik, bir ürünün ticari değer elde edecek şekilde mevcut ürünlerde, organizasyonlarda, süreçlerde yapılan iyileştirmelerdir (Schumpeter, 1934, s. 102). Yeni olarak algılanan bilgiler, düşünceler, uygulamalar veya objeler yeniliktir. (Roger, 1983, s. 11). Diğer bir tanımla yenilik, yeni fikirlerin ekonomik ve sosyal değer katacak şekilde ürün, süreç, teknolojinin ticarileştirilebilir, uygulanabilir bir şekilde geliştirilmesini ifade etmektedir (Uzkurt, 2010, s. 37; Kahraman & Taşkın, 2018, s. 10). Diğer bir taraftan literatürde genelde yenilik ve yenilikçilik kavramlarının birbirinin yerine kullanıldığı görülse de tanım farklılığının olduğunu düşünenler de bulunmaktadır. Yenilik kavramının işletmenin mal ve hizmetlerini geliştirmesi, yenilikçiliğin ise yeni düşüncelere açık olması, değişime uyum sağlama yeteneği anlamına geldiği belirtilmektedir (Crawford & Di Benedetto, 2003; Pappu & Quester, 2016, s. 4; Kunz vd., 2011, s. 816). Yenilikçilik; bir işletmenin kültürünün göstergesi olarak yeni fikirlere açık olması, hızlı bir şekilde çevresel koşullara adapte olması şeklindeki yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Hurley & Hult, 1998, s. 51). Literatürde görüldüğü üzere kavramlar farklı yaklaşımlarla ele alınmaktadır. İnovasyon kavramı Türkçede yenilik olarak kullanılması tercih edilse de esasında daha geniş bir anlamı kapsamakta, yeniliklerin ticari hale getirilmesi anlamına gelmektedir (Aras vd., 2014, s. 36). Kısaca ekonomiye veya topluma değer sağlayan bilgi ve düşüncelerin üretilmesini, sorunlara çözüm geliştirilmesini sağlayan bir kavramdır (Özsagır, 2014, s. 25).

2.4. Davranışsal Niyet Kavramı

Davranışsal niyet, müşterinin satın alım sonrasında edindiği olumlu düşünceler aracılığıyla tekrar satın alma eğilimi göstermesi olarak değerlendirilmektedir (Yücenur vd., 2011, s. 160). Müşterinin satın alma davranışı sonrasında edindiği duygu ve izlenimler davranışsal niyete yön vermektedir (Dölarlan, 2013, s. 16). Fishbein ve Ajzen (1975) davranışların niyetlere göre şekillendiğini belirtmiştir. Müşteri niyetinin belirlenmesi, ileride seçilecek markaya yönelik bir öngörü vermektedir. Niyet, müşterinin ürünleri satın alma istekliliğini ortaya koymaktadır. Algılar, değer, tutum, duygular, markanın sunduğu özellikler ve deneyim niyeti etkileyebilmektedir (Nasermoadeli vd., 2013, s. 129). Davranışsal niyet kavramının bileşenleri ile ilgili çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Smith vd. (1999) davranışsal niyeti, ekonomik açıdan ve sosyal açıdan davranışlar olarak sınıflandırmıştır. Ekonomik olan; tekrar satın alma, daha yüksek fiyatlar ödemeye gönüllü olma ve marka bağlılığı gibi markanın maddi yönden katkısını sağlayan davranışlardır. Sosyal olan ise şikâyet ve önerme yoluyla yakın çevresinin davranışına yön veren tutumlarıdır. Tian-Cole vd. (2002) davranışsal niyeti başkalarına olumlu duyurumda bulunma, yakınlarının satın alması için teşvik etme, ileride tekrar ziyaret etme şeklinde değerlendirmiştir. Cronin vd. (2000) yakınlarına tavsiye etme, markaya sadık kalma ve ürünlerini tercih etme şeklinde ifade etmiştir. Bush vd. (2004), davranışsal niyeti şikâyet etme, önerme ve marka sadakati olarak ele almıştır. Genel olarak yazarların davranışsal niyetleri üç kısımda incelediği söylenebilir. Bunlar; bireyin satın alım yaptığı yeri tekrar ziyaret etmesi, yakınlarına önermesi ve pozitif düşüncelerini duyurmasıdır (Yücenur vd., 2011, s. 160).

3. Literatür İncelemesi

Tüketicilerin tercih ettikleri markalarla ilgili algılarının belirlenmesi rekabet stratejisini geliştirmek açısından önem teşkil etmektedir. Bilhassa tekstil ve hazır giyim markalarında yaşanan yoğun rekabet esas alındığında algı ve değerlendirmelerin tespit edilmesi karar vericilere yol haritası sunacaktır (Azizoğlu, 2013, s. 37). Bu sektör tüketicilerin beğenisine doğrudan sunulan mal ve hizmetlerle ilgilenmesi sebebiyle tarihte her dönem önemli bir yere sahip olmuştur. Sektör, birçok ülkenin istihdam ve kalkınmasına katkı sağlayan, öncelik verilen endüstrileri arasında yer almaktadır (Utkun & Atılğan, 2010, s. 27). Türkiye açısından da sektör önemli bir yere sahip olup, uzun yıllar oluşturduğu milli hâsıla ve sağladığı istihdam bakımından ülke ekonomisinin temel direklerinden biri sayılmıştır. Avrupa'nın en büyük üretim kapasitesi ile ihracat potansiyeli ile birlikte, dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olan Türkiye'de sektörde rekabet üstünlüğü sağlamanın markalaşmayla ve güçlü bir marka imajı oluşturmakla mümkün olacağı vurgulanmaktadır (Sevim, 1992; Vural, 1994; Vural & Ağaç, 1996; Kıpöz, 1998; Eray, 1999; Denli, 2007; Işık, 2007; Mangır & Ay, 2009; Bayram & Güldür, 2015). Bu sebeple bu çalışmada marka imajının tüketicilerin davranışsal niyetlerine etki eden faktörlerin analiz edilmesi işletmelere yol haritası sunması açısından önemli görülmüştür. Literatür incelendiğinde tekstil ve hazır giyim markalarının sürdürülebilirlik çabalarını konu alan işletmelere katkılarını gösteren (Özbakır & Velioglu, 2010; Tunçluer, 2010; Gürcüm & Yüksel, 2012; Mangır, 2016; Can & Ayvaz, 2017) ve bu çabalarla birlikte sosyal sorumluluğa karşılık tüketicilerin algı ve davranışlarını bulmaya yönelik araştırmalar (Dickson, 2000; Niinimäki & Hassi, 2011; Gupta & Hodges, 2013; Akbulut, 2012; Atılğan vd., 2012; Stolz & Bautista, 2015; Kang vd., 2013; Ağaç vd., 2013; Kang & Kim, 2013; Woo & Jin, 2015; Diddi & Niehm, 2016; Hill & Lee, 2015; Chang & Jai, 2015; Park & Kim, 2016; Karakaşoğlu & Arslan, 2016; Jung vd., 2020) bulunurken; sürdürülebilirlik bağlamında tekstil ve hazır giyim markalarının yapmış olduğu kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçilik faaliyetlerine yönelik tüketici algısını ölçerek değerlendiren ve bu faaliyetlerin marka imajı ve davranışsal niyet ile ilişkisini araştıran çalışma sayısının yeteri kadar olmadığı görülmüştür. Çalışma kapsamında ilgili literatür incelenerek hipotezler geliştirilmiştir.

3.1. Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Marka İmajı İlişkisi

Kurumsal sosyal sorumluluk hem işletmelerin ürünlerinin imajlarını hem de genel olarak marka imajını artırmakta, markaya itibar katmaktadır. Birçok işletme kurumsal sosyal sorumluluk vasıtasıyla çeşitli paydaşlarla uzun süreli ilişkiler kurabilmekte, marka imajlarını geliştirerek rekabet güçlerini artırmaktadır (Raza Naqvi vd., 2013, s. 80; Guzman vd., 2017, s. 43). Kurumsal sosyal sorumluluk imaj ve tüketici satın alma davranışını etkileyebileceği, böylelikle kurumlara finansal değer artışı sağlayabileceği savunulmaktadır (Yavuz, 2010, s. 109). Kurumsal sosyal sorumluluk yoluyla marka, tüketicilerle daha kolay iletişime geçebilmekte, tüketici farkındalığını yükselterek imaj ve saygınlığını güçlendirmektedir. Tüketicilerin sosyal sorumluluk sahibi markaların ürünlerini daha çok tercih ettikleri belirtilmektedir (Özdemir, 2009, s. 69; Özer, 2011, s. 168; Wu & Wang, 2014, s. 52; Bozdemir, 2015, s. 80; Alakkas vd., 2022, s. 19; Salam & Bajaba, 2022, s. 1188). Farklı sektör alanlarının ele alındığı tüketici araştırmalarında sosyal sorumluluğun marka imajı üzerinde çeşitli düzeylerde etkileri görülmektedir. Petrol işletmeleri (Göksu, 2006, s. 286), içecek (Wu & Wang, 2014, s. 43; Rodrigues vd., 2011, s. 9), banka (Coşkun, 2015, s. 65; Söylemez & Kayabaşı, 2017, s. 349), spor kulüpleri (Sönmezoglu, 2015, s. 120), süpermarket (Lauritsen & Perks, 2015, s. 178; Thuy & Minh, 2020, s. 41), dayanıklı tüketim malları (Eren & Eker, 2012, s. 466), iletişim ve teknoloji (Arslan & Zaman, 2014, s. 87; Gilanlı & Erdoğan, 2022, s. 12) medya (Akbaş, 2010, s. 123), eğitim (Phan vd., 2021, s. 430), otel (Supornrungrachoen & Laohavichien, 2021, s. 27), tekstil ve hazır giyim (Woo, 2013, s. 69; Lee & Lee, 2018, s. 395; Dawood, 2019, s. 45) markaları üzerinde yapılan birçok çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk ile marka imajı arasında olumlu ilişki olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Algılanan Yenilikçilik ve Marka İmajı İlişkisi

Marka ve yenilik kavramları; işletmelerin gelişmesi ve sürdürülebilirliği açısından gerekli unsurlardır. Dünya çapında tanınmış markalar yenilikçilik faaliyetleri ile tüketiciler üzerinde olumlu bir algı oluşturmaya çalışmaktadırlar. Farklılaştırılmış özelliklere sahip ürünlerin müşterilere katma değer sunması, onların satın alma davranışlarını etkilemesinden dolayı birçok işletme başarılı yenilikleri büyümelerinin motoru olarak

görmektedir. Yenilikçilik ise rakiplerinin taklidini gerçekleştirmede zorlandığı benzersiz yeteneklerle meydana gelmektedir (Hanaysha vd., 2014, s. 2). Yenilikçi uygulamaların, işletmenin rakiplerinden önde olmasında ve güçlü bir imaj oluşturmada başarılı bir araç olarak kullanılacağı düşünülmektedir. Tüketicilerin markanın ürünlerini olumlu değerlendirmesinde, daha iyi bir imaja sahip olduğu düşüncesinin oluşmasında yenilikçiliğin payı bulunmaktadır (Canlı & Batra, 2004, s. 203; Zhou vd., 2012, s. 54). Tüketicilerin zihninde yenilikçi kalan marka sektöründe lider, güvenilir ve saygın sayılmaktadır (Sanayei vd., 2013, s. 295). Algılanan yenilikçilik riskleri azaltmakta, yenilikçilik algısı markanın yeniliklerinin benimsenmesini sağlamaktadır (Kunz vd., 2011, s. 816; Çiftçi, 2012, s. 90). Tüketici, yenilikçi markaların ürünlerini çekici bulmaktadır. Yenilikçi marka, değer algısı oluşturmada ve tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemektedir (Kim vd., 2015, s. 201). Ürün yeniliği vasıtasıyla oluşan pozitif bir marka imajı; müşterilerde satın alma istekliliği ve sadakati yükseltmektedir (Shiau, 2014, s. 786). Farklı ülkelerde ve farklı sektör alanlarında yapılan tüketici araştırmalarında yenilikçiliğin marka imajı üzerinde çeşitli düzeylerde etki ettiği görülmektedir. Malezya'da otomobil (Hanaysha vd., 2014, s. 5), Kore'de cep telefonu endüstrisi (Kim vd., 2015, s. 210), Japonya'da bilgi ve iletişim teknolojileri (Yeh, 2015, s. 42), Türkiye'de yolcu taşımacılığı (Karaca, 2009, s. 210), Endonezya'da televizyon (Octavia vd., 2021, s. 217), Azerbaycan'da giyim (Huseynli & Mammadova, 2022, s. 73) sektörü markaları üzerinde yapılan araştırmalarda algılanan yeniliğin marka imajında etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte işletmelerin ve tüketicilerin çevresel farkındalıklarının artmasıyla birlikte ekolojik, sürdürülebilir yeniliklere olan ilgi de artmaktadır. Araştırmalarda; çevreci yeniliklerin imajı arttırdığı da ortaya konmaktadır (Chen, 2008; Chen, 2010; Kang, & Hur, 2012; Amores-Salvadó vd., 2014; Ng vd., 2014; Huang vd., 2016; Tulangow & Kusumawardani, 2020).

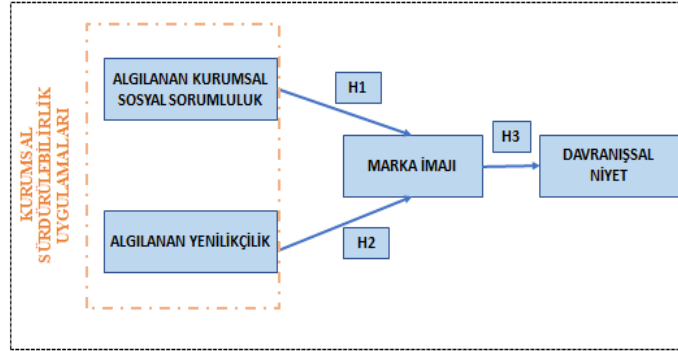
3.3. Marka İmajı ve Davranışsal Niyet İlişkisi

Marka imajı ile davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma yer almaktadır. Çalışmalarda tüketicilerin satın alma sonrasında markaya yönelik pozitif algıya sahip olduklarında bir sonraki satın alımına etki edecek davranışsal niyet içerisinde buldukları belirtilmektedir (Dölerslan, 2013, s. 16). Olumlu imaja sahip markalar, kişide güven duygusu oluşturmada, markaya karşı olumlu bir davranış sergilenmesine yönlendirmektedir (Brandão vd., 2011, s. 184; Çabuk vd., 2013, s. 105; Fianto, 2014, s. 71; Atılğan & Yükselen, 2018, s. 48). Bilhassa kalite, prestij, statü, kimlik sembolü ile ilişkili ürünlerde marka imajının tüketicilerin satın alma istekliliğini ve sadakat düzeylerini artıracakları belirtilmektedir. Tüketiciler değerine karşılık bulduğuna inandığı, yüksek kaliteli marka imajına sahip ürünleri yakın çevresine tavsiye edip, mağazaları hakkında bilgilendireceği iddia edilmektedir (Shiau, 2014, s. 786). Alışverişin kişilerin kendini ifade etme biçimi olduğu, kişiliklerini yansıtmada hizmet ettiği ifade edilmektedir. Tüketiciler yaşam standartlarını ve statülerini destekleyecek markaları kullanmayı tercih etmektedirler. Özellikle gençlerde; kişiliklerini göstermede marka sembol olarak kullanılmaktadır. Bu anlamda marka imajı davranışsal niyetleri etkilemede önemli rol oynadığı vurgulanmaktadır (Contractor, 2016, s. 12). Marka imajı tüketicinin genel anlamda o markayla kendisini özdeşleştirdiği, sağladığı faydaları temsil etmektedir. Markanın kattığı değerler, pazarlama faaliyetleri, tüketici deneyimleri, duyguları marka imajını şekillendirmeye sağlamaktadır. Bu sebeple marka imajı tüketicilerin satın alma niyetlerini etkilemektedir (Mursandi, vd., 2020, s. 993; Benhardy vd., 2020, s. 3421; Büyükdağ, 2021, s. 1384; Tan vd., 2022, s. 9). Özellikle tekstil ve hazır giyim ürünlerine olan davranışsal niyetlerde marka imajı belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Marka kişinin kalıcı bir tanıtım aracıdır. Bu sebeple markanın kalitesi, güvenilirliği, fiyatı ve kendini yenileyebilme yeteneği sayesinde yüklendiği imaj doğrultusunda markaya yönelme olmaktadır (Eray, 1999, s. 110). Birçok çalışmada hazır giyim sektöründe marka imajı ile satın alma niyeti veya davranışları arasında olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Eminler, 2012; Riaz, 2015, s. 33; Karakaşoğlu & Arslan, 2016, s. 240). Farklı sektördeki ürün gruplarında yapılan tüketici araştırmalarında da marka imajı ile davranışsal niyet arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Güçlü imajın olumlu davranışsal tepkiye neden olduğu ortaya konmaktadır (Horng vd., 2018; Ling vd., 2010; Brandão vd., 2011; Durna vd., 2015; Mokhtar vd., 2018; Raji vd., 2019; Suhartanto, 2019; Afshardoost & Eshaghi, 2020; Cuong & Long., 2020; Faqih, 2022; Shen & Ahmad, 2022).

4. Metodoloji

4.1. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi

Araştırmanın temel amacı; sürdürülebilirlik kapsamında tüketici bakış açısıyla algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ve algılanan yenilikçiliğin marka imajına, marka imajının ise tüketicilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan model ve model bağlamında geliştirilen hipotezler Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Araştırmaya tekstil ve hazır giyim sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanmasını ve geliştirilmesini hedefleyen The Sustainable Apparel Coalition (SAC)-Sürdürülebilir Giyim Koalisyonu’na üye olan markalar arasından 7’si dâhil edilmiştir. Bu markaların seçilme sebeplerinin başında; sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçilik faaliyetlerine yönelik taahhütler vermeleri gelmektedir. Bunun yanı sıra hedef kitesinin daha çok gençlerden oluşması, en çok tanınan (www.retailturkiye.com; www.mediakat.com) ve tercih edilen tekstil markaları içinde yer alması (www.hurriyet.com.tr; www.statista.com) vb. çeşitli araştırma sonuçları birer kriter olarak göz önüne alınmış, bu markalar üzerinde çalışma yapılması önemli görülmüştür. Bu markalar aynı zamanda 2015-2019 yılları arasında Brand Finance Raporuna göre marka değeri en yüksek giyim markaları sıralamasında ilk 50’ye giren (www.brandfinance.com), Interbrand araştırmasına göre en iyi 100 küresel marka sıralamasında yer alan (www.interbrand.com), RobecoSAM Dow Jones Sürdürülebilirlik İndeksi’ni baz alarak yayınladığı 2019 yılı raporunda tekstil sektörü kategorisi sıralamasında önde gelen markalar olarak yer almaktadır (www.robecosam.com). Türkiye de bu markaların önemli bir üretim ve tedarik merkezi konumuna sahiptir. Bu markalara üretim yapan birçok Türk işletmesi sürdürülebilirliği sağlamak adına faaliyetlerinde iyileştirmeler yapmaktadır. Bu yüzden sürdürülebilirlik çalışmalarıyla örnek olan, faaliyetlerinde başarı gösteren bu markaların Türk tekstil sektörü açısından da önemli bir yeri olduğu düşünülerek tercih edilmiştir.

Araştırmanın evreni Ankara’daki üniversitelerin birinde 2015-2016 yılları arasında öğrenim gören öğrencilerdir. Öğrencilerin seçilme sebepleri arasında; marka imajının gençler üzerinde etkili olması, sürdürülebilirlik konusuna ve giyim markalarındaki trendleri diğer tüketici gruplarına göre nispeten daha iyi takip edebileceği düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Üniversitede toplamda 81.488 öğrenci bulunmaktadır. Örneklem sayısının tespit edilmesinde Yazıcıoğlu ve Erdoğan’ın (2004, s. 50) hazırladığı tablodan faydalanılmıştır. Evren 80.000, örneklem hatası $E=0,05$, evrendeki bireyin gözlenme oranı $p=0,5$, evrendeki bireyin gözlenmeme oranı $q=0,5$ seçildiğinde örneklem büyüklüğü 381 olarak hesaplanmıştır. Örneklem büyüklüğü hem evreni temsil etme ölçütünü hem de araştırma modelinin geçerliliğini sağlamada yeterli büyüklüğe sahip olduğu görülmüştür.

Ankette yer alan algılanan kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili sorular; geçerliliği ve güvenilirliği çeşitli araştırmalarda (Castaldo vd., 2009; Fahlioğulları, 2009; Moiescu, 2015; Engizek & Yaşın, 2016; Maher & Zohro, 2017; Nguyen & Pham, 2018) test edilmiş olan Singh vd. (2008) kullandığı algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinden faydalanılarak hazırlanmıştır. Ölçek ekonomik sorumluluk (4 madde), etik

sorumluluk (4 madde) ve sosyal sorumluluk (4 madde) şeklinde 3 boyut altında gruplandırılan 12 maddeden oluşmaktadır. Ankette algılanan yenilikçiliğin ölçümünde geçerliliği ve güvenilirliği çeşitli çalışmalarda (Çiftçi, 2012; Dirsehan, 2015; Lin, 2015; Jin vd., 2015; Shams vd., 2015; Choi vd., 2020; Karaköse, 2021) test edilmiş Kunz vd. (2011) geliştirdiği 7 maddeden oluşan ve tek boyutta toplanan ölçekten hazırlanmıştır. Marka imajında ise Göksu (2006) tarafından geliştirilen 28 maddenin 7 boyutta toplandığı ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek birçok araştırmada kullanılmıştır (Eren & Eker, 2012; Kılıç & Daldal, 2015; Tosun & Dereli A.B. , 2016). Davranışsal niyetin ölçülmesinde 3 maddeden oluşan ve birçok yazar tarafından kullanılan (Yücenur vd., 2011; Dölarlan, 2013; Yoshida vd., 2013; Demirgüneş, 2015; Choi vd., 2020; Turk & Avcılar, 2009; Ngan vd., 2019; Ersoy & Börühan , 2020; Fu & Liang, 2022) Cronin vd. (2000) çalışmasından yararlanılmıştır. Tüm soruların cevaplandırılmasında 5'li likert derecelendirme ölçeği kullanılmıştır.

4.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler aşağıda yer almaktadır:

Hipotez 1: Algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ile marka imajı arasında pozitif ilişki vardır.

Hipotez 2: Algılanan yenilikçilik ile marka imajı arasında pozitif ilişki vardır.

Hipotez 3: Marka imajı ile davranışsal niyet arasında pozitif ilişki vardır.

5. Veri Analizi ve Bulgular

Araştırmaya 381 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin %67,7'si kadın, %32,3'ü erkektir. Öğrencilerin yaş ortalaması 23 olup, buna göre gruplandırılmış yaş aralıkları düzenlenmiştir. Öğrencilerin %76,1'i 23 yaş ve altı yaş grubunda, %23,9'u ise 24 yaş ve üzerinde toplanmıştır. Katılımcıların eğitim gördükleri sınıf düzeylerine göre dağılımı incelendiğinde; %28,1'i 4.sınıfta, %26,8'i 3. sınıfta, %23,4'ü 2. sınıfta, %12,3'ü 1. sınıfta, %9,4'ü yüksek lisans veya doktora eğitim gördüklerini belirtmişlerdir.

Ölçekte yer alan değişkenlerin güvenilirliğinin tespitinde içsel tutarlık yöntemi kullanılmış ve Cronbach alfa (α) katsayısından yararlanılmıştır. Algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinde yer alan 12 ifadenin katsayısı 0,872; algılanan yenilikçilik ölçeğinde yer alan 7 değişkenin katsayısı 0,907; marka imajında yer alan 28 değişkenin katsayısı 0,914; davranışsal niyet ölçeğinde yer alan 3 değişkenin katsayısı 0,906 tespit edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik katsayısının 0,80 ile 1,00 arasında değiştiği görülmüştür. Bu kapsamda ölçeklerinin tamamının yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Ankette kullanılan ölçekteki maddelerin daha güvenilir bir duruma getirilmesi için güvenilirliği düşüren maddeler irdelenmiştir. Yapılan incelemeler sonrasında marka imajı algısında 5 ifadenin çıkarılması uygun görülmüştür. Araştırmada kullanılan ölçeğin yapısal geçerliliğini tespit etmek ve ölçek içinde yer alan çok sayıda değişkenin faktör yapısını bulmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Analiz için öncelikle örneklem yeterliliğinin tespiti amacıyla Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla The Barlett Test for Sphericity (BTS) küresellik testlerinden yararlanılmıştır. KMO ve Barlett Küresellik Testi değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Faktör Analizi

Ölçekler	KMO	Barlett	P
Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk	0,877	1884,523	< 0,001
Algılanan Yenilikçilik	0,906	1517,187	< 0,001
Davranışsal Niyet	0,732	770,181	< 0,001
Marka İmajı	0,928	5686,023	< 0,001

Tablo 1'den görüldüğü üzere araştırmada bulunan ölçeklerin KMO değerleri 0,732 ile 1 arasındadır ve $p < 0,001$ 'dir. Bu sonuçlar; ölçeklerin faktör analizi için uygun olduğunu ve değişkenlerin gruplanabilir olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda ölçeklere asal bileşenler faktör analizi yapılmıştır. Faktörlerin dönüştürülmesinde varimax rotasyonu yöntemi kullanılmıştır. En uygun faktörleri belirlemek için özdeğerleri 1'den büyük olan ve faktör yükü 0,45'in üstünde yer alan faktörlerin seçimine dikkat edilmiştir. Kavramsal modeldeki hipotezleri test etmek için korelasyon analizleri yapılmıştır. Tablo 2'de değişkenler arasındaki ilişkilere yer verilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Modelindeki Değişkenlere İlişkin Korelasyon Matrisi

	KSS	Yenilik	Marka İmajı	Davranışsal Niyet
Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk	1			
Algılanan Yenilikçilik	0,536**	1		
Marka İmajı	0,684**	0,651**	1	
Davranışsal Niyet	0,480**	0,613**	0,558**	1

Not: ** p< 0,01.

Tablo 2'ye göre sig. 0,01 düzeyinde korelasyonun anlamlı olduğu görülmüştür. Her bir değişken arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin tayini için regresyon analizinden yararlanılmıştır. Markadan algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ile marka imajı arasındaki ilişkiyi ölçen basit doğrusal regresyon analizinin bulguları Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Marka İmajı Arasındaki İlişki

Bağımlı Değişken	ΔR2	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	t	F
Marka İmajı	,467	Sabit Terim	1,111	,089	12,476*	
		Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk	,641	,035	18,267*	333,677*

Not: *p<0,001

Tablo 3'den görüleceği üzere model istatistiksel yönden anlamlıdır (F=333,677, p<0,001). ΔR2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve F (regresyon modelinin anlamlılık derecesi) değerleri marka imajının algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ile açıklanabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda Tablo 3 ve Tablo 2 birlikte değerlendirildiğinde Hipotez 1 desteklenmiştir. Algılanan kurumsal sosyal sorumluluk marka imajı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Markadan algılanan yenilikçiliğin marka imajı üzerinde etkisini ölçen basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Algılanan Yenilikçilik ile Marka İmajı Arasındaki İlişki

Bağımlı Değişken	ΔR2	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	t	F
Marka İmajı	,422	Sabit Terim	1,231	,090	13,654*	278,985*
		Algılanan Yenilik	,514	,031	16,703*	

Not: *p<0,001

Tablo 4 bulgularına göre model istatistiksel bakımdan anlamlıdır (p<0,001). Regresyon modelinin anlamlılık derecesi F=278,985, açıklanan varyansın yüzdesi ΔR2=,422 olup marka imajının algılanan yenilik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda Tablo 2 ve Tablo 4 beraber ele alındığında Hipotez 2 desteklenmektedir.

Marka imajının davranışsal niyet üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen değerler Tablo 5'de yer almaktadır.

Tablo 5. Marka İmajı ile Davranışsal Niyet Arasındaki İlişki

Bağımlı Değişken	ΔR2	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	t	F
Davranışsal Niyet	,310	Sabit Terim	,881	,169	5,218*	171,771*
		Marka İmajı	,805	,061	13,106*	

Not: *p<0,001

Tablo 5'deki analiz sonucuna göre p<0,001 anlamlılık düzeyinde marka imajı ile davranışsal niyet arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (F=171,771; t=13,106). Tablo 2 ve Tablo 5 birlikte değerlendirildiğinde elde edilen sonuçların Hipotez 3'ü desteklediği görülmüştür.

6. Sonuç ve Tartışma

Kavramsal modelin ilk hipotezinde; algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun marka imajını pozitif yönde etkilediğini ileri sürmektedir. Regresyon analizinde algılanan kurumsal sosyal sorumluluk marka

imajını %46,7 ile açıkladığı ve istatistiksel bakımdan anlamlı sonuçlar verdiği görülmüştür ($F=333,673$, $p<0,05$). Bu doğrultuda Hipotez 1 kabul edilmiştir. Bu sonuçlar kurumsal sosyal sorumluluk ve marka imajı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların (Göksu, 2006; Singh vd., 2008; Yavuz, 2010; Rodrigues vd., 2011; Woo, 2013; Huang vd., 2016; Huang vd., 2014; Arslan & Zaman, 2014; Bianchi vd., 2019; Lee & Lee, 2018; Dawood, 2019; Thuy & Minh, 2020; Phan vd., 2021; Supornrunghcharoen & Laohavichien, 2021; Salam & Bajaba, 2022; Gilanlı & Erdoğan, 2022) sonuçlarıyla uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri markaların daha yüksek imajla değerlendirilmesini sağlamıştır. Özellikle tekstil ve hazır giyim sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri son derece önem arz etmektedir. Sektör uzun yıllar ucuz emek gücü, yoğun çalışma saatleri, büyük endüstriyel kazalar, sağlığı tehdit eden üretimler ve çevre kirleticisi yönleriyle haberlere konu olmuştur. Yöneticiler sektörde yaşanan problemlere çözüm aramaya çabalamaktadır. Bu anlamda sosyal sorumluluk; sorunların üstesinden gelmede, sürdürülebilirlik faaliyetlerine öncü rol üstlenmede, marka imajına katkı sağlamada önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir.

İkinci hipotezde algılanan yenilikçiliğin marka imajını pozitif yönde etkilediğini ileri sürmektedir. Regresyon analizinde algılanan yenilikçiliğin marka imajını %42,2 açıkladığı ve istatistiksel bakımdan anlamlı sonuçlar verdiği görülmüştür ($F=278,985$, $p<0,05$). Literatür ile uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Hipotez 2 kabul edilmiştir. Çalışmalarda yenilikçiliğin marka imajına artırdığına yönelik bulgular ortaya konulmaktadır (Keller & Aaker, 1998; Canlı & Batra, 2004; Chen, 2008; Karaca, 2009; Yeh, 2015; Amores-Salvado vd., 2014; Hanaysha vd., 2014; Shiau, 2014; Huang vd., 2016; Nysveen vd., 2018; Wang vd., 2019; Octavia vd., 2021; Huseynli & Mammadova, 2022). Bu anlamda markalar yenilikçilik faaliyetleriyle imajlarını güçlendirebilmekte, sürdürülebilirliğini desteklemektedir.

Modelin üçüncü hipotezinde marka imajının davranışsal niyet üzerinde etkili olduğuna ilişkindir. Regresyon analizi sonucunda model istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır ($F=171,771$, $p<0,05$). Marka imajı davranışsal niyeti %31 oranında etkilemektedir. Bu sonuç olumlu imaja sahip markaların davranışsal niyet üzerinde etkisini gösteren çalışmalarla paralellik göstermektedir (Ling vd., 2010; Brandão vd., 2011; Özer, 2011; Eminler, 2012; Çabuk vd., 2013; Rani & Gupta, 2013; Shiau, 2014; Wu & Wang, 2014; Karakaşoğlu & Arslan, 2016; Bozdemir, 2015; Riaz, 2015; Durna vd., 2015; Contractor, 2016; Horng vd., 2018; Mokhtar vd., 2018; Raji vd., 2019; Ramesh vd., 2019; Suhartanto, 2019; Cuong & Long, 2020; Afshardoost & Eshaghi, 2020; Benhardy vd., 2020; Mursandi vd., 2020; Faqih, 2022; Salam & Bajaba, 2022; Shen & Ahmad, 2022; Tan vd., 2022). Buradan hareketle tüketicilerin alternatif markalar arasından seçim yapmasında marka imajının yol gösterici olduğu söylenebilir. Marka imajı, rakipler arasından ayırt edicilik sağlamaktadır. Markaya yönelik olumlu duygu, düşünce ve deneyimler tüketicilerin zihninde çağrıştırmacı etki oluşturmakta, böylece imaj tüketicilerin davranışlarında kolaylaştırıcı bir unsur olarak yerini almaktadır.

Araştırmanın bulguları ışığında sürdürülebilirlik faaliyetleri yürüten tekstil ve hazır giyim markalarının uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçilik faaliyetlerinin marka imajını, marka imajının da davranışsal niyeti etkilediği görülmüştür. Tüketiciler tarafından olumlu algılanan sosyal sorumluluk ve yenilikçilik faaliyetleri sonucunda marka imajı artmakta, dolaylı olarak da davranışsal niyet artmaktadır. Bu bağlamda tüketici nezdine marka imajlarını güçlendirmek ve tüketici tercihlerini etkilemek isteyen işletmelerin sürdürülebilirlik hedefi doğrultusunda sosyal sorumluluk ve yenilikçilik faaliyetlerini gerçekleştirmeleri yöneticilere tavsiye edilmektedir.

7. Kısıtlar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışmada tespit edilen bulgular yazında yer alan önceki çalışmaların sonuçlarıyla tutarlılık arz etmekle birlikte; araştırmanın üniversite öğrencileri ile sınırlı olması, zaman ve maliyet yetersizliğinden dolayı örneklem sayısının az olması önemli kısıtlar olarak sayılmıştır. Araştırma evreninin farklılaştırılması, örneklem arttırılması araştırmanın sonuçlarındaki doğruluğu arttırabilir. Bununla birlikte ileriki araştırmalarda farklı sektörler veya farklı müşteri grupları ele alınıp, algı kıyaslamasına dayalı bir araştırma yapılabilir. Ayrıca algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçiliğin farklı değişkenler ile ilişkileri de ölçülebilir.

8. Extended Abstract

Considering the modern world's competitive market conditions, it is no longer sufficient for businesses to operate with short-term profit targets for economic purposes by just producing goods and services. Increasing competition with the intensification of globalization makes it necessary for businesses to develop various strategies in order to maintain their existence and increase their profitability. Businesses are more likely to gain competitive advantage by creating brands and carrying out activities that will contribute to society and the environment that will distinguish their brands from their competitors. Today, many businesses are able to influence the perceptions and behaviors of their target customers, open up to global markets, differentiate and gain competitive advantage through their brands and strong images. In particular, socially responsible, innovative brands that seek solutions to the expectations and needs of society, serve sustainability activities, can gain a long-term profit by gaining a strong image in the eyes of consumers. By providing permanence in the memories of consumers through the brand image, it gives distinctiveness to the brand and plays an effective role in directing product selection decisions and behaviors by influencing emotions, opinions and experiences. Thanks to their image, brands gain a respectable position, which boost values and revenues.

To this end, this study seeks to find out how those businesses, which position themselves with regards to sustainability activities, shape their brand image and thus effect their customers' behavioral intentions. In this context, the textile and ready-made clothing sector is examined, where there is an intense competition on a global scale. For this purpose, 7 brands that are members of the Sustainable Apparel Coalition, which undertakes the improvement of sustainability in the textile and ready-to-wear industry worldwide, together with many stakeholders, and which is considered the world's largest initiative, were evaluated. These brands were chosen by considering various criteria such as their commitments to sustainability studies, setting goals for corporate social responsibility and innovation activities, being suitable for the lifestyle of young people, being highly recognized and preferred brands, and having high brand values. Meanwhile, Turkey is an important production and supply center for those brands. It is also seen that their Turkish suppliers also support the brands to fulfill their promises by making improvements in their activities in order to ensure sustainability in the supply chain. For this reason, these brands, which set an example with their sustainability studies and show success in their activities, have been preferred considering that they have an important place in Turkish textile industry. Within the scope of the research, a survey was conducted with 381 students from one of the major universities in Ankara between the years 2015-2016. The survey data were analyzed using the SPSS software. Correlation and regression analyzes were used to determine the relationships between the variables in the research model. According to the research findings, It has been determined that there is a positive relationship between perceived corporate social responsibility and perceived innovativeness and brand image, and there is a positive relationship between brand image and behavioral intention. When social responsibility and innovation activities are perceived positively by consumers it increases brand image whereas brand image increases behavioral intention. Brands that affect the perceptions of the consumers, give value and priority to them, respond to their expectations by keeping continuous communication, follow the innovations, take responsibilities and have a strong image can affect the behavioral intentions of the consumers by providing differentiation in the market. Therefore, brands with a strong image are successful in competition. In this framework, it is recommended to managers that businesses that seek to strengthen their brand image and also influence consumer preferences, to carry out social responsibility and innovation activities in line with the sustainability goal.

Keywords: Brand Image, Corporate Social Responsibility, Innovation, Behaviour Intention

Kaynakça

- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81(5), s. 104-154. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>
- Ağaç, S., Kahya, S. Ö., & Şahinoğlu, M. A. (2013). Sosyal sorumluluk kapsamında satılan giyim ürünlerinin tüketici tarafından algılanma durumu. 1. *Ulusal Sanat ve Tasarım Sempozyumu ve Sergisi*. Konya.
- Akbaş, E. (2010). *Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının tüketici marka bağlılığına etkisinin araştırılması*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Çanakkale Üniversitesi.

- Akbulut, A. T. (2012). Türkiye’de etik moda üzerine bir araştırma. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 2(8), s. 39-43.
- Alakkas, A. A., Vivek, Paul, M., Nabi, M. K., & Khan, M. A. (2022). Corporate social responsibility and firm-based brand equity: The moderating effect of marketing communication and brand identity. *Sustainability*, 14(6033), s. 1-21. doi:https://doi.org/10.3390/su14
- Amores-Salvadó, J., Martín-de Castro, G., & Navas-López, J. E. (2014). Green corporate image: Moderating the connection between environmental product innovation and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 83, s. 356-365. doi:10.1016/j.jclepro.2014.07
- Aras, G., Tezcan, N., Furtuna, Ö. K., & Aybars, A. (2014). *İşletmelerin Ar-Ge ve İnovasyon Performansının Stratejik Analizi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Arslan, M., & Zaman, R. (2014). Impact of corporate social responsibility on brand image: A study on telecom brands. *Developing Country Studies*, 4(21), s. 84-90.
- Atılğan, T., Kanat, S., & İllez, A. (2012). The environmental effects of corporate social responsibility development of enterprises in textile and clothing sector. *Akdeniz Sanat Hakemli Dergi*, 4(8), s. 73-79.
- Atılğan, F., & Yükselen, C. (2018). Marka tutumu ile imajın marka değeri ve güveni yaratılmasındaki rolüyle tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkileri. *Beşkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), s. 35-53. doi:https://doi.org/10.18221/bujss.370614
- Azizoğlu, A. (2013). Tüketicilerin tercih ettikleri hazır giyim markalarına yönelik algıları üzerine bir araştırma. *Tekstil ve Mühendis*, 20(92), s. 36-48. doi:http://dx.doi.org/10.7216/130075992013209204
- Bayram, S., & Güldür, M. M. (2015). Türk hazır giyim sektöründe markalaşma ve Türk hazır giyim markalarının imajı. *Sobider Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(5), s. 373-386.
- Benhardy, K. A., Hardiyansyah, H., Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: Mediating brand trust. *Management Science Letters*, 10, s. 3425-3432. doi:10.5267/j.msl.2020.5.035
- Bianchi, E., Bruno, J. M., & Sarabia-Sanchez, F. J. (2019). The impact of perceived CSR on corporate reputation and purchase intention. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(3), s. 206-221. doi:https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2017-0068
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper&Row.
- Bozdemir, M. (2015). *Kurumsal sosyal sorumluluk, hizmet kalitesi, kurum imajı ve satın alma niyeti arasındaki ilişki: Perakendeci işletmeler üzerine bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi.
- Brandão, E. A., Muniz, R. M., Filho, C. G., Rocchiccioli, G. F., Souki, G. O., & Livramento, R. (2011). Brand relationships on retailing: The impact of image on behavioral intentions of consumers. *Rev. Adm. UFESM, Santa Maria*, 4(1), s. 170-186.
- Bush, A. J., Martin, C. A., & Bush, V. D. (2004). Sports celebrity influence on the behavioral intentions of generation Y. *Journal of Advertising Research*, 44(1), s. 108-118. doi:10.1017/S0021849904040206
- Büyükdag, N. (2021). The effect of brand awareness, brand image, satisfaction, brand loyalty and WOM on purchase intention: An empirical research on social media. *Business&Management Studies: An International Journal*, 9(4), s. 1380-1398. doi:https://doi.org/10.1
- Can, Ö., & Ayvaz, K. M. (2017). Tekstil ve modada sürdürülebilirlik. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), s. 110-119.
- Canlı, G., & Batra, R. (2004). When corporate image affects product evaluations: The moderating role of perceived risk. *Journal of Marketing Research*, XII, s. 197-205. doi:https://doi.org/10.1509/jmkr.41.2.197.28667
- Carrol, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional contract. *Business and Society*, 38(3), s. 268-295. doi:https://doi.org/10.1177/000765039903800303.
- Castaldo, S., Perrini, F., Missani, N., & Tencati, A. (2009). The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade products. *Journal of Business Ethics*, 84(1), s. 1-15. doi:10.1007/s10551-008-9669-4
- Ceritoğlu, A. B. (2011). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşletme Çevre Bilinci Eksenindeki Uygulamalarının Tüketici Satın Alma Davranışı ve Kurum İmajı Algısına Etkisi* (1. b.). İstanbul: Yalın Yayıncılık.
- Chang, H. J., & Jai, T. M. (2015). Is fast fashion sustainable? The effect of positioning strategies on consumers’ attitudes and purchase intentions. *Social Responsibility Journal*, 11(4), s. 853-865.

- Chen, Y. S. (2008). The driver of green innovation and green image-Green core competence. *Journal of Business Ethics*, 81(3), s. 531–543. doi:https://doi.org/10.1007/s10551-007-9522-1
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93, s. 307–319. doi:https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9
- Choi, S., Ahn, Y. J., & Kim, I. (2020). The roles of perceived innovativeness in creating visitors' citizenship behaviors at an international game exhibition. *Sustainability*, 2(12), s. 1-19. doi:10.3390/su12124950
- Contractor, S. (2016). Brand image and its on buying behavior. *Management & Technology*, 5(4), s. 9-13.
- Coşkun, M. (2015). *Corporate brand image effect on customer satisfaction and future intention: An application in banking sector*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Bahçeşehir Üniversitesi.
- Crawford, C. M., & Di Benedetto, C. A. (2003). *New Products Management* (7. b.). New York: McGraw-Hill Education.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), s. 193–218. doi:https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)0002
- Cuong, D. T., & Long, N. T. (2020). The impact of service quality and brand image on customer satisfaction and behavioral intention in Vietnam fashion market. *Test, Engineering&Management*, 83, s. 389-398.
- Çabuk, S., Nakıpoğlu, B., & Canoğlu, M. (2013). Algılanan otel imajı ve hizmet kalitesi ile tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkiler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), s. 96-108.
- Çiftçi, S. (2012). Tüketicilerin yeni ürünlere yönelik adaptasyon tutumları üzerinde tüketicilerin ve işletmelerin yenilikçilik düzeylerinin etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34, s. 83-92.
- Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: An analysis of definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), s. 1-13. doi:10.1002/csr.132.
- Dawood, H. (2019). Influence of perceived corporate social responsibility on brand image, satisfaction and trust. *The Lahore Journal of Business*, 7(2), s. 33-58. doi:10.35536/ljb.2019.v7.i2.a2
- Demirgüneş, B. K. (2015). Sosyal sorumluluk projelerine yönelik tutumun, satın alma davranışı ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(3), s. 47-74. doi:0.17065/huiibf.89064
- Denli, N. (2007). *Giyim sektöründe marka imajı odaklı iletişim stratejileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi.
- Dickson, M. A. (2000). Personal values, beliefs, knowledge and attitudes, relating to intentions to purchase apparel from socially responsible businesses. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(1), s. 19-30. doi:10.1177/0887302X0001800103
- Diddi, S., & Niehm, L. S. (2016). Corporate social responsibility in the apparel context: Exploring consumers' personal and normative influences on patronage intentions. *Journal of Marketing Channels*, 23(1-2), s. 60-76. doi:10.1080/1046669X.2016.1147892.
- Dirsehan, T. (2015). Building innovative competitive advantage in the minds of customers, product management and marketing in adoption of innovation: Balancing internal and external stakeholders. A. Brem, & E. Viardot içinde, *Adoption of interland external stakeholders in the marketing of innovation* (s. 75-93). Switzerland: Springer Publishing.
- Doyle, P. (2007). *Değer Temelli Pazarlama* (3. Baskı b.). (G. Barış, Çev.) İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Dölerslan, E. Ş. (2013). Kalite, değer ve tatminin davranışsal niyet üzerine etkileri: Perakendecilik sektöründe alternatif modellerin değerlendirilmesi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2), s. 15-52. doi:10.17065/huniibf.103642
- Dölerslan, E. Ş. (2013). Kalite, değer ve tatminin davranışsal niyet üzerine etkileri: Perakendecilik sektöründe alternatif modellerin değerlendirilmesi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2), s. 15-52. doi:10.17065/huniibf.103642
- Durna, U., Dedeoğlu, B. B., & Balıkcıoğlu, S. (2015). The role of servicescape and image perceptions of customers on behavioral intentions in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(7), s. 1728-1748.

Eminler, O. (2012). *Marka imajının tüketicilerin satın alma niyetlerine etkisi: Hazır giyim sektöründe bir araştırma*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Sakarya Üniversitesi.

Engizek, N., & Yaşın, B. (2016). Tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının marka değeri üzerine etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), s. 69-88. doi:10.18037/ausbd.389177.

Eray, F. (1999). Hazır giyim sanayinde marka-reklam ve tüketici ilişkileri. *Mesleki Eğitim Dergisi*, Temmuz.

Eren, S. S., & Eker, S. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının marka imajı, algılanan değer, müşteri tatmini ve marka sadakatine etkisi üzerine bir saha araştırması: X markası örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 17(2), s. 451-472.

Ersoy, P., & Börühan, G. (2020). The mediating effect of risk on trust and behavioral intention in durable products. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 49(63758), s. 1-11.

Fahlioğulları, S. (2009). *The effects of corporate social responsibility on corporate image, consumer trust and brand loyalty*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi.

Fağih, K. (2022). Factors influencing the behavioral intention to adopt a technological innovation from a developing country context: The case of mobile augmented reality games. *Technology in Society*(1/101958), s. 1-15. doi:10.1016/j.techsoc.2022.10

Fianto, A. Y. (2014). The influence of brand image on purchase behaviour through brand trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), s. 58-76. doi:10.5296/bms.v5i2.6003

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading MA: Addison-Wesley.

Fu, Y., & Liang, H. (2022). Snicized exploration of sustainable digital fashion: Chinese game players' intention to purchase traditional costume skins. *Sustainability*, 14(13), s. 1-14.

Gardner, B. B., & Levy, S. J. (1955). The Product and the Brand. *Harvard Business Review*, 33(March-April), s. 33-39.

Gilanlı, E., & Erdoğan, T. (2022). The effect of corporate social responsibility perception on brand image, brand trust and brand loyalty. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi e-Dergisi*, 11(1), s. 1-15.

Göksu, F. (2006). *Sosyal sorumluluk uygulamalarının marka imajına etkisi (Petrol işletmelerinde uygulamalı araştırma)*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi.

Gupta, M., & Hodges, N. (2013). Corporate social responsibility in the apparel industry: An exploration of Indian consumers' perceptions and expectations. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(2), s. 216-233.

Guzman, G., Pinzón-Castro, S., & Leana-Morales, C. (2017). Corporate social responsibility, brand image and firm reputation in Mexican small business. *Journal of Management and Sustainability*, 7(3), s. 38-47.

Güleş, H. K., & Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik: İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı* (1. b.). Ankara: Nobel Yayınları.

Gürçüm, B., & Yüksel, C. (2012). Moda sektörünü yavaşlatan eğilim: Eko moda ve moda'da sürdürülebilirlik. 1. *Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarım Sempozyumu Bildirileri. Özel Sayı II*, s. 48-51. Akdeniz Sanat Dergisi.

Hanaysha, J., Hilman, H., & Abdul-Ghani, N. (2014). Direct and indirect effects of product innovation and product quality on brand image: Empirical evidence from automotive industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(11), s. 1-7.

Herzog, H. (1963). Behavioral science concepts for analyzing the consumer. P. Bliss içinde, *Marketing and the behavioral sciences* (s. 76-86). Boston: Allyn and Bacon Inc.

Hill, J., & Lee, H. (2015). Sustainable brand extensions of fast fashion retailers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(2), s. 205-222.

Horng, J. S., Liu, C. H., Chou, S. F., & Tsai, C. Y. (2018). Does corporate image really enhance consumer's behavioural intentions? *Asia Pasific Journal of Tourism Research*, 23(10), s. 1008-1020. doi:10.1080/10941665.2018.1513946

<http://www.brandfinance.com> E.T. 12.03.2022

<http://www.hurriyet.com.tr> E.T.12.03.2022

<http://www.interbrand.com> E.T.12.03.2022

<http://www.marketingturkiye.com.tr> E.T.12.03.2022

<http://www.mediakat.com> E.T.12.03.2022

<http://www.retailturkiye.com> E.T.12.03.2022

<http://www.robecosam.com> E.T.12.03.2022

<http://www.statista.com> E.T.12.03.2022

Huang, J. W., Li, Y. H., & Yen, M. T. (2016). The relationship between green innovation and business performance - The mediating effect of brand image. *Marketing Review*, 13(1), s. 89-118.

Huang, Y. C., Yang, M., & Wang, Y. C. (2014). Effects of green brand on green purchase intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), s. 250-268.

Hurley, R. F., & Hult, G. T. (1998). Innovation, market orientation and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), s. 42-54.

Huseynli, B., & Mammadova, S. (2022). Determining the moderator role of brand image on brand innovativeness, consumer hope, customer satisfaction and repurchase intentions. *International Journal of Economics and Business Administration*, X(2), s. 59-77.

Işık, E. (2007). *Hazır giyim ürünlerinde marka imajı yaratmanın önemi ve işletmeler açısından incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi.

Jin, N. P., Goh, B., Huffman, L., & Yuan, J. J. (2015). Predictors and outcomes of perceived image of restaurant innovativeness in fine-dining restaurants. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24, s. 457-485. doi:10.1080/19368623.2014.915781.

Jung, J., Kim, S., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research*, 120, s. 294-301. doi:10.1016/j.jbusres.2020.04.019.

Kahraman, H., & Taşkın, E. (2018). *Kobiler ve İnovasyon*. Bursa: Ekin Basım.

Kang, J., & Kim, S. H. (2013). What are consumers afraid of? Understanding perceived risk toward the consumption of environmentally sustainable apparel. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 41(3), s. 267-283.

Kang, J., Liu, C., & Kim, S. H. (2013). Environmentally sustainable textile and apparel consumption: The role of consumer knowledge, perceived consumer effectiveness and perceived personal relevance. *International Journal of Consumer Studies*, 37(4), s. 442-445.

Kang, S., & Hur, W. M. (2012). Investigating the antecedents of green brand equity: A sustainable development perspective. *Corporate Social Responsibility Environment Management*, 19(5), s. 306-316. doi:10.1002/csr.281

Karaca, Y. (2009). Hizmetlerde inovasyon ve tüketici algısına etkisi yolcu taşımacılığı sektöründe bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, XI(1), s. 195-212.

Karakaşoğlu, M., & Arslan, F. M. (2016). Mağaza hizmet ortamının marka imajına ve satın alma niyetine etkisi: P&M ve H&M örneği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(46), s. 223-243. doi:10.14783/od.v12i46.1000010012.

Karaköse, A. S. (2021). *Self-servis teknolojilerde tüketici ve firma yenilikçiliğinin müşteri değeri üzerine etkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Maltepe Üniversitesi.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, s. 1-22.

Keller, K., & Aaker, D. (1998). Corporate-level marketing: The impact of credibility on a company's brand extensions. *Corporate Reputation Review*, 1, s. 356-378.

Kılıç, S., & Daldal, K. B. (2015). Engelli ve engelli olmayan bireylerin sosyal sorumluluk algı düzeyi ile marka imajı algı düzeyi farklılıklarının belirlenmesi: GSM operatör markaları üzerinde bir araştırma. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 1(1), s. 67-90.

Kim, J., Kim, K. H., Garrett, T. C., & Jung, H. (2015). The contributions of firm innovativeness to customer value in purchasing behavior. *Journal of Product Innovation Management*, 32(2), s. 201-213. doi:10.1111/jpim.12173

Kipöz, Ş. (1998). *Türkiye'nin moda sektöründe uluslararası pazarlarda söz sahibi olabilmesi açısından marka imajı yaratmanın önemi*. [Yayınlanmamış doktora tezi], Ege Üniversitesi.

- Kunz, W., Schmitt, B., & Meyer, A. (2011). How does perceived firm innovativeness affect the consumer? *Journal of Business Research*, 64, s. 816-822. doi:10.1016/j.jbusres.2010.10.005
- Lauritsen, B. D., & Perks, K. J. (2015). The Influence of interactive, non-interactive, implicit and explicit CSR communication on young adults' perception of UK supermarkets' corporate brand image and reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 20(2), s. 178-195.
- Lee, J., & Lee, Y. (2018). Effects of multi-brand company's CSR activities on purchase intention through a mediating role of corporate image and brand image. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(3), s. 387-403. doi:10.1108/JFMM-08-2017-0087
- Lin, C. Y. (2015). Conceptualizing and measuring consumer perceptions of retailer innovativeness in Taiwan. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 24, s. 33-41. doi: 10.1016/j.jretconser.2015.01.009
- Ling, L. Q., Karim, M. S., Otham, M., & Adzahan, N. M. (2010). Relationships between Malaysian food image, tourist satisfaction and behavioural intention. *World Applied Sciences Journal*, 10, s. 164-171.
- Maher, T., & Zohro, G. (2017). Commitment enhancement to an organic product through corporate social responsibility (CSR) and the mediating role of the consumers' emotional attachment. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 4(1), s. 28-39.
- Mangır, A. F. (2016). Sürdürülebilir kalkınma için yavaş ve hızlı moda. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(41), s. 143-154.
- Mangır, F., & Ay, A. (2009). Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörleri ve rekabet gücü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 12((1-2)), s. 175-190.
- Moiescu, O. I. (2015). Development and validation of a measurement scale for customers' perceptions of corporate social responsibility. *Management & Marketing*, 13(2), s. 311-332.
- Mokhtar, R., Othman, Z., & Ariffin, H. F. (2018). The effect of brand awareness, brand image and perceived quality on customer behaviour intention. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12), s. 2023-2035. doi:10.6007/IJARBS/v8-i12/5375.
- Mursandi, D. A., Sudirman, H. A., & Militina, T. (2020). The impact of green marketing and corporate social responsibility on brand image, purchase intention, and purchase decision (Study on the body shop in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4), s. 987-999.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the impacts of customer experience on purchase intention. *International Journal of Business and Management*, 8(6), s. 128-138. doi:10.5539/ijbm.v8n6p128
- Newman, J. W. (1957). New insight, new progress for marketing. *Harvard Business Review*, 35 (November-December), s. 95-102.
- Ng, P. F., Butt, M. M., Mohsin, M. M., Khong, K. W., & Ong, F. S. (2014). Antecedents of green brand equity: An integrated approach. *Journal of Business Ethics*, 121, s. 203-215. doi:10.1007/s10551-013-1689-z
- Ngan, N. H., Thanh, T. B., Phuong, T. T., & Vinh, T. T. (2019). Brand equity and consumer responses: Conceptual framework and preliminary testing of scales. *International Journal of Business, Economics and Law*, 18(2), s. 11-22.
- Nguyen, H. N., & Pham, L. X. (2018). The relationship between country-of-origin image, corporate reputation, corporate social responsibility, trust and customers' purchase intention: Evidence from Vietnam. *Journal of Applied Economic Sciences*, 13(2), s. 498-509.
- Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Journal of Cleaner Production*, 19(16), s. 1876-1883. doi:10.1016/j.jclepro.2011.04.020.
- Nysveen, H., Oklevik, O., & Pedersen, P. E. (2018). Brand satisfaction: Exploring the role of innovativeness, green image and experience in the hotel sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(9), s. 2908-2924.
- Octavia, J., Witono, A., & Kurniawan, D. (2021). The effect of product innovation towards brand image and its implication on consumer buying behavior (A Case of Toshiba television in Jakarta). *International Journal of Family Business Practices*, 4(1), s. 1-22.

- Özbakır, M., & Velioglu, M. (2010). Pazarlamaya sürdürülebilirlik çerçevesinden bakış ve bir örnek olay analizi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), s. 71-98.
- Özdemir, H. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluğun marka imajına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), s. 57-72.
- Özer, A. (2011). Markaya yönelik tutumun sponsorluk sonrası marka imajı ve satın alma eğilimi üzerindeki etkisi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), s. 145-174.
- Özsağır, A. (2014). *Yenilik Ekonomisi* (2. b.). Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Pappu, R., & Quester, P. G. (2016). How does brand innovativeness affect brand loyalty? . *European Journal of Marketing*, 50(1-2), s. 2-28. doi:10.1108/EJM-01-2014-0020
- Park, H., & Kim, Y. K. (2016). Proactive versus reactive apparel brands in sustainability: Influences on brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, s. 114-122. doi:10.1016/j.jretconser.2015.11.013.
- Peltekoglu, F. B. (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?* (5. b.). İstanbul: Beta Basım.
- Phan, C. X., Le, L. V., Duong, D., & Phan, T. C. (2021). The impact of corporate social responsibility on brand image: A Case study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), s. 423-431. doi:https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.042
- Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behavioural intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), s. 302-330.
- Ramesh, K., Saha, R., Goswami, S., & Dahiya, R. (2019). Consumer's response to CSR activities: Mediating role of brand image and brand attitude. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), s. 377-387. doi:https://doi.org/10.1002/csr.1689
- Rani, M., & Gupta, R. (2013). Determinants of consumer buying behaviour: A study of readymade garments. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 4(4), s. 49-52.
- Raza Naqvi, S., Ishtiaq, M., Kanwal, N., Ali, M., & Inderyas, S. (2013). Impact of corporate social responsibility on brand image in different FMCGs of Pakistan. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 5(1), s. 79-93.
- Riaz, H. A. (2015). Impact of brand image on consumer buying behavior in clothing sector: A comparative study between males and females of Central Punjab (Lahore) and Southern Punjab (Multan). *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 4(9), s. 24-35.
- Rodrigues, P., Real, E., Vitorino, F., & Cantista, I. (2011). *The importance of corporate social responsibility in the brand image*. Paris: 10th International Marketing Trends Congress.
- Roger, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3. b.). New York: The Free Press.
- Salam, M. A., & Bajaba, S. (2022). Corporate social responsibility during the COVID-19 pandemic: A sequential mediation analysis. *Social Responsibility Journal*, 18(6), s. 1188-1208.
- Sanayei, A., Shahin, A., & Taherfar, A. (2013). Analyzing the effects of brand innovativeness on attitude towards the brand considering the moderating role of consumer innovativeness with a case study in students of University of Isfahan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(3), s. 290-297.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. New York: Oxford University Press.
- Sevim, F. (1992). Türk hazır giyim ürünlerinin yurtdışında marka imajı ile pazarlanması ve örnek pazar çalışması. *İGEME (uzmanlık tezi)*.
- Shams, R., Alpert, F., & Brown, M. (2015). Consumer perceived brand innovativeness, conceptualization and operationalization. *European Journal of Marketing*, 49(9-10), s. 1589-1615. doi:https://doi.org/10.1108/EJM-05-2013-0240
- Shen, D., Richards, S., & Liu, F. (2013). Consumers' awareness of sustainable fashion. *The Marketing Management Journal*, 23(2), s. 134-147.
- Shen, Y., & Ahmad, R. (2022). The influence of brand image and favorability toward citizens in a product's country of origin on product evaluation: Moderating effects of switching costs. *Front Psychol*, 13(740269), s. 1-15. doi:https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.7

Shiau, H. C. (2014). The impact of product innovation on behavior intention: The measurement of the mediating effect of the brand image of Japanese anime dolls. *Anthropologist*, 17(3), s. 777-788. doi:https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891492

Singh, J., Sanchez, M. G., & Bosque, I. R. (2008). Understanding corporate social responsibility and product perceptions in consumer markets: A Cross-cultural evaluation. *Journal of Business Ethics*, 80, s. 597-611. doi:10.1007/s10551-007-9457-6

Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A Small model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research*, 31(3), s. 356-372.

Sönmez, F., & Bircan, K. (2004). İşletmelerin sosyal sorumluluğu ve çevre sorunlarına ekonomik yaklaşımlar. *Yaklaşım Dergisi*, 12(133), s. 1-11.

Sönmezoglu, U. (2015). *Spor kulüplerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kulüp ve marka imajına etkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

Söylemez, C., & Kayabaşı, A. (2017). Müşteri sadakati ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri (KSS): Kurumsal imajın aracılık etkisinin incelenmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 16(UİK Özel Sayısı), s. 349-364.

Stolz, J., & Bautista, R. (2015). Corporate sustainability: Perception and response by older consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 39, s. 343-351. doi:10.1111/ijcs.12199

Suhartanto, D. (2019). Predicting behavioural intention toward Islamic bank: A multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), s. 1091-1103. doi:10.1108/JIMA-02-2018-0041

Supornrungraroen, J., & Laohavichien, T. (2021). The relationship between corporate social responsibility to the brand image and brand loyalty of green leaf hotel group. *University of Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 41(4), s.27-43.

Tan, Z., Sadiq, B., Bashir, T., Mahmood, H., & Rasool, Y. (2022). Investigating the impact of green marketing components on purchase intention: The mediating role of brand image and brand trust. *Sustainability*, 14(10), s. 1-15. doi: https://doi.org/10.3390/su1410

Thuy, H., & Minh, H. (2020). The impact of CSR on brand image: A survey amongst Gen Z consumers' perception toward a supermarket chain in Vietnam. *Business Trends*, 10(1), s. 31-44. doi:10.24132/jbt.202.10.1.31_44

Tian-Cole, S., Crompton, J., & Wilson, V. (2002). An empirical investigation of the relationship between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a Wildlife Refuge. *Journal of Leisure Research*, 34(1), s. 1-24. doi:10.1080/00222216.2002.11949957

Tosun, N. B., & Dereli A.B. , A. B. (2016, T). Reklamda parodi kullanımının marka imajına etkisi. *Öneri*, 12(46), s. 321-338. doi:10.14783/od.v12i46.1000010017

Tulangow, G. D., & Kusumawardani, K. A. (2020). Green is the new black: The role of green marketing awareness and perceived innovation in the fast fashion industry. *The 4th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, s. 180-203. doi:10.33021/icfbc.v1i1.1373.

Tunçluer, H. (2010). *Sürdürülebilirlik, Kalkınma, Pazarlama ve Mutlak Organik Tekstil* (1. b.). İstanbul: Tunçluer Yayınları.

Turk, Z., & Avcılar, M. Y. (2009). The effects of perceived service quality of audit firms on satisfaction and behavioural intentions: A research on the İstanbul stock exchange listed companies. *Research Journal of Business Management*, 2(1), s. 33-46.

Utkun, E., & Atılgan, T. (2010). Marketing innovation in the apparel industry: Turkey. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*, 18((6(83)), s. 26-31.

Uzkurt, C. (2008). Türkiye'nin yenilikçi yapısı, sorunları ve çözüm önerileri. *13.Ulusal Pazarlama Kongresi Sürdürülebilirlik & Pazarlama Bildiri Kitabı* (s. 41-69). Adana: Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi.

Uzkurt, C. (2010, Temmuz-Ağustos). İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır? *Ankara Sanayi Odası Yayın Organı*, 4.

Uzkurt, C. (2010). İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır? *Ankara Sanayi Odası Yayın Organı*, 4, s. 37-51.

Vural, T. (1994). *Türk hazır giyim ürünlerinde marka imajı oluşturmada önemi ve işletmelerin bu konuda hazırlanmışlık düzeylerinin saptanmasına ilişkin bir araştırma*. Yayınlanmamış doçentlik tezi, Gazi Üniversitesi.

Vural, T., & Ağaç, S. (1996). Hazır giyim ürünlerinin pazarlanmasında marka imajının önemi ve markalı ürün pazarlama. *YA/EM96 XVIII. Ulusal Yöneylem Araştırması ve Endüstri Mühendisliği Kongresi*. İstanbul.

Wang, B., Gao, Y., Su, Z., & Li, J. (2019). The structural equation analysis of perceived product innovativeness upon brand loyalty based on the computation of reliability and validity analysis. *Cluster Computing*, 22, s. 10207-10217. doi:doi:10.1007/s10586-017-12

Woo, H. M. (2013). *The effects of apparel brands' corporate social responsibility (CSR) practices on brand equity moderated by culture*. Unpublished Master Thesis, Do consumers want a "good" apparel brand? Faculty of The Graduate School at The University.

Woo, H., & Jin, B. (2015). Culture doesn't matter? The impact of apparel companies' corporate social responsibility practices on brand equity. *Clothing and Textile Research*, 34(1), s. 20-36. doi:https://doi.org/10.1177/0887302X15610010

Wu, S. I., & Wang, W. H. (2014). Impact of CSR perception on brand image, brand attitude and buying willingness: A study of a global café. *International Journal of Marketing Studies*, 6(6), s. 43-56. doi:10.5539/ijms.v6n6p43

Yavuz, Ş. (2010). Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal imaj ve satın alma kararı üzerindeki etkileri. *Selçuk İletişim*, 6(3), s. 100-110.

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeh, H. (2015). Effects of Ict's innovative applications on brand image and customer's purchase intention. *The International Journal of Organizational Innovation*, 7(4), s. 31-47.

Yılmaz, E. (2011). *Marka İmajı; Alışveriş Merkezlerine İlişkin Bir Araştırma*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Yoshida, M., James, J. D., & Cronin, J. J. (2013). Value creation: Assessing the relationships between quality, consumption value and behavioural intentions at sporting events. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(2), s. 51-73.

Yücenur, G. N., Demirel, N., Ceylan, C., & Demirel, T. (2011). Hizmet değerinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin yapısal eşitlik modeliyle ölçülmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), s. 156-168.

Zhou, Y., Poon, P., & Huang, G. (2012). Corporate ability and corporate social responsibility in a developing country: The role of product involvement. *Journal of Global Marketing*, 25, s. 45-56.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Ayşenur Banu Altun)%50/(Vural Çağlıyan)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Ayşenur Banu Altun)%50/(Vural Çağlıyan)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Modern Yaşamın Çelişkileri: *Bohem Hayatı (Boheemielämä)*

Fazilet LEKESİZ* 
Nermin KÜÇÜKSÖNMEZ** 

ÖZ

Bir yaşam şekli olarak 19. Yüzyıl'da ortaya çıkan bohem, modernleşme hareketleri ile yakından ilgilidir. Bohem, modern bireyciliğin çatışmalarını, çelişkilerini ortaya koyan ve orta sınıf yaşamı ile bağlantılı olan bir kavramdır. Yaygın görüşe göre, burjuva kavramı ile doğrudan ilişkili olan ve bir anlamda bu yaşam tarzına bir tepki olarak ortaya çıkan 19. Yüzyıl bohemleri kendilerini baskılayan, ötekileştiren orta sınıf değerlerine giyimleri, yaşam şekilleri, düşünceleri ve faaliyetleri ile meydan okumuştur. Dönemin sanatçıları tarafından sanatın başkenti olarak kabul edilen Paris'i merkezine alan bohemler entelektüel birikimi yüksek, ideolojik olarak muhalif bir ruh barındıran ressam, yazarlar, müzisyenler vb. sanatçılardan oluşmaktadır. Bu çalışmada Finlandiyalı yönetmen Aki Kaurismäki'nin bohem yazar Henri Murger'in 'Scènes de la vie de bohème' eserinden uyarladığı *Bohem Hayatı (Boheemielämä, 1992)* filmi ele alınmıştır. Filmde, Paris'te yaşayan üç bohem sanatçının hayat mücadelesi anlatılmaktadır. Film, yönetmenin kendi bohem kişiliğini ortaya koymak amacıyla auteur eleştiri ve burjuvazi-bohemizm ilişkisinin ideolojik çatışması ya da birlikteliğini değerlendirebilmek amacıyla da ideolojik eleştiri yöntemleriyle ele alınmaktadır. Yönetmen Kaurismäki, filmdeki bohem karakterleri aracılığıyla kendi bohem kimliğini de ortaya koymaktadır. Bohem karakterlerin hayata bakışı, yaşam şekilleri ve ilişkileri film örnekleminde ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bohem, Modernizm, Aki Kaurismäki, Bohem Hayatı

The Contradiction of Modern Life: *Bohemian Life*

ABSTRACT

Appearing in the 19th century as a way of life, the bohemian is closely related to the modernization movements. Bohemian is a concept that reveals the conflicts and contradictions of modern individualism and is connected with middle class life. The 19th century bohemians were directly related to the bourgeois concept and emerged as a reaction to this lifestyle. The bohemians challenged the middle-class values that suppress and marginalize them with their clothing, lifestyles, thoughts and activities. The bohemians consisted of various artists who possess an intellectually accumulating and ideologically opposing spirit such as painters, writers and musicians and they were centralized in Paris, which was accepted as the capital of art by the artists of the time. In this study, the film "*Bohemian Life*" (*Boheemielämä, 1992*), which was adapted by the Finnish director Aki Kaurismäki from the bohemian writer Henri Murger's 'Scènes de la vie de bohème', has been examined. The film is about the life struggles of three bohemian artists living in Paris. The film is discussed with auteur criticism method, to reveal the director's own bohemian personality, and ideological criticism to evaluate the ideological conflict or coexistence of the relationship between bourgeois-bohemism. Director Kaurismäki also reveals his own bohemian identity through the bohemian characters in the film. The Bohemian characters' view of life, life styles, and relationships have been discussed in the movie sample.

Keywords: Bohemian, Modernism, Aki Kaurismäki, Bohemian Life

1. Giriş

Günümüzde başıboş gezerek hayatını devam ettiren, geleceğe yönelik bir kaygısı olmayan, alışılmamış hareketler sergileyen, çekincesiz kişileri tanımlamak için kullanılan (Rey & Rey-Debove, 1983, s. 195) ve Türkçede de "Yarını düşünmeden günü gününe tasasız, derbeder bir yaşayışı olan kimse veya topluluk" olarak tanımlanan (sozluk.gov.tr, 2020) "bohème" sözcüğü, gerçekte coğrafi ve tarihi anlamlar da içeren çok boyutlu bir kavramdır.

Bohemya, her şeyden önce, 15. yüzyıldan beri, Çeklerin sınırları içinde yer alan coğrafi bir bölgeye verilen isimdir ve bohem bu bölgenin insanını tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu anlamının yanı sıra kavram daha sonraları çingenelerin hayat tarzını ifade etmek için de kullanılmaya başlanmıştır (Seigel, 2012, s. 490; Murawska-Muthesius, 2012, s. 87). Avrupa'da bağımsızlığın sembolü haline gelen çingenelerin hayatları modern toplumun kenar semtlerinde gezinen şüresel figürler ve özgür ruhlar olarak

* Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, faziletlekesiz@gmail.com

** Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, nerminorta@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 27.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 11.03.2023

Citation/Atf: Lekesiz, F., Küçüksönmez, N. (2023). Modern yaşamın çelişkileri: bohem hayatı (boheemielämä). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 237-250. <https://doi.org/10.52642/susbed.1225140>



mitolojikleştirilmiştir (Turman, 2012, s. 94). Bohem kültürünün temel senaryosunu oluşturan ve ona atfedilen özgürlük ve isyan miti, çingenelerin göçebe hayatı ile ilişkilendirilmiş, bohemizmin beşiği, yabancıların yaşadığı, Avrupa'nın kenarlarındaki egzotik ve uzak diyar olan Bohemya olarak görülmüştür (Murawska-Muthesius, 2012, s. 88). Bu bağlamda, bohem sanatçılara gerçek ilgi çoğu zaman sanatçıların yaşamları hakkında yarattıkları ve popüler kültür tarafından yeniden oluşturulan ve ebedileştirilen mitler hakkında olmuştur (Gluck, 2005, s. 15).

18. Yüzyılın sonlarından itibaren ise terim Fransa'da şairler, ressamlar, müzisyenler, filozoflar ve gazeteciler için kullanılmaya başlanmıştır. Bohem mitinin söylemsel inşasının kalıplarını araştıran Elizabeth Wilson'a göre, anaakım toplumun dışında kalmak isteyen genç sanatçılar, bildikleri dünyanın kısıtlamalarından izole bir şekilde yaşama arzusu duymuşlardır. Bunun için sanatçılar kendi artistik yaşamlarını daha iyi besleyeceğini düşündükleri çingene yaşam şeklini kendi yorumlarını da katarak benimsemişlerdir. Kira ödememek için ay ışığının altında oradan oraya göç eden, hayatlarını çatı katından bir başka çatı katına taşınarak geçiren çingeneler yeni bir göçebe ırk olarak kabul görmüş, bu popüler stereotipler onları görünür kılmıştır. Toplumun normal olarak kabul ettiği kısıtlamaların dışına çıkan, çingeneler gibi giyinen, emek sarf etmeyi ve tutumlu olmayı reddedip akıllarına göre yaşamayı tercih eden, çingenelerin falcılık, büyücülük gibi "şüpheli" becerilerini kullanarak geçinmelerini sağlamaları gibi yeni anlaşılabilir görünen eserler üreten yeni yazar ve ressam grupları da bu popüler klişeler ile benzerlik gösteren bir hayat tarzı benimsemişlerdir. Wilson'a göre bu durum, bohem rolünün belirsizliğini daha da artıran bir birliklilik olmuştur (Wilson, 2000). Yazar, bohemizmin bu sembolik yönünü "*Bohemya sanat pratiklerinin ötesinde belirli tutumlar ve davranışları kapsayan bir yaşam biçimidir*" olarak özetlemiştir (Gluck, 2005, s. 15).

Seigel de Wilson gibi kavramın nesnellikten uzak olan yapısını vurgulamış ve kavramın istikrarsız sınırlarına dikkat çekmiştir. Yazar (1999, s. 11), orta sınıfın yaşamıyla yakından ilişkili bu sınırları, modern bireyciliğin çelişkileri ve çatışmalarının olduğu eşik alanı ile hayata geçirilebilir ve müzakere edilebilir olarak değerlendirmiştir. Bu bağlamda Seigel de Wilson gibi bohemizmi modernizm ile yakından ilişkili olarak görmüştür.

Bohem hem Seigel hem de Wilson'ın yineledikleri gibi, somut bir sosyal veya kültürel gerçeklik olarak kavranması oldukça zor bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, terimin tarihsel geçmişle bağlantılı olarak tam bir tanımının yapılamayacağı, sınırlarının çizilemeyeceği görülmektedir.

Bu tartışma, kavramın tanımı ile sınırlı kalmamış, politik içeriği, modernizm ve burjuvazi ile olan ilişkisi konusunda da kendisini göstermiştir. Kimi yazarlar tarafından modernizmin doğal sonucu olan, burjuvazinin ayrılmaz parçası olarak görülen ve romantize edilmiş karakterler ile varlığını devam ettiren bohemizm, kimi yazarlar tarafından da burjuva yaşamına direnişi temsil etmektedir.

Marshall Berman modernliği, Batı'da birkaç yüzyıl boyunca ortaya çıkan ve zamanla tüm dünyayı kapsayan bir "yaşamsal deneyim modu" olarak nitelendirmektedir. Yazara göre üretimin sanayileşmesi ile hızlı ve çarpık bir kentleşmenin görülmesi, kitle iletişim araçları ve toplumsal hareketler aracılığıyla insanların siyasi ve ekonomik yöneticilere meydan okuması deneyim tarzını yönlendiren gelişmelerdir. Ayrıca Berman için modernitenin paradoksal olarak dayanıklı özelliği, insanları sürekli dağılma ve yenilenme, mücadele ve çelişki, belirsizlik ve kederden oluşan bir girdaba sürüklenmesi ve tüm bu olumsuzluklara rağmen sosyal ilişkilerin devam etmesidir. Böylelikle de katı olan her şey havada eriyen bir evrenin parçası olmaktadır. Sürekli parçalanma ve yenilenme, birbirini takip eden nesillerin kendi tarihsel kökenlerini yoğun bir şekilde deneyimlediği kültürel bir koşul yaratmaktadır. Öte yandan insanlar modernliği, tüm tarih ve gelenekler için radikal bir tehdit olarak deneyimlemişlerdir. Dolayısıyla insanlar yüzyıllar boyunca kendi geleneklerini geliştirmeye çalışmışlardır (1988, s. 16). Bohem de böyle bir gelenektir. Berman'ın belirttiği mücadele ve çelişki, belirsizlik bohem yaşamda kendisini göstermektedir. Bu nedenle kimi yazarlar tarafından kıyasıya eleştirilen ve modern yaşamın bir sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülen bohem yaşamı, burjuvazinin de bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Lloyd, tarihsel olarak daha geniş sosyal akımların içinde marjinal olarak kabul edilmiş olsa da kavramı aynı zamanda merkezi modernist dürtülerin bir örneği olarak değerlendirir (2010, s. 51-52). Jerold Seigel (1999) için de bohemizm burjuvazi ideolojisinin ayrılmaz bir parçasıdır.

Bohemizm en sert eleştirilerden biri Marx'dan gelmiştir. Marx, apolitik pozisyonundan dolayı bohemleri eleştirmekte ve bohemleri lümpen işçi sınıfı içinde oluşan modern kent karakteri olarak değerlendirmektedir. Yazara göre bohemler, kendi sınıfına yabancılaşarak sınıf hareketinin dışında kalmışlardır. Marx bohemleri, “Neyle geçindikleri ve kökenleri belli olmayan, yıkıma uğramış roues (zevk düşkünleri) ile burjuvazinin bozuk ve maceracı unsurlarının yanında serseriler, terhis edilmiş askerler, serbest bırakılmış hükümlüler, firar etmiş körek mahkûmları, dolandırıcılar, şarlatanlar, Lazzaroni (İtalya’da işçi sınıfının dışına düşmüş kişiler için kullanılan aşağılayıcı lakap), yankesiciler, üçkağıtçılar, kumarbazlar, genelev sahipleri, hamallar, yazar bozuntuları, laternacılar, paçavracılar, bileyiciler, tencere tamircileri, dilenciler, kısacası Fransızların la boheme (yarını düşünmeden yaşayanlar) diye andığı, belirsiz, dağınık, oradan oraya savrulan yağının tümü...” olarak değerlendirmektedir (2016, s. 92-93). Dolayısıyla Marx’a göre, bohem yaşamı bir direniş olmaktan öte, burjuva ideolojisine katkı sağlayan bir yapıdır.

Gluck’a göre de bohem kimliği, burjuva sanat formu olan popüler romantizmle ve melodramla simbiyotik olarak bağlantılıdır. Bohemizm zamanla popüler kültürün yıkıcı biçimlerini yeniden canlandıran ve nihayetinde yeniden hayat veren bir imaj haline gelmiştir (2000, s. 351-352).

Genel olarak değerlendirdiğimizde bohemizmi modernizm ve burjuva ideolojisinin bir sonucu ya da parçası olarak gören yazarlar çoğunlukla bohemleri apolitik olmakla ve sınıfsal mücadeleden uzaklaşp popüler kültür ürünü haline gelmekle suçlamaktadırlar. Bohem karakterlerin romantize edilmesi ve imaj olarak sunulmasının ideolojik bir karşı duruşa engel olacağı noktasında tartışmalarını yürütmektedirler.

Bu makalede her ne kadar bohemizmi, burjuva ideolojisinin bir parçası olarak değerlendiren yazarların görüşleri çerçevesinde yer vermiş olsak dahi çalışmanın asıl odak noktasını bohemizmi burjuvaziye karşı bir direniş, bir karşı duruş olarak değerlendiren yazarların görüşleri oluşturmaktadır. Çalışmada, bu görüşlere yer verildikten sonra, bu bakış açısına paralel olan, Henri Murger tarafından yazılan ve Aki Kaurismäki tarafından perdeye taşınan *Bohem Hayatı* filmi ele alınacaktır. Auteur bir yönetmen olan Kaurismäki’nin kendi yaşamı ve film arasında kurulan paralellikleri ortaya koymak amacıyla çalışmada auteur eleştiri yöntemi kullanılacaktır. Ayrıca sinema filmlerinin birer ideolojik aygıt olduğu düşüncesinden hareketle, gizlenmiş olanı görünür kılmak, ideolojinin hegemonik şekilde “görünmez” olarak yaşamlarımıza yerleştiğini (Kabadayı, 2020, s. 59) ortaya koymak adına da ideolojik çözümleme yönteminden faydalanılacaktır.

Auteur film eleştirisi İkinci Dünya Savaşı sonrasında *Cahiers du Cinema* adlı derginin çevresinde toplanan Fransız sinema yazarlarının ve sonrasında Andre Bazin’in çevresindeki eleştirmen kuşağının çabaları sonucu ortaya çıkmıştır (Wollen, 2004). Başkalarının tasarladığı eserleri yöneten metteur en scene ‘den farklı olarak auteur yönetmenler kişiliklerini filme yansıtmaktadırlar. Yönetmenin kişiliğini filmlere yansıtmasından kasıt ise, yönetmenin birey olarak kendini filmlere koymasındadır (Büker, 1986, s. 68). Dolayısıyla yönetmenin dünyaya bakışı ve yaşam şeklinin filmlerindeki yansımalarını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada öncelikle Aki Kaurismäki’nin yaşamı ve filmi arasındaki bağlantılar ortaya konmaya çalışılacaktır. Çalışmada kullanılacak ikinci yöntem ideolojik eleştiri yöntemidir. “Gerçeğin tarihsel olarak değişebileceğini” belirten Gramsci, ideolojiyi sanat, hukuk gibi bireysel ve kolektif hayatın tamamında üstü örtük olarak bulunan bir dünya görüşü olarak değerlendirmektedir (Kabadayı, 2020, s. 61). Sinema filmlerinin de içine sızan bu dünya görüşleri, yönetmenlerin dünyayı değerlendirme ve yaşama biçimlerini izleyiciye aktarmaktadır. Bu nedenle çalışmada, burjuvazi- bohemizm ilişkisinin ideolojik çatışması ya da birlikteliğinin filmdeki yansımalarını ortaya koymak amacıyla ideolojik eleştiri yöntemi kullanılacaktır.

2. Bohem Kavramı: Burjuvaziye Yönelik Bir Başkaldırı Olabilir Mi?

Taşıdığı tarih ötesi nitelikler dışında 19. Yüzyıl sanatsal bohemizmi özel, tanımlanabilir bir yaşam türü olarak evrensel unsurlar, tanımlanmış ve tanınmış bir sosyal fenomen olarak modern çağa diğer bir deyişle Fransız Devrimi ve modern endüstrinin büyümesiyle şekillenen dünyaya aittir (Seigel, 1999, s. 5). Dolayısıyla kavram kapitalizm, parlamenter demokrasi, modern hayatın kültürel özerkliği ve sosyal farklılıklarını yaratan burjuva bireyciliği gibi bir dizi sosyo- kültürel devrimle ilişkili olarak ortaya çıkmıştır (Gluck, 2005, s. 6).

Murawska-Muthesius’a göre (2012, s. 87), 19. Yüzyıl’da eski hamilik biçimlerinin ortadan kalkması, bunun yanı sıra burjuvazinin egemen olduğu bir toplumda kültürün metalaşması, kültürel üreticinin

doğrudan toplumsal işlevinin kaybolmasına ve patronunu yüceltme zorunluluğundan kurtulan bohem sanatçının ortaya çıkmasına neden olmuş ve bu durum sanatçıları mevcut toplumsal normlara ve estetik kurallara karşı isyan durumuna dönüştürmüştür. İstisnai yaratıcılık, muhaliflik, eksantriklik ve cinsel öfke kavramıyla bağlantılı olarak ortaya çıkan bohem tavrı, modern sanat ve modern kimlikler için olduğu kadar, otorite ve güce meydan okuma için de bir kısaltma haline gelmiştir.

İlk modern bohem kuşağı 19. Yüzyıl Fransa'sının politik, kültürel ve sosyal ayaklanmalarından doğmuştur ancak bir önceki yüzyılda yaşanan gelişmeler de modern bohemlerin çıkış sebeplerini anlamamız açısından değinilmesi gereken bir dönemdir. 18. Yüzyıl'ın ikinci yarısında başlayan sanayi devrimi hızlı kentleşme, yaygın nüfus göçü, modernleşme ve yeni bir politik ekonomi için koşullar yaratarak feodalizme ve aristokrasiye meydan okumuştur (Graña & Graña, 1990, s. 75). Paris de bohem yaşam tarzının doğuş ve gelişiminin nedeni olarak görülebilir. Sanatçılar için oldukça cazip olan kent, müzeler, sergiler, hareketli sosyal yaşam ve alışılmadık dışındaki davranışların gözlemlendiği bir yerdir. Sanatçılar için yaratıcılık ve özgürlük vaat eden kent aynı zamanda "umut" ta vaat etmekte ve Murger'in deyişiyle "*Bohem hayatı ancak Paris'te mümkün olabilecektir.*" (1964, s. 13). Bu bağlamda T. J. Clark, 19. Yüzyıl'ın ortalarında Paris'teki Bohemyayı, gerçek bir sosyal sınıf, bir muhalefet odağı olarak değerlendirmektedir (Murawska-Muthesius, 2012, s. 87).

Bu dönemde üniversite sisteminin genişlemesiyle öğrenciler özellikle yeraltı dünyasının işsiz serserileri ve haydutları ile birlikte Paris'in sol kıyısında (Sorbonne) kentsel peyzajın büyüyen bir parçası olmuşlardır. Kapitalizmin ve modernizmin sınıflar arası ayrımcılığı keskinleştirilmesi, bu dönemde yaşayan insanların, onları baskılayan ve dışlayan her türlü unsura tepki göstermesini ve kendi değerlerini oluşturmasını sağlamıştır. 1789 yılında gerçekleşen Fransız Devrimi ile birlikte insanların eşitlik, özgürlük ideallerini dillendirmeleri, 19. Yüzyıl'a gelindiğinde maruz kaldıkları ayrılıkçı durumdan kurtulmayı ve özgürleşmeyi amaçlayan modern bohemlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yüzyıldaki modern bohemler, özellikle hegemonikleşen burjuva yaşam biçimine tepki göstermişlerdir. Çünkü burjuva kesimi sadece kendilerine hizmet etmekte ve mevcut zenginliklerini, statülerini korumak için kendileri dışındakileri ötekileştirmektedir. Böylelikle modern bohemler de burjuva değerlerinin karşısında yer alarak onlarınkinden tamamen farklı değerler geliştirmişlerdir. Örneğin; bohem yaşam tarzları barınma, kıyafet, sosyallik ve çalışma hayatına karşı farklı bakış açılarında kendini göstermiştir. Genç yazar, sanatçı ve öğrenci grupları genellikle tavan arasında veya çatı katında minimal döşenmiş, aşırı kalabalık, düşük kirali dairelerde kalmış, günün tipik kıyafetlerini karşılamayan, sıra dışı kumaşlardan yarattıkları garip kıyafetlerle kendi stillerini yaratmışlardır. Erkeklerin çoğu uzun saç ve sakallarıyla zamanlarını alışılmadık şekilde geçirmişler, gün boyunca kendi işleriyle uğraştıktan sonra gece eğlencelerine katılmak için Paris sokaklarında dolaşmışlardır. Bu özellikler toplumunda paylaşılan bu tutum ve oluşturulan yeni değerler de kendilerini marjinalize eden bohemleri birleştirmiştir. Bohemler, yükselen burjuvaziye küçümsemişlerdir (Halasz, 2015, s. 11-12). Bohemyalı yazar Petrus Borel de (2002, s. 19), "*Vahşi olmadıkça zengin olabileceğimizi düşünmüyorum*" diyerek burjuvaziye yönelik eleştirisini dile getirmiştir.

19. Yüzyıl'da modernizm ile birlikte yükselen burjuva değerlerine karşı koyan bohemler garip elbiseleri, uzun saçları, düzensiz yaşamları, radikal politik coşkuları, gece hayatına, uyuşturucuya, alkole bağlılıklarıyla ve cinsel özgürlükleriyle kendi kolektif kimliklerini ve değerlerini oluşturmuşlardır. Ayrıca bohemler bu ve bunun gibi dış belirtilerle burjuva karşısında kendi sınırlarını da çizmişlerdir (Seigel, 1999, s. 12). Bu anlamda bohem, bu yüzyıldaki politik, sosyo-kültürel gelişmelerle bir yer olmanın ötesine geçerek bir ruh halinin de ifadesi olmuştur (Wetzsteon, 2002, s. 11). Onların ruh hallerinin yansıması olan dışsal görünüşleri tüm önyargılara, yasalara karşı isyanının diğer bir deyişle 'iğrenç' olarak tanımladıkları burjuvayı inkârının göstergesidir (Gluck, 2005, s. 32).

Bohemlerin bu tür farklı tavırlarını ve faaliyetlerini sosyolog Dick Hebdige, "muhteşem altkültürler" olarak tanımlamaktadır. Bunun sebebi ise bohemlerin kamusal gösteri ve performans yoluyla kolektif, kişisel bir kimlik yaratmalarıdır. Yazara göre tüm "muhteşem altkültürler" in tanımlayıcı özelliği, stil icadı yoluyla nesnelere, jestlere ve gündelik pratiklere önemli anlamlar yükleme yeteneğidir. Burada stilin işlevi de bir grubun üyelerini daha büyük toplumsal gruptan ayırmaktır. Hebdige altkültürlerin, sosyal dünyanın örgütlendiği ve deneyimlendiği yetkili kodları bozduğunu ve istikrarsızlaştırdığını, sembolik bir düzene sembolik zorluklar getirdiğini vurgulamaktadır. Böylelikle altkültürlerin önemi, ana akım toplumunun

çelişkileriyle bağlantılı olmasıdır; diğer bir deyişle altkültür üyeleri kendi memnuniyetsizliklerinden ve yabancılaştırmalarından daha fazlasını yaparak kültürün içinde gizlenen ideolojileri, ekonomik ve politik gerilimleri açığa çıkarmaktadır (2002, s. 80, 91-92). Bu anlamda burjuva toplumunun baskıcı otoritesine meydan okuyan bohemizm, kavramsal olarak politiktir. Siyasal hiyerarşiye yönelik bu meydan okuma da orta sınıf yaşamdan kurtulmanın radikal bir sembolü haline gelmektedir.

Wilson'da bohem kavramını açık şekilde politik olmakla ilişkilendirmekte ve “burjuva toplumunun baskıcı otoritesine” meydan okunabilecek bir alan olarak değerlendirmektedir (akt. Gluck, 2005, s. 9). Yazar bohemlerin uyumsuzluğunu ve ahlaki geleneklere, sosyal otorite ve siyasi hiyerarşiye açık meydan okumasını, orta sınıf yaşamından özgürleşmenin radikal bir sembolü olarak değerlendirmekte ve bu bohemi burjuva toplumunun “öteki” si olarak değerlendirmektedir. Wilson'a göre bohem ütöpiktir (akt. Gluck, 2005, s. 18)

19. Yüzyıl'ın Parisli bohem sanatçı ve yazarları da eserlerinde, burjuva toplumuna yönelik eleştirileriyle toplumda kalıcı bir iz bırakmıştır. Onların eserlerindeki, istikrarlı bir gelir ve zenginlik peşinde koşma ya da mal birikimi sorgulaması, burjuva ahlakına ve politik ekonomiye karşı dirençlerini göstermektedir (Halasz, 2015, s. 22). Dönemin çoğu bohem sanatçıları ana akım toplumun kurallarına ve beklentilerine meydan okumuş, orta sınıf konforların reddedilmesi gibi alışılmadık davranışlarda bulunmuştur.

Bununla birlikte, Gluck'a göre, bohem mitinin sanat eserlerinde temalaştırılması söz konusu olduğunda kendi içinde parçalanmış ve birbiriyle ilişkili olmakla birlikte karşıtlık gösteren iki farklı görünümü ortaya çıkmaktadır. İlki, yazarın “duygusal bohemya” olarak adlandırdığı ve daha tanınmış olan versiyonudur. Sanatçıların yaşamları ve sıkıntıları hakkındaki hikayeleri ve orta sınıf edebi duyarlılıklarını aktaran bu ilk versiyonun karşısında, daha az tanınmış olan versiyon olan “ironik bohemya” yer almaktadır. İronik Bohemya, avangart sanatçıların ironik kamusal performansları ile farklılaşmayı ve modern sanatçıyı orta sınıf meslektaşlarından ayırmayı amaçlamaktadır (2005, s. 15).

19. Yüzyıl'daki bohem sanatçının imajı ve “duygusal bohemya” nın özellikleri, özellikle Henri Murger'in edebi eserlerinde pekişmiştir. Seigel'e göre (Seigel, 2012, s. 491), Bohemya'yı modern kültür haritasına koyan Murger, çoğu insanın yapmadığı şekilde sanatçıların mekânını tasvir eder. Onun elinde bohem figürü sanatçı, daha geniş kitleler için bir mihenk taşı haline gelir.

Murger çalışmalarında kendinin ve arkadaşlarının deneyimlerini, Latin mahallesindeki yaşamsal vinyetlerde çizmiştir. Modern bir sanatçı ve gerçeklerin yorumlayıcısı olarak Murger köksüz, özgürce yaşayan, anti-burjuva karakterleriyle bir bohem imajı yaratarak, bu imajın kalıcı olmasını sağlamıştır. Ayrıca yazarın eserlerindeki bohemler, Paris yaşamının romantik tarafını da karakterize etmektedir (Tickner, 2011, s. 980). Murger'in şu sözleri de bohemlerin yaşayışları ve hayata karşı duruşları hakkında bilgi vermektedir: “Bohemler her şeyden az-çok çıkarlar. Pabuçlarının delik-deşik veya gıcır gıcır oluşuna göre her yere girip çıkarlar. Bir gün bakarsınız lüks bir salonda ocağa dayanmış caka satmaktadırlar, bir gün de ucuz bir lokantanın çardağı altında yemek yerler. Yolda bir dosta rastlamadan on adım atamazlar ama, nerede olursa olsun bir alacaklıya rastlamadan otuz adım da gidemezler... Bohemin kendisine mahsus bir dili vardır, bunu herkes anlayamaz; bir siirü atölye, matbaa, tiyatro tabirleriyle, dedikodularıyla süslüdür.” (1964, s. 18). Yazarın en popüler ve önemli olan çalışması ise *Scènes de la Vie de Bohème (1851)* adlı eseridir. Modern kentsel yoksulluğu ve açlık çeken sanatçıları, yeni burjuvaziyi ve kendilerini feda eden genç Fransız işçi kızlarının maceralarını romantikleştiren eser büyük bir başarı elde etmiştir (Halasz, 2015, s. 19). Murger'in popüler öyküleri ile birlikte bohem sözcüğü, modern toplumdaki sanatsal yaşamla ilişkilendirilmeye başlanmıştır. Böylelikle bohem kavramı kalıcı tanımını sanatsal olarak Murger'in öykülerinde bulmuştur (Gluck, 2000, s. 353).

Bohemizm zamanla sadece Paris'te değil birçok ülkede görülmüştür ve her ülkenin kendi sosyo-kültürel yapısı ve gelişmeleriyle bohem imajı farklılık göstermiştir. Bu bağlamda çalışmada bohem kavramına sanatsal bir anlam katan Murger'in *Scènes de la Vie de Bohème* eserinden Finli yönetmen Aki Kaurismäki tarafından uyarlanan filmi ele alınacaktır. Ancak bu noktada öncelikle dikkat çekilmesi gereken Finli yönetmenin kendi bohem kimliğidir.

3. Aki Kaurismäki Sinemasındaki Bohem Görünümler

“Oyuncuları yönetemeyecek kadar içe kapanık ve sinik” olduğu gerekçesi ile Fin sinema okuluna kabul edilmeyen Kaurismäki, kendisi gibi sinemacı olan ağabeyi Mika Kaurismäki Münih sinema okulunda

okurken onun çalışmalarına dahil olarak filmler çekmeye başlar. İçinde yaşadığı coğrafyanın özelliklerinden sıklıkla yararlanan yönetmenin (Algan, 2015, s. 135-136), eserlerinde ortak özellikler yer almaktadır. Eserlerinde gelenekselin dışında bir repertuar oluşturan Kaurismäki'nin filmlerinde, sıklıkla tekrarlayan işçi sınıfı ya da bohem karakterler jestlerle ve sosyal çevrelerini gösteren ayrıntılarla var olurlar. Karakterler sabit niteliklere ve belirli bir ikonografiye sahip tipler olarak görünürler. Filmlerde kişiler karmaşık psikolojilerinden ziyade sosyal sınıfların temsilcileri olarak yer alırlar (Austin, 2018, s. 178). Yönetmenin temel kaygılarını, filmlerde tekrarlayan unsurları, filmlerin içeriklerini ve biçimlerini, kişiliğin tutarlılığı bağlamında ve diğer yapıtlarla ilişkisi içinde değerlendiren auteur yaklaşım (Özden, 2020, s. 126-127) göz önüne alındığında Kaurismäki'nin auteur bir yönetmen olduğu kabul edilebilmektedir.

Aki Kaurismäki'nin hayatı ve sineması bohem sözcüğünde anlam bulmaktadır. Yönetmenin filmlerindeki karakterler genellikle toplumsal değerlerin çoğunu reddetmekte, orta sınıfın geleneklerini ve isteklerini göz ardı etmektedir. Bohem unsurlar, Kaurismäki'nin filmlerinin dramatik kişiliğini oluşturmaktadır. Yönetmenin müzik seçimleri, kullandığı konser görüntüleri ve "tuhaf" karakterleri, *The Saimaa Gesture* (1981), *Crime and Punishment* (1983) ve *Leninrad Cowboys* (1989) gibi filmlerinde bohemizmin izini taşımaktadır. Yönetmenin kimliği, filmlerinde yaratmış olduğu tuhaf karakterlerde görünür olmaktadır. Tıpkı onun gibi karakterleri de kendini yabancı ve marjinal olarak sunmakta, orta sınıf toplumunun kuralları ile alay etmektedir (Nesting, 2013, s. 55-56).

Sinema yazarı Satu Kyösola, yönetmeni duygusal bohem olarak tanımlamaktadır. Yazar, Kaurismäki'nin filmlerinde bohemizmin burjuva ile uzlaşmaz bir muhalefet üzerine kurulduğunu söylemekte ve yönetmenin konumunun şu sözler ile anlaşılabilirliğini iddia etmektedir: "*Burjuvazinin ahlakı anti-ahlaksızdır, çünkü en adaletsiz kurumlar üzerine kurulmuştur: din, ülke, aile ve toplumun diğer sütunları... Geleneksel ahlaka, geleneksel ideallere, toplumun tüm habisliğine karşıyım.*" Böylelikle yazar, yönetmenin orta sınıf değerlerinin dışında yer alan özerk bir kişi olduğunu savunmaktadır (2004, s. 144). Kaurismäki'nin özerkliği onun politik yönüne de işaret etmektedir.

Andrew Nesting, Kaurismäki'nin hayatını, kişiliğini ve sinema çalışmalarını ayrıntılı bir şekilde ele aldığı "*the cinema of Aki Kaurismäki: Contrarian Stories* (2013) adlı eserinde, yönetmenin sinemasında ahlaki bir eskiye simgeleyen nesnelere ve mekânların ahlaki bir yeninin de karşısında durduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla şehirde başkalarına güvenmenin onlara zarar vereceğini düşünen, kendini toplumdaki yabancılaştırıcı karakterleri sık sık yönetmenin filmlerinde görmektedir. Örneğin; *Geçmiş Olmayan Adam* (*The Man Without a Past*, 2002)'da ana karakterin parkta şiddete uğrayarak hafızasını kaybetmesi ahlaki mekânın yok edildiğini ve ahlaki nesnelere artık bu mekânı temsil edemeyeceğini, burada yaşayan insanların da birbirleriyle olan bağlantılarını yok ettiğini simgelemektedir. Böylelikle yönetmen modern kentlerin insanları yavaş yavaş parçalara ayıran, ahlaksız yerler olduğu mesajını vermektedir. Kaurismäki'nin maddi ve ahlaki yıkıma yönelik eleştirisini senaryosunu yazdığı *The Liar* (1981) filminde de görmek mümkündür. Hikâyesini 1960'ların Finlandiya'sında konumlandıran yönetmen devlet bürokrasilerine, parti politikalarına, kurumsallaşmış örgüte saldıran bir tavır içerisindedir. Ayrıca filmin gerçeğe ilişkin gündelik saygısı, politik Ortodoks'la alay etmekte ve belirsiz bir anarşizmi kucaklamaktadır. Yönetmenin bohem kimliği de genel olarak onu Fin kurumlarında fikir birliğine dayalı politikalar oluşturmak için kullanılan kurumsal araçlarla uzlaşmasını mümkün kılmamaktadır. Bu yüzden Kaurismäki'nin kurumsal eyleme katılma düşmanlığı onu milliyetçilikten ve Finli kimliğinden uzaklaştırmaktadır. Onun muhalif duruşu, filmlerinde polis memuru, düzenli vergi müfettişi, işsizlik bürosunun kayıtsız bürokratları gibi tüm devlet görevlilerinin olumsuz temsili ile görünür olmaktadır (s. 61-67). Ayrıca yönetmenin filmlerinde alkol tüketimi de öne çıkmaktadır. Bunun nedeni Finlandiya'da hükümetin, halkı disipline etmek ve kontrolünü sağlamak, alkol tüketimini kontrol altına almak amacıyla kalkınma ve gelişmişlik karşıtı olarak gördüğü alkol satışını uzun yıllar yasaklamasıdır. Kaurismäki'nin filmlerindeki mutlu içiciler de hükümetin politikalarına itiraz ederek, oluşturulmaya çalışılan sorunlu içici imajını da reddetmektedir. Böylelikle yönetmen bu tarz karakterleri aracılığıyla Fin sarhoşluk söyleminin değerini arttırarak, düzenleme ve kısıtlamayla da alay etmektedir. Ayrıca Kaurismäki burjuva toplumunun karşısına işçi sınıfının değerlerini koyarak yoksul ve fakir insanların yanında olduğunu da filmlerinde göstermektedir (s. 76-78). Böylelikle Kaurismäki'nin bohem kimliği, baskıcı tüm ideolojik araçlara karşı

muhafif ve anti-kapitalist duruşunda, burjuva toplumuna meydan okumasında ve ahlaksız olarak görmesinde, onların değerleriyle alay etmesinde görünür olmaktadır.

4. *Bohem Hayatı (Boheemielämää, 1992)*

Henri Murger'in *Scènes de la vie de bohème* eserinden ve Giacomo Puccini'nin *La Bohème* adlı operasından esinlenerek 1992 yılında Kaurismäki yönetmenliğinde çekilen *Bohem Hayatı (Boheemielämää)* filminde, Paris'te yaşayan lirik şair Marcel (Andre Wilms), Arnavut ressam Rodolfo (Matti Pellonpää) ve İrlandalı besteci Schaunard'ın (Kari Väänänen) yoksulluk içindeki acıklı hayatları anlatılmaktadır.



Görsel 1. *Bohem Hayatı/* Filmdeki ironik unsurlar

Film, yazar Marcel'in çöpte iki şarap şişesini bulup, barmene vermesiyle başlamaktadır. Ancak bu iki şişe onun sadece küçük bir bardakta şarap içmesine yeter. Üstelik o şişeleri almak için çöpün içine düşmüş ve kendisini yaralamıştır. İçkisini içtikten sonra yazar, barmenle yazdığı oyun hakkında konuşmaktadır. Çok uzun olduğu gerekçesiyle yayınevinin oyununu reddetmesini barmene anlatan Marcel, yayınevi sahibi için "domuz", "hödük" gibi ifadeler kullanmaktadır. Yazarın bu sözleri, filmin bütününe bakıldığında anlamlıdır. Çünkü Marcel, kendisi gibi diğer bohem arkadaşlarına ve karşılaştığı yoksul insanlara karşı çok kibar, saygılı ve yardımsever davranmaktadır. Keza aynı tavır diğer iki bohem karakterde de görmek mümkündür. Ancak zengin, konformist, burjuva kesimi söz konusu olduğunda karakterlerin kibarlığı sona ermekte, bu insanlara karşı tavırları da sertleşmektedir. Çünkü filmde, üst sınıfın alt sınıfa karşı bakışının, tamamıyla onları sömürmek ve onları yok saymak üzerine kurulu olduğu görülmektedir. Yazarın oyununu okumaya ve ona yardımcı olmaya gönüllü olan da onun gibi sıkıntılı bir yaşama sahip barmendir. Böylelikle Marcel barmene, "*Sen bana halkın beğenisini gösterip, yayınevinin utandıracağını.*" diyerek iki bin sayfalık oyununu teslim etmektedir. Bu sahnede yönetmen Kaurismäki, milimetrelük şarap bardağı ve bir ansiklopedi kalınlığındaki el yazmasıyla izleyicisini filmin saçma ve ironik mizahına karşı uyarılmaktadır. Abartılı olan bu sahne, Murger'in eserinden farklı olarak yönetmenin icadıdır. Kaurismäki, yarattığı bu dramatik ironi ile izleyiciyi bohem görünüşleri ve deneyimleri hakkında dikkatlice düşünmeye teşvik etmektedir. Sinema eleştirmeni Amy Taubin de Murger uyarlaması olan bu filmde Mimi'nin ölümü hariç tüm sahnelerin tamamen ironik olduğunu söylemektedir (1992, s. 58). Bu da bize yönetmenin ironik bohem kimliği hakkında bir fikir vermektedir. Andrew Nestingen de filmdeki ironinin, izleyicinin bohem karakterleri anlamasına ve dolayısıyla burjuva ile olan ilişkilerini sorgulamasına neden olduğunu belirtmektedir (2013, s. 58). Böylelikle ilk sahneden itibaren yönetmen, bohem yaşamdan ve bohem karakterden ne anlamamız gerektiğini yarattığı imajlarla, kullandığı bohemizme ait unsurlarla ortaya koymaktadır.

Yine sabah, takım elbisesinin üstüne giydiği sabahlıkla uyanan Marcel'in ilk iş olarak sigara yakması ve şaraba yönelmesi bohem kimliği hakkında bize fikir vermektedir. Yazarın evi de burjuva düzeninin tam karşısı olarak düzensizdir diğer bir deyişle darmadağınktır. Üzerinde sabahlığı vardır, ancak mutfak kirli tabaklar ile doludur, dişini mutfakta fırçalar ama suları kesiktir. Şarap şişeleri boştur ve kapısında tahliye ihbarı asılıdır. Marcel üç aydır kirasını ödememektedir, bu yüzden evine tahliye ihbarı gelmiştir. Onun için çok önemli olan daktilosunu saklayarak ve sadece çantasına beyaz birkaç gömlek koyarak evden çıktığında ev sahibi ile karşılaşmaktadır. Ev sahibi borcunu hemen ödemesini ve bir an önce evi terk etmesini, eve yeni kiracının taşınacağını söylemektedir. Marcel türlü yalanlarla ve hilelerle ev sahibini atlatarak gider. Ancak eve taşınan kiracının da bohem bir besteci (Schaunard) olduğunu görürüz. Ev sahibi uzun saçlı, berduş görünümlü yeni kiracısını gördüğünde direk onun mesleğini sormaktadır. Schaunard'ın görünüşü, ev sahibine güven vermemektedir. Ev sahibinin bu önyargılı tavrı Marcel'in ona yazdığı mektupla alaya

alınmaktadır: “Sayın Bernard, üzülerek söylemek durumundayım ki vaziyetim itibarıyla, tarihini çoktan geçirmiş olmama rağmen size olan kira borcumu ödeyebilecek nakdi sağlayabilmiş değilim. Daba bu sabaha kadar, kiramı ödeyerek bu güzel günü şenlendirmeyi düşünüyordum. Yanılmışım. Ben kendimden emin bir şekilde uyurken talih, Yunanların tabiriyle ‘ananke’, yüzüme gülmedi. Gelmesini beklediğim paralar gelmedi ama hiç şüphem yok ki güzel Fransa’mız ve ben daha güzel günler göreceğiz. İşte o gün derhal size ulaşıp yasalar gereği bir yıl boyunca satamayacağımız ve bu süre boyunca size emanet olacak değerli eşyalarımı sizden almaya geleceğim. O zamana kadar, kaldığım harikulâde daireyi kullanmakta özgürsünüz. Beyanımı imzam ile tasdik ederim. Marcel Marx.” Mevcut sistemin sınıfçı, rekabetçi yapısı Marcel’i böyle bir yaşama mahkûm etmiştir. Jean-Jacques Rousseau’nun belirttiği gibi modernleşmeyle birlikte sanat ve bilim alanındaki gelişmeler insanlar arası eşitsizliği giderek artırmaktadır. Ayrıca modernleşme ile birlikte değişen dünya düzeninde insana verilen değer azalmış ve bireyler arasındaki sosyal ilişkiler önemini yitirmiştir (2009, s. 35-44). J.J. Rousseau gibi Adorno ve Horkheimer da modernizme yönelik eleştirilerini dile getirmektedirler. İki yazar da aydınlanmanın/ modernleşmenin kendini hiç durmadan tahrip ettiğini ve totaliter bir görünüm kazandığını belirtmektedirler (2014, s. 10-11). Bu açıdan Marcel, kendini sürekli tahrip eden, acımasız modern dünya düzeninde aydınlanmanın ağır bedelini ödeyen bir karakter olarak kendini marjinalleştirmekte ve ciddiyetsiz bir görüntü çizmektedir. Oysa yazar, işini çok seven ve ciddiye alan, icra ettiği sanatta üretken olan bir kişidir. Bu yüzden onun takım elbisesi ile gezmesi insanlara karşı değil işine karşı olan saygısının göstergesidir. Mektubundaki “Güzel Fransa’mız ve ben daha güzel günler göreceğiz.” sözü ise onun milliyetçiliğini göstermemektedir; aksine ülkedeki ayrılıkçı ve her şeyin para olduğu ekonomik ve toplumsal düzene karşı olan alaycı bir imadır. Kirasını ödeyemediği derme çatma evi, ‘harikulâde’ olarak adlandırması da kapitalizmin acımasız tarafına yaptığı bir diğer işlemelemedir.

Evini kaybeden Marcel, cebindeki az parayla bir restorana girip yemek söyler ve burada illegal yollarla Arnavutluk’tan Paris’e gelen, çalışma izini olmayan ressam Rodolfo ile tanışır. Marcel’in parası sadece iki yarım alabalık sipariş etmesine yetmekte ancak garson kadın son alabalığı Rodolfo’nun sipariş ettiğini açıkladığında ressam, Marcel’e yemeğini paylaşmayı teklif etmektedir. Böylelikle iki bohem sanatçı arasındaki dostluk başlamaktadır. Rodolfo Marcel’e alabalığın kafasını ona teklif etmeyeceğini “Kafa insanoglunun en asil uzvu olsa da alabalığın en sevimsiz kısmıdır.” şeklinde açıklayarak söyler. Ressam da en az yazarımız kadar kibar ve düşüncelidir. Rodolfo da Marcel gibi günü gününe yaşayan bir bohem olduğu için her zaman parası bulunmamaktadır. O yüzden Marcel gibi o da çoğu kez aç gezmektedir. Rodolfo da tıpkı yazar gibi birikimli, entelektüel ve bilgili bir kişidir. Bu yüzden iki bohem sadece yiyeceklerini değil fikirlerini de paylaşmaktadır. Bu paylaşımcı iki bohem karakteriyle yönetmen, toplumu bozan açgözlülüğün ve karamsarlığın filme egemen olmasına izin vermemekte ve birçok insanın varlığını tanımlayan yabancılaşmanın keskin bir sosyal eleştirisini de sunarak, hayatın hayal kırıklıklarıyla boğuşan karakterleri için güçlü bir empati duygusu yaratmaktadır (wealdenwordsmith.co.uk, 2020). Yemekte başlayan sohbetleri gecenin geç saatine kadar devam eder ve restoranın kapanması ile karakterlerimiz mekândan ayrılmak zorunda kalır. Karakterlerin bu paylaşımcı, anlayışlı ve birbirine saygılı tutumu Marcel’in Rodolfo’yu evine davet ettiği sahnede de devam eder. Sarhoş olan iki bohem eve geldiklerinde kapıyı açamamaktadır. Marcel sarhoş olmanın etkisiyle evden çıkarıldığını unutarak, kapıyı açan yeni kiracı Schaunard’a eşyalarını kullandığını söylemektedir. Ancak bu düzeyli kavgada sorun uzamadan çözülür ve üç bohem sanatçı masaya oturarak, şarabı birbirleriyle paylaşarak beraber sarhoş olurlar. Böylelikle yönetmen bu üç egosuz kaybedeni bir araya getirerek, egemen ideolojinin kendisi dışındakilere karşı yaratmaya çalıştığı algının tersine nazik, düşünceli, sadık, yaratıcı ve eğlenceli bu karakterlerin aslında kötü olmadıklarını düşündürmektedir. Kaurismäki’nin izleyici üzerinde oluşturmaya çalıştığı bu düşünceler acımasız, rekabetçi bir toplumda, amansız bir dürüstlüğün verildiği dönemde oldukça radikal görünmektedir.

Yönetmen her ne kadar bu üç bohemi paylaşımcı, nazik ve düşünceli gösterse bile yeri geldiğinde karakterlerin karınlarını doyurmak, hedeflerine ulaşmak için sahtekârlığa başvurmaktan geri kalmayan, yalan söylemekte bir mahsur görmeyen hatta kimi zaman birbirlerini egale eden yönlerini de göstermektedir. Örneğin Rodolfo başyapıtım dediği eserini yaparken boyalarının bitmesi sonucu ona rehin olarak verilen yüzüğü satmaya çalışmaktadır ve yüzüğün sahibi ile ilgili sorular sorulması karşısında, parayı almak için bir dizi yalan söylediği görülmektedir:

Rodolfo: Geri dönmeyecek. Bir Amerikalıyla kaçtı. Adamın Cadillac'ı vardı. Çocuklara yazık oldu. Benim başıma kaldılar ve yemek alacak paramız yok. Geceleri açlıktan ağlıyorlar.

Kadın: Kaç yaşındalar?

Rodolfo: 14,9,7,6,3,2,1 ve en küçüğü altı aylık.

Kadın: Ne çokmuş.

Rodolfo: Gençtik ve birbirimize âşıktık. Mevsimlerden bahardı.

Keza aynı durum Rodolfo'nun bir barda Schaunard'ı beklerken bir kadınla göz göze gelmesi, ona hemen âşık olması ancak kadınla konuşacak cesareti bulamaması sırasında da kendini gösterir. Schaunard arkadaşı için kadınla konuşmaya gideceğini söyler ancak o, ressam için kadınla konuşmaya gidip kendi aşkını itiraf ederek kadını öper. Onları gören Rodolfo mekândan ayrılır. Bu durum her ne kadar arkadaşı ile arasında sıkı bir bağ olsa da yeri geldiğinde onu egale etmekte bir sorun görmediğini göstermektedir. İkisi de bohem karakterler olsa bile Rodolfo, Schaunard'ın aksine aşk konusunda ondan daha romantik, duygusal ve düşünceli biridir. Örneğin; bardan eve (tek göz bir oda) geldiği sahnede kapısının önünde bir arkadaşını bekleyen Mimi (Evelyne Didi) ile tanışmakta ve kalacak yeri olmayan kadına kendi odasını vermekte, sonrasında da onu rahatsız etmemek için köpeğini de alıp arkadaşına gittiğini belirterek evden ayrılmaktadır. Fakat gidecek bir evi yoktur ve sabaha kadar bir mezarın başında uyumuştur. Bu sahnenin önemi, Rodolfo'nun Henri Murger'in mezarının başında uyumuş olmasıdır. Bohemleri sanatta görünür kılan Murger'in mezarı başında uyuyan bohem ressam Rodolfo ile yönetmen, eserin yazarına bu sahne ile bir saygı duruşu yapmaktadır.

Sonraki sahnede ise iş görüşmesi olan Marcel, Rodolfo'nun siyah ceketini almak için yanına gitmiştir. Ancak Rodolfo'nun siyah ceketini boya içinde gören Marcel, "Mahvoldum. Gazetelerin baronu Gassot beni çağırıyor. "Gökkuşluğu Kemer" adlı bir moda dergisi kuruyormuş ve beni yazı işleri müdürü yapmayı planlıyormuş. Karşısına bu kılıkla çıkarsam, fikrini değiştirir." diyerek üzüntüsünü dile getirmektedir. Fakat Schaunard, Gassot'un sağcı olduğunu, Marcel'in prensiplerinin ekmeğini insanlar üzerinden kazanmaya izin vermeyeceğini belirterek patron adayı ile farklı ideolojik görüşlere sahip olduğunu belirtmekte, ideolojilerinin alt sınıfı sömürmek üzerine kurulu olduğu Gassot ve onun gibileri aşağılamaktadır. Gassot gibi insanların, işçi emeğiyle para kazanmaları bohemlerin ahlaki ve politik idealleri ile çelişmektedir. Ancak Marcel, Gassot'un parlamenter sağın solunda olduğunu ve onlar gibi sanatçıları desteklediğini belirterek, işe alınırsa onların da para kazanabileceğini söylemektedir. Bunun üzerine Schaunard ve Rodolfo da hemen fikirlerini değiştirirler. Bu sahnede karakterlerin orta sınıfın değerlerini ve uygulamalarını benimsediklerinden ziyade Marcel'in faydacı bakış açısı doğrultusunda bohemlerin idealleri ile orta sınıf istikrar ve finansal konumunu bir araya getirmesi; diğer bir deyişle bohem görüşü ile burjuva yararını birleştirdiği görülmektedir (Nestingen, 2013, s. 58). Ayrıca Mary Gluck'un da belirtmiş olduğu gibi bohem, kültürel pazarın yeni ticari gerçekleri tarafından tanımlanan özünde modern bir sosyal tiptir (2000, s. 351). Bu yüzden üç bohem adam da sanatlarını daha büyük bir kitleye duyurabilmek ve sınırsız devam ettirebilmek için Gassot'un desteğini olumlu karşılamışlardır. Tek derdi siyah bir ceket bulmak olan Marcel'in yardımına ise portresini çizdirmek için Rodolfo'ya gelen siyah ceketli zengin sanayici koşturmaktadır. Siyah ceketin filmdeki önemi zenginliği ve üst sınıfa ait olmayı simgelemesidir. Ama Rodolfo, itibarı ve zenginliği ifade eden siyah ceket boya içinde yaparak adeta paçavra gibi kullanmaktadır. Burada da orta sınıf değerlerine yönelik bir meydan okuma söz konusudur. Zengin adamın tabloda gündelik ceketle daha iyi gözükeceğini söyleyen Marcel ise adamı ikna ederek adamın siyah ceketini asma bahanesiyle alıp iş görüşmesine gitmektedir. İş görüşmesinde Marcel'in fikirlerini beğenen Gassot, ona avans verir. Bu avansla adeta bir servet kazanan Marcel arkadaşlarına, "İşte planım. Hayatın maddi zorluklarını unutup ciddi bir şeyler yapmak istiyorum. Önce bu çaputlardan kurtulup düzgün kıyafetler giyeceğim, böylece moda evleri bana saygı gösterecek. Eğer siz de beni takip ederseniz siz de derginin reklam işleri için alabilirim. Ama o zamana kadar hesabımızı çok iyi bilmeliyiz." diyerek onları işine dâhil etmektedir. Ancak daha ilk dakikadan Schaunard, reklamcılarını arayıp bulabilmek için arabaya ihtiyaç duyduğunu söyleyerek para alır. Daha sonra karınlarını doyurmak için lüks bir restorana ve oradan da gece kulübüne giderler. Yol boyunca da daha geniş bir eve çıkmaktan ve erkek uşak tutmaktan bahsediler. Kendilerine her ne kadar çeki düzen verme planları yapsalar da üç sanatçının bohem kimlikleri ve yaşam

tarzları, onları bu planı uygulamaktan alıkoymaktadır. Murger'in de belirttiği gibi bohemler kimi zaman ucuz lokantada yemek yerken kimi zaman da lüks bir salonda gösteriş yapmaktadır. Marcel, Rodolfo ve Schaunard'ın yaptığı da tam olarak budur.

Gece kulübüne geldiklerinde ise Rodolfo, sigara almak için girdiği yerde Mimi'yi görmektedir. Arkadaşlarını bırakıp kadınla ilgilenmeye başlayan Rodolfo ile Mimi arasında da bir ilişki başlamaktadır. Ertesi gün onu yemeğe götürmek için tablosunu yaptığı adamdan parasını alır ve akşam için alışveriş yapar. Akşam olduğunda Mimi'yi beklerken Rodolfo'nun elinde yeni aldığı cüzdan görülür. Tıpkı siyah ceket gibi cüzdan da zenginliği, gösterişi, Rodolfo için sınıf atlamayı göstermektedir. Ama bu gösteriş uzun sürmez ve Rodolfo farkında olmadan cüzdanı çaldırır. Mimi'yi götürdüğü lüks restoranda hesap geldiğinde, cüzdanının çalındığını fark eder ve hesabı ödemediği gerekçesiyle polis gelir, ancak başka bir sorun ortaya çıkar. İlegal yollarla Rodolfo'nun ülkeye girdiği anlaşıldığı için ertesi gün ülkesine iade edilene kadar nezarethaneye kapatılır. Fakat Rodolfo'nun polis karşısındaki tavrı dikkat çekicidir. Ceza ve yaptırımlar onu korkutan şeyler değildir ki zaten bohem karakterin duruşu da tüm baskıcı yapılara, ekonomik istikrarsızlıklara ve cezalara karşın kendi hayatını tayin etme üzerine kurulu olmasından kaynaklanmaktadır. Rodolfo, hemen durumu kabullenerek Marcel'i arar, köpeğini ve tablolarını iki arkadaşına emanet eder. Marcel ve Schaunard da hemen arkadaşlarının isteğini yerine getirerek, olayı dramatize etmeden mevcut gerçeği kabullenirler. Böylelikle Kaurismäki filmindeki karakterleri ile Murger'in imkânsız saf bohem örneklerinden çok daha gerçekçi bir kaderciliği yakalamaktadır (Sante, 2020).



Görsel 2. *Bohem Hayatı/* Hayat, sanat ve kadınlar üzerine bir sohbet

Zamanda atlama yapıp ilkbahar olduğunda ise Rodolfo, onun sanatını etkileyen, bohem arkadaşları ve sevgilisinin olduğu Paris'e yine illegal yollarla geri dönmektedir. Ressamın geri dönüşü anlamlıdır; çünkü bu şehirde her ne kadar yoksulluk içinde sıkıntılı bir hayat sürse de onun bu yaşamı Marcel ve Schaunard'da da olduğu gibi sanatını beslemektedir. Daha önce de belirttiğimiz gibi Paris bohem yaşamı açısından anlamlıdır. Paris'e arkadaşlarının yardımları ile geldikten sonra ressam Mimi'nin yanına gelir. Ancak Mimi onun yokluğunda zengin Francis ile ilişki yaşamaya başlamıştır. Kadın, Rodolfo'yu gördüğünde duyguları ağır basarak ressama geri döner ve bir süre sıkıntılı yaşamı kabullenir. Rodolfo da tüm bu yoksulluğa karşın sevdiği kadını mutlu etmeye çalışmaktadır. Sırf Mimi'yi rahat ettirmek adına yeni bitirdiği ve onun için önemli olan tablosunu yine zengin sanayici iş adamına çok cüzi bir fiyata satmaktadır. Filmdeki bohem erkeklerin sevgilileri için yaptıkları, yönetmen Kaurismäki'nin kadın-erkek ilişkisine bakışını göstermesi açısından önemlidir. Özellikle üç bohemlin bir yerde oturup sohbet ettikleri sahne de Marcel'in "*Zavallı kızlar böyle bir hayat için yaratılmamışlar. Sırf erkekmiş ve her alanda güçlüyüz diye maalesef her şeyi çocuk oyuncuğma çeviriyoruz. Elbiselerimiz temiz değilse hemen sinirleriz. Ama kadınlar farklı. En basit bir elbise bile onları mutlu edebilir ve böyle oldukları için onları kınamayız.*" sözleri bir ölçüde hayatlarındaki kadınların, erkeklerin gölgesinde yaşadığını göstermektedir. Çünkü onlar kadınlardan daha güçlü olduğunu düşünmektedirler. Bu da her ne kadar baskıcı araçlara muhalif olsalar da karakterlerin ki aynı zamanda yönetmenin, ataerkil ideolojiyi benimsediklerini ve kadını belli bir kalıba soktuklarını göstermesi bakımından politik imajlarıyla çalışmaktadır. Oysa Mimi ve Marcel'in sevgilisi Musette de erkekler gibi acımasız koşulların birer kurbanlarıdır.

Üç bohem bir süre devam ettirdikleri varlıklı yaşamları Marcel'in işini batırmasıyla son bulmaktadır. Yayınevi sahibi Gassot, kendisini maddi zarara soktuğu için ona verdiği avansı geri istemekte ve giderken de ona hakaretler etmektedir. Rodolfo, Marcel'e ne olduğunu sorduğunda yazar, "Yazımı, dizgi haline getirdiğim için kızgın. Derginin çizgisine uymadığımı söylüyor. Okuyucuları şikâyet etmiş. Hangi okuyucular? Hem yazı işleri müdürü olarak dergiye yön vermek benim görevimdi. O sadece yayıncıydı. Kapitalist." cevabını vermektedir. Marcel başta burjuva yararından faydalanmayı amaçlasa da onların kapitalist olduğu gerçeğini göz ardı etmiştir. Çünkü o bir bohem olarak her ne kadar daha iyi şartlarda sanatını icra etmeyi amaçlasa da kendi prensiplerinden de ödün vermemekte, idealleri ve hayat görüşü doğrultusunda yazılarını yazmaktadır. Onun bakış açısı da totalitarizme meydan okuyan bir yapıda olduğu için üst sınıfın insanlarına hitap etmemektedir. Üç bohem, her şeyde paranın hükmünün geçtiği bu dünyada ideallerini gerçekleştiremeyen kaybedenler olmaya mahkûm olmuşlardır. Onlar yine kendilerine olan inançları, inatçılıkları ve sahip oldukları şeyleri paylaşma yetenekleriyle yaşamın saçmalıklarına karşı birlikte var olarak mevcut sorunu hemen çözmektedirler. Beş parasız kalan karakterler, Schaunard'ın evine giderek azıcık olan yemeği birlikte paylaşarak bohem bestecinin yeni eserini dinlemektedirler. Daha sonra kızlar kendi aralarında konuştuklarında Marcel'in sevgilisi, onun sadece kitaplarını sevdiğini belirterek ondan ayrılacağını, memleketine dönüp zengin bir çiftçiyle evleneceğini Mimi'ye söylemektedir. Aynı şekilde Mimi'de zengin Francis'i tercih etmekte, Rodolfo'ya "Seni seviyorum, biliyorsun ama hayat çok zor." diyerek onu terk etmektedir. Erkek karakterler zorluklar karşısında birbirine tutunmayı tercih ederken kadın karakterlerin onları terk etmeleri Marcel'in onlardan daha güçlü olduğu sözlerini haklı çıkarır niteliktedir. Ayrıca filmin sonlarına doğru Mimi'nin hasta bir şekilde Rodolfo'nun yanına geldiğinde ressamın onu hemen kabul etmesi yönetmenin bir anlamda yaratmaya çalıştığı bohem erkek imajının da göstergesidir. Hasta kadını iyileştirmeye çalışan Rodolfo, onun ancak ilkbahara kadar yaşayacağını öğrenmektedir. Mimi'nin ölümüne kadar özel odada daha iyi şartlarda yaşaması için üç bohemde onlar için çok değerli olan eşyalarını (Rodolfo tüm tablolarını, Schaunard piyanosunu, Marcel kitaplarını) satmaktadır. Sadece bununla da kalmamakta Rodolfo ilk kez gelir getiren bir işte çalışmakta ve resimlerine ara vermektedir. Mimi ise ilkbahara kadar Rodolfo ve köpeği Baudelaire ile son zamanlarını geçirmektedir. Burada bahsedilmesi gereken önemli bir nokta da Marcel, Schaunard ve Rodolfo gibi Baudelaire'in filmdeki karakterlerden biri olmasıdır. Zaten köpekler, yönetmenin hemen hemen tüm filmlerinde yer almaktadırlar ve asla dekoratif amaçlarla kullanılmazlar (Sante, 2020), 2020. Fransız şairden ismini alan köpeğin ismi film açısından oldukça anlamlıdır. Baudelaire de tıpkı karakterlerimiz gibi hayatını yoksulluk ve hastalık problemleri içinde geçirmiş bohem bir sanatçıdır. Kendisine dayatılan hukuk eğitimini reddetmiş, Paris'in metropol yaşantısı içinde hayatını devam ettirmiştir. Paris'te yaşanan hızlı sanayileşmenin, güzelliğin doğasını nasıl etkilediğine *Kötülük Çiçekleri* isimli en ünlü eserinde yer vermiş ve egemen çağdaş zihniyete olan isyanını sıklıkla dile getirmiştir. Kendisine kalan mirası çok kısa sürede harcayınca miras hakkı elinden alınmış ve tekrar fakir bir hayata mahkûm olmuştur. Bu bağlamda Rodolfo'nun köpeğine şairin ismini vermesi ve filmin karakterlerinden biri haline gelmesi önemlidir. Üç karakterimiz ile ünlü şairin yaşamı benzerlik göstermektedir.

Filmin sonlarına doğru ise ilkbaharın gelmesiyle Rodolfo sevgilisinin isteği ile ona çiçek toplamaya gitmektedir. Ancak gitmeden önce Mimi'ye uzun uzun bakar. Her ne kadar film boyunca Rodolfo (diğer karakterlerde de olduğu gibi) mimiksiz bir surat ifadesine sahip olsa bile donuk bakışları içinde yaşadığı birçok duyguyu da izleyiciye geçirmektedir. Rodolfo'nun soğukkanlılığı, onu Kuleşov'un ünlü montaj deneyi için ideal bir konu haline getirmektedir. Onun baktığı her şeye karşı yüzündeki aynı ifade korkmuş, hakarete uğramış, açlıkla ya da sevgiyle vurulmuş görünmesini sağlamaktadır. Bu anlamda Rodolfo'nun Mimi'ye bakışı da birçok duyguyu ifade etmektedir.

Filmde zamansal geçişler mevsimlerle ifade edilir. Bu anlamda hikâyenin akışı ve mevsimler arasında da bilinen kabullerin aksine bir zıtlık vardır. Rodolfo sevgilisini aşkın, yeniden doğuşun simgesi olan ilkbaharda kaybeder. Rodolfo, topladığı bahar çiçekleri ile Mimi'nin yanına geldiğinde kadının ölmüş olduğunu görmektedir. Marcel ve Schaunard onun yanında olmak istediklerinde Rodolfo yalnız kalmak istediğini söyleyerek köpeği ile birlikte yanlarından ayrılır. Daha sonra köpeğini tasmaından kurtarır ve kendisi karanlığa karşı, film de bu sahne ile sonlanır. Rodolfo, varoluşun tüm saçmalıklarına rağmen her şeyi sessizce kabullenmektedir. Kaurismäki bu filmiyle, bohemlerin hayatlarını kimi zaman gülünç kimi

zaman acıklı yönleriyle ele alarak, onları saf iyi ve saf kötü olarak değil tüm insani duyguların taşıyıcısı olarak göstererek bir modernizm eleştirisi sunmaktadır.

5. Sonuç

Tarihsel süreçte ilk olarak Çekoslovakya sınırları içindeki bir bölgede yaşayan insanlara ardından çingenelerin yaşam tarzına verilen bir ad olan bohem, 19. Yüzyıl'da sanatçılar arasında yaygın olarak görülen bir yaşam tarzına referans olmuştur. Kimi yazarlara göre modernizm ve burjuva ideolojisinin bir parçası olan bohemizm kimi yazarlar tarafından da direnişi ifade etmektedir. Modern yaşamın baskı ve kurallarından bunalan ve kendini bu toplumsal kuralların dışında konumlandırmayı isteyen, çoğunlukla uyumsuz olarak adlandırılan bu sanatçılar dışarıda konumlandırılmayı bilinçli olarak benimsemişlerdir. Gelecek kaygısı içinde olmayan, sorumluluk altına girmeyi reddeden ve sadece sanatına odaklanan bohemler, kaynağını Paris'ten alan bu yaşayış şekilleriyle de ruhlarını ve sanatlarını beslemişlerdir. Ayrıca özgürlüklerini engelleyen ve onları baskılayan tüm değerlere de karşı çıkmışlardır. Bu karakterlerin varlığı kısa zamanda sanat eserlerine de yansımış ve en büyük popülerliğini Henri Murger'in *Scènes de la vie de bohème* adlı eseriyle yakalamıştır. Eser kısa zamanda tiyatro oyununa ardından da Aki Kaurismäki tarafından *Bohem Hayatı* ismiyle sinemaya aktarılmıştır.

Kendi bohem kimliğiyle ön plana çıkan Aki Kaurismäki'nin filmlerinde de bohem unsurlar pek çok kez karşımıza çıkmaktadır. Yönetmenin *Bohem Hayatı* filmi toplumun büyük kesimi tarafından dışlanmış ve ötekileştirilmiş, çeşitli zorluklara maruz kalmış olan bohem sanatçıların hayatını ele almıştır. Karakterlerinden diyaloglara, kullandığı nesnelere ufak detaylara kadar bohem anlayışın pek çok detayına yer verilmiştir. Kaurismäki minimalist bir tarz ve kasvetli bir mizah duygusu yaydığı bu filmde, üç bohem karakterini egemen ideolojinin var olan ön yargılardan farklı bir noktaya yerleştirmeye çalışmıştır. İdeolojinin kendisi dışında olana karşı yaratmaya çalıştığı 'serseri', 'ahlaksız' gibi algıların karşısına paylaşımcı, destekleyici, çalışkan, yetenekli, yardımsever, romantik, tutkulu gibi birçok olumlu özelliğin taşıyıcısı olan karakterlerini yerleştirmektedir. Bu üç bohemi olumsuzlayan üst tabakanın ise filmde 'domuz', 'hödük' ve 'kapitalist' gibi sözlerle aşağılanması hem bohem kavramının hem de yönetmenin kimliğinin politik yönüne işaret etmektedir. Sonuç olarak bu filmiyle bohem yaşamını kutsayan Kaurismäki, karakterleri aracılığıyla acımasız, adaletsiz, eşitsiz bir kapitalist dünyada, modern Paris şehrinde, bu üç bohemi birbirine bağlayan sıcak, iyilik dolu bir toplumsal ruhun nasıl hayatta kalabileceğini göstermektedir. Bir nevi yönetmen, yıkıntı ve hayal kırıklıkları ile dolu olan bu hayatta izleyicisine, her ne kadar görünüşleri, alışkanlıkları, yaşam tarzları kabul edileninin dışında olsa bile tüm sıkıntılar karşısında inatla yoluna devam eden, paylaşımlarıyla dünyayı güzelleştiren insanlar olduğu mesajını vermektedir.

6. Extended Abstract

Bohemian, a name given to the people living in a region within the borders of Czechoslovakia and then to the lifestyle of gypsies in the historical process, was founded in the 19th century. It has been a reference to a lifestyle that was widely seen among artists in the Century. According to some authors, modernism and bohemism, which is a part of bourgeois ideology, also expresses resistance by some writers. Overwhelmed by the pressures and rules of modern life and wanting to position themselves outside of these social rules, these artists, often called incompatible, consciously adopted external positioning. Bohemians, who are not worried about the future, who refuse to take responsibility and focus only on their art, have nourished their souls and arts with these ways of living that take their source from Paris. They have also opposed all values that impede and oppress their freedom. The presence of these characters was soon reflected in works of art and his greatest popularity was achieved with Henri Murger's *Scènes de la vie de bohème*. The work was soon transferred to the theater play and then to the cinema by Aki Kaurismäki under the name *Bohemian Life*.

The focus of this study is the views of the authors who consider bohemism as a resistance to the bourgeoisie, as a stand against it. After these views are included in the study, the film *Bohemian Life*, written by Henri Murger and brought to the screen by Aki Kaurismäki, is discussed. The auteur method of criticism is used in the study in order to reveal the parallels established between Kaurismäki's own life and films, an auteur director. In addition, based on the idea that cinema films are ideological devices, the

method of ideological analysis has been used to make visible what is hidden and to reveal that ideology is hegemonically "invisible" in our lives (Kabadayı, 2020, s. 59).

Bohemian elements also appear many times in the films of Aki Kaurismäki, who stands out with her own bohemian identity. The film *The Bohemian Life* of the Director dealt with the lives of bohemian artists who were excluded and marginalized by the large part of the society and exposed to various difficulties. From his characters to the dialogues, from the objects he uses to the small details, many details of the bohemian understanding are included. In this film, in which Kaurismäki exudes a minimalist style and a gloomy sense of humor, she tries to place her three bohemian characters in a different place from the existing prejudices of the dominant ideology. The perceptions such as 'tramp' and 'immoral' that ideology tries to create against what is outside of itself are opposed to its characters who are the bearers of many positive qualities such as sharing, supportive, hardworking, talented, helpful, romantic, passionate. The humiliation of the upper strata negating these three bohemians with words such as 'pig', 'mound' and 'capitalist' in the film points to the political aspect of both the bohemian concept and the director's identity. Ultimately, Kaurismäki, who blesses his bohemian life with this film, shows through his characters how a warm, benevolent social spirit that connects these three bohemians can survive in a cruel, unjust, unequal capitalist world, in the modern city of Paris. In a way, the director gives the message to his audience in this life, which is full of ruins and disappointments, that there are people who stubbornly continue their way in the face of all troubles and beautify the world with their sharing, even if their appearance, habits and lifestyles are outside the acceptance.

Keywords: Bohemian, Modernism, Aki Kaurismäki, Bohemian Life.

Kaynakça

- (2020). Haziran 5, 2020 tarihinde sozluk.gov.tr: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- (2020). Haziran 15, 2020 tarihinde [wealdenwordsmith.co.uk:https://www.wealdenwordsmith.co.uk/blog/2019/6/25/1-la-vie-de-boheme-the-cinema-of-aki-kaurismaki](https://www.wealdenwordsmith.co.uk/blog/2019/6/25/1-la-vie-de-boheme-the-cinema-of-aki-kaurismaki) adresinden alındı
- Adorno, T. H. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği: Felsefi fragmanlar* (N. Ülner, E.Ö. Karadoğan, Çev.). Kabalcı.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği: Felsefi fragmanlar*. (N. K. Ülner, Çev.) Kabalcı.
- Algan, N. (2015). Aki Kaurismaki: Kuzey Avrupa'da işçi sınıfının öykücüsü bir yönetmen. F. Başaran içinde, *İşçi filmleri, öteki "sinemalar"* (s. 135-147). Yordam.
- Austin, T. (2018). *The films of Aki Kaurismäki: Ludic engagements*. Bloomsbury Academic.
- Berman, M. (1988). *All that is solid melts into air: The experience of modernity*. Penguin.
- Borel, P. (2002). *Champavert: Ou les contés immoraux*. Boucher.
- Büker, S. (1986). *Auteur kuram üzerine ve sinema*. Hil.
- Gluck, M. (2000). Theorizing the cultural roots of the bohemian artist. *Modernism / modernity*, 7(3), s. 351-378.
- Gluck, M. (2005). *Popular bohemia: Modernism and urban culture in nineteenth-century Paris*. Harvard University.
- Graña, C., & Graña, M. (1990). *On bohemia: The code of the self-exiled*. Transaction.
- Halasz, J. R. (2015). *The bohemian ethos: Questioning work and making a scene on the lower east side*. Routledge.
- Hebdige, D. (2002). *Subculture: the meaning of style*. Routledge.
- Kabadayı, L. (2020). *Film eleştirisi*. Ayrıntı.
- Kaurismaki, A. (Yöneten). (1992). *Boheemielämää* [Sinema Filmi].
- Kyösola, S. (2004). Kadotettu par(at)üisi eli boheemielamaa Aki Kaurismaen tuotannossa. *Suomen kansallisfilmografia*, 11, s. 145-150.
- Lloyd, R. (2010). *Neo-bohemia: Art and commerce in the postindustrial city*. Routledge.
- Marx, K. (2016). *Louis Bonaparte'nin 18 Brumaire'i*. (E. Özalp, Çev.) Yordam.
- Murawska-Muthesius, K. (2012). Bohemianism outside Paris. Central europe and beyond. *Art: Journal of the Institute of Art History of the Slovak Academy*, 45(2), s. 87-92.
- Murger, H. (1964). *La bohém*. (T. Göker, Çev.) Güven.

- Nestingen, A. (2013). *The cinema of Aki Kaurismäki: Contrarian stories*. Wallflower.
- Özden, Z. (2020). *Film eleştirisi: Film eleştirisinde temel yaklaşımlar ve tür filmi eleştirisi*. İmge.
- Rey, A., & Rey-Debove, J. (1983). *Petit Robert*. Parmantier.
- Rousseau, J.-J. (2009). *Bilimler ve sanatlar üzerine söylev*. (S. Eyüboğlu, Çev.) Say.
- Sante, L. (2020). Haziran 18, 2020 tarihinde criterion.com: <https://www.criterion.com/current/posts/3025-la-vie-de-boh-me-the-seacoast-of-bohemia> adresinden alındı
- Seigel, J. (1999). *Bohemian Paris: Culture, politics, and the boundaries of bourgeois life, 1830-1930*. The John Hopkins University.
- Seigel, J. (2012). *Modernity and bourgeois life*. Cambridge University.
- Taubin, A. (1992). Berlin stories. *Village Voice*, 11, s. 58.
- Tickner, L. (2011). Bohemianism and the cultural field: Trilby and tarr. *Art History*, 34(5), s. 978-1011.
- Turman, K. (2012). Bohemian artists and "real bohemians". Life as spectacle in Hugo's Notre-Dame de Varis and Gautier's les Jeunes-France. *Ars: Journal of the Institute of Art History of the Slovak Academy*, 45(2), s. 94-107.
- Wetzsteon, R. (2002). *Republic of dreams: Greenwich village, the American bohemia 1910-1960*. Simon and Schuster.
- Wilson, E. (2000). *Bohemians, the glamorous outcasts*. Rutgers University.
- Wollen, P. (2004). *Auteur kuramı, sinemada göstergeler ve anlam*. (Z. Aracagök, & B. Doğan, Çev.) Metis.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Fazilet Lekesiz)%60/(Nermin Küçüksönmez)%40 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Fazilet Lekesiz)%60/(Nermin Küçüksönmez)%40 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

2021 Yılında Akdeniz ve Ege Bölgesinde Gerçekleşen Orman Yangınlarının Afet Kriz İletişimi Yönetimi Bağlamında İncelenmesi

Faruk YAZAR* 

ÖZ

Küresel ısınmanın sürekli artması afet risklerini de beraberinde getirmektedir. Isınmanın artmasında insan faktörü öne çıkmaktadır. Özellikle son beş yılda sıcaklıkların yoğun bir şekilde artması iklim değişikliğinin etkilerini daha belirgin hale getirdi. Sıcak hava dalgaları pek çok bölgede orman yangınlarına neden olmuştur. 2021 yılında orman yangınları dünyanın pek çok yerinde yıkıcı bir etki göstermiştir. Afetler kurumsal kriz iletişimi yönetiminden daha zor bir kriz yönetim sürecidir. Bu çerçevede araştırmada koordinasyon ve dezenformasyon kavramları da kriz iletişimi araştırmasında değerlendirilmiştir. Çalışmada 2021 yılında Türkiye’de Ege ve Akdeniz bölgeleri başta olmak üzere gerçekleşen orman yangınları, afette öne çıkan ilgili bakan ve kurumların 28 Temmuz 2021-12 Ağustos 2021 tarihleri arasında sosyal medya mecrası Twitter üzerinden paylaştıkları 381 mesaj durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde içerik analizi uygulanarak incelenmiştir. Çalışmada veriler Maxqda 2020 paket programı kullanılarak kodlanmış ve analiz edilmiştir. Araştırmada kriz iletişimi yönetiminde; koordinasyon, kriz iletişimi yönetimi, hazırlık ve bilgi yönetimi eksiklikleri olmak üzere dört temel alanda kriz yönetiminin etkin olmadığı tespit edilmiştir. Afet kriz iletişiminin etkin bir şekilde yönetilmesi için risk iletişimini de içeren, hedef kamularda bilgi boşluğu oluşturmayacak şekilde hızlı, tutarlı, şeffaf ve bütünsel bir stratejik iletişim yaklaşımının benimsenmesi gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afet Yönetimi, Kriz İletişimi, Sosyal Medya Yönetimi

Investigation of Forest Fires in the Mediterranean and Aegean Regions in 2021 in the Context of Disaster Crisis Communication Management

ABSTRACT

The continuous increase in global warming also brings disaster risks. The human factor comes to the fore in the increase in warming. Especially in the last five years, the intense increase in temperatures has made the effects of climate change more evident. Heat waves have caused forest fires in many regions. In 2021, forest fires have had a devastating effect in many parts of the world. Disasters are more difficult crisis management process than corporate crisis communication management. In this context, the concepts of coordination and disinformation also examined in crisis communication research. In the study, 381 messages (including videos, press releases, and press bulletins) shared by the relevant ministers and institutions, which came to the fore in the disaster, between 28 July 2021 and 12 August 2021, on the social media channel Twitter examined by applying content analysis within the framework of situational crisis communication theory. The data were coded and analyzed using the Maxqda 2020 package program. In crisis communication management, it has been determined that crisis management is not effective in four main areas: coordination, crisis communication management, preparedness, and information management deficiencies. It has been suggested that for the effective management of disaster crisis communication, a fast, consistent, transparent, and holistic strategic communication approach should be adopted, including risk communication, in a way that will not create an information gap in the target public.

Keywords: Disaster Management, Crisis Communication, Social Media Management

1. Giriş

İklim değişikliği tüm dünyayı etkileyerek küresel iklimde bozulmalara ve geri döndürülmesi çok zor tahribatlara neden olmaktadır. Deniz seviyesinin yükselmesi, kuraklığın artması, ormanların tahrip edilmesi, dünya nüfusunun artması ve küresel ısınmanın giderek artması gibi etkenler toplumların daha fazla doğal afetlere karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli'nin

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, faruk.yazar@erbakan.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 27.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 11.03.2023

Citation/Atf: Yazar, F. (2023). 2021 Yılında Akdeniz ve Ege bölgesinde gerçekleşen orman yangınlarının afet kriz iletişimi yönetimi bağlamında incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 251-272. <https://doi.org/10.52642/susbed.1225271>



(IPCC) raporuna göre, “1800-1900’lü yıllardan bu yana gerçekleşen ısınmanın yaklaşık 1,1°C’si insan faaliyetlerinden doğan sera gazı emisyonları nedeniyle oluştu. Öte yandan, gelecek 20 yıl ortalamasıyla, küresel ısınma artışı 1,5°C’ye ulaşacak veya bunu aşacak.”(UNDP Türkiye, 2021). Rapora göre küresel ısınmanın artmaya devam etmesinin nedenleri arasında insan etkisi unsuru ön plana çıkmaktadır. Sıcaklıkların son elli yılda geçmiş dönemlere göre daha fazla arttığı görülmektedir. Son beş yıl 1850’den bu yana en sıcak dönem oldu. Böylelikle aşırı sıcak hava ve aşırı yağış gibi özel hava olaylarında iklim değişikliğinin etkisi daha belirgin bir şekilde görülmektedir. Bu sıcak hava dalgaları bir çok bölgede yangınlara neden olmaktadır (Marketing Türkiye, 2021). Son yıllarda orman yangınlarında önemli bir artış söz konusudur. 1950-1990 yılları arasında mevcut orman varlığının yarısı tahrip olmuştur. İklim değişikliğinin etkileri ile orman yangınları afet şeklinde toplumları tehdit etmektedir (Ertuğrul, 2005, s. 43). Afetler, insan yaşamını olumsuz bir şekilde etkileyen, fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplara neden olan sel, orman yangını, hortum gibi doğal, teknolojik ve insan kökenli olaylardan kaynaklanmaktadır (Erkal & Değerliyurt, 2009, s. 149). Afetler oluşturduğu tahribat nedeni ile yönetilmesi güç bir olgu olarak değerlendirilmektedir. İnsanoglu ulaştığı bilgi ve teknoloji birikimine rağmen afetlere karşı yetersiz kalmaktadır. Buna karşın afetlere karşı hazırlık, risk yönetimi ve iklim değişikliğine karşı politika geliştirme, risk ve kriz yönetimini de içeren bir afet yönetimi yaklaşımı bu süreçlerin yönetilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Afetlerin yönetilmesinde ülkeler, kurumlar oluşturarak sistemli çalışmalar yapmakta ve kriz yönetimi kapasitesi geliştirmeye yatırım yapmaktadır. Türkiye’de bulunduğu coğrafya itibarı ile afete duyarlı bir bölgede bulunmaktadır. Özellikle deprem, sel, yangın gibi doğal afetlerle sık sık karşı karşıya kalmaktadır. 17 Ağustos 1999’da 7.4 ve 12 Kasım 1999’da 7.2’lik depremlerin yıkıcı etkilerinin ardından Türkiye afet yönetimi konusunda çeşitli yatırımlar yapmaya ve kurumsallaşmaya başlamıştır. 2009 yılında afet yönetimi ve koordinasyonunun daha iyi sağlanması amacı ile Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı kurulmuştur (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı AFAD, T.Y). 2021 yılında Akdeniz bölgesi başta olmak üzere bir çok ülkede geniş çaplı orman yangınları görülmüştür. Türkiye’nin 2021 yılında Temmuz ve Ağustos aylarında karşı karşıya kaldığı orman yangınları çeşitli yönleri ile incelenmesi gereken bir afettir. Çalışmada orman yangınları afet kriz iletişimi bakımından incelenerek, afet yönetiminde kriz iletişimi; aktörler, mesaj stratejileri ve eşgüdüm gibi fonksiyonlar açısından analiz edilecektir. Türkiye’de afet yönetimi konusunda teknik çalışmalar yapılmasına rağmen afetlerin kriz iletişimi üzerine Türkçe literatürde yeterince çalışma olmaması ve afetlerde kamularla etkili bir iletişim geliştirme zorunluluğu afet kriz iletişimi konusunu önemli ve öncelikli bir konu haline getirmektedir. Bu nedenle Akdeniz ve Ege Bölgesinde gerçekleşen orman yangınları durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde afet yönetimi kriz iletişimi boyutu ile ele alınarak analiz edilecektir. Bu amaçla şu soruların yanıtı aranacaktır:

- Akdeniz ve Ege orman yangınlarının kriz iletişimi nasıl yönetildi?
- Akdeniz ve Ege orman yangınlarının kriz iletişiminde hangi iletişim stratejileri kullanıldı?
- Kriz iletişiminde aktörler sosyal medya mecrası Twitter’ı nasıl kullandı?
- Akdeniz ve Ege orman yangınlarının kriz iletişiminde hangi kriz iletişimi enformasyon stratejileri kullanıldı?
- Kriz yönetiminde kurumlar arası koordinasyon sağlandı mı?

2. Afet ve Kriz İletişimi Yönetimi

Kriz yönetiminin kökleri afet ve acil durum yönetimine dayanmaktadır. Acil durum ve afet yönetimi, olayları önlemenin yollarını ve bu olaylarla nasıl başa çıkılacağını araştırmaktadır. (Coombs, 2010b, s. 21). Afet iletişimi ve kriz iletişimi benzerliklere sahip olsa da aynı olmadığı söylenebilir. Afetler kriz doğurur fakat her kriz afet değildir. Dolayısıyla bu iki kavram birbirinin yerine kullanılmadan her iki kavramın farklılıkları gözetilmelidir. Afet iletişimi kriz iletişimi ile farklı fakat ilgili bir alan olarak ele alınmaktadır (Coombs, 2010b, s. 59,61; Boin & ‘t Hart, 2007, s. 42). Adkins de (2010, s. 97) afet ve kriz kavramlarının farklı fakat ilişkili olduklarını savunmaktadır. (Shaluf vd., 2003) afet ve kriz kavramlarını inceledikleri çalışmalarında kriz ve afetin farklı olduğunu belirterek krizin afetten daha kapsamlı bir kavram olduğunu savunmaktadırlar. Buna göre afetler gelişimsel olarak kriz öncesi, kriz esnası ve kriz sonrası safhaları bakımından krizlere benzemektedir. Fakat afetler, yönetimsel prosedürleri sürdürme zorunluluğunun

olduğu, yaşam kayıpları ve yaralıların olduğu teknik olarak yönetimi zor olan büyük olayları ifade etmektedir (Shaluf vd., 2003, s. 29,31). Mitroff afete hazırlıklı organizasyona karşı afete yatkın organizasyonların profilini açıkladığı soğan modelini önermiştir. Bu modele göre, birbirini izleyen dört katmanda somut plan ve programlardan bilinçsiz organizasyonel inançlara, kaygı ve savunma mekanizmalarına ilerleyen bir süreç söz konusudur (Mitroff, 1988; Shaluf vd., 2003, s. 30). Kriz iletişimi literatüründe afetler çoğunlukla kriz iletişimi modelleri, kaos teorisi, ağ teorisi gibi çeşitli yaklaşımlarla birlikte ele alınmaktadır.

Afetler doğal ve (çevrenin tahribatı, endüstriyel kazalar vs.) insani faaliyetler olarak iki şekilde ele alınmaktadır. Doğal afet gibi görünen krizler aslında iklim değişikliği ve buna bağlı olarak insan faaliyetlerinden kaynaklanabilmektedir. Doğal ve endüstriyel tehlikeler bir kombinasyon şeklinde birlikte de görülebilmektedir (Hyvärinen & Vos, 2016, s. 96). Sellnow ve Seeger (2013), doğal afet olarak adlandırılan çoğu olayın insan eli ile üretilmiş sistemlerle etkileşim içinde olduğunu belirtmektedirler. Toplum karmaşıklaştıkça daha fazla krizin olacağı tahmin edilebilir (2013, s. 9). Antony Giddens riski dışsal ve imal edilmiş riskler olarak iki kategoride incelemektedir. Buna göre; dışsal riskler, doğanın sabitliklerinden ve gelenekten gelen riskler iken imal edilmiş riskler, küresel ısınmayla ilgili olan birçok çevresel riski içermektedir. Risk modern sanayileşme ile birlikte artmaktadır (Giddens, 2000, s. 40). ABD'nin Federal Acil Durum Yönetim Kurumu (FEMA) 1953'ten bugüne istikrarlı bir şekilde afet bildirimlerinin arttığını kaydetmektedir (Sellnow & Seeger, 2013, s. 9). Küresel ısınmaya bağlı çevresel sorunların insan eylemleri ile yoğunlaştığı ve aralarında önemli bir etkileşim olduğu açıktır. Afet kriz iletişimine yönelik literatürde önemli çalışmalar bulunmasına rağmen Türkçe literatürde fazla çalışma olmadığı görülmektedir. Afet kriz iletişimine yönelik çalışmalara bakıldığında odak noktasının kamusal düzen ve güvenlik olduğu görülürken kurumsal kriz iletişiminin odağında kurumsal itibarın korunması yer almaktadır. Esasen kamu kurumlarında da itibar ve imaj merkezi kavramlar olmasına rağmen en önemli önceliğin kamusal düzen olduğu söylenebilir. Afet yönetimi, yardım ve restorasyon çabalarına ve yarattıkları iletişimsel taleplere odaklanır. Yetersizlik suçlamaları, eksiklikleri gidermeyi ve itibarları onarmak için çalışmayı gerektirir (Coombs, 2010a, s. 60). Afet durumlarında kriz iletişimi, zararın önlenmesi ve azaltılmasını amaçlayan kriz yönetimini desteklemeye odaklanmıştır. Afetlerde toplum direnci ve vatandaşın sorumlu bir şekilde afete karşı bilinçli olması ve müdahalesi anahtar unsurlardır (Hyvärinen & Vos, 2016, s. 96,97). Afet yönetimi risk ve sorun yönetimini içeren afet öncesi hazırlık, afet esnasında krizin etkin yönetimi ve zararların hafifletilmesi, kurumlar arası koordinasyonun sağlandığı, etkin bir kamusal iletişimi içeren sistematik faaliyetler bütünü olarak ele alınmalıdır. Bu bakış açısıyla afet yönetimi, proaktif bir kriz yönetimi olarak gerçekleştirilmelidir. Afet yönetiminde iletişim yönetimi toplumu bir arada tutmaya yardımcı olan ve kurumlar arası koordinasyonu sağlayan kritik bir fonksiyonu ifa etmektedir (Çınarlı, 2011). Afet sürecinde iletişim aynı zamanda toplumsal dayanıklılığı güçlendirici, ortak anlam ve anlayışların yaratılmasında önemli bir role sahiptir. Acil durumlarda insanlar hızlı ve doğru bilgiye ihtiyaç duyarlar. Afetlere hazırlık sürecinde risk iletişimi halkın afetlere karşı eğitimi ve insanların kriz durumları ile başa çıkma yeteneklerini geliştirmeye yardımcı olmaktadır (Hyvärinen & Vos, 2016, s. 106). Afet kriz iletişimi, afetlere hazırlık, kriz esnası ve kriz sonrası olmak üzere üç aşamada ele alınmalıdır.

Afetlerde karşılaşılan en önemli sorunlar arasında koordinasyon problemi öne çıkmaktadır. Afeti yöneten aktörlerin koordinasyonu ve etkin işbirliğinin sağlanması ve afetten etkilenen kamuların bilgilendirilmesi iletişimin fonksiyonları arasında yer almaktadır. Kriz durumlarında ilk 24 saat içinde verilecek yanıtlar organizasyonun imajını etkilemektedir (Holladay, 2009, s. 163). Afet iletişimde de devlet kurumlarının hızlı ve etkili bir iletişim yönetimi uygulamaları afet yönetiminin başarısı açısından büyük öneme sahiptir. Özellikle afet yönetiminde durumsal kriz iletişimi teorisi içerisinde de yer alan ve Sturges'in (1994) geliştirdiği kriz iletişimi içeriği modelinde düzenleyici ve bilgilendirici enformasyon Sturges'in modeline göre; krizin farklı aşamalarında farklı bilgi türlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Eğitici ve düzeltici enformasyon, belirsizliği azaltarak paydaşlara güven veren enformasyon kategorileridir (Holladay, 2009, s. 164; Sturges, 1994, s. 313). Bir afet olayında eğitici enformasyon stratejisi sıklıkla kullanılmaktadır. Gerçek zamanlı afet güncellemeleri ve kurtarma bilgilerinin paylaşılması, seyahat tavsiyeleri vb. olabilmektedir. Düzeltici enformasyon stratejisi ise hedef kamulara ve paydaşlara afet sonrası kurtarma için umudun sürdürülmesinde etkili olmaktadır. Aynı zamanda krizden etkilenenlere yönelik ilgi ve empati

göstermeyi içermektedir. Afet kriz iletişiminde eğitici enformasyon, düzeltici enformasyon ve destekleme stratejilerinin daha çok kullanıldığı görülmektedir (Liu vd., 2018, s. 810). Coombs'a göre afet iletişiminde ilk tepkiler eğitici ve düzeltici tepkilere yönelik olmalıdır (Coombs, 2010a, s. 61). Herhangi bir krizde, kamuoyunun ilgili kuruluşlardan beklediği en önemli mesajlar, krizin halkları nasıl etkileyeceği ve krizden korunmak için ne yapılması gerektiğidir. Doğal afetler gibi kriz sorumluluğunun daha az atfedildiği durumlarda, eğitici enformasyon vermek, kuruluşun durumu kontrol ettiğine dair kamuoyu algısını geliştirmek için daha da önemlidir (Kim vd., 2011, s. 193).

3. Kriz İletişimi Literatüründe Afetler

An ve Cheng (2010) 1975 ile 2006 yılları arasında *Journal of Public Relations Research* ve *Public Relations Review* dergilerinde yayınlanan kriz iletişimi konulu makaleleri inceledikleri çalışmalarında söz konusu dönemde incelenen krizlerin türleri bakımından doğal afetlere ilişkin yayınlanan makalelerin yüzde 1, 4 oranında yani bir makale yayımlandığını belirtmişlerdir (An & Cheng, 2010, s. 79). Kriz iletişimi ve afet iletişimi çoğu zaman iç içe geçmiştir. Literatürde kriz iletişimi yaklaşımının genel olarak benimsendiği görülmektedir. Avery ve Lariscy'nin (2010) 2007'de Kaliforniya'daki yangınları ve FEMA'nın kriz yönetimini incelediği çalışmada, yangın, nedensellik teorisi, paydaş teorisi ve kriz yanıt stratejileri bakımından incelenmiştir. Yazarlar analizlerinde çerçeve bir kriz içinde krizler olduğunu vurgulayarak literatürdeki kriz yanıt stratejilerine ilave olarak afet kriz iletişiminde sorumluluk üstlenmeden düzeltme stratejisini ve durumsal kriz iletişimi teorisindeki yeniden inşa stratejisini kamu kurumları için telafi etme stratejisini önermişlerdir (Avery & Lariscy, 2010). Horsley (2016) afetle ilgili kurumların diğer kurumların krize yanıt süreçlerinden farklı olarak kaotik ortamda yeni geçici bir organizasyon oluşturarak krize müdahale ettiklerini ve afet meydana geldiğinde organizasyonun fiziksel olarak değişmesi dolayısıyla diğer kriz iletişimi modellerinden farklı olduğunu söylemektedir (Horsley, 2016, s. 157). Avery ve Lariscy'nin (2010) çalışmalarında olduğu gibi afet krizleri kapsam ve boyutları itibarı ile çok katmanlı olabilmektedir. Bu nedenle kriz içinde krizler söz konusu olabilmektedir. Afetler, doğal afetler ve insan kaynaklı endüstriyel, çevre gibi felaketler olmak üzere en temelde iki kategoride incelenebilir. Holladay'ın (2009) kimyasal kazaları incelediği çalışmasında medyadaki haberlerin içerik analizi yapılmıştır. Adkins (2010) Katrina Kasırgasına kamu kurumlarının müdahalelerini incelediği çalışmada koordinasyon ve iletişim eksikliklerini ele almıştır. Adkins'in afet kriz iletişiminde durumsal kriz iletişimi teorisinin örgütsel iletişim teorisinden türetilen bir ağ teorisine uygulanmasını incelemiştir.

Görüldüğü gibi afet kriz iletişimi ile ilgili literatürdeki çalışmaların ortak temalarından birisi kriz iletişimi teorilerinin afetlerin kriz iletişimlerini çözümlenmede yetersiz kalması dolayısıyla kaos teorisi, ağ teorisi gibi kuramlardan yararlanılmasının öneme değinilmektedir. Bunun en önemli sebebi afetlerin kapsam ve boyutları itibarı ile büyük ölçekli olması ve yönetiminin daha zor olmasıdır. Bu nedenle afetlerin kriz hazırlık, müdahale ve kriz sonrası evrelerinde kapsamlı bir yaklaşıma sahip olunması gerekliliği kendini göstermektedir. Horsley (2016) medyanın doğal afetlerle ilgili kapsam ve çerçevesini afet iletişimi bağlamında inceleyerek bir kamu enformasyon modeli önermiştir. Ona göre; medyanın afeti ele alma biçimi onu olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkileyebilir. Medyanın hedefleri ile kamuyu bilgilendirme hedefleri uyumlu olmalıdır. Bu hedeflerin uyumlaştırılması için de medyanın kamuoyunu bilgilendirme sürecine krizin tüm aşamasında yönetsel sürece dahil edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Böylelikle gazeteciler ve iletişimciler afetteki rollerini daha iyi anlayacaklar ve amaç birliği içinde hareket edeceklerdir (Horsley, 2016, s. 158,163). Reynolds ve Seeger (2005), kriz ve acil durum risk iletişimi (CERC) olarak tanımladıkları bir model önermişlerdir. Kriz modellerinde çeşitli aşamalar bulunmaktadır. Bu aşamalar krizleri gelişimsel bir süreçte ele alarak onları aşamalara göre bir bütün olarak incelemektedir (Coombs, 2010b, s. 22). Coombs (2010b) bu modelleri sadeleştirerek kriz sürecini üç aşamada incelemiştir: Kriz öncesi, kriz esnası ve kriz sonrası. Kriz öncesi, sinyal algılama, önleme ve hazırlamayı içerir. Kriz aşaması, tetikleyici olayın ve tepkinin tanınmasını kapsar. Kriz sonrası, operasyonlar normale döndükten sonraki eylemleri kapsamaktadır. Afetler organizasyonel krizlerden kapsam ve yapı bakımından daha karmaşık, çok aktörlü ve geniş bir kamuyu doğrudan etkilemesi bakımından aktörler, paydaşlar ve kamunun sürece dahil olmasını ve kapsamlı bir sürecin yönetimini içermektedir. Bu nedenle Reynolds ve Seeger'in (2005) CERC modeli ve Horsley (2016) kamu enformasyon modeli gibi yaklaşımların afet iletişiminde tartışılmaya değer

modeller olduğunu vurgulamak gerekir. Afet kriz iletişimde yaygın olarak kullanılan bir kriz modeli olmamakla birlikte bu konuda daha fazla teorik ve ampirik çalışmaların yapılması gerekmektedir.

4. Türkiye’de Afet Yönetimi ve Kriz İletişimi

“Türkiye sahip olduğu tektonik, sismik, topografik ve iklimsel yapısı gereği doğal afetlerle sıklıkla karşı karşıya kalan bir ülkedir”(AFAD, T.Y). Deprem, orman yangınları, sel, heyelan gibi doğal afetler sık sık görülmektedir. Türkiye’deki aktif fay hatları nedeniyle yüksek risk altında bulunmaktadır (Kadioğlu, 2008, s. 224). Risk yönetim endeksine göre Türkiye 191 ülke arasında 45. sırada yer almaktadır. Endekse göre, Türkiye yüksek riskli ülkeler arasında yer almaktadır (AFAD, 2018, s. 3). 17 Ağustos 1999 ve 12 Kasım 1999 depremleri Türkiye’de afetler konusunda kurumsallaşma, koordinasyon ve eğitimin önemini anlaşılmasında dönüm noktası olmuştur (Kadioğlu, 2008, s. 224). Afet yönetimindeki dağınık yapı nedeniyle büyük yıkımların yaşandığı afetlerde koordinasyon ve acil müdahale eksiklikleri öncelikli sorun alanları olmuştur. Bu ihtiyaçların giderilmesi ve afet ve acil durum yönetiminin tek bir çatı altında yönetilmesi amacıyla 2009 yılında Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) kurulmuştur (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı AFAD, T.Y). Marmara depremi ile afet yönetiminde koordinasyon, planlama eksiklikleri ve afetlere hazırlık gibi süreçlerdeki problemler belirlenmiş ve kriz yönetimi ağırlıklı afet yönetimi yaklaşımı risk yönetimi odaklı bir anlayışa doğru bütünsel bir afet yönetimi yaklaşımına evrilmiştir (AFAD, T.Y). Afet yönetiminde hazırlık aşaması son derece önemli olmaktadır. Bu noktada risk iletişimin etkili bir şekilde yönetilmesi toplumsal bilincin gelişmesinde büyük öneme sahiptir (Kadioğlu, 2008, s. 30). Afetlerde toplumsal bilincin oluşmasında, bilginin doğru ve hızlı bir şekilde yayılmasında, afet riskleri hakkında bilinçlendirme çalışmalarının yapılmasında kitle iletişiminin önemli bir rolü bulunmaktadır (Kadioğlu, 2008, s. 231). Organizasyonel krizlerde olduğu gibi afet yönetimi sürecinin her aşamasında iletişim kritik bir fonksiyondur. Afet öncesi aşamada risk iletişiminin yapılması ve toplumsal bilincin oluşmasında, afet esnasında afete müdahale eden aktörler arasında koordinasyonun sağlanması ve medya ile işbirliği sağlanarak sürecin yönetilmesine katkısının sağlanmasında ve afet sonrası yaraların sarılması ve krizden alınan derslerle iyileştirme ve risk iletişiminin gözden geçirilmesinde iletişim büyük öneme sahiptir. Kriz yönetimi sürecinde eğitici ve düzeltici enformasyonun halka ulaşmasında medya kamusal bir görev icra etmektedir. Toplumun doğru bilgilendirilmesi, doğruluğu kanıtlanmamış bilgilerin paylaşılmaması, kritik bilgilerin zamanında halka iletilmesinde, afetin zararlarından halkın nasıl korunacağı ve afetin olumsuz etkilerinden nasıl kurtulacağı hakkında verilecek enformasyonda medya kriz yönetim sürecinin önemli bir aktörü haline gelmektedir (Soydan & Alpaslan, 2014, s. 59).

Türkiye’de afet yönetimi bakımından bir dönüm noktası olan 1999 Marmara depreminde ortaya çıkan en önemli eksikliğin koordinasyon sorunu olduğu görülmektedir. Özellikle dönemin Cumhurbaşkanı’nın bile olayı ertesi gün öğrendiği ve Başbakanın olay yeri ile medya aracılığı ile iletişim kurabildiği dikkate alındığında olayın boyutları daha iyi anlaşılacaktır (Genç, 2008, s. 167). Çelik ve Çorbacıoğlu’nun (2010) Marmara ve Düzce depremlerini inceledikleri çalışmalarında afetlerde geleneksel bürokratik sistemlerin esnekliğe ve geri beslemede yetersiz kalan yapısında geleneksel iletişim yöntemlerinin işe yaramadığını belirtmektedirler. Onlara göre Marmara depremindeki bilgi ve iletişim alt yapısı yetersizlikleri koordinasyonun sağlanamamasındaki en önemli etken olmuştur. Marmara depreminin ardında bazı iyileşmeler bilgi arama ve edinme kapasitesini artırmıştır (Çelik & Çorbacıoğlu, 2010, s. 151,152). 2003’de Bingöl, 2011’de Van ve 2016’da Bodrum depremleri ve 2018 yılında Bodrum’da yaşanan sel felaketi bütünsel bir risk yönetimi eksikliğini ifade etmektedir (Şahin, 2019, s. 194). 2011 yılında Van’da gerçekleşen depremde de sosyal medya toplumun örgütlenmesinde ve sürece toplumsal katılımın sağlanmasında önemli rol oynamıştı (Soydan & Alpaslan, 2014, s. 62). 30 Ekim 2020’de gerçekleşen İzmir depreminde de sosyal medya afet yönetimi sürecinde hem arama kurtarma hem destek ve yardım çalışmalarında önemli bir mecra olarak dikkat çekmiştir (Mavi, 2020, s. 49).

Türkiye’nin yüksek riskli bir ülke olduğu göz önüne alındığında merkezi, yerel tüm aktörlerin afet yönetimi sürecine katkı vermesi ve sorumluluklarını yerine getirmesi büyük önem arz etmektedir. Türkiye’nin yaşadığı bir diğer önemli afette Soma maden faciası olarak kayıtlara geçmiştir. İnsan kaynaklı bu afette kriz iletişim sürecindeki belirsizliklerin kriz yönetim sürecinde olumsuz bir şekilde yansdığı görülmektedir. Madeni işleten şirketin risk yönetimi ve iş güvenliğine önem vermemesi ve krizin

yönetiminde sorumlulukların ve rollerin net olmaması kriz yönetiminde problemlere neden olmuştur (Çınarlı, 2016, s. 124). Türkiye 1999 Marmara depreminden sonra afetlere hazırlık konusunda bir arayış ve çabaya girişmiş ve 2009 yılında AFAD'ın kurulması ile afet yönetiminin koordinasyon ve yönetiminde önemli bir dönüm noktası sağlanmıştır. Afet yönetiminde kriz yönetimi modelinden risk yönetimi yaklaşımına geçilmiştir (AFAD, T.Y). Bu yaklaşımın bir yansıması olarak risk yönetimi konusunda Ordu ilinde yürütülen risk yönetimi çalışmalarının 2019'da gerçekleşen heyelanın zararları 2015 yılından beri yapılan risk yönetimi faaliyetleri ile minimize edildiği görülmektedir (AFAD, 2020, s. 40). Görüldüğü gibi Türkiye risk düzeyi yüksek bir afet bölgesi olarak değerlendirilmektedir. Buna göre kurumsal kapasitenin artırılması, afet yönetimi ile ilgili kurumsal mekanizmanın güçlendirilerek organize edilmesi çok önemlidir. Afetlere teknik ve kurumsal olarak hazırlanmanın yanı sıra koordinasyonun üst düzeye çıkartılması ve enformasyonun stratejik bir şekilde yönetilmesi kriz iletişiminin başarısı için hayati öneme sahiptir.

5. Afetlerde Kriz İletişimi ve Sosyal Medya

Afet kriz iletişimi sosyal medya anında geri bildirim alabilme, çift yönlü iletişim ve bilginin yayılma hızı bakımından geleneksel medyaya göre daha etkili bir mecra olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medyadaki bilgi akışı kontrol edilemez ancak aynı zamanda hızlı bilgi alışverişi için uygun bir mecradır. Bu çerçevede eğitici ve düzeltici enformasyonun hedef kitlelere ulaşmasında önemli bir yere sahiptir. Sosyal medyada gerçekleştirilen iletişim sosyal ağlarda doğal olarak oluşan desteği teşvik etmeye dayanmalıdır (Hyvärinen & Vos, 2016, s. 104,105). Sosyal medya kriz yönetiminde etkili bir iletişim mecрасıdır. Özellikle mesajın hızlı bir şekilde kamulara ulaşmasını sağlama ve büyük ölçekli, merkezi olmayan ağlar aracılığı ile gerçek zamanlı bilgilerin yayılmasında ve kurumların güncel bilgi ve verileri paylaşmasında geleneksel medyaya göre çok etkilidir. ABD'de Kaliforniya orman yangınları, Japonya'da 2011 depremde sosyal medya bilginin yayılmasında öne çıkan bir mecra olmuştur. Kriz durumlarında devletin zamanında ve güvenilir bilgileri iletmesi beklenir. Krizlerde çevrimiçi ortamlarda yürütülen tartışmalarda sık sık devlet kaynaklarına başvurulduğu ve hükümetin bilgi sağlayıcı olarak merkezi rolünün önemine değinilmektedir. Sosyal medya ayrıca kamuoyu oluşturma ve toplulukları harekete geçirme açısından da afet yönetiminde kamu yöneticilerinin topluluklarla doğrudan etkileşime geçmesine olanak sağlamaktadır. Bu özelliği ile sosyal medya devlet kuruluşlarının çeşitli kamularla iletişim kurarken şeffaflık ve güven oluşturma çabaları için önemli bir potansiyele sahiptir. Devlet kuruluşları için sosyal medya sadece mesajın kamulara hızlı bir şekilde yayılması değil aynı zamanda halka destek sağlama ve dayanışmayı güçlendirme için etkili bir platformdur (Liu vd., 2018, s. 808). Sosyal ağ platformları kamuoyu oluşumu sürecinde etkili olmaktadır.

Özellikle Twitter çok kısa süre içerisinde kamuoyu oluşturabilen yüksek etkileşimli bir mecra olarak öne çıkan platformlar arasında yer almaktadır (Söğüt, 2022; Ulaş, 2021, s. 1437). Schultz, Utza ve Göritz'ın (2011) geleneksel ve sosyal medya stratejilerini karşılaştırmalı olarak inceledikleri çalışmalarında, Twitter kullanıcılarının mesajı paylaşma olasılığını sosyal medya kullanmayanlara göre daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Onlara göre, başarılı bir kriz iletişimi için Twitter kullanıcılarına hitap edilmesi önemlidir (Schultz vd., 2011). Twitter kullanıcıları tarafından gönderilen mesajların bir afetin zamansal sürecine göre değişiklik gösterdiği ve bu nedenle bir afetin hazırlık, müdahale, etki ve kurtarma gibi farklı aşamalarında durumsal farkındalığı geliştirmek için faydalı bilgiler sağlayabileceği belirtilmektedir (Wang vd., 2016, s. 524). Kaliforniya orman yangınları, 2010 Haiti depremi ve Van depremi gibi afetler sırasında Twitter, ilk ve güncel bilgileri paylaşmak için yoğun bir şekilde kullanılmıştır (Kara, 2020, s. 73). ABD'de Queensland'deki sel sırasında yerel polis, #qldfloods hashtag'i ile sosyal medyayı etkili bir şekilde kullandı. Sadece halka ve medyaya bilgi sağlamak için mükemmel bir araç olmakla kalmadı sosyal medya, aynı zamanda halkın polisin bilmesi gereken tehlikeli durumları veya hayati gerçekleri bildirmesi için yararlı bir araç olarak hizmet verdi. Bir diğer örnek de Avustralya'nın Tazmania kentinde gerçekleşen orman yangınında, bir doktora öğrencisi olan Melanie Irons, hayati bilgiler veren ve ayrıca insanları başkalarına yardım etmek için harekete geçiren bir Facebook sayfası kurması örnek verilebilir (Brataas, 2018, s. 15,16,21). Görüldüğü gibi krizlerde özellikle de afetlerde sosyal medya kriz mesajlarının hızlı bir şekilde paylaşılmasında, etkili bir mecra olarak değerlendirilebilmektedir.

6. Araştırmanın Amacı

Türkiye’de afet yönetimi konusunda teknik çalışmalar yapılmasına rağmen afetlerin kriz iletişimi üzerine Türkçe literatürde yeterince çalışma olmaması ve afetlerde kamularla etkili bir iletişim geliştirme zorunluluğu afet kriz iletişimi konusunu önemli ve öncelikli bir konu haline getirmektedir. Bu nedenle Akdeniz ve Ege Bölgesinde gerçekleşen orman yangınları durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde afet yönetimi kriz iletişimi boyutu ile ele alınarak analiz edilecektir.

6.1. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmada orman yangını afet krizini sosyal medya mecrası Twitter olarak, aktörler bakımından öne çıkan hükümet yetkilileri ve önde gelen ilgili kurumların hangi mesajları verdiklerine odaklanılmaktadır. Çalışma, 28 Temmuz 2021-12 Ağustos 2021 tarihleri ile sınırlandırılmıştır.

6.2. Araştırmanın Yöntemi

2021 yılında Akdeniz ve Ege Bölgesinde gerçekleşen orman yangınları Coombs’un (2010b) durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde afet yönetimi kriz iletişimi boyutu ile ele alınarak içerik analizi yöntemi ile analiz edilecektir. Berelson içerik analizini, ”iletişimin açık, aşıkâr içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel olarak betimlenmesine yönelik bir araştırma tekniğidir” şeklinde tanımlamaktadır (Akt. Atabek & Atabek, 2007, s. 4). İçerik çözümlemesi, metinlerin kapsadığı ve ilettiği enformasyona odaklanan kayıtlı metinlerin analizine dayanan bir yöntemdir (Yıldırım, 2015, s. 105). İçerik analizini üç yaklaşım çerçevesinde ele alan Krippendorff’a (1989) göre; ilk yaklaşım medya içeriklerinin nesnel çözümlemesini ifade eden klasik pozitivist paradigmayı ifade ederken, ikinci yaklaşım, metnin kaynağını temel alan nesnellığe vurgu yapmaktadır. Üçüncü yaklaşımda ise içeriğin toplumsal bağlamı ile ele alınması gerektiği ifade edilmektedir (Akt. Yıldırım, 2015, s. 119,122). İçerik analizinin tarihsel süreçte katı pozitivist bir yaklaşımdan metnin toplumsal bağlamının da ele alınması gerektiğini ifade eden nitel yaklaşımlara doğru bir süreç izlediği görülmektedir (Yıldırım, 2015, s. 149). İçerik analizi özünde hem nicel hem nitel bir yöntemdir. Nitel içerik analizi, belirli ve sınırlı sayıda kritik mesajları aktaran mesaj kaynağının öznel amacının belirlenmesine yönelik çabayı ifade etmektedir. Nicel içerik analizinde ise belirli içeriklerin ortaya çıkma sıklıkları ölçülmektedir (Balcı, 2006, s. 87). “Nitel içerik analizinde amaç, bir içerik gövdesi içindeki önemli temaları veya kategorileri belirlemek ve bu temalar/kategoriler tarafından yaratılan sosyal gerçekliğin zengin bir tanımını sağlamaktır” (Gül & Nizam, 2021, s. 185). Araştırmada, Coombs’un (2010b) durumsal kriz iletişimi teorisi iletişim stratejileri ve Sturges’in (1994) enformasyon stratejileri kod kategorileri olarak ele alınmıştır. Sosyal medya verileri Twitter’in <https://twitter.com/search-advanced> menüsünden temin edilmiştir. Mesajı gönderen aktörlerin kendi oluşturdukları twitler ve reetwitleri analiz edilmiştir. Mesajların analiz edilmesinin yanı sıra paylaşılan twitlerin beğeni, retweet, alıntılanma ve yorum ve hastagh kullanımı olmak üzere beş kategoride iletiler içerik analizine tabi tutulmuştur. İletilerin kodlanmasında kod kategorileri anlamsal içerik analizi yöntemi ile kod kategorileri doğrultusunda incelenmiştir. Mesaj stratejileri kaynaklara göre kodlanmıştır. Kriz iletişimi mesaj kategorileri Holladay’ın (2009) çalışmasında kullandığı kategoriler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Holladay’ın eğitici ve düzeltici enformasyonların birlikte kullanıldığı durumları göz önüne alarak iki stratejinin birleştirildiği ek bir kategori de kullanılmıştır. Kategoriler Maxqda 2020 paket programı kullanılarak kodlanmış ve veriler analiz edilmiştir.

Araştırmada, amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem yöntemine göre veriler toplanmıştır. Ölçüt örneklem, “önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır. Burada sözü edilen ölçüt ve ölçütler araştırmacı tarafından oluşturulabilir ya da daha önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi kullanılabilir”(Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 122). Buna göre Akdeniz ve Ege orman yangınlarının afet yönetiminde akut aşamadan krizin çözülmesi aşamasına kadar olan sürede rol alan ve öne çıkan aktörler incelemeye alınmıştır. Aktörler arasında zaman zaman süreç yönetimine katkıda bulunan aktörler olsa da operasyonel boyutta öne çıkan kurum ve kişiler tercih edilmiştir. Afet gibi toplumu ilgilendiren büyük ölçekli krizlerde üst düzey yöneticilerin vereceği mesajlar krizin yönetimi ve mesajların etkililiği bakımından daha önemlidir. Krizin büyüklüğüne göre üst düzey bir koordinasyon ve yönetim gerekmektedir. Bu nedenle Akdeniz ve Ege yangınlarında kriz yönetiminde yer alan önde gelen aktörler olarak; Tarım ve Orman Bakanı, Çevre ve Şehircilik Bakanı, Dışişleri Bakanı, Orman Genel Müdürlüğü, AFAD ve İletişim

Başkanlığının 28 Temmuz 2021-12 Ağustos 2021 tarihleri arasında sosyal medya mecrası Twitter üzerinden paylaştıkları 381 mesaj (videolar, basın bülteni ve basın açıklamaları dahil) temel alınarak enformasyon yönetimi ve kriz yanıt stratejileri incelenecektir. Twitterin hedef kitlelere ulaşmada önemli rolü dikkate alınarak ilgili aktörlerin Twitter üzerinden verdiği mesajlara odaklanılmıştır.

Tablo 1. Durumsal Kriz İletişimi Teorisi Mesaj Stratejileri

Strateji	Açıklama
Eğitici enformasyon	İnsanlara kendilerini fiziksel ve finansal olarak korumak için ne yapmaları gerektiğini söyler (tahliye, yerinde barınma); İnsanların krizin kendilerini nasıl etkileyebileceğini anlamaları gerekir. Paydaşlar, tahliye mi, yerinde sığınma mı yoksa başka bir işlem mi yapmaları gerektiğini öğrenmek için bu bilgilere acil ihtiyaç duyarlar. Yönlendirici bilgilerin sağlanması, kuruluşun durumunun kontrolünün elinde olduğuna işaret eder. Eğitici enformasyon kriz mağdurlarının işine yarayan, onlara kendilerini nasıl koruyacaklarını anlatan, yol gösteren, ihtiyaç duyulan bilgidir. Bir çeşit yönerge dir.
Düzeltilici enformasyon	İnsanların psikolojik olarak krizle başa çıkmasına yardımcı olur. Bir kriz belirsizlik ve stres yaratır. İnsanlar ne olduğunu, ne zaman, nerede ve neden olduğunu bilmek ister. Ayrıca, kurumun başka bir krizden kaçınmak için hangi eylemleri yaptığını (düzeltilici eylem) bilmek isterler, Krizin nedeni hemen belirlenemese bile durumun yönetildiğine dair güvenceye ihtiyaç duyulur. Kurumun durumu kontrol altında tuttuğunu göstermenin yanı sıra, bilgilerin düzenlenmesi, etkilenenler için sempati veya endişe ifadelerini içerir. Düzeltilici eylemler açıklanmadan önce krizin nedeninin tam olarak anlaşılması gerekir. 1) Müdahale eden kuruluş tarafından alınan tedbirlerin raporlanması; 2) Herhangi bir düzeltilici eylem hakkında halka güvence vermek 3) Mağdurlar için endişelerini ifade etmek, (şefkat, umut ve sempati afet sonrası kurtarma için umudun sürdürülmesinde etkili olabilir)
Hem eğitici hem düzeltilici enformasyon	Her iki stratejinin aynı anda kullanıldığı mesajlar
Koordinasyona yönelik mesajlar	Kurumlar arası koordinasyonda eksikliğe vurgu yapılması
Dezenformasyon	Dezenformasyon, bir insana, bir gruba, bir örgüte ya da bir devlete zarar vermek amacıyla kasıtlı olarak oluşturulan veya dağıtılan yanlış bilgidir. dezenformasyon üreticilerinin politik, finansal, psikolojik veya sosyal motivasyonları olabilir. Kamusal aktörlerin dezenformasyon vurgusunu ifade etmektedir. Dezenformasyona yönelik düzeltilici bilgiyi ifade eder
Strateji	Örnek
İNKÂR	
Suçlayana saldırmak	Kriz olduğunu iddia eden kişi ya da gruba karşı koyar
İnkâr	Kriz yöneticisi kriz olmadığını söyler
Günah keçisi	Kriz yöneticisi bazı insanları ya da grupları suçlar
KÜÇÜLTME	
Muaf tutma	Kriz yöneticisi kurumun krizdeki sorumluluğunu minimize etmeye çalışır. Kurumun herhangi bir zarar verme niyeti olmadığı ya da krizle ortaya çıkan olayların kurumun kontrolünde olmadığı vurgulanır.
Mazur gösterme	Kriz yöneticisi krizle ilgili algılanan zararı minimize etmeye çalışır. Kriz doğuran olayın ciddi zarar ya da yaralanmalara yol açmadığı ifade edilir ya da kurbanların uğradıkları şeyi hak ettikleri iddia edilir.
YENİDEN İNŞA ETME	
Tazmin	Kurum kurbanlara para ya da başka hediyeler verir.
Özür	Kriz yöneticisi kurumun krizin tüm sorumluluğunu aldığını ve af dilediğini açıklar.
DESTEKLEME	
Hatırlatma	Kurum paydaşlarına geçmişteki iyi işlerini anlatır.
Göze girme	Kurum paydaşlarını över
Kurban rolü	Kurum kendisinin de krizin bir kurbanı olduğunu açıklar

Kaynak: (Çakır, 2014; Coombs, 2006, s. 248; Holladay, 2009)

Belgede kod varlığı bakımından yüzde 93,83 oranında bir uyum olduğu görülmüştür. Kod frekanslarının uyumu bakımından kodlayıcıların yüzde 83, 67 kod uyumu olduğu görülmüştür. Bölümlerdeki her iki kodlayıcının kod çakışması 80,71 olarak gerçekleşmiştir. Güvenilirlik için Holsti (1969)'nin $2M / (N1+N2)$ formülü kullanılarak $2.(870)/1078+1078=0,80$ kodlayıcılar arası güvenilirlik düzeyi tespit edilmiştir (Atabek & Atabek, 2007, s. 40). Araştırmada farklı kodlayıcılar olmadığı için

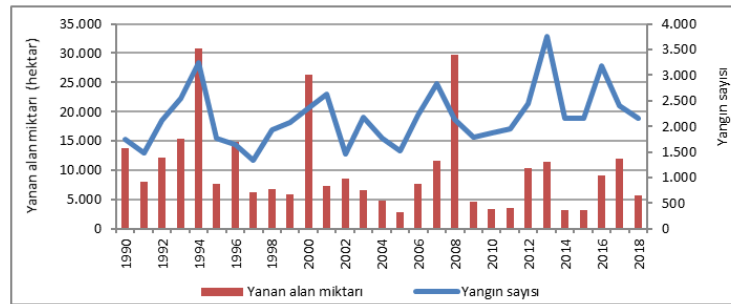
araştırmacı ikinci kez kodlama işlemini gerçekleştirmiştir. Kod kategorileri oluşturulurken Holladay'ın (2009) çalışmasında yer alan kod kategorilerinden yararlanılmıştır. Özellikle afet krizlerinde kriz iletişimi teorilerinde yer alan mesaj stratejilerinden eğitici ve düzenleyici enformasyon stratejileri daha çok kullanılmaktadır. Coombs (2010b) Sturges'in geliştirdiği eğitici, düzeltici ve itibar stratejilerinin önemine değinerek bir krizde yapılması gereken öncelikli işin enformasyon verilmesi gerektiğidir. Bir afet krizinde kamu güvenliği en dikkat edilmesi gereken konulardan biridir (Coombs, 2010b, s. 29). Kriz bir afet niteliğinde olduğunda öncelikli mesaj stratejileri enformasyon stratejilerine yönelik olmalıdır. Bunun en önemli sebeplerinden birisi, afetlerin kurumsal krizlere göre kapsam, boyut ve nitelik bakımından daha karmaşık ve daha büyük ölçekli olmasından kaynaklanmaktadır. Coombs (2010b) kriz iletişimi ilkelerinin afetler için etkisiz olabileceği uyarısında da bulunmaktadır (s. 61). Bunun için literatür taramasında da belirttiği üzere araştırmacılar kriz iletişimi teorilerinin yanı sıra kaos, network teorisi gibi kuramsal yaklaşımlardan da yararlanmaktadır. Bu çerçevede kod kategorisi oluşturulurken kamu güvenliği ve dijital mecralar göz önüne alınarak dezenformasyon kavramı eklenmiştir (Erdoğan vd., 2022, s. 10). Koordinasyon afet krizlerinde karşılaşılan en önemli sorun olarak görünmektedir. Özellikle yerel yetkililer ve merkezi hükümet arasındaki koordinasyon sorunları afet yönetiminde zafiyet oluşturabilmektedir. Adkins (2010) Katrina afetini incelediği çalışmada kurumlar arası koordinasyona odaklanmıştır. Ona göre afetler çoğu zaman birden fazla organizasyonu sorumluluk alanı itibarı ile ilgilendirmektedir. Bunun için kurumlar arası koordinasyonun üst düzeyde olması afet yönetiminin başarısı için büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede kod kategorisine orman yangınları esnasında koordinasyona yönelik verilen mesajlar da eklenmiştir. Holladay'ın (2009) çalışmasında bazı mesajların hem eğitici hem düzeltici enformasyona girmesi ve ayrımlarının zorluğu nedeni ile hem eğitici hem düzenleyici enformasyon stratejileri şeklinde üçüncü bir kategori oluşturmuştur. Aynı yöntemle çalışmada bazı mesajlar hem eğitici hem düzenleyici enformasyon stratejisi olarak değerlendirilmiştir.

7. Bulgular

Araştırma bulguları Coombs'un (2010b) kriz incelemelerinde önerdiği kriz öncesi, kriz esnası ve kriz sonrası safhaları şeklinde analiz edilmiştir.

7.1 Kriz öncesi

“Günümüzde güncelliğini koruyan küresel ısınmanın da etkisiyle orman yangınlarının önemi daha da artmış, özellikle Avrupa kıtasında nemin düşük, sıcaklık değerlerinin yüksek olduğu Akdeniz iklim kuşağında bu tehlikenin boyutu her geçen yıl giderek artmaktadır.” (Bursa Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi, 2021). Coğrafi konum olarak Akdeniz İklim kuşağında yer alan Türkiye'nin orman alanlarının yüzde 60'ı birinci ve ikinci derece yangına hassas alanlardadır (Orman Genel Müdürlüğü, 2022, s. 10). Türkiye'de afetlerin oluş sıklıklarına bakıldığında 1990-2018 yılları arasında en çok karşılaşılan afetlerden birinin de yangınlar olduğu görülmektedir (Çevre ve Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2022). Orman yangınlarının yıllar itibarı ile görülme sıklıkları aşağıdaki grafikte belirtilmiştir.



Şekil 1. Orman Yangınları (1990-2018)

Kaynak: (Dökmeci vd., 2021, s. 189)

Kriz öncesi aşama sinyal algılama, önleme ve hazırlığı içerir. Krizi, tetikleyici olayın ve tepkinin tanınmasını kapsar. Bu evrede kriz yönetiminde bir iletişim sistemi oluşturularak risk ile ilgili enformasyon

toplanarak bilginin yönetilmesi sağlanır (Coombs, 2010b, s. 22; Çınarlı, 2014, s. 100). Orman yangınları öncesinde Orman Genel Müdürlüğü bir risk haritası yayımlayarak Ege ve Akdeniz bölgesi için yangın uyarısında bulundu. Yayımlanan risk haritasında Akdeniz, Ege ve Trakya yüksek riskli bölgeler olarak belirtilerek ormanların korunmasına yönelik uyarılarda bulundu. Mayıs sonu itibarı ile Antalya'da son üç gün içinde 22 orman yangını çıktığı tespit edildi (Sabah, 2021b). Kriz öncesi aşamanın en önemli parametrelerinden birisi de hazırlıktır. Bu çerçevede Çevre ve Orman Bakanı Bekir Pakdemir 1667 noktada 21 bin yangın müdahale ekiplerinin hazır olduğunu 3 uçak ve 45 helikopterin olduğunu belirtmiştir (AA, 2021a).

7.2. Kriz esnası

Krizde tepki aşaması en kritik aşamalardan biridir. Bu aşamada kurumun vereceği tepkiler krizin sonuçları bakımından çok önemlidir. Buna göre kriz türü ve kriz sorumluluk seviyesine uygun olarak kriz yanıt stratejileri hızlı, tutarlı ve doğru bir şekilde hedef kitleye iletilmelidir. Bu aşamada paydaşlar üzerinde istenen sonuçlara ulaşabilmek için kriz iletişiminin nasıl kullanılacağına odaklanılmaktadır. Kriz yanıt aşamasında kriz tepkileri; eğitici, düzeltici ve itibar enformasyonları olmak üzere üç stratejik odakta toplanmaktadır. Eğitici enformasyonla krizden etkilenenlerin fiziksel olarak nasıl başa çıkmaları ve krizden kendilerini nasıl koruyacaklarına yönelik mesajlar verilir. Düzeltici enformasyon ile krizin patlak vermesiyle ne olduğu ve bununla psikolojik olarak nasıl başa çıkılacağına yönelik mesajlar verilir. İtibar onarımı stratejilerinde ise kurumun itibarını korumaya yönelik gerçekleştirdiği kriz iletişimi stratejileri üzerinde durulmaktadır (Coombs, 2010b, s. 28; Çınarlı, 2014, s. 101). Orman yangınları afetinde krize tepki stratejileri durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde incelendiğinde düzeltici enformasyon stratejisinin yüzde 51,30 oranında en fazla kullanılan strateji olarak öne çıkmaktadır. Ardından itibar onarım stratejilerinden destekleme stratejisi olarak göze girme yüzde 11,15 gelirken ardından yeniden inşa stratejilerinden tazmin ve eğitici enformasyon gelmektedir. Orman yangınları kriz türleri arasında doğal afet olarak değerlendirildiği için mesajların afetin etkilerinin hızlı bir şekilde giderilmesine odaklandığı görülmektedir (Gökçen, 2020, s. 46).

Tablo 2. Mesaj Stratejilerinin Dağılımı

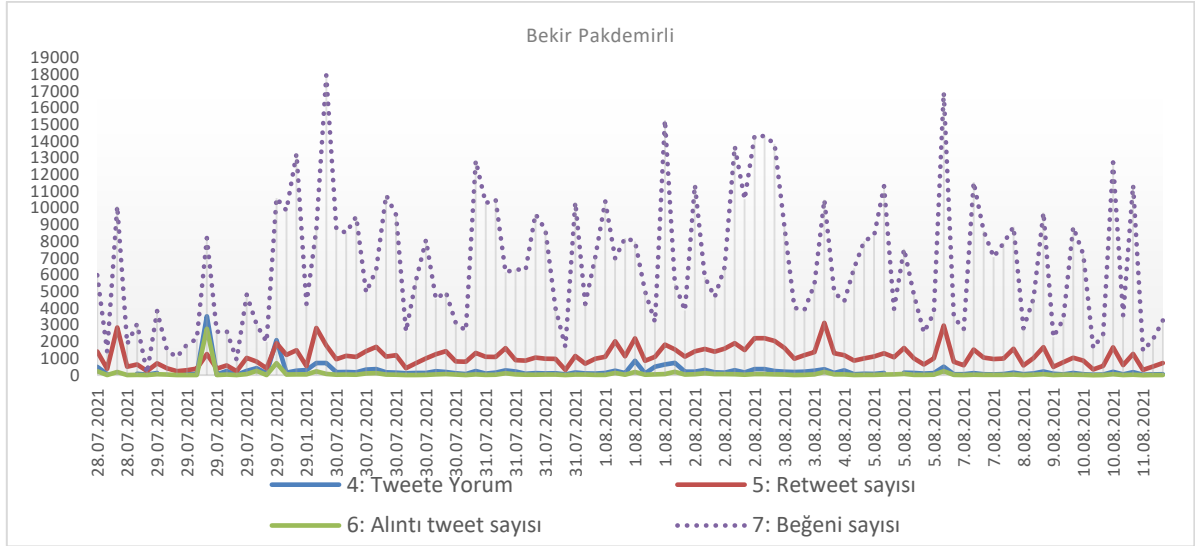
Mesaj stratejileri	Frekans	Yüzde
Düzeltilici enformasyon	276	51,30
Göze girme	60	11,15
Tazmin	52	9,67
Eğitici enformasyon	51	9,48
Dezenformasyonu gidermeye yönelik mesajlar	26	4,83
Koordinasyona yönelik mesajlar	25	4,65
Diğer	19	3,53
Hatırlatma	15	2,79
Hem eğitici hem düzeltici Enformasyon	14	2,60
TOPLAM	538	100,00

Krizde, çalışma kapsamında incelenen aktörlerin mesajlarına bakıldığında ise Bekir Pakdemirli'nin yüzde 63 oranda düzeltici enformasyonu en yoğun kullanan aktör olduğu görülmektedir. Ardından Orman Genel Müdürlüğü ve Murat Kurum gelmektedir. Düzeltici enformasyon özetle olgusal olarak ne olduğunu ve buna yönelik neler yapıldığını ifade eden bir stratejidir. Bu çerçevede orman yangınlarında düzeltici enformasyonun sık bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.

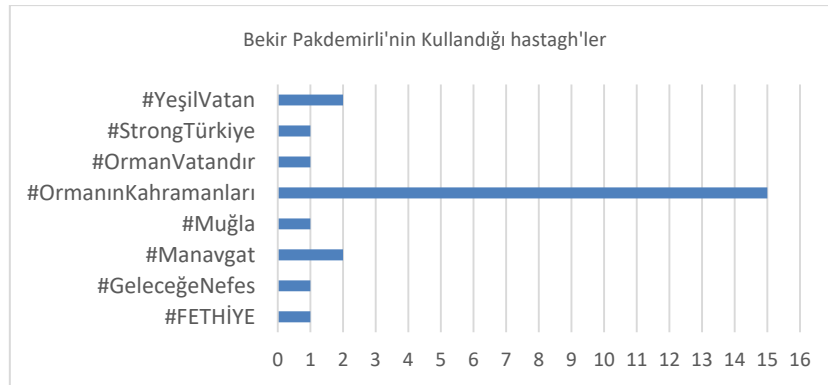
Tablo 3. Aktörlere Göre Mesaj Stratejilerin Dağılımı

Stratejiler	Mevlüt Çavuşoğlu		Murat Kurum		İletişim Başkanlığı		AFAD		Orman Genel Müdürlüğü		Bekir Pakdemirli		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Tazmin	8	16,7%	22	22%	11	14,7%	1	3,1%	1	0,8%	9	5,8%	52	9,7%
Düzeltilici enformasyon	12	25%	50	50%	35	46,7%	12	37,5%	70	54,3%	97	63%	276	51,3%
Eğitici enformasyon	5	10,4%	9	9%	6	8%	11	34,4%	11	8,5%	9	5,8%	51	9,5%
Hatırlatma			1	1%	3	4%			10	7,8%	1	0,6%	15	2,8%
Göze girme	11	22,9%			4	5,3%	2	6,3%	19	14,7%	24	15,6%	60	11,2%
Hem eğitici hem düzeltilici Enformasyon			12	12%							2	1,3%	14	2,6%
Koordinasyona yönelik mesajlar	6	12,5%	1	1%	5	6,7%	5	15,6%	3	2,3%	5	3,2%	25	4,6%
Dezenformasyonu gidermeye yönelik mesajlar	2	4,2%	3	3%	10	13,3%	1	3,1%	6	4,7%	4	2,6%	26	4,8%
Diğer	4	8,3%	2	2%	1	1,3%			9	7%	3	1,9%	19	3,5%
TOPLAM	48	100,00	100	100,00	75	100,00	32	100,00	129	100,00	154	100,00	538	100,00

7.2.1. Bekir Pakdemirli

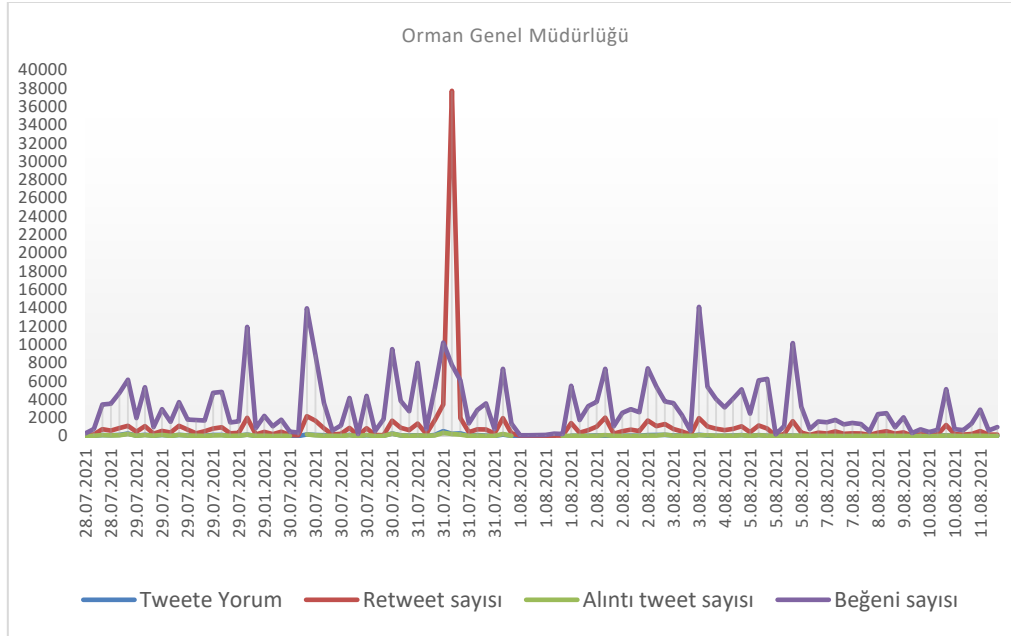
**Şekil 2.** Bekir Pakdemirli'nin Paylaştığı Tweetlerine Yorum, Retweet, Alıntı Ve Beğeni Sayıları

Bekir Pakdemirli'nin 8 farklı hastagh kullandığı ve en fazla da ormanın kahramanları etiketini kullandığı görülmektedir.

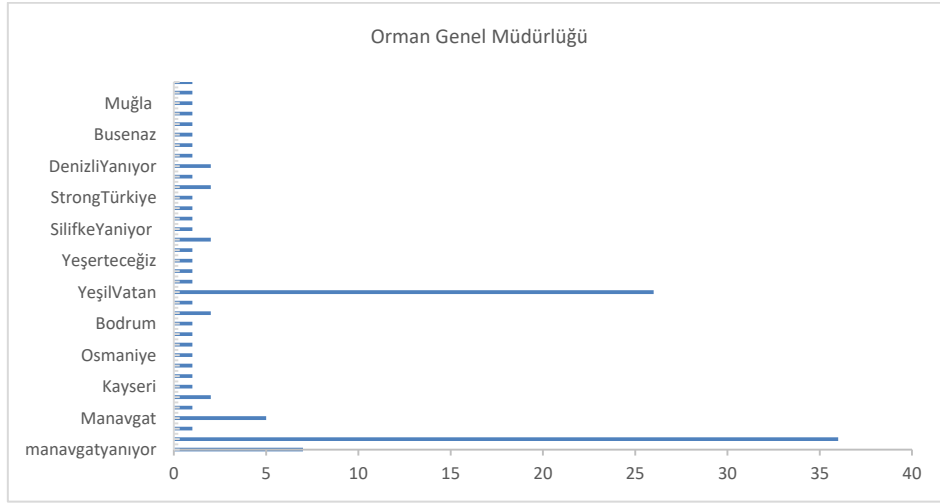
**Şekil 3.** Bekir Pakdemirli'nin Kullandığı Hastagh'ler

Bekir Pakdemirli'nin düzeltici enfomasyona ilişkin paylaştığı mesajların içeriğine bakıldığında infografikler eşliğinde yangınla mücadeleyle ilişkin teknik düzeyde bilgiler ağırlığa sahip olduğu ve polemiklerden uzak durmaya çalıştığı dikkat çekmektedir. Bekir Pakdemirli'nin 03.08.2021 tarihli twitin linkinde yer alan açıklamaya göre, hava araçlarının yeterli olup olmadığına ilişkin değerlendirmelerde bulunuyor. Buna göre 2018 yılı verilerine göre Portekiz'de 43, Yunanistan'da 18, Fransa'da 40 hava aracı varken Türkiye'de 48 hava aracı olduğunu belirtiyor. Bakan'ın açıklamaları medyada özellikle Türk Hava Kurumu merkezli hava aracı tartışmalarını aydınlatacak güçlü bir mesaj içeriği taşıyor. Bir diğer önemli tartışma konusu ise 02.08.2021 tarihli Twitter mesajında yaptığı açıklamada yanan yerlerin Anayasa'nın 169'uncu maddesinde belirtildiği şekilde daraltılmayacağını belirterek bunların; turizm, sağlık ve turizme ilgili istisnalarının olduğunu ifade ediyor. Buna karşın başta Orman Genel Müdürlüğü gibi diğer aktörler sadece 169'uncu maddeye vurgu yaparak herhangi bir istisnaya değinmiyor. Pakdemirli, yangınların sebepleri konusunda özellikle iklim değişikliğine vurgu yapıyor. Pakdemirli'nin mesajları arasında diğer aktörlere göre destekleme stratejisi olarak göze girmenin yüzde 24 oranında daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Destekleme stratejisinin afet krizlerinde eğitici ve düzeltici enfomasyonla birlikte kullanılması kriz iletişimi literatüründe tavsiye edilmektedir.

7.2.2. Orman Genel Müdürlüğü



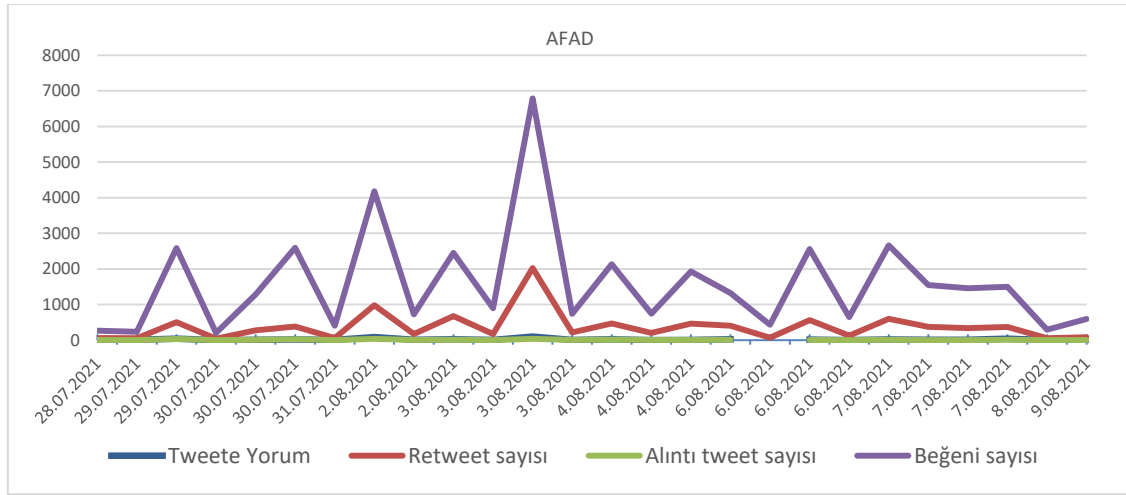
Şekil 4. Orman Genel Müdürlüğü'nün Paylaştığı Tweetlerine Yorum, Retweet, Alıntı ve Beğeni Sayıları
Orman Genel Müdürlüğü'nün hastag kullanımı incelendiğinde ilgili tarihler arasında 18 farklı hastag kullanıldığı görülmektedir. Orman vatandır etiketi 36 kez, yeşil vatan etiketi ise 26 kez kullanılmıştır.



Şekil 5. Orman Genel Müdürlüğü'nün Kullandığı Hastag'ler

Orman Genel Müdürlüğü'nün mesaj dağılımına bakıldığında eğitici enformasyonun (yüzde 8,5) AFAD ile birlikte ağırlıkta olduğu dikkat çekmektedir. OGM'nin Pakdemirli'nin ardından yüzde 19 ile en fazla bu stratejiyi kullanan ikinci aktör olduğu görülmektedir. OGM'nin Twitter'daki mesajları genel olarak değerlendirildiğinde birbirinden çok farklı hastag'ler paylaşıldığı ve mesajların retorik ağırlıklı olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin; 30.07. 2021 tarihli mesajda çok farklı hastag'ler kullanılmıştır. OGM'nin mesajlarında bilgiler infografiklerle ve mesajın yapısına bağlı olarak yoğun bir şekilde emoji kullanıldığı görülmektedir. OGM twitterindeki dikkat çekici bir diğer unsur da Bakan Pakdemirli'nin Twitter mesajlarının çok az paylaşıldığıdır.

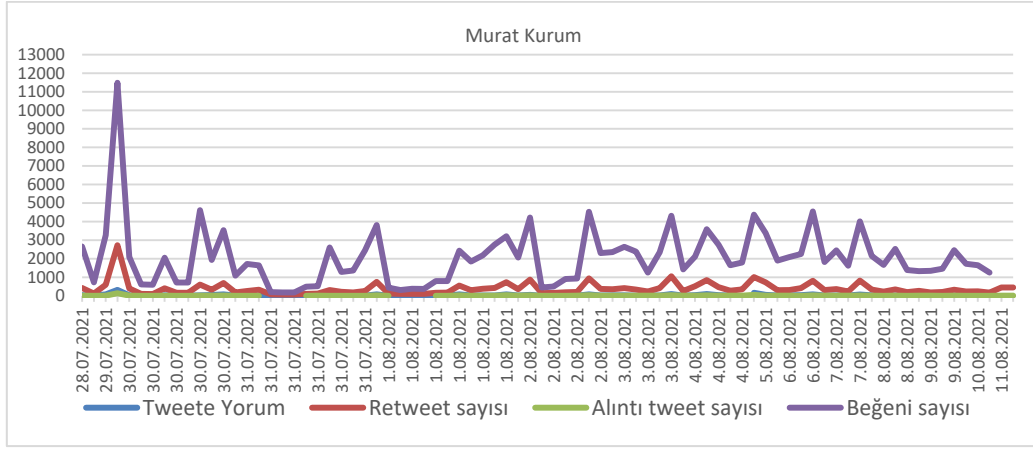
7.2.3. AFAD



Şekil 6. AFAD'ın Paylaştığı Tweetlerine Yorum, Retweet, Alıntı ve Beğeni Sayıları

AFAD'ın mesajlarında düzeltici (yüzde 37,5) ve eğitici (yüzde 34, 4) enformasyon daha fazla kullanılmıştır. AFAD'ın bu süreçte yangınlarla ilgili paylaşımları diğer aktörlere (32 mesaj) göre daha azdır.

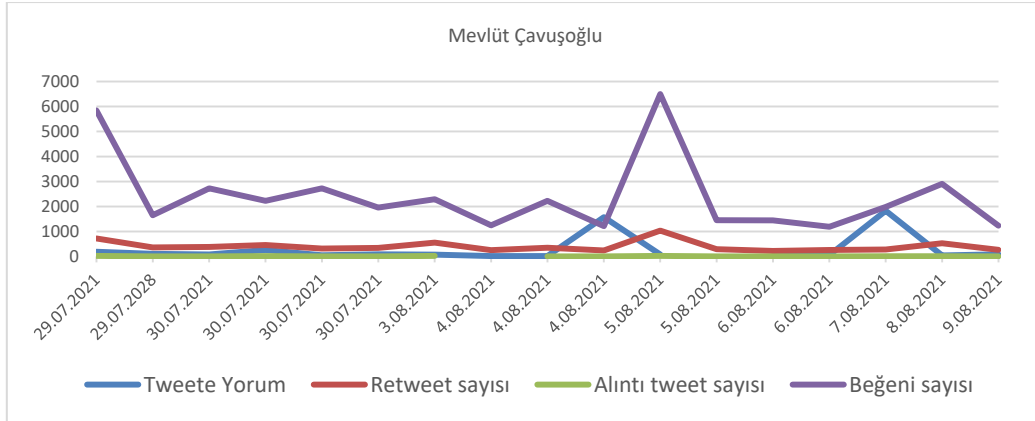
7.2.5. Murat Kurum



Şekil 9. Murat Kurum'un Paylaştığı Tweetlerine Yorum, Retweet, Alıntı Ve Beğeni Sayıları

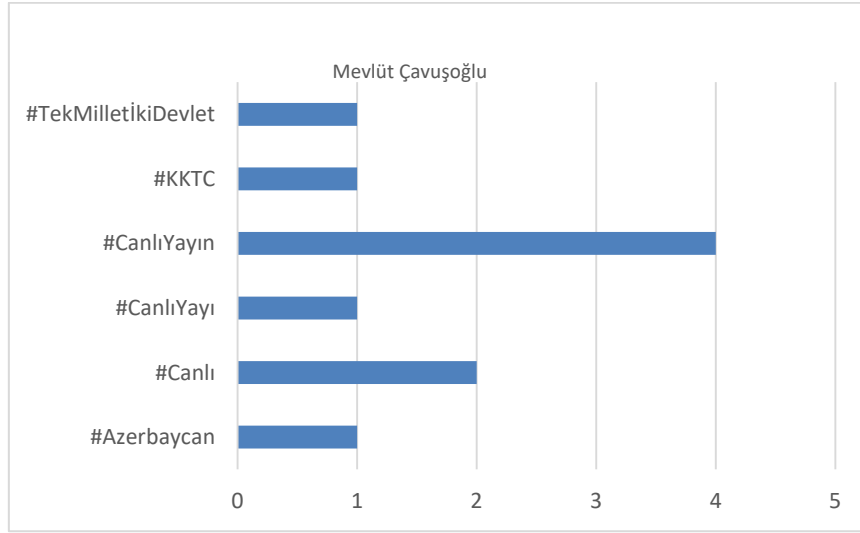
Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurumun paylaşımları değerlendirildiğinde Düzeltici enformasyon (yüzde 50) ve yeniden inşa stratejisi olarak tazmin (yüzde 22) öne çıkmaktadır. Kurum'un mesajları daha çok yeniden yapılanma ve yaraları sarmaya yönelik bir nitelik arz etmektedir.

7.2.6. Mevlüt Çavuşoğlu



Şekil 10. Mevlüt Çavuşoğlu'nun Paylaştığı Tweetlerine Yorum, Retweet, Alıntı Ve Beğeni Sayıları

Kriz iletişimde önemli aktörlerden biri olan Mevlüt Çavuşoğlu'nun hastagh kullanımlarına bakıldığında belirli bir amaca yönelik etiket kullanımı olmadığı ve farklı hastagler kullanıldığı dikkat çekmektedir. AFAD'ın paylaştığı mesajlarda ise Muğla ve Manavgat etiketleri ile paylaşımlar yapıldığı görülmektedir.



Şekil 11. Mevlüt Çavuşoğlu'nun Kullandığı Hastagh'ler

Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun kriz iletişimine yönelik mesajları incelendiğinde düzeltici enformasyon (yüzde 25) ve destekleme stratejisi olarak göze girme (yüzde 22,9) oranında en yoğun kullanılan mesajlar olarak dikkat çekmektedir. İletişim Başkanlığı ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın mesajlarında sabotaj ihtimaline yönelik gözaltı ve tutuklamalardan bahsedilirken örneğin, Çavuşoğlu'nun 30.07.2021 tarihli basın açıklamasında ormanların yakılması tartışmalarına ilişkin “Gözaltılar var. Fakat somut olarak şu ormanı şunlar yaktı diye bir bilgi yok şüphe var fakat kanıt yok” mesajını paylaşmıştır. Çavuşoğlu ayrıca 30.07. 2021 tarihli açıklamasında Antalya'da ormanları yaktığı iddialarına ilişkin üç kişinin linç edilmeye çalışılmasını önleyerek toplumsal olayı yönetmiştir. Çavuşoğlu'nun basın açıklamalarında ayrıca gerektiğinde Türkiye'nin dış dünyadan yardım almasında bir sorun olmayacağını belirtmiştir. İletişim Başkanlığı'nın 05.08.2021 tarihli Twitter paylaşımında Erdoğan, 73 ülkeden yardım geldiğini belirtmiştir.

7.3. Kriz sonrası

Tarım ve Orman Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü'nün 2021 yılı faaliyet raporuna göre büyük yangının ardından alınan tedbirler şu şekilde özetlenebilir (Orman Genel Müdürlüğü, 2022, s. 21): “İklim Değişikliği Sürecinde Orman Yangınları Çalıştayı”, Eğitim ve toplantılar düzenlenmiştir.” Araç gereç tedariki, orman yangınları karar destek ve gözetleme sistemleri gibi çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Ayrıca Orman Genel Müdürlüğü'nün kurumsal web sitesinde yanan alanların ağaçlandırma çalışmaları web sitesinden paylaşılmıştır (OGM, t.y.). Yanan ormanların telafisi ve orman varlığının geliştirilmesi için başlatılan geleceğe nefes kampanyası dolayısıyla her vatandaş için üç fidan dikimi hedefi ile 2021 yılsonu için 252 milyon fidanın dikileceği belirtilmektedir (Orman Genel Müdürlüğü, t.y.). Türkiye ayrıca 6 Ekim 2021'de Paris İklim Anlaşmasını onayladı ve ardından Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın adı Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı oldu ve bakanlık bünyesinde İklim Değişikliği Başkanlığı kuruldu (AA, 2022).

8. Sonuç

Akdeniz ve Ege orman yangınlarına ilişkin gerçekleştirilen afet kriz iletişimi incelemesinde öne çıkan belirli aktörlerin mesajlarına odaklanarak araştırma sınırlandırılmıştır. Fakat afetler içerik ve kapsam itibarı ile kurumsal krizlerin çok ötesinde karmaşık olgulardır. Bu nedenle farklı çalışmalarla afetlere ilişkin daha kapsamlı çalışmaların yapılması gerekmektedir. Afet kriz iletişimi genel olarak değerlendirildiğinde düzeltici enformasyon, eğitici enformasyon ve destekleme ve yeniden inşa stratejilerinin daha çok kullanıldığı görülmektedir. Düzeltici enformasyon stratejilerinde özellikle yangının olumsuz etkilerinin giderilmesi ve yaraların sarılmasına yönelik mesajlar ön plana çıkmaktadır. Aktörlerin paylaşımları genel olarak değerlendirildiğinde retweet kategorisinde tüm aktörlerde bir yoğunluk olduğu görülmektedir. Buna göre;

sosyal medya kullanıcılarının resmi güvenilir enformasyonu paylaşmaya yöneldikleri görülmektedir. Bu durum bilgi kaynağı olarak resmi kurum yetkililerinin enformasyonu etkili ve stratejik bir şekilde yönetmelerinin ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Orman yangınlarında karşılaşılan en önemli sorun alanları; koordinasyon eksiklikleri, kriz iletişimine yönelik eksiklikler, hazırlık ve bilgi yönetimi eksiklikleri başlığında toplanabilir. Koordinasyona yönelik eksiklikler merkezi hükümet ve belediyeler arasında yangına müdahale konusunda yaşanan tartışmalarla daha çok ön plana çıkmıştır. Orman yangınları krizinde kamuoyu gelişmeleri daha çok sosyal medyadan takip etmiştir. Bilgi yönetiminde yaşanan eksiklikler nedeni ile dezenformasyonun krizin oluşturduğu boşlukta çok hızlı bir şekilde yayıldığı görülmektedir. Özellikle sosyal medyada bilginin etkin bir şekilde yönetilemediği söylenebilir. Brataas(2018) Avustralya'nın Tazmania kentinde çıkan orman yangını örneğinden yola çıkarak sosyal medyanın afetlerde etkin kullanımının önemine değinerek bir söylenti planının olması gerektiğine değinmektedir. Horsley (2016)'in çalışmasında belirttiği gibi medyada oluşacak bilgi boşlukları yanlış şekilde çerçevelenebilir. Çerçevesel halkın bir felakete ilgili bazı bilgileri görmesini engeller. Sosyal medyada yer alan bilgi düzensizliği de yaşanan afetin bir çaresizlik çerçevesi ile dolaşımını hızlandırmıştır. Bu nedenle afetlerde bilgi düzensizliklerini de içeren kriz iletişimi planları geliştirilmelidir. Hazırlıkla ilgili olarak afetlere karşı hazırlık durumunun yetersiz olduğu görülmektedir. Afetlere yönelik olarak bütünsel bir yaklaşımla kriz iletişimini merkeze alan bir planlama yapılmalıdır.

Doğal afetler kriz türleri arasında sorumluluk seviyesi en az kriz kümelerini ifade etmektedir (Holladay, 2009, s. 165). Durumsal kriz iletişimi teorisine göre sorumluluk seviyesine göre dengeli bir mesaj stratejisi izlenmelidir (Coombs, 2010b). Orman yangınları bir doğal afet olmasına rağmen kamuoyunun sorumluluk yüklemelerinin dikkate alınması afetin etkin yönetilmesi bakımından çok önemlidir. Afetin ardından yapılan kamuoyu araştırmalarına göre; Sabah Gazetesi'nin paylaştığı bir ankete "Vatandaşların üçte biri yangınların bilinçli olarak söndürülmediğine inandığı" belirtilmiştir(Sabah, 2021a). Optimar araştırma şirketinin yaptığı araştırmada katılımcıların yüzde 27,5'inin "Yanan alanları imara açmak, otel, ev yapmak için bilinçli şekilde yakıldığını düşünüyorum" şeklinde cevap verdiği görülüyor. Aynı araştırmada yangınlara müdahalenin yeterli olup olmadığına ilişkin soruya katılımcılar yüzde 53,1 hayır yanıtını veriyorlar (Paraanaliz, 2021). Orman Genel Müdürlüğü'nün yaptığı ankete göre, orman yangınlarına zamanında ve etkin müdahale edildiğini düşünüyor musunuz sorusuna verilen cevaplarda evet diyenler %51, kısmen diyenler ise %27 şeklinde olmuştur (Karacabey, 2021, s. 406). Kamuoyu araştırmalarına bakıldığında bilgi eksiklikleri nedeni ile düzensiz bilgilerin kamuoyunu şekillendirdiği görülmektedir. Bir kriz durumunda kriz iletişiminin en önemli görevlerinden biri doğru bilgiyi, doğru hedef kitlelere hızlı bir şekilde iletmektir. Çalışmada da aktörler arasında söylem birliğinin kuvvetli ve etkin olmadığı dikkat çekmektedir. Örneğin; Bekir Pakdemirli'nin yanan alanların imara açılmayacağını söylerken istisnalardan bahsetmesi mesajın netliğini bozmaktadır. Nitekim diğer aktörlerin bu konuda istisnalardan bahsetmeyip daha net bir tutum sergilediği görülmektedir. Aktörlerin kullandıkları hastagh'lerin birbirinden çok farklı ve çok sayıda olması iletilerin dağınık bir şekilde yayılmasına yol açmaktadır. Bekir Pakdemirli'nin doğrudan ilgili bakan olmasına rağmen kriz yanıt mesajlarında teknik düzeyde kaldığı ve diğer tartışmalı konularda kamuoyunu yeterince bilgilendirmediği görülmektedir. Orman Genel Müdürlüğü'nün mesajlarında yoğun bir şekilde infografiklerin kullanıldığı görülmektedir. OGM'nin ilgili Bakanın mesajlarını çok az paylaştığı dikkat çekmektedir. Bu da söylem birliği olmadığı algısını güçlendirmektedir. İletişim Başkanlığı'nın dezenformasyonla mücadeleye yönelik mesajlara ağırlık verdiği görülüyor fakat sabotaj ihtimaline yapılan güçlü vurgu daha sonra Mevlüt Çavuşoğlu'nun mesajları ile somut bilgi ve kanıt olmadığı yönünde bir seyir izliyor. Sosyal medyadaki dezenformasyonun yoğunluğu Antalya'da bazı kişilerin linç edilme girişimine yönelik bir toplumsal eyleme dönüşüyor. Ayrıca Türkiye'nin yardım alıp almaması konusu ile ilgili tartışmalar da orman yangınları afetinin en önemli konu başlıkları arasında yer alıyor. Orman yangınları krizinde sivil toplum kuruluşları ve kamu arasında etkin bir işbirliği olduğu söylenemez. Bu noktada sivil toplum kuruluşları da güçlü bir katkı sunamamıştır. Buna karşılık, sanatçı Haluk Levent'in sosyal medya üzerinden yürüttüğü yardım çabaları sürece önemli katkı sağlamıştır. Bu afette görüldüğü gibi kriz yöneticilerinin kamuoyunu yönlendiren sanatçı ve sivil toplum kuruluşları ile etkin bir işbirliği sağlamanın afet kriz iletişiminin yönetiminde ne kadar hayati bir öneme sahip olduğunu göstermiştir. 13-15 Ekim 2021 tarihlerinde orman yangınları ile mücadele çalıştayında orman yangınlarında iletişim ve kamuoyunun doğru

bilgilendirilmesi komitesinin önerilerine bakıldığında kriz iletişimi bakımından krizden dersler çıkartıldığı belirtilebilirken iletişimin risk iletişimini de kapsayacak şekilde planlanması ve bu konuda kapasitenin geliştirilmesi gerektiği belirtilmelidir. İletişim bütünsel ve stratejik bir şekilde yönetilmezse krize yanıt stratejileri etkisiz kalabilir. Afetin can ve mal kaybına yol açması ve uzun sürmesi özellikle sosyal medyada bilgi düzensizliklerinin yoğunlaşması nedeni ile kamuoyunda krizin yönetilemediği algısının ağırlık kazanmasına neden olmuştur. Bunun en önemli nedenleri arasında krizin oluşturduğu vakumda bilgi boşluğu olduğundan bu boşluğun dezenformasyonla dolmasıdır. Mark Owen Jonas'ın Help Turkey etiketi üzerinden global olarak 46 bin hesaptan yapılan 160 bin etkileşimi incelediği ağ analizinde gerçek insanların paylaşımlarının yanı sıra çok sayıda sahte hesapla dezenformasyon yapıldığı tespit edilmiştir. Bu tür dezenformasyonlar kamunun sağlıklı bilgi almasını önünü kestiği gibi endişe ve korku duygusunun yayılmasını artırmaktadır(AA, 2021b).

Orman yangınları afetinde teknik ve idari olarak kurumların önemli bir performans ortaya koydukları söylenebilir. Ancak koordinasyon ve özellikle iletişim konusundaki eksiklikler nedeni ile kurumların çabası gölgelemiştir. Afetlerin kamu güvenliği bakımından iyi yönetilmesi için kriz iletişiminin etkin olması önemlidir. Bu nedenle risk iletişimini de kapsayacak şekilde bütünsel bir yaklaşımla kriz iletişimi ve yönetimi planlanmalıdır. Afetlerde merkezi ve yerel yönetimlerin etkin bir şekilde nasıl koordine olacakları belirlenerek görev tanımları net bir şekilde belirlenmelidir. Afet kriz iletişiminde tek bir sözcü olmayabilir fakat sözcüler arasında söylem birliği sağlanarak, şeffaf ve etkili bir bilgilendirme mekanizması oluşturulmalıdır (Kadıbeşegil, 2022). Afetin akut döneminde öncelik eğitici ve düzeltici enformasyon stratejilerinde olmalı ve kamuoyuna verilecek mesajlarda hızlı, tutarlı, şeffaf ve dikkatli bir iletişim yönetimi gerçekleştirilmelidir.

9. Extended Abstract

The continuous increase in global warming also brings disaster risks. The human factor comes to the fore in the increase in warming. Especially in the last five years, the increase in temperatures has made the effects of climate change more evident. Heat waves have caused forest fires in many regions. In 2021, forest fires had a devastating effect on many parts of the world. In 2021, large-scale forest fires were seen in many countries, especially in the Mediterranean. The forest fires that Turkey faced in July and August 2021 are a disaster that needs to be examined in various aspects. In the study, forest fires were analyzed in terms of functions such as actors, message strategies, and coordination within the framework of disaster crisis communication. There are more technical studies on disaster management in Turkey. There are not enough studies in the Turkish literature on crisis communication of disasters. It is necessary to develop effective communication with the public in disaster situations. For this reason, the focus has been on the communication dimension of disasters. For this purpose, answers to the following questions have been sought: How was the crisis communication of the Mediterranean and Aegean forest fires managed? Which communication strategies had used in crisis communication of Mediterranean and Aegean forest fires? How actors used the social media channel Twitter in crisis communication. Which crisis communication information strategies had used in crisis communication of Mediterranean and Aegean forest fires?

Has inter-institutional coordination been achieved in crisis management? Disasters are a more challenging crisis management process than corporate crisis communication management due to the scope, diversity of actors, and management difficulties. In large-scale crises, such as disasters, that concern society, the communication of senior managers are essential in terms of crisis management and the effectiveness of the messages. A high level of coordination and management is required according to the magnitude of the crisis. In this context, the concepts of coordination and disinformation were also evaluated in the crisis communication research. In the study of forest fires that took place in the Aegean and Mediterranean regions in 2021, 381 messages (including videos, press releases, and press releases) shared by the relevant ministers and institutions that came to the fore in the disaster between 28 July 2021 and 12 August 2021 on Twitter, within the framework of situational crisis communication theory—analyzed by using content analysis. In disaster crises, instruction and regulatory information strategies were used more than message strategies in crisis communication. When the crisis is a disaster, priority message strategies should be directed toward information strategies. One of the most important reasons for this is

that disasters are more complex and larger in scope, size, and quality than institutional crises. Crisis communication message categories were created by taking into account the categories used by Holladay (2009). The concept of disinformation was added considering public safety and digital media. Coordination seems to be the basic problem encountered in disaster crises. Especially, coordination problems between local authorities and central government can create weaknesses in disaster management. In this context, messages for coordination during forest fires were added to the code category.

The data were coded and analyzed in the study using the Maxqda 2020 package program. In crisis communication management; It has been determined that crisis management is ineffective in four main areas: coordination, crisis communication management, preparedness, and information management deficiencies. In terms of message strategies, it has been determined that corrective and instruction information strategies as well as support strategies and reconstruction, strategies are predominantly used. When disaster crisis communication is examined in general, it is seen that corrective information, instructional information, and support and reconstruction strategies are used more. In corrective information strategies, messages about eliminating the negative effects of fire and healing wounds come to the fore. When the statements of the actors are evaluated, there has been an intensification in the retweet category in all actors. It is seen that social media users tend to share official reliable information. This situation highlights how important it is for the officials of official institutions to manage information effectively and strategically as a source of information. It has been determined that one of the most important problems in the management of crisis communication is the inability to achieve unity of discourse and especially the inability to manage social media effectively. It has been suggested that for the effective management of disaster crisis communication, a fast, consistent, transparent, and holistic strategic communication approach should be adopted, including risk communication, in a way that will not create an information gap in the target public.

Keywords: Disaster Management, Crisis Communication, Social Media Management

Kaynakça

- AA. (2021a). *Orman yangınlarıyla mücadele çalışmaya başladı*. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/orman-yanginlariyla-mucadele-calistayi-basladi/2390886>
- AA. (2021b). *Sosyal medya ve dezenformasyon uzmanı Jones'a göre "Help Turkey" etiketi sahte hesaplarca manipüle edildi*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/sosyal-medya-ve-dezenformasyon-uzmani-jonesa-gore-help-turkey-etiketi-sahte-hesaplarca-manipule-edildi/2323101>
- AA. (2022). *Türkiye'nin iklim değişikliğiyle mücadele çalışmalarını hızla sürüyor*. <https://www.aa.com.tr/tr/cevre/turkiyenin-iklim-degisikligiyle-mucadele-calismalari-hizla-suruyor-/2588417>
- Adkins, G. L. (2010). İçinde W. T. Coombs & S. J. Holladay, *The Handbook of Crisis Communication* (ss. 93-114). Blackwell Publishing.
- AFAD. (2018). *Türkiye'de Afet Yönetimi ve Doğa Kaynaklı Afet İstatistikleri*. AFAD.
- AFAD. (2020). *Afet Yönetimi Kapsamında 2019 Yılına Bakış ve Doğa Kaynaklı Olay İstatistikleri*. FAD.
- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı AFAD. (T.Y). *AFAD ve Tarihçesi*. <https://www.afad.gov.tr/afad-hakkinda>
- An, S.-K., & Cheng, I.-H. (2010). Crisis Communication Research in Public Relations Journals: Tracking Research Trends Over Thirty Years. İçinde W. T. Coombs & S. J. Holladay, *The Handbook of Crisis Communication* (ss. 65-90). Blackwell Publishing.
- Atabek, G. Ş., & Atabek, Ü. (2007). *Medya Metinlerini Çözümlemek İçerik, Göstergibilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri*. Siyasal Kitabevi.
- Avery, E. J., & Lariscy, R. W. (2010). FEMA and the rhetoric of redemption: New directions in crisis communication models for government agencies. İçinde W. T. Coombs & S. J. Holladay, *The Handbook of Crisis Communication* (ss. 319-334). Blackwell Publishing.
- Balcı, Ş. (2006). Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliğinin Kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 73-106.

- Boin, A., & 't Hart, P. (2007). The Crisis Approach. İçinde Havidán Rodríguez, Enrico L. Quarantelli, & Russell R. Dynes, *Handbook of Disaster Research* (ss. 42-54). Springer.
- Brataas, K. (2018). *Crisis Communication Case Studies and Lessons Learned from International Disasters*. Routledge.
- Bursa Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi. (2021). *Bursa Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi'nin Orman Yangınları İle İlgili Gündeme İlişkin Değerlendirmesi*. <https://of.btu.edu.tr/tr/duyuru/detay/35527/bursa-tek-nik-%C3%BCniversitesi-orman-fak-%C3%BCltesinin-orman-yang-%C4%B1nlar-%C4%B1-i-%CC%87le-i-%CC%87ligi-g-%C3%BCndeme-i-%CC%87li-%C5%9Fkin-de-%C4%9Ferlendirme>
- Coombs, W. T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of promotion management*, 12(3-4), 241-260.
- Coombs, W. T. (2010a). Crisis Communication and Its Allied Fields. İçinde W. T. Coombs & S. J. Holladay, *The Handbook of Crisis Communication* (ss. 54-64). Blackwell Publishing.
- Coombs, W. T. (2010b). Parameters for Crisis Communication. İçinde W. T. Coombs & S. J. Holladay, *The Handbook of Crisis Communication* (ss. 17-53). Blackwell Publishing.
- Çakır, V. (2014). Kriz İletişimi Teorileri. İçinde M. Akdağ & Ü. Arkan, *Kriz Yönetimi İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar* (ss. 67-118). Literatürk Academia.
- Çelik, S., & Çorbacıoğlu, S. (2010). Role of information in collective action in dynamic disaster environments. *Disasters*, 34(1), 137-154.
- Çevre ve Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2022). *2021 yılı "Çevresel Göstergeler"*. <https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/2021-yili-cevresel-gostergeler-haber-272279>
- Çınarlı, İ. (2011, Kasım 13). ALTERNATİF İLETİŞİM: AFET, KRİZ ve RİSK: KOORDİNELİ YÖNETİM İÇİN İLETİŞİM. *ALTERNATİF İLETİŞİM*. <http://alternatifiletisim.blogspot.com/2011/11/afet-kriz-ve-risk-koordineli-yonetim.html>
- Çınarlı, İ. (2014). Bir kriz iletişimi yönetimi vaka analizi: Kaybolan Malezya havayolları MH370 sefer sayılı uçağı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2014(38), 95-114.
- Çınarlı, İ. (2016). *Kriz İletişimi*. Beta.
- Dökmeci, S., Manap, G. R., & Onur, M. (2021). *Çevresel Göstergeler*. https://webdosya.csb.gov.tr/db/cevreselgostergeler/haberler/cevresel_gostergeler_2021tr_son-basim-20220707145450.pdf
- Erdoğan, E., Uyan Semerci, P., Eyolcu Kafalı, B., & Çaytaş, Ş. (2022). *İnfodemi ve bilgi düzensizlikleri: Kavramlar, nedenler ve çözümler*.
- Erkal, T., & Değerliyurt, M. (2009). Türkiye'de Afet yönetimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 147-164.
- Ertuğrul, M. (2005). Orman Yangınlarının Dünyadaki Ve Türkiye'deki Durumu. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 7(7), 43-50.
- Genç, F. N. (2008). Kriz iletişimi: Marmara depremi örneği. *Selçuk İletişim*, 5(3), 161-175.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden kaçıp Giden Dünya Küreselleşme hayatımızı Nasıl Yeniden şekillendiriyor* (O. Akınhay, Çev.). Alfa.
- Gökçen, A. (2020). Afet Kavramı ve Başlıca Afet Türleri. İçinde İ. Can, *Afet Sosyolojisi* (ss. 41-57). Çizgi Kitabevi.
- Gül, S. S., & Nizam, Ö. K. (2021). Sosyal Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42; Özel sayı 1, 181-198.
- Holladay, S. J. (2009). Crisis Communication Strategies in the Media Coverage of Chemical Accidents. *Journal of Public Relations Research*, 21(2), 208-217.
- Horsley, J. S. (2016). Media Framing of Disasters Implications for Disaster Response Communicators. İçinde A. Schwarz, M. W. Seeger, & C. Auer, *The Handbook of International Crisis Communication Research* (ss. 155-164). Wiley Blackwell.
- Hyvärinen, J., & Vos, M. (2016). Communication Concerning Disasters and Pandemics Coproducing Community Resilience and Crisis Response. İçinde A. Schwarz, M. W. Seeger, & C. Auer, *The Handbook of International Crisis Communication Research* (ss. 96-107). Wiley Blackwell.
- Kadıbeşegil, S. (2022). *Salim Kadıbeşegil (@skadibesegil) • Instagram fotoğrafları ve videoları*. <https://www.instagram.com/skadibesegil/>

- Kadıoğlu, M. (2008a). Moder Bütünleşik Afet Yönetiminin Temel İlkeleri. İçinde M. Kadıoğlu & E. Özdamar, *Afet Zararlarını Azaltmanın Temel İlkeleri* (ss. 1-34). Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) Türkiye Ofisi.
- Kadıoğlu, M. (2008b). Toplumda afet Bilincini Artırma Yöntemleri. İçinde M. Kadıoğlu & E. Özdamar, *Afet Zararlarını Azaltmanın Temel İlkeleri*. JICA Türkiye Ofisi.
- Kara, T. (2020). Sosyal Medyada Kriz İletişimi: Futbol Taraftarlığı Perspektifi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 71-82.
- Karacabey, B. (2021). İklim Değişikliği Sürecinde Orman Yangınları Çalıştayı: Sonuç Bildirgesi ve Kararlar. İçinde T. Kavzoğlu, *Orman Yangınları: Sebepleri, Etkileri, İzlenmesi, Alınması Gereken Önlemler ve Rehabilitasyon Faaliyetleri* (ss. 401-420). Türkiye Bilimler Akademisi.
- Kim, S., Lariscy, R. W., & Avery, E. J. (2011). Reputation Repair at the Expense of Providing Instructing and Adjusting Information Following Crises. *International Journal of Strategic Communication*, 5, 183-199.
- Liua, W., Xuc, C.-H. L., & Xu, (Wayne) Weiai. (2018). Tweeting about emergency: A semantic network analysis of government organizations' social media messaging during Hurricane Harvey. *Public Relations Review*, 807-819.
- Marketing Türkiye. (2021, Ağustos 10). *İklim Değişikliği Raporu, İnsanlık İçin "Kırmızı Alarm" Veriyor! | Marketing Türkiye*. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/iklim-degisikligi-raporu/>
- Mavi, E. E. (2020). Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medya: 30 Ekim 2020 İzmir Depremi. *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 31-53.
- Mitroff, I. I. (1988). Crisis management: Cutting through the confusion. *MIT Sloan Management Review*, 29(2), 15.
- Müdürlüğü, T. ve O. B. O. G. (2022). *Orman Genel Müdürlüğü Faaliyet Raporu*. Tarım ve Orman Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü.
- OGM. (t.y.). *Orman Yangınları Sonrası Yapılan Çalışmalar*. Geliş tarihi 26 Aralık 2022, gönderen <https://www.ogm.gov.tr/tr/orman-yanginlari-sonrasi-yapilan-calismalar>
- Orman Genel Müdürlüğü. (t.y.). *2021—Herkes için 3 Fidan*. Geliş tarihi 07 Ocak 2023, gönderen <https://www.gelecegenefes.com/kampanyalar/herkes-icin-3-fidan>
- Orman Genel Müdürlüğü. (2022). *Orman Genel Müdürlüğü 2021 Faaliyet Raporu* (ss. 1-93). T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane-sitesi/FaaliyetRaporu/Orman%20Genel%20M%C3%BCd%C3%BCr%C3%BCr%C4%9F%C3%BC%202021%20Y%C4%B1%C4%B1%20Faaliyet%20Raporu.pdf>
- Paraanaliz. (2021). *Optimar Anketi: "Halk, orman yangınlarında en başarılı mücadeleyi halkın verdiğini düşünüyor"*. Paraanaliz. <https://www.paraanaliz.com/2021/raporlar/optimar-anketi-halk-orman-yanginlarinda-en-basarili-mucadeleyi-halkin-verdigini-dusunuyor-g-11842/>
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *Journal of health communication*, 10(1), 43-55.
- Sabah. (2021a). *AK Parti anketinden çıkan çarpıcı sonuçlar—Son Dakika Haberler*. <https://www.sabah.com.tr/gundem/2021/10/24/ak-parti-anketinden-cikan-carpici-sonuclar>
- Sabah. (2021b). *Ege ve Akdeniz için sıcak gelişme: Tehlike haritası duyuruldu—Yaşam Haberleri*. <https://www.sabah.com.tr/yasam/son-dakika-ege-ve-akdeniz-icin-sicak-gelisme-tehlike-haritasi-duyuruldu-5528383>
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public relations review*, 37(1), 20-27.
- Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2013). *Theorizing Crisis Communication*. Wiley-Blackwell.
- Shaluf, I. M., Ahmadun, F., & Said. (2003). A Review of Disaster and Crisis. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 12, 24-32.
- Sogut, Y. (2022). Ağ Toplumunda Sosyal Medya ve Parasosyal İlişki: Twitter Yorumlarında Survivor Örneği Social Media and Parasocial Relationship in Network Society: The Example of Survivor in Twitter Comments. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25, 668-681.

- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 53-64.
- Sturges, D. L. (1994). Communicating through crisis: A strategy for organizational survival. *Management communication quarterly*, 7(3), 297-316.
- Şahin, Ş. (2019). Türkiye’de afet yönetimi ve 2023 hedefleri. *Türk Deprem Araştırma Dergisi*, 1(2), 180-196.
- Ulaş, T. (2021). Kanaat Önderleri Olarak Köşe Yazarlarının Twitter Kullanımları. *Selçuk İletişim*, 1433-1463.
- UNDP Türkiye. (2021, Ağustos 13). *İklim değişikliği yaygınlaşıyor, hızlanıyor ve şiddetleniyor – IPCC | United Nations Development Programme*. UNDP. <https://www.undp.org/tr/turkiye/news/iklim-degisikligi-yayginlasiyor-hizlaniyor-ve-siddetleniyor-ipcc>
- Wang, Z., Ye, X., & Tsou, M.-H. (2016). Spatial, temporal, and content analysis of Twitter for wildfire hazards. *Natural Hazards*, 83(1), 523-540.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi. İçinde B. Yıldırım, *İletişim Araştırmalarında Yöntemler* (ss. 105-154). Literatürk Yayınları.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Faruk Yazar)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Faruk Yazar)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

How Influencer Doctors Use Social Media? A Content Analysis on Marketing Communications, Patient Privacy and Ethics

Güldane ZENGİN* 

ABSTRACT

Medical doctors have a high level of source credibility and a reputable profession. Some of them also share their expertise on social media. This led to so some doctors gaining thousands and millions of followers and becoming “influencer doctors”. Every bit of information that a medical doctor share is important for the followers. Influencers are content creators with a large social media following, and this makes them appealing for brands. Collaborations with brands are common for influencers. When it comes to influencer doctors, who have more credibility due to their profession, it can be said that they have an advantage over ordinary influencers, a power to drive their followers’ decisions. However, it is prohibited by law and regulations for medical doctors to advertise in any medium. Thus, in this study it was aimed to reveal medical doctors’ compliance with Turkish Medical Association’s rules on social media. A content analysis on 13 medical doctors’ Instagram stories was conducted. Each doctor has more than 500.000 followers and they shared a total of 565 stories. According to the findings, product promotions are most common content for the stories of these influencer doctors. They also share stories that showcase or promote their services; that contain patient information in which more than half are privacy breaches; and none included a disclosure on patient permission to reveal such information.

Keywords: Source Credibility, Influencer, Marketing, Health Communication, Social Media, Privacy, Ethics

Fenomen Hekimler Sosyal Medyayı Nasıl Kullanıyor? Pazarlama İletişimi, Hasta Mahremiyeti ve Etik Üzerine Bir İçerik Analizi

ÖZ

Kaynak güvenilirliği ve itibarı oldukça yüksek olan hekimler, sosyal medyada uzmanlık alanları ile ilgili bilgiler paylaşmaktadır. Öyle ki sosyal medyada milyonlarca takipçisi olan ve “fenomen” olarak nitelendirilen hekimler bulunmaktadır. Hekimin vereceği her bilgi, takipçiler için önem arz eder. Sosyal medyada içerik üreticisi olan fenomenler, pek çok takipçisi olmaları dolayısıyla markalar için de oldukça çekicidirler; markalar elinde odaklı bir kitle bulunduran fenomenlerle işbirliği yapmaktadır. Fenomen hekimler söz konusu olduğunda, bu kadar güvenilir bir mesleğe sahip olmaları avantajı da düşünülürse ellerinde insanları yönlendirebilecekleri büyük bir güç vardır. Ancak hekimlerin hiçbir mecrada reklam yapmalarına kanunlar, yönetmelikler ve etik kurallar ile müsaade edilmemektedir. Bu çalışmada, “Hekimler sosyal medyada yaptıkları paylaşımlarda, bu konudaki kurallara ne kadar uyuyorlar?” sorusu ile yola çıkmıştır. Bu bağlamda çalışmada içerik analizi tekniği kullanılarak 500 bin ve üzeri takipçisi olan 13 fenomen hekimin Instagram’da paylaştığı 565 hikâyesi değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmanın en çarpıcı bulguları olarak; hekimlerin içeriklerinde en çok ürün paylaşımı yer aldığı, hizmetlerinin göstermeye ya da tanıtmaya yönelik ya da övücü nitelikteki içeriklerin bulunduğu, hasta ile ilgili paylaşımlarının yarısından fazlasında hasta mahremiyetinin korunmadığı, bu paylaşımların hiçbirini için hastadan izin alındığına dair bir ibarenin olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kaynak Güvenirliği, Fenomen, Pazarlama, Sağlık İletişimi, Sosyal Medya, Mahremiyet, Etik

1. Introduction

Source credibility is an important topic for research on persuasion. Studies on source credibility suggest that people are influenced more from the sources they trust. According to Hovland and colleagues (1951-9152; 1953) two essential components of source credibility is expertise and trustworthiness (Suher, 2017, p. 305). Ohanian (1990) adds attractiveness alongside these two components.

Social media changed the way people communicate. Ease of use, low cost and ubiquity fueled user generated content, which in turn lead to the rise of social media influencers. They were called influencers, since they are mass communicators, sometimes reaching millions of followers, who have the credibility to affect and persuade. This created a golden opportunity for brands to match their products and services

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Asst. Prof., Selçuk University, guldane@selcuk.edu.tr
Article Submission Date: 30.12.2022; Acceptance Date of the Article: 02.03.2023

Citation/Atf: Zengin, G. (2023). How influencer doctors use social media? a content analysis on marketing communications, patient privacy and ethics. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 273-286. <https://doi.org/10.52642/susbed.1227295>



with the target audience of these influencers. Collaborations became common among brands and influencers. It can be said that this was a win-win situation.

Food, make up, decoration; in every category, there are influencers with many followers. Medical doctors, who enjoy having the most respected profession in Türkiye, are certainly not exempted from becoming social media influencers. However, there are many strict laws, regulations, and ethical guidelines that prevent medical doctors from conducting advertising and promotion or sharing private patient information on any medium. Turkish Medical Association (TMA) (2017), taking all the aforementioned laws and regulations into consideration, created a guide for doctors, titled “Guidelines on medical doctors’ and health institutions’ posts on electronic media”.

In this study it was aimed to reveal medical doctors’ compliance with TMA’s rules on social media. A content analysis was conducted on 565 stories of 13 medical doctors which have more than 500 thousand followers. Instagram allows two styles of sharing, one to the feed and the other as a story. Posts are shared on profile pages of Instagram users, and they stay there until the user decides to delete it. However, stories are automatically deleted in 24 hours. Since high number of stories are shared by influencers, stories, instead of posts, were the subject of this study. It should be noted that literature review revealed no studies on medical doctors’ social media usage in Türkiye.

2. Source Credibility

According to Aristoteles, a speaker’s i.e. the source of a message’s credibility can be explained by the term “ethos”, which states that individuals who are smart, successful and who have morals are regarded as credible, and credible individuals are highly persuasive (Tutar, 2014, p. 186). The view that Aristoteles’s ethos is the most powerful persuasion tool is accepted by many scholars working on rhetoric (McCroskey & Young, 1981, p. 24). Andrews and Shimp (2018, p. 228) defines credibility as “the tendency to believe or trust someone”. Kelman (1961, p. 68) states that to possess credibility, one’s statements must be considered truthful and valid. Academic research on source credibility began in the 21st century and sped up to support the United States government’s efforts on War such and influence the public (McCroskey and Young, 1981, p. 24; Umeogu, 2012, p. 112). For example, Hovland, Lumsdaine and Sheffield (1949) studied the permanence of a message originating from a source that is low on credibility. Some soldiers that were recruited were shown a film which was supportive of the allied during the World War II. Others (i.e. the control group, lacking the message) were not shown any film. It was assumed that the film was supported by a source that is low on credibility, the United States army. Attitudes toward the message was measured five days and nine weeks after the exposure. According to the results, there was a significant difference between the two groups. This phenomenon was called the “sleeper effect”, since a film sponsored by a source of low credibility was found to be more persuasive as time passed (Sternthal, Phillips, & Dholakia, 1978, p. 288).

Hovland and colleagues (1951–1952; 1953) continued to study on this topic and put forward the theory of source credibility after the war. According to this theory, credibility has two components, expertise and trustworthiness. If a source is an expert, and high on trustworthiness, it is regarded as a credible source. Messages originating from credible sources are effective on changing the minds of recipients (Suher, 2017, p. 305). Hovland and Weiss (1951, p. 647) concluded that opinion change is related to trustworthiness. It should also be noted that amongst their results were the finding that, retention of factual information was not affected by the trustworthiness of the source. The study conducted by Friedman et al. (1976) is supportive of Hovland. They state that the credibility of a source is related to trustworthiness and liking is an important trait of trust. A message from a trustworthy source can affect the consumer beliefs, ideas, attitudes and behavior in the process of internalization (Erdogan, 1999, p. 297). Ohanian (1990), studying source credibility in the context of celebrity endorsements, developed a scale with an acronym of ATE, in which he evaluated source credibility with three components called Attractiveness, Trustworthiness, and Expertise. According to Ohanian (1991, p. 52), a sources expertise is the most effective factor on purchase. Clow and Baack (2018, s. 197) lists doctors, lawyers, and accountants among experts and claim that experts enhance the credibility of informative advertising.

According to Kelman (1961, pp. 67-68) apart from credibility, there are two more source attributes: Attractiveness and means control (or power). Kelman states that “an agent possesses means control if the is in a position to supply or withhold means needed by the individual”. Andrews and Shimp (2018, p. 230) related dimensions of attractiveness as similarity, familiarity and liking. About the power attribute of the source, the authors state that power and the related compliance process is likely to occur in social media messages and personalized advertising.

3. Patient Privacy in Social Media

According to European Commission (2013, p. 12), “privacy can mean many different things in different contexts” but also “most people want to maintain control over personal information and personal communications”. Kayaalp (2018, p. 9), when discussing the evolution of the term, acknowledges the complexity of the term and mentions that privacy can be defined in terms of solitude, anonymity, autonomy, control over one’s own body and more. Richards (2022, p. 22) also discusses the complexity of the term and defines it as “Privacy is the degree to which human information is neither known nor used”.

Many researchers point to the advantages of social media in facilitating doctor-patient interaction and promoting health literacy (such as, Chauhan, George, & Coffin, 2012; Melnik, 2013; Cork & Grant, 2016; Riccio, Dumont, & Wang, 2022). There is even a case where a rare disease was identified as a result of a collaborative effort by doctors from all over the world (Melnik, 2013, p. 39). However, all of the aforementioned studies also list various problems and risks that may arise from the careless use of social media by medical doctors and cautions them to abide by ethical guidelines. It can be said that, among these problems and risks, the utmost importance belongs to patient privacy. Many researchers (e.g., Lagu, Kaufman, Asch, & Armstrong, 2008, p. 1645; Chretien, Greysen, Chretien, & Kind, 2009, p. 1314) state that, improper and unprofessional use of social media creates potential for dissemination of medical information of patients and poses a significant threat to patient privacy and confidentiality, even with de-identification. In addition, what Melnik (2013, p. 39) states should also be taken into consideration: Breaches of patient privacy on social media gets reported by the news media, and this in turn damages the reputation of health services in general. Cork and Grant (2016, p. 220) consider this as a risk, which can “undermine the public’s confidence in the medical profession”. American Medical Association (2018) states that patients must be able to trust health workers in protecting their dignity and guarding their confidential information.

General Medical Council (GMC) of the United Kingdom (2013), in their guidance for doctor’s use of social media, state that “The standards expected of doctors do not change because they are communicating through social media” and state that doctors must not use social media to discuss individual patients share identifiable information about patients. The guidance also warns about little bits of information that may seem harmless at first, but can be, when they accumulate: “Although individual pieces of information may not breach confidentiality on their own, the sum of published information online could be enough to identify a patient or someone close to them”. American Medical Association (AMA) (2018) also advises medical doctors to maintain patient privacy and not to share any identifiable patient information online. Turkish Medical Association (TMA) (2017), in their social media guide, advice against sharing any confidential information about patients. The guide advice to all the precautionary measures to protect patient privacy. Berber (2017), who is the Central Council Secretary General, states that prevention of privacy violations should be the top priority for the profession. Demir Karabulut and Yıldırım (2020, p. 55) adds that photos taken and stored in doctors personal phones, computers and cloud storage are also problematic according to Turkish Personal Data Protection Law. They stress that medical photos fall in the scope of the aforementioned law as soon as they are taken and security of the devices that store them are a matter of the utmost importance.

Kayaalp (2018, p. 15) points out to the fact that protecting patient privacy is a collaborative effort from all stakeholders. He also suggests establishing rules for monitoring privacy leaks and what to do when such leaks occur.

4. Doctors as Credible Sources on Social Media

The advance of digital technologies made enormous changes in our life. In this age, dubbed as the information age, the importance of information has increased; consequently, generation of information, access to information, sharing of information and preservation of information has become easier (Bulduklu & Şeker, 2020, p. 249). In addition, the habits, and the ways of searching for information has changed in a very short period of time. This is also true for health information. Various studies on national scale conducted in Türkiye also points out to this. The usage ratio of internet as a communication tool to reach health information was 19,9% in 2014 (Durusu Tanrıöver, Yıldırım, Demiray Ready, Çakır, & Akalın, 2014), but this ratio has risen to 48,6% in 2018. Especially with the COVID-19 pandemics, people tended to use internet more for information gathering. According to the study by Çerçi, Canöz and Canöz (2020) people used social media most to follow the latest developments and keep track of news during the pandemic.

Graffigna, Barello, Bonanomi and Riva (2017, p. 1919) states that in the studies on internet and health research, internet users are active information seekers, and they are more participative patients. These studies show that individuals that are accessing health information online are more eager to learn about treatments and also, they acquire new healthy behavior. These individuals tend to use social media more to be more conscious about health, to share their knowledge about health, and to lower their anxiety about health. It can be argued that internet can help patients gain more control of their own health i.e., improve patients' self-efficacy, and make it easier for them to participate on their own health care decisions. Individuals with self-efficacy may help to improve patient-doctor relationships (Tekin, Kaya, Demirel, & Özbek Yazıcı, 2013, p. 33). According to Zülfişkar (2014, p. 51), patients with chronic diseases who gather health information on the internet state that this information aids them or the people around them to manage their own health. In addition, some patients (such as patients with cancer) state that the information they have gathered through internet empowered their decision making and helped in their conversations with doctors. Since people search Google and social media about their illnesses and the doctors they will be seeing before making health decisions, administrations of private hospitals and clinics, and doctors with their own offices feel obliged to use social media (Öz, 2021).

The parties that are using social media to share health information are public and private institutions (such as Ministry of Health, hospitals), associations (such as Turkish Society of Cardiology, Turkish Heart Foundation), pharmacies and pharmacists, medical doctors, and students studying medicine. According to Avcı (2018, p. 50), doctors are using social media to search and discover medical information, to exchange information among colleagues, to share problems relating to their profession and to share clinical experiences. Some are contributing to the information on social media by sharing new information on a daily basis. In doctors view social media provides helpful feedback and aid in the care of patients. In addition, they state that since their patients are on social media, it is inevitable for them to be there too.

Ordinary citizens are also using social media to share their experiences and advice related to health. However, when non-experts share information on social media, this may lead to disinformation and confusion on what is true and what is not (Avcı & Avşar, 2014, p. 185). In a project by Koçer Çamurdan (2021) titled "Understanding the Spread of Misinformation in Turkey in the Context of Covid-19 from the Perspective of Media Users and Developing Preventive Action Suggestions" It was found that as the virus spread, disinformation on social media spread too. It was concluded that more than half of the media users surveyed were not checking if the COVID-19 information they were accessing was accurate.

On the other hand, social media is a space that people are using not only for information sharing but also for entertainment and sharing personal posts about their daily lives. There are some "influencers" that are one step ahead among others with their high follower counts. An author of Influencer Marketing Hub, Werner Geyser (2022), defines influencers and their characteristics as:

"Influencers in social media are people who have built a reputation for their knowledge and expertise on a specific topic. They make regular posts about that topic on their preferred social media channels and generate large followings of enthusiastic, engaged people who pay close attention to their views. Brands love social media influencers because they can create trends and encourage their followers to buy products they promote."

Some social media users have the ability and power to “influence” millions of people. Some of such users are medical doctors. Doctors are using social media, putting forward their titles as doctors, to share both health information and their personal lives. Doctors’ usage of social media, on one hand, benefits both patients and doctors, on the other hand, raise questions about ethics. This is because some doctors are not just sharing medical information, but also conducting promotional activities. As Gupta, Dorfman, Saadat, and Roostaeian (2020, p. 697) states, patients trust the products recommended by medical doctors. Conducting promotional activities is forbidden by law (Aydın, 2021). Since health is a topic that is very serious and of vital importance, the Turkish state introduced some rules and prohibitions to prevent exploitation of advertisements. In the field of health, even the word “advertising” is avoided in favor of “informing and presentation” (Özdoğan, n.d; Gürdin, 2017, p. 19).

Turkish Medical Association (TMA), is an association in which self-employed doctors are obliged to become a member (TTB, n.d.). Half of the doctors working in public health system are also members of this association. In order to prevent ethics violations, TMA published a guide called “Guidelines on medical doctors’ and health institutions’ posts on electronic media”. This guide lists what doctors can or cannot share in social media according to Law on the Practice of Medicine and Related Arts (219), Law on Turkish Medical Association (6023), Regulation on Medical Deontology, Code of ethics for medical doctors and others regulations limiting advertising on health services (TTB, 2017).

Due to the concerns such as, health services turning into a commercial commodity, misguiding with advertisements to earn more and surpass the competition, and health services not being provided as intended, advertising was prohibited by several laws and regulations. It is argued that individuals who are in need of health services, with the influence of their illnesses, are more prone to misdirection and more prone to being affected by advertising messages. Therefore, advertising in the field of health may misguide them or may affect their decision making to lead them to inappropriate treatments (Aydın, 2021).

This is especially important about influencer doctors. The profession is highly reputable in Türkiye. According to Türkiye Professional Reputation Research (2014), medical doctors have the most respected profession. In addition, according to the findings of studies on trust toward medical doctors, patients have a high level of trust on doctors (Deniz & Çimen, 2020, p. 15; Gülcemal & Keklik, 2016, p. 84; Karsavuran, Kaya, & Akturan, 2011, p. 209; Gezergün, Şahin, Tengilimoğlu, Demir, & Bayer, 2006, p. 140). The topic of trust becomes especially sensitive considering the influencer doctors with millions of followers.

Several researchers studied health professionals’ attitudes toward patient privacy. Arslan and Demir (2017) interviewed 10 health professionals and found that all the participants stressed the importance of patient privacy. The authors note that according to some of the participants information identifying patients should be kept private, however, anonymized information about the patients can be shared. Tanrıverdi and Özmen (2011) studied 87 health professionals and 500 patients and revealed that those who receive training on patient rights are more knowledgeable and answer questions about confidentiality, privacy and informing in a more conscious manner. Özata and Özer (2017) surveyed 471 participants and they also found that training about patient privacy enhances the care undertaken by health professionals. Atasever and Yücel Özçırpan (2023) interviewed 25 nursing students and found that some of the students working as interns in the perinatal field were prevented from protecting patient privacy by their senior health professionals, and their concerns were not taken into consideration. Some of the participants added that health professionals should be trained about patient privacy and physical conditions of the clinics should be adjusted for privacy. Mert Karadaş, Koç, Sayar, Şahin and Sevgi (2021) surveyed nursing students and found that 13,7% percent shared posts about their internship and among these students, 81,2% did not take permission from patients or patient companions. Another finding is, 86,7% of the students stated that privacy is being violated in social media.

5. Methodology

Advertising and promotion in the field of advertising is bound to strict rules of law, regulations and guidelines. This study aims to reveal medical doctors’ compliance with these rules on social media.

Instagram has two ways to share content: Posts and stories. Posts on an Instagram user’s profile are permanent; they are accessible until the user decides to delete it. However, stories have a 24 hour lifespan,

they are deleted automatically, unless the user decides to pin it to their profile. After story feature made its debut, many users focused their attention on it, both for personal and commercial content. Stories increase engagement and attract attention. Brands collaborate with influencers to attract more people (Ticimax, n.d.). Among influencers are medical doctors with millions of followers. The problem of this study is: Are medical doctors following rules and guidelines on what can and cannot be shared on social media?

The technique of content analysis was conducted on influencer doctors' social media content. Purposive sampling, which is one of the non-probability sampling methods, was used in this study. In non-probability sampling, instead of giving equal chance, units are selected based on their specific qualities. In purposive sampling the researcher decides on which units to include in the sample according to the study goals (Koçak & Arun, 2006, p. 26).

A list of doctors possessing more than 500 thousand followers (Boomsocial, n.d.) were obtained. Only medical doctors who share medical information and who include their title (as Dr.) in their Instagram bios were selected. Stories shared by these IDs between 24.11.2022-01.12.2022 were analyzed. It was aimed to include the days of mass discount (known as black friday or "magnificent friday" in Türkiye) when deciding on the research timeframe. Many influencers talk about these discounts before and after the day of black friday in their Instagram stories as part of their collaboration with brands.

A total of 14 doctors were selected, however, one of the doctors did not share any stories in the research timeframe. As a result, 565 stories were collected. Doctors selected for this study have high numbers of followers, so they were called "influencer doctors" and abbreviated as IDs in this study. In order to hide their identities, they doctors are given tags such as ID1, ID2 and so on.

Most of the coding scale was prepared according to TMA's guidelines on social media. These guidelines are based on the laws and regulations in Turkey. These include items about patient privacy (see Table 4 below). An item about patient permission was added among these items since posts invading patient privacy can sometimes be shared with such an explanation. However, it is not permitted to share any patient information regardless of patient permission.

Additional items to reveal more detail were written, such as the category of the products and services advertised, and the existence of sponsorship disclosure. In addition, IDs name, follower count, area of expertise, story date, story type, and content of the story was among the items. Story contents (Table 2) and promotion categories (Table 3) were not based on any previous study, they were open ended items. In order to hide the identities of the doctors, names, number of followers and area of expertise were hidden from the findings.

TMA's guidelines included an item about "sharing of a patient's personal information that are secret", however, this item was excluded from the findings, since it is not clear what counts as secret or not. It can be said that all information about a patient should be regarded as secret. Laws state that a doctor has a strict obligation to keep information secret (Büyükcay, 2004, p. 395). The guidelines also include an item about expressions that are exaggerated, misleading, misguiding, inaccurate or that can cause fear or panic. Examples for this item can be found in the administrative penalties issued by the Turkish Ministry of Trade Advertising Council (T.C. Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu Kararları, 2023). In one case, it was a doctor used a title that he did not have; in another case, it was providing unauthorized services; and in another, it was a name that is not listed in the license was used for promotion. Other examples can be found in news, where some doctors were criticized for sharing gruesome and fear inducing pictures from the operation room (Gander, 2017). As it can be seen from Table 5, there were no such content shared by IDs.

TMA's guidelines do not include an item on a disclosure of the patient's consent when a doctor shares patient information. However, patient information can only be shared if a patient gives consent, and this consent must be documented (Aşkın, 2021, p. 1369; T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013).

This study is limited to Instagram stories of medical doctors who have more than 500 thousand followers on Instagram. The stories were collected in a limited timeframe, between 24.11.2022-01.12.2022.

This study is important as it reveals what IDs share on their Instagram stories.

Research Questions:

RQ1: What does influencer doctors share on Instagram stories?

RQ2: Do influencer doctors share information about patients?

RQ3: Do influencer doctors sharing patient information, respect the patient's privacy?

RQ4: Do influencer doctors advertise or promote product and services?

6. Findings

In this study “stories” shared by medical doctors that have more than 500.000 followers on Instagram between 24.11.2022 and 01.12.2022 were examined. The Instagram accounts were limited to medical doctors who use the “Dr.” initials on their profiles and who share medical information. Since these doctors have many followers, they were called “influencer doctors” (IDs) in this study, and they were tagged as “ID1”, “ID2” and so on, to hide their identities.

Table 1. Number of Stories Shared by Influencer Doctors (IDs)

Influencer Doctor	Frequency	Percent	Influencer Doctor	Frequency	Percent
ID1	91	16,1%	ID8	89	15,8%
ID2	84	14,9%	ID9	34	6,0%
ID3	53	9,4%	ID10	4	,7%
ID4	15	2,7%	ID11	2	,4%
ID5	25	4,4%	ID12	25	4,4%
ID6	60	10,6%	ID13	52	9,2%
ID7	31	5,5%	Total	565	100,0%

Out of the 13 doctors who shared stories on their accounts, 5 were female and 8 were male. Among all the 565 stories shared, 45,8% (N= 259) were shared by females and 54,2% (N=306) by males. It can be said that the number of stories is balanced among genders. There are variations in the number of stories shared among IDs. The highest percentage is 16,1% (N=91), while the lowest percentage is down to 0,4% (N=2). Among all the stories shared by IDs, 89% (N=503) are photos, and 11% (N=62) are videos.

Table 2. Story Contents

Story contents	Responses		
	Frequency	Percent	Percent of Cases
Products	156	22,1%	27,6%
Health information	126	17,8%	22,3%
Personal stories	152	21,5%	26,9%
Events	33	4,7%	5,8%
Polls / Q&As	131	18,5%	23,2%
Service promotion / Physical environment	65	9,2%	11,5%
Patient information	44	6,2%	7,8%
Total	707	100,0%	125,1%

Stories shared by IDs were made up of various contents. Almost a quarter of the stories (22,1%, N=156) were about products. This type of content also has the highest percentage among all story contents. It is followed by personal stories (21,5%, N=152) and “polls / Q&As” (18,5%, N=131). Health information resides in the fourth place with 17,8% (N=126). Cross tabulations were conducted to reveal differences between genders. Women and men share almost same amount of stories about products, it was 51,3% for women and 48,7% for men. Similarly, the percentages among genders were very close for other types of stories.

Table 3. Promotion Categories

	Frequency	Percent	Valid Percent
Supplements	54	9,6%	45,4%
Personal care	15	2,7%	12,6%
Book	14	2,5%	11,8%
Medical products	11	1,9%	9,2%

Toy	5	0,9%	4,2%
Food	4	0,7%	3,4%
Clothing / Accessories	4	0,7%	3,4%
Language course	4	0,7%	3,4%
Detergents	2	0,4%	1,7%
Furniture	2	0,4%	1,7%
Other	2	0,4%	1,7%
Home textile	1	0,2%	0,8%
Gym	1	0,2%	0%
Total	119	21,1%	100%
Missing	446	78,9%	
Total	565	100%	

Among the 565 stories shared by IDs, 119 (21,1%) contained advertising or promotions. Supplement advice were the most shared among such promotional stories (45,4%, N=54). It is followed by personal care products like tooth paste and shampoo (12,6%, N=15), books (11,8%, N= 14) and medical products (such as a nebulizer) (9,2% N=11). Other types of products can be seen on the table. When differences among genders were analyzed, it was also found that promotional stories about supplements were shared most by male IDs (90,7% N=49).

Table 4. Items Related to Patient Privacy Based on TMA’s Guidelines

Question	Value / Total	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Are there anything about a patient in the story?	Yes	82	14,5%	14,5%	14,5%
	No	483	85,5%	85,5%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Is the privacy of the patient respected?	Yes	32	5,7%	39%	39%
	No	50	8,8%	61%	100,0%
	Total	82	14,5%	100,0%	
Are there any before-after comparisons?	Yes	33	5,8%	40,2%	40,2%
	No	49	8,7%	59,8%	100,0%
	Total	82	14,5%	100,0%	
Are there any visuals taken during treatment?	Yes	45	8,0%	54,9%	54,9%
	No	37	6,5%	45,1%	100,0%
	Total	82	14,5%	100,0%	
Can the doctor be seen with the patient’s companion?	Yes	5	,9%	6,1%	6,1%
	No	77	13,6%	93,9%	100,0%
	Total	82	14,5%	100,0%	
Can the doctor be seen with the patient?	Yes	20	3,5%	24,4%	24,4%
	No	62	11,0%	75,6%	100,0%
	Total	82	14,5%	100,0%	
Does the story disclose patient’s permission to be shared on Instagram?	Yes	0	0%	0%	0%
	No	82	14,5%	100,0%	100,0%
	Total	82	14,5%	100,0%	

Among all the 565 stories shared by IDs, 82 (14,5%) contained some information about a patient. Among these stories, none contained any disclaimer that the patient’s consent was obtained before sharing. It was found that the privacy of the patient is breached in 61% of the stories shared. Among the stories that contain patient information, 40,2% have before-and-after comparisons, 54,9% have images shot during the treatment, 24,4% have the doctor and patient in the same frame, and 6,1% have images of patient’s companion.

There are several differences among stories shared by male and female IDs. Male IDs (68,3%, N=56), in comparison with female IDs (31,7%, N=26), shared more about their patients ($\chi^2(1) = 7,718, p = 0,005$). Among all stories shared by males, 18,3% (N=56) contain patient information. This is 10% (N=26) for females. Among the stories shared by males which contain patient information, patient privacy

was not protected in 76% (N=38). Percentages are higher in almost all of the stories shared by males; they share more before-and-after images (75,8%, N=25), more images shot during the treatment (82,2%, N=37, $\chi^2(1) = 7,602$, $p = 0,006$), more images where the doctor and the patient is visible in the same frame (100%, N=20, $\chi^2(1) = 11,602$, $p = 0,001$). In addition, all the images of patients companion were shared by males (%100, N=5).

Table 5. Items Based on TMA’s Guidelines.

Question	Value / Total	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Are there any expressions in the story that are exaggerated, misleading, misguiding, inaccurate or that can cause fear or panic?	Yes	0	0%	0%	0%
	No	565	100,0%	100,0%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Are there any expressions in the story that are advertising nature?	Yes	129	22,8%	22,8%	22,8%
	No	436	77,2%	77,2%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Are there any images of the doctor’s office or medical equipment?	Yes	66	11,7%	11,7%	11,7%
	No	499	88,3%	88,3%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Are there any advices of treatment?	Yes	14	2,5%	2,5%	2,5%
	No	551	97,5%	97,5%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Are there any reviews or showcases of gratitude towards the doctor?	Yes	29	5,1%	5,1%	5,1%
	No	536	94,9%	94,9%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	

As it can be seen from the table in none of the stories, there were expressions that are exaggerated, misleading, misguiding, inaccurate or that can cause fear or panic. On the other hand, in 22,8% of the stories, there were content that are advertising or promoting something. Doctors’ office was visible in 11,7% of the stories. Treatment advice was shared in 2,5% of the stories and 5,1% contained reviews and gratitude toward the doctors.

When stories are compared according to genders, it can be seen that most of the stories that contain promotion belong to males (76%, N=98, $\chi^2(1) = 32,028$, $p = 0,000$). In addition, males also share more about their offices (77,3%, N=51, $\chi^2(1) = 16,080$, $p = 0,000$). Treatment advice was found on 9 (64,3%) of the males’ stories without a significant difference from females. However, males (51,7%, N=15) and females (48,3%, N=14) have shared almost the same number of stories that contain reviews and gratitude.

Table 6. Product Related Items.

Question	Value / Total	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Does the story contain links to non-profession related web sites?	Yes	140	24,8%	24,8%	24,8%
	No	425	75,2%	75,2%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Are there any price, campaign, discount information?	Yes	56	9,9%	9,9%	9,9%
	No	509	90,1%	90,1%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Does the doctor state that he/she advice the product?	Yes	45	8,0%	8,0%	8,0%
	No	520	92,0%	92,0%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Does the story contain someone else’s recommendation of the doctor’s products or services?	Yes	22	3,9%	3,9%	3,9%
	No	543	96,1%	96,1%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Does the story contain product advices with expressions about the doctor’s or doctor’s family members use of the product?	Yes	8	1,4%	1,4%	1,4%
	No	557	98,6%	98,6%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	
Does the story contain #işbirliği hashtag?	Yes	62	11,0%	11,0%	11,0%
	No	503	89,0%	89,0%	100,0%
	Total	565	100,0%	100,0%	

Does the story contain both advertising/promotion and a video in which the doctors present products/services themselves?	Yes	12	2,1%	44,4%	44,4%
	No	15	2,7%	55,6%	100,0%
	Total	27	4,8%	100,0%	

Links directed to web sites that are non-medical profession related can be found on 24,8% of all the stories shared. In addition, 9,9% of the stories contained price, campaign and discount information, 8% contained doctor's product advice, 3,9% contained somebody else's recommendation of the doctor's products or services (usually in the form of reposts), and 1,4% contained product advices with expressions about the doctor's or doctor's family members use of the product. Stories that contain both advertising/promotion and a video in which the doctors present products/services themselves are 2,1%. Among all the stories shared, 11% contains #işbirliği (collaboration) hashtag as a sponsorship disclosure. Male IDs were linking to external, non-medical profession related sites (such as online shopping sites) more (62,1%, N=87, $\chi^2(1) = 4,778$, $p = 0,029$) than female IDs. Stories containing price, campaign and discount information were mostly shared by males (87,5, N=49, $\chi^2(1) = 27,832$, $p = 0,000$). Males also shared more stories that include other people's recommendations 63,6% (N=14). On the other hand, females shared more stories that states they and their families use the product or the service (87,5%, N=7, $\chi^2(1) = 5,673$, $p = 0,017$). Most of the stories in which the doctor makes a product advice belongs to females (73,3%, N=33, $\chi^2(1) = 14,886$, $p = 0,000$).

According to the sponsorship disclosure guidelines published by Turkish Ministry of Trade, an influencer has to state partnerships with brands. Writing #işbirliği (collaboration) is a popular way of sponsorship disclosure. A cross tabulation between the use of this hashtag and product related stories revealed that 30,1% (N=47) of the stories included #işbirliği, while 69,9% (N=109) did not. It should also be noted that although there are other hashtags for disclosing sponsorship, such as #reklam (ad) or #ortaklık (partnership), none other than #işbirliği was found on the stories. In addition, most of the stories that include the aforementioned hashtag are shared by women (76,6%, N=36).

7. Discussion and Results

In this study, 565 Instagram stories of 13 influencer doctors' (5 female, 8 male) were analyzed. Literature review revealed that, although there are many studies on patient privacy, there are no studies analyzing social media accounts of medical doctors in Türkiye. Although this makes this study novel, it can also be said that this makes it hard to do comparisons on the findings since there are no other studies on Turkish doctors to compare. The closest study to this study is by Lagu et al. (2008) where they studied blog posts by health professionals.

In this study, out of the 565 stories shared by influencer doctors, 54,2% was shared by males and 45,8% was shared by females. Most of the shared stories consisted of photos. Among the story contents were medical information, products, personal stories, events, services promotions, polls and Q&As, patient information. Most common story content was product promotion with 22,1%. Medical information resides in the fourth place. The ratio for product promotion is almost same for both males and females.

Among all the stories, 14,5% contained information on patients, and 61% of such stories does not respect patient privacy. Although strictly forbidden by law, before-and-after comparison photos (50,2%) and photos taken during the treatment (54,9%) were present in half of the stories shared. There was no information about the consent of the patient in any of the stories. In comparison, Lagu et al. (2008), found that 42,1% of the blogs operated by health professionals included comments about patients. Among all, 17,7% were negative comments.

There were no stories that violate TMA's guideline on sharing false, exaggerated, misleading information that might cause fear and panic. This may be because influencer doctors' belief that such information would hurt images. However, advertising and promotion could be seen in 22,8% of the stories. Advertising and promotion is also prohibited according to TMA's guidelines. It should also be noted that, in 11,7% of the stories, doctor's office or medical equipment can be seen; 5,1% contain reviews of and gratitude towards the doctor that is sharing the story; 2,5% contains advice of treatment, all

of which are also prohibited. In Lagu et al.'s (2008) study, the authors found that there were promotions of health care products in 11.4% of the blog posts. In addition, Blakemore, Bayer, Smith and Grifo (2020) studied Twitter and Instagram accounts sharing information about infertility and its cure. They found that 28% of Twitter posts and 14% of Instagram posts were promotional posts, although it must be stressed that the accounts they analyzed were not limited to health professionals and they did not specify how much of these promotional posts belongs to medical doctors.

Links leading to non-profession related sites were found on 24,8% of the stories shared by IDs. Among these, the sponsorship disclosure hashtag, #işbirliği (collaboration) was present in 11%. In addition, price and campaign information (9,9%), ID advising the product himself/herself (8%), ID reposting somebody else's advice of the doctor (3,9%), and ID claiming that he/she is using the product with his/her family. The last type is mostly shared by females, and others by males.

One of the most important findings of this study is that, almost a quarter of the stories contain advertising and promotion, which medical doctors should not be sharing according to laws, regulations and guidelines. Some IDs even went as far as promoting honey and language courses themselves, adding that they have gained huge benefits from using these products and services. Even in the stories where medical information was shared, IDs could be seen promoting themselves or sharing their offices/clinic/surgery rooms.

Another important finding is that, some stories by IDs included patient information. And almost three quarters of such stories did not respect the privacy of the patient. No story had a disclaimer stating that the patient's consent was taken.

IDs that are sharing a lot of stories are self-employed; they either have a private office or a clinic. It is clear that laws and regulations put the patient first. The rules and prohibitions are there to protect patient rights and ensure doctors are practicing in accordance with professional ethics. From the perspective of the doctor who owns a clinic, it can be said that there is a need to make the doctor known to the public. However, this is not an excuse for doctors working on brand collaborations, sharing links to shopping sites, or conducting other types of advertising and promotion activities with brands. It is clear that doctors, who have a prestigious profession and high source credibility, are acting against the ethical values of their profession when they try to persuade their followers with advertising in which they promote products themselves. It might be helpful for all parties to open this topic to debate, rethink what medical doctors can share about their profession and their offices, taking patient rights and ethics into consideration. It can be suggested for researchers in this field to focus on the doctor's perspective and reveal why some doctors need so much advertising.

References

- American Medical Association. (2018). Privacy & Confidentiality. *Considerations from the AMA Code of Medical Ethics*.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Boston: Cengage Learning.
- Arslan, E. T., & Demir, H. (2017). Sağlık çalışanlarının hasta mahremiyetine ilişkin tutumu: Nitel bir araştırma. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(4), 191-220.
- Aslan, A., & Ünlü, D. G. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Aşkın, U. (2021). Hekimin sır saklama yükümlülüğü ile suçu bildirmeme suçu arasındaki ilişki. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11(2), 1368-1394.
- Atasever, İ., & Yücel Özçırpan, Ç. (2023). Öğrenci hemşirelerin gözüyle perinatal kliniklerde hasta mahremiyeti: Nitel bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 16(1), 63-78.
- Avcı, K. (2018). Hekimlerin sosyal medya kullanımı ve etik. *Türk J Public Health*, 16(1), 48-57.
- Avcı, K., & Avşar, Z. (2014). Sağlık iletişimi ve yeni medya. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 181-190.
- Aydın, S. (2021, Eylül 20). *Hekimin reklam yaşağı: Hukuki tanıtım, kapsam ve sınırlar*. Retrieved from <https://ottohukuk.com/hukuki-makaleler/hekimin-reklam-yasagi-hukuki-tanitim-kapsam-ve-sinirlar/>

- Berber, S. (2017, 02 15). *Hekimler İle Sağlık Kurum ve Kuruluşlarının Elektronik Ortamlardaki Paylaşımlarına İlişkin Kılavuz*. Retrieved from Türk Tabipleri Birliği: https://www.ttb.org.tr/yazisma_goster.php?Guid=f2e81512-8840-11e7-8318-948af52f0cac
- Blakemore, J. K., Bayer, A. H., Smith, M. B., & Grifo, J. A. (2020). Infertility influencers: an analysis of information. *Journal of Assisted Reproduction and Genetics*, 37, 1371–1378.
- Boomsocial. (n.d.). *Instagram | Sağlık Sektörü Hesapları*. Retrieved from <https://www.boomsocial.com/Instagram/UlkeSektor/turkey/saglik>
- Buldukluy, Y., & Şeker, M. (2020). Yeni medya ve değişen toplumsal değerler. In M. Şeker, Y. Buldukluy, C. Korkut, & M. Doğrul, *Bilişim teknolojileri ve iletişim: Birey ve toplum güvenliği* (pp. 243-263). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Büyükcay, Y. (2004). Hekimin sır saklama yükümlülüğü. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8(1-2), 383-396.
- Chauhan, B., George, R., & Coffin, J. (2012). Social media and you: what every physician needs to know. *Journal of Medical Practice Management*, 28(3), 206-209.
- Chretien, K., Greysen, S. R., Chretien, J. P., & Kind, T. (2009). Online posting of unprofessional content by medical students. *Journal of American Medical Association*, 302(12), 1309-1315.
- Clow, K. E., & Baack, D. E. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. New York: Pearson Education.
- Cork, N., & Grant, P. (2016). Blurred lines: the General Medical Council guidance on doctors and social media. *Clinical Medicine (Lond)*, 16(3), 219-222.
- Çerçi, Ü. Ö., Canöz, N., & Canöz, K. (2020). Covid-19 krizi döneminde bilgilendirme aracı olarak sosyal medya kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 184-198.
- Demir Karabulut, S., & Yıldırım, R. V. (2020). Tıbbi fotoğrafçılıkta etik konular. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 10(1), 47-57.
- Deniz, S., & Çimen, M. (2020). Hekimlere güven düzeyinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1, 10-16.
- Durusu Tanrıöver, M., Yıldırım, H. H., Demiray Ready, F. N., Çakır, B., & Akalın, H. E. (2014). *Türkiye sağlık okuryazarlığı araştırması*. Ankara: Durusu Tanrıöver, M., Yıldırım, H.H., Demiray Ready, F.E., Çakır, B., Akalın Sağlık-Sen Yayınları.
- Erdogan, B. Z. (1999). Celebrity endorsement: a literature review. *Journal of Marketing Management*(15), 291-314.
- European Commission. (2013). *Ethics for researchers*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Gander, K. (2017, 01 11). *The surgeons who Snapchat live operations*. Retrieved from Independent: <https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/surgeon-snapchat-video-live-operations-social-media-shafi-ahmed-bmi-teach-people-medical-healthcare-a7519976.html>
- General Medical Council. (2013). *Doctors' use of social media*. General Medical Council.
- Geyser, W. (2022, July 27). *What is an influencer? – Social media influencers defined*. Retrieved from Influencer Marketing Hub: <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/#toc-0>
- Gezergün, A., Şahin, B., Tengilimoğlu, D., Demir, C., & Bayer, E. (2006). Hastaların bakış açısıyla hekim-hasta ilişkisi ve iletişimi; Bir eğitim hastanesi örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 129-144.
- Graffigna, G., Barellio, S., Bonanomi, A., & Riva, G. (2017). Factors affecting patients' online health information-seeking behaviours: The role of the Patient Health Engagement (PHE) Model. *Patient Educ Couns.*, 100(10), 1918-1927.
- Gupta, N., Dorfman, R., Saadat, S., & Roostaeian, J. (2020). The plastic surgery social media influencer: Ethical considerations and a literature review. *Aesthetic Surgery Journal*, 40(6), 691–699.
- Gülcemal, E., & Keklik, B. (2016). Hastaların hekimlere duydukları güveni etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma: Isparta ili örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(14), 64-87.

- Gürdin, B. (2017). Sağlık hizmetleri sektöründe reklam yasağı: Uygulama örnekleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 9, 17-30.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, 635-650.
- Hovland, C. I., Lumsdaine, A. A., & Sheffield, F. D. (1949). *Experiment on Mass Communication*. Princeton: Princeton University Press.
- Instagram. (2017). *Two million monthly advertisers on Instagram*. Retrieved July 18, 2020, from Instagram: <https://business.instagram.com/blog/welcoming-two-million-advertisers>
- Karsavuran, S., Kaya, S., & Akturan, S. (2011). Hasta - Hekim İletişiminde Güven: Bir Genel Cerrahi Polikliniği Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 14(2), 185-212.
- Kayaalp, M. (2018). Patient privacy in the era of big data. *PaBalkan Medical Journal*, 35, 8-17.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *The Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57-78.
- Koçak, A., & Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(3), 21-28.
- Koçer Çamurdan, S. (2021). *Covid-19 bağlamında Türkiye'de yanlış bilgi yayılımını medya kullanıcılarının gözünden anlamak ve önleyici faaliyet önerileri geliştirmek*. Retrieved from TÜBİTAK: https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/Covid19veToplum/ozet-ozgecmis/23SUBAT/CSALONU/10.00-11.30/SuncemKOCERCAMURDAN_Ozet.pdf
- Lagu, T., Kaufman, E. J., Asch, D. A., & Armstrong, K. (2008). Content of weblogs written by health professionals. *Journal of General Internal Medicine*, 23(10), 1642-1646.
- McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research*, 16, 310-321.
- McCroskey, J. C., & Young, T. J. (1981). Ethos and credibility: The construct and its measurement after three decades. *Central States Speech Journal*, 32, 24-34.
- Melnik, T. (2013). Avoiding violations of patient privacy with social media. *Journal of Nursing Regulation*, 3(4), 39-46.
- Mert Karadaş, M., Koç, G., Sayar, G., Şahin, S., & Sevgi, T. (2021). Öğrenci hemşirelerin sosyal medya kullanımı, kullanım amaçları ve etik boyutu. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 11-21.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.
- Ohanian, R. (1991). The impact of celebrity spokesperson's perceived image on consumers' intention to purchase. *Journal of Advertising Research*, 31(1), 46-52.
- Öz, E. (2021, December 30). *Hekimler sosyal medyayı nasıl kullanmalı?* Retrieved from Independent Türkçe: <https://www.indyturk.com/node/453496/haber/hekimler-sosyal-medya%C4%B1-nas%C4%B1-kullanmal%C4%B1>
- Özata, M., & Özer, K. (2017). Sağlık çalışanlarının hasta mahremiyeti konusundaki tutumlarının incelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(1), 1-21.
- Özdoğan, G. (n.d.). *Sağlık hizmetlerinde reklam*. Retrieved from Türk Dişhekimleri Birliği: https://www.tdb.org.tr/ust_menu_yazdir.php?Id=34
- Özkan, S., Baran Aksakal, F. N., Çalışkan, D., Dikmen, A. U., Tüzün, H., Taşçı, Ö., & Ünal, S. C. (2018). *Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Düzeyi ve İlişkili Faktörleri Araştırması*. Ankara: T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü.
- Öztürk, E., Şener, G., & Süher, H. (2016). Sosyal medya çağında ürün yerleştirme: Instagram ve instabloggerlar üzerine bir içerik analizi. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 355-386.
- Riccio, I., Dumont, A. S., & Wang, A. (2022). The top 100 social media influencers in neurosurgery on Twitter. *Interdisciplinary Neurosurgery*, 29, 1-5.
- Richards, N. (2022). *Why privacy matters*. New York: Oxford University Press.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour a European outlook*. Harlow: Pearson.
- Sternthal, B., Phillips, L. W., & Dholakia, R. (1978). The persuasive effect of source credibility: A situational analysis. *The Public Opinion Quarterly*, 42(3), 285-314.

Suher, İ. K. (2017). Kaynak güvenilirliği. In A. A. Bir, & H. K. Suher, *Reklam teorileri* (pp. 295-332). İstanbul: the Kitap.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2013). *Özel sağlık kuruluşlarının bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri*. Retrieved from https://shgm.saglik.gov.tr/Eklenti/4234/0/2013-15-ozel-saglik-kuruluslarinin-bilgilendirme-ve-tanitim-faaliyetleripdf.pdf?_ta

T.C. Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu Kararları. (2023, 03 01). *2022 yılı reklam kurulu basın bültenleri*. Retrieved from <https://ticaret.gov.tr/tuketici/ticari-reklamlar/reklam-kurulu-kararlari>

Tanrıverdi, H., & Özmen, M. E. (2011). Sağlık çalışanlarının hasta haklarına ilişkin bilgi düzeylerinin hasta memnuniyetine etkisi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(3), 85-109.

Tekin, A., Kaya, E., Demirel, M., & Özbek Yazıcı, S. (2013). Güçlendirme bağlamında internetin hasta-hekim ilişkilerine etkisi. *Selçuk İletişim*, 6(1), 23-36.

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği. (2015). Retrieved June 29, 2020, from <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=20435&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>

Ticimax. (n.d.). *Instagram hikayeleri ile nasıl daha fazla trafik kazanılır?* Retrieved from <https://www.ticimax.com/blog/instagram-hikayeleri-ile-nasil-daha-fazla-trafik-kazanilir>

TTB. (2017). *Hekimler ile sağlık kurum ve kuruluşlarının elektronik ortamlardaki paylaşımlarına ilişkin kılavuz*. Retrieved from Türkiye Tabipleri Birliği: https://www.ttb.org.tr/images/stories/haberler/file/etik_ihlaller_kilavuzu.pdf

TTB. (n.d.). *Türk tabipleri birliği; Nedir? Ne yapar?* Retrieved from Türk Tabipleri Birliği: <https://www.ttb.org.tr/eweb/data/genel.php>

Tutar, H. (2014). *Sosyal psikoloji kavramlar ve kuramlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türk Tabipleri Birliği. (2017, Şubat 15). *Hekimler İle Sağlık Kurum ve Kuruluşlarının Elektronik Ortamlardaki Paylaşımlarına İlişkin Kılavuz*. Retrieved from https://www.ttb.org.tr/yazisma_goster.php?Guid=f2e81512-8840-11e7-8318-948af52f0cac

Türkiye Mesleki İtibar Araştırması. (2014). <https://tyap.net/turkiye-mesleki-itibar-skalasi-olusturuldu>.

Umegu, B. (2012). Source credibility: A philosophical analysis. *Open Journal of Philosophy*, 2(2), 112-115.

Zülfikar, H. (2014). Hastaların internet kullanımı ve elektronik ortamdaki sağlık bilgilerine erişim davranışları. *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 22(1), 46-52.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Güldane Zengin)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Güldane Zengin)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kadın Tüketicilerin Marka Tercihlerinde Yeşil Reklamların Önemi*

Esen ŞAHİN** 
Nazkhanım CHILASHVILI*** 

ÖZ

Çalışma kapsamında çevrecilik bilincine vurgu yapan reklamların, kadın tüketicilerin marka tercihlerindeki önemi değerlendirilmiştir. Araştırmanın amacı farklı kuşaklara mensup kadın tüketicilerin yeşil reklama yönelik tutumlarının ve marka tercihlerinde yeşil reklamların öneminin belirlenmesidir. Farklı kuşaklara mensup kadın tüketicilerin yeşil reklamlara karşı sergiledikleri tutumlar ve yeşil reklamların kadın tüketicilerin marka tercihlerinde nasıl bir öneme sahip olduğu çalışmanın problemi oluşturmaktadır. Çalışma nitel araştırma yöntemi izlenerek gerçekleştirilmiştir. Konya ili sınırları içinde ikamet eden ve amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiş, 13'ü Y kuşağına, 13'ü ise Z kuşağına mensup 26 kadın katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda elde edilen veriler MAXQDA Analytics Pro 2022 ile analiz edilmiştir. Analizler sonucunda Y ve Z kuşağı katılımcılarının genel olarak yeşil reklamları çevrecilik bilinci oluşturma konusundan faydalı ve gerekli buldukları fakat yeşil reklamları güvenilir ve inandırıcı bulmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kuşaklararası kıyaslama yapıldığında, yeşil reklamların, Z kuşağına kıyasla, Y kuşağı katılımcılarının marka tercihlerinde daha etkili bir belirleyici olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Yeşil Reklam, Yeşil Tüketici

The Importance of Green Advertisements in Brand Preferences of Female Consumers

ABSTRACT

Within the scope of the study, it was evaluated how brand advertisements, emphasizing environmental awareness, affect the brand preferences of female consumers. The objective of the research is to determine the attitudes of female consumers of different generations towards green advertising and the importance of green advertisements in their brand preferences. Thus, the problem of the study is what kind of attitude female consumers of different generations exhibit towards green advertisements and how green advertisements affect their brand preferences. The study was carried out by following the qualitative research method. Data obtained as a result of the interviews, conducted using the semi-structured interview technique with 26 female participants, 13 from Y and 13 from Z generation, residing in Konya province and selected by the purposeful sampling method, were analyzed with MAXQDA Analytics Pro 2022. As a result of the analysis, it was concluded that most of the generation Y and generation Z participants found green advertisements mainly useful and necessary in terms of creating environmental awareness, but they didn't find green advertisements reliable and convincing. When a cross-generational comparison is made, it is seen that green advertisements are a more effective determinant of brand preferences of generation Y participants compared to generation Z participants.

Keywords: Green Marketing, Green Advertising, Green Consumer

1. Giriş

Bilinçli bir tüketici; atıkların geri dönüştürülmesinin, çevresel kirliliğin minimize edilmesinin, su tasarrufunun, sorumlu tüketim davranışı sergilemenin ve daha birçok çevre dostu eylemin sürdürülebilir çevre için büyük bir öneme sahip olduğunun farkında olan tüketicidir. Bu bilince sahip olan her birey, tüketim kararları ve davranışlarında, gezegenin bir parçası olduğu bilinci ile hareket etmeli ve olası çevresel sorunlardan sadece kendisinin değil çevresinin ve gelecek nesillerin de etkileneceğini daima hatırlamalıdır. Sosyal bir varlık olan bireyin sorumlu tüketim noktasındaki mücadelesi ve örnek tutum-davranışları,

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'nun 14.11.2022 tarih ve 17/173 sayılı kararı ile uygun bulunmuştur.

** Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, eboztas@selcuk.edu.tr

*** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, cilasvilinaz@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 07.01.2023; Makalenin Kabul Tarihi: 11.04.2023

Citation/Atf: Şahin, E., Chilashvili, N. (2023). Kadın tüketicilerin marka tercihlerinde yeşil reklamların önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 287-302. <https://doi.org/10.52642/susbed.1230644>



uygulamaların yaygınlaşması bağlamında sürece çok önemli çevresel katkılar sağlayacaktır. Çevre dostu eylemler kapsamında sorumluluk üstlenen taraf yalnızca tüketiciler ile sınırlı kalmamalı, üretici işletmelerin ve otoritenin de bu hususta sorumluluk almalıdır. Sürdürülebilir bir çevre için sıfır atık prensibini benimseyen markalar, değer zincirinin her bir halkasında “yeşil strateji” ile süreci kurgulamaktadır. Bu bağlamda markalar; ürün, ambalaj ve etiket içeriğinin geri dönüştürülebilir olmasına özen göstermektedir. Ayrıca markalar, tüketicilerde yeşil marka imajı algısını oluşturmak, yeşil tüketim davranışını yaygınlaştırmak ve yeşil müşteri kitlesi oluşturmak adına çok önemli bir tanıtım aracı olan yeşil reklamları tercih etmektedir. Markalar, sürdürülebilirlik kavramını benimseyen, su tasarrufuna dikkat çeken, geri dönüşümü tetikleyen çevreci reklamlarla televizyon ve sosyal medya platformları aracılığı ile hedef kitleye hitap etmekte ve ürünlerini rakip markalar karşısında farklılaştırmaya çalışmaktadır. Genel çerçeveden bakıldığında, yıllarca üretim şekli ve süreci ile çok ciddi çevresel tahribata yol açan bazı işletmeler, son yıllarda özellikle çevreci reklamlarla çevreci marka imajı sergileyerek kendilerini olduğundan farklı biçimde konumlandırmaktadır. Özellikle son yıllarda yeşil pazarlama, yeşil ürün, yeşil reklam kavramları farklı alanlarda sıklıkla karşılık bulmaktadır.

Çevreci bilince sahip tüketici profiline oluşması, bu bilince sahip işletmelerin yaygınlaşmasında önemli itici bir güç faktörü olmaktadır. Bu anlamda günümüzde, “*Milenyum Kuşağı*” olarak da adlandırılan Y kuşağının yanı sıra “*Dijital Kuşak*” olan Z kuşağı da çevresel sürdürülebilirlik konusunda oldukça duyarlıdır. Bu kuşak tüketicileri, çevreci bilincini yaşamlarının farklı alanlarına yansıtmakta ve özellikle marka tercihlerinde çevresel sorunların çözümüne odaklanan, daha çevreci markaları tercih etmektedirler. Bu tüketiciler, marka tercihlerdeki bu tutumun, işletmeleri daha sürdürülebilir ve çevreci olma konusunda tetikleyici unsur olduğuna inanır (Kotler vd., 2021 b).

Çalışma kapsamında, markaların yaptığı yeşil reklamların farklı kuşaklara mensup kadın tüketicilerin satın alma alışkanlıklarında ve marka tercihinde ne derece önemli olduğu araştırılmıştır. Bu anlamda 1981-1996 yılları arasında doğan Y kuşağı ve 1997-2009 yılları arasında doğan Z kuşağı (Kotler vd., 2021b) kadın katılımcıların marka tercihlerinde çevreci reklamların önemi incelenmiş ve kuşaklar arası karşılaştırma yapılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Yeşil Pazarlama Anlayışı

Yeşil pazarlama kavramı ilk olarak 1975 yılında Amerikan Pazarlama Birliği'nin (AMA) düzenlemiş olduğu “ekolojik pazarlama” konulu seminerde tartışmaya açılmış ve literatürdeki yerini almıştır. Seminerde çevreci pazarlama kavramı, pazarlama faaliyetlerinin çevre kirliliği, enerji ve diğer kaynakların tüketimi üzerine pozitif veya negatif etkileri ile ilgili çalışmalar olarak tanımlanmıştır (Erbaşlar, 2012). Böylece “yeşil pazarlama” tanımı, kurumsal sosyal sorumluluk düşüncesine dayanarak 1970'li yıllarda gelişim sürecine başlayan toplumsal pazarlama anlayışının bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır. Kimi zaman yeşil pazarlama kavramı yerine sürdürülebilir, çevreye duyarlı ve ekolojik pazarlama kavramları da kullanılmaktadır (Alnıaçık, 2009., Alnıaçık vd., 2010). 1980'li yılların ikinci yarısında toplumun çevresel sorunlara karşı endişe ve hassasiyetlerinin giderek artmaya başlaması, bu durumun işletmeler tarafından da gündeme alınması sonucunu doğurmuştur. Özellikle Dünya Çevre Komisyonu tarafından 1987 yılında hazırlanan “Ortak Geleceğimiz Raporu” ile sürdürülebilir kalkınma kavramının temelleri atılmış, toplum ve işletmelerin çevresel konularda daha duyarlı davranmalarını sağlamak hedeflenmiştir (Aytekin, 2007). 1990'lı yıllarda ortaya çıkan ve 2000'li yıllarda küresel bir boyut kazanan kurumsal çevrecilik ve yeşil yönetim anlayışları özellikle son yıllarda önemini artırmıştır (Çavuşoğlu, 2021). Yeşil pazarlamanın gelişmesi, özellikle tüketicilerin ve üreticilerin ekolojik krizin farkında olmasıyla mümkündür. Bu gruplar davranış biçimini ve önceliklerini değiştirdiği takdirde ekolojik bilince sahip sosyal kurumlar gelişecektir (Kilbourne, 1995).

Odabaşı'na (1992) göre, ürünlerin üretim sürecinden önce başlayan ve sonrasında da devam eden tüm pazarlama faaliyetlerinde, tüketicilerin çevreci tutumlarının dikkate alındığı süreç yeşil veya çevreci pazarlama olarak tanımlanmaktadır.

Ottman (1993), yeşil pazarlamayı, tüketici ve toplum ihtiyaçlarının tatmin edilmesi, beklentilerin tespiti ve gerçekleştirilmesi sürecinde, uzun dönemde kazanç ve kârı gözeterek, çevreye karşı sorumlu tutumu benimseyen bir iş yönetim biçimi olarak tanımlamıştır.

Polonsky (1994), yeşil pazarlamayı, çevreye minimum zarar vererek tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tüm faaliyetler olarak tanımlamıştır.

Aytekin (2007), yeşil pazarlama kavramını, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını çevreye duyarlı bir biçimde karşılama faaliyetleri olarak tanımlamıştır.

Yücel ve Ekmekçiler (2008), çağdaş anlamda yeşil pazarlamayı, tüketicilerin istek ve gereksinimlerini çevreye minimum zararla karşılamaya yönelik her türlü doğa ve çevre dostu pazarlama faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Literatürdeki tüm tanımlamaların birbiri ile oldukça benzer içeriğe sahip olduğu görülmektedir. Bu tanımlamaların ortak paydasını, çevresel sorunların minimuma indirgenerek üretim sürecinin yönetilmesi bilincine dayanmak oluşturmaktadır. Yeşil pazarlama, üretim sürecindeki değişiklikler, ambalaj değişiklikleri, ürün modifikasyonu ve reklamlardaki değişimler dahil olmak üzere oldukça geniş bir faaliyet yelpazesini kapsamaktadır. Yeşil pazarlama faaliyetlerinin uygulanmasında tüketiciler, işletmeler ve hükümetler çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu anlamda tüketici bilinci ve bilimsel bilgi eksikliği, finansal kısıtlamalar, katı kuralların olmaması ve rekabetçi baskı gibi etkenler çevresel uygulamaların önündeki engeller olarak öne çıkmaktadır (Singh & Pandey, 2012).

Yeşil pazarlama uygulamalarında dört aşama söz konusudur. Yeşil hedefleme olarak adlandırılan ilk aşamada, yeşil tüketiciler için çevreci ürünler tasarlanır. İkinci aşama, yeşil stratejilerin geliştirildiği aşamadır. Üçüncü aşamada, çevreci olmayan ürünlerin üretimi durdurulur ve sadece çevreci, yani yeşil olan ürünlerin üretimi sağlanır. Dördüncü aşamada ise çevreci olmak tek başına yeterli olmamaktadır. Artık bu aşamada işletmeler her anlamda sosyal sorumluluk bilincine ulaşmıştır (Alagöz, 2007).

Ürün ambalajlarında veya markalarında yeşil renk çağrışımları kullanan işletmeler kendilerini çevre dostu işletme olarak tanıtmaktadır. Bu pazarlama stratejileri sayesinde tüketici algısını yönetmeye çalışarak pozitif sonuçlar elde etmeyi hedeflemektedirler. Bu süreçte başarı getiren en önemli etken ise sergilenen çevreci imaj ile işletme faaliyetlerinin birbiri ile uyumlu olmasıdır. Bunu ölçümlemede çevre bilinçli tüketici faktörünün varlığı önemli etkenlerdendir (Benli vd., 2017).

Yeşil pazarlamayı hedefleyen işletmelerin “yeşil” özelliklere sahip olması tek başına yeterli değildir. Bunun yanı sıra tüketicilerin de yeşil ürün tercih ederken sergiledikleri çevreci davranışları oldukça önemlidir (Ay ve Ecevit, 2005., Guntay, 2020). Bu anlamda bazı müşteriler için çevreci ve toplumsal değerlere sahip olan markalar önemli bir değere sahiptir (Kotler vd., 2021'a).

Yeşil tüketici çemberi genişledikçe, kuruluşlar da bu hedef kitleye hitap edebilecek bir pazar segmenti oluşturmaktadır. Bir bakıma işletmeler yeşil pazarlama stratejilerini kârlılık oranlarını yükseltmek için tercih etmektedir (Zinkhan ve Carlson, 1995., Kärnä vd., 2001., Çabuk vd.,2008). Bu sayede işletmeler için çevreci olmak bir tutundurma stratejisi olarak tercih edilmektedir (Benli vd., 2017).

2.2. Yeşil Tüketici Tanımı

1960'lardan beri insanlar arasında dünyanın geleceği hakkında ciddi endişeler süregelmektedir. Bu bağlamda tüketicilerin alıştıkları yaşam standartlarını sürdürmek için yeterli kaynağın bulunamama ihtimali oluşan endişeyi giderek artırmaktadır. Bu endişeye sahip tüketiciler genel anlamda “yeşil tüketiciler” olarak adlandırılmaktadır. Yeşil tüketiciler, satın alma ve tüketim sürecinden daha fazlasını düşünen tüketici konumundadır. Ayrıca, kıt kaynakların tüketilmesi ve ürünlerin geri dönüştürülmesi sorunlarıyla ilgilendirler. Yeşil tüketiciler, aynı zamanda reklamlara güvenmeme olasılıkları oldukça yüksek olan bireylerdir (Zinkhan & Carlson, 1995).

Tarihsel döngü içerisinde, özellikle kadın tüketicilerin yeşil satın alma konusunda hassas oldukları bilinmektedir. Kadın tüketiciler, tüketim eylemlerinde değer verdikleri kişileri koruyabilme ve geleceklerini güvence altına alabilme duyarlılığı ile hareket etmektedir. Bu anlamda, yeşil tüketici devrimi, doğduğu 1970'li yıllardan beri, 30 ile 49 yaş aralığındaki, ortalama bir eğitim düzeyine sahip, çocuklu kadınlar tarafından yönetilmiştir. Günümüz dünyasında ise yaygınlaşan çevreci algı artık her bireyin yeşil tüketici olma potansiyelini giderek artırmaktadır. Böylece, dünün aktivist annelerine, bugünün çevreci tutum sergileyen genç kızları da katılmaya başlamıştır (Ottman, 2011).

Yeşil tüketici ile ilgili literatürde çeşitli tanımlar mevcuttur. Bunlara göre, satın alma güçlerini kullanarak çevreye ve insan sağlığına zarar vermeyen malzemelerden oluşan, çevre dostu ürünleri tercih etmekle, kendini ve çevreyi korumayı amaçlayan kişiler “yeşil tüketici” olarak tanımlanmaktadır (Odabaşı, 1992., Boztepe,2012). Kartal ve Tatlı (2020) yeşil tüketicileri, çevresel sorunlara odaklanan ve bu sorunlarla mücadele etmeyi amaçlayan tüketici grubunu oluşturan kişiler olarak tanımlamaktadır.

Bu bağlamda çevreci tüketiciler doğayı daha az kirleten, atıkları minimize eden, geri dönüşümü mümkün olan yenilenebilir kaynak kullanımının artırılmasını destekleyen tüketiciler olarak farklılaşmaktadır. Tüketicilerin çevreci tutumları, işletme yöneticileri ve pazarlamacılar açısından da “yeşil olmayı” oldukça önemli bir hedef haline getirmektedir (Ay ve Ecevit, 2005, Güntay, 2020). Günümüzde tüketiciler daha az atık ve kirlilik, daha fazla ise geri dönüşümlü, çevreye minimum zarar veren ürünler talep etmektedir (Özkaya, 2010). Bu anlamda, yeşil tüketicilerin sayısı arttıkça kârlarını maksimize etmek isteyen işletmeler de yeşil pazarlama stratejilerini izleme yolunu seçmektedir. Aynı zamanda kuruluşlar, müşteri tabanlarının bir kısmının yeşil olduğunu anladığı zaman kendilerini çevreci işletme olarak da konumlandırabilir (Zinkhan & Carlson, 1995).

2.3. Yeşil Reklam Kavramı

Genel anlamıyla reklam, işletmelerin satış kapasitesinin artmasına katkı sağlayan bir tutundurma stratejisidir. İşletmeler reklam sayesinde tüketicilere mal ve hizmetlerini anlatabilmekte, onları bilgilendirebilmekte ve ikna etmek suretiyle de satış kapasitesini artırmaktadır (Yaman, 2014). Yücel ve Ekmekçiler’e (2008) göre yeşil reklamlar, işletmelerin veya ürünlerin çevre dostu özelliklerine vurgu yapan, çevreci tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına hitap eden mesajlardır. Daha kapsamlı olarak yeşil veya çevreci reklamcılık, kurum ve kuruluşların çevreye duyarlı biçimde davrandıklarını, çevreci mal ve hizmetler ürettiklerini, çevresel etkinlikleri desteklediklerini reklam faaliyetleriyle duyurmaları yoluyla yapılan bir tür kurumsal reklamcılık çeşididir. Bunun yanı sıra gerçek çevreci duyarlılıkla yapılan yeşil reklamlar çevre konusunda çözüm üretmekte ve tüketicilere çevresel sorumluluklarını hatırlatmaktadır (Özel, 2012., Kükrer, 2012). Bu bağlamda çevreci veya yeşil reklamlar, bilinç oluşturmak, hedef kitlenin algısını yönetmek ve markanın satın alınmasını sağlamak gibi önemli tetikleyici etkilere sahiptir. Fakat bazen de tüketiciler markaların çevreci davranışlarını öven iddialarını inandırıcı bulmamaktadır. Bu nedenle markaların çevreci oldukları konusunda tüketicilerin güvenini kazanması oldukça önemlidir. Bunu başarması durumunda çevreci reklamlar tüketim karşıtı tüketicilerin bile ilgisini çekebilmektedir (Ülker , 2021). Yeşil reklamların tüketici güvenini sağlayabilmesi ve inanılabilirliğini artırabilmesi için temel değerleri kapsayan çeşitli mesajların tüketiciye iletilmesi gerekmektedir. Bunlar aşağıda yer alan tabloda gösterilmiştir (Ottman v.d., 2006);

Tablo 1. Yeşil Reklamlarda Kullanılan Değerler ve Mesajlar

Değer	Mesaj ve İşletme/Ürün
Verimlilik ve Maliyet Avantajı	“Giyisileri yıkamak için gerekli olan enerjinin %80-85’inin suyu ısıtmak için harcadığımı biliyor muydunuz?” -Tide Coldwater Deterjanları
Sağlık ve Güvenlik	“Sizin için ve çevre için daha güvenli” -Seventh Generation Household Cleaners “20 yıldır zehirli böcek ilaçları ile mücadele ediyoruz. Belki inatçı. Sağlıklı kesinlikle” -Earthbound Farm Organic
Performans	“Çevre dostu leke çıkarıcı. H ₂ O kadar basit” -Mohawk EverSet Fibers Carpet “Enerjisini ışıktan alır, böylece sonsuza kadar çalışır. Durduramaz. Tıpkı onu kullanan insanlar gibi” -Citizen Eco-Drive Sport Watch
Statü	“Yalnız yüzünüze değil, zihnünüze de makyaj yapın” -The Body Shop “Beyni ve bilinci olan bir sandalye düşünün” -Steelcase’s think Chair
Fayda	“Ulaşılması zor mekanlar için uzun ömür” -General Electric’s CFL Flood Light

Kaynak: Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2006). Avoiding Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products. *Environment Science and Policy for Sustainable Development*, 48(5), s.32

Benerjee vd.'ne (1995) göre, reklamın “yeşil reklam” olabilmesi için aşağıda sıralanan kriterlerden bir veya daha fazlasını karşılaması gerekmektedir;

- Bir mal veya hizmet ile biyofiziksel çevre arasındaki ilişkiyi açıkça veya üstü örtülü biçimde ele almalıdır.
- Bir mala veya hizmete çok fazla öne çıkarmadan vurgu yaparak yeşil bir yaşam tarzını teşvik etmelidir.
- Çevresel sorumluluğun kurumsal bir imajını sunmalıdır.

Yeşil reklamcılığı kullanan markalar, bu reklamların yardımıyla ürün ve kurumlarının çevreye duyarlı olduğuna vurgu yapmakta ve bu sayede çevrecilik bilinci yüksek olan tüketici kitlesini marka müşterisi haline getirmeyi hedeflemektedirler. Bazı markalar bunu yaparken ürün ve kurumlarıyla ilgili bilgilerde oldukça şeffaf davranış sergilerken, bazıları ise sadece çevreci imaj sergilemekte ve yeterince bilgi paylaşmamaktadır. Böylece farklı şekilde yayınlanan yeşil reklamlara karşı, tüketiciler de farklı tepkiler sergilemektedirler (Tatlı, 2018:166). Bu bağlamda işletmelerin çevreci müşteriler arasında doğru marka bilinirliği kampanyaları yapması, müşterilerin o markayı satın alma eğiliminde bulunmalarında ve müşteri memnuniyetinin artmasında oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Tariq, 2014).

Yeşil pazarlama ve yeşil reklam faaliyetleri, bir yandan çevresel sorunlar konusunda bilinç yaratırken, diğer yandan ise yeşil ve çevreci ürünlerin tüketiciler tarafından bilinirliğini ve tüketimini sağlamaktadır. Böylece çevreci reklamlar sayesinde yaratılan çevre bilinci, tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını çevreye minimum zarar veren ürünleri tercih etme yönünde değiştirmektedir (Güntay, 2020., Özel, 2012.). Yeşil reklamların yeteri kadar inandırıcı olmasını sağlamadaki en büyük görev şeffaf iddialarda bulunan işletme yöneticilerine düşmektedir (D'Souza & Taghian, 2005).

Karne vd. 'ne (2001) göre gerçek anlamda çevreci reklamcılık, çevresel sorunlara vurgu yapan stratejilere dayanmalıdır. Aksi olduğu zaman ise bu “yeşil yıkama” olarak kendini göstermektedir. Çevresel pazarlama ilkelerinin kötüye kullanılarak, gerçekdışı çevresel iddiaların reklamlara yansıtılması “Greenwashing” yani “Yeşil Yıkama” olarak tanımlanmaktadır.

Bu bağlamda aldatıcı veya yanıltıcı olarak tanımlanan, “yeşil yıkama” içeren reklamlar, çevreci ürün satın alma güdüsüyle yüksek bedeller ödeyen tüketicilerin yeşil ürünlere olan güvenini sarsabilmektedir. Bunun sık sık tekrar edilmesi ise, yeşil ekonominin ve yeşil sanayinin gelişim sürecinin gerilemesine yol açacaktır. Bu anlamda devletin yeşil yıkama içeren, yanıltıcı reklamlara karşı yasal düzenlemeler getirerek, yayınlanmasını engellemesi bu olumsuz uygulamaların önüne geçilebilmesi için oldukça önemlidir (Güntay, 2020). Kısaca ürünle ilgili yeşil bir içerik/uygulama yoksa, örneğin kaynak kullanımı, paketlenme, enerji verimli taşıma sistemi gibi, o halde gerçek anlamda yeşil reklam da olamamaktadır (Kilbourne, 1995). Bu kapsamda yeşil reklamların kötüye kullanılma potansiyeli oldukça yüksektir (Kangun vd.,1991).

D'Souza ve Taghian' na (2005) göre, çevreci reklamlar, çevresel grup veya amaçlara bağış yapılmasını teşvik etmeli, başka bir deyişle, işletmeler önemli bir amaç için bağış yapma konusunda eksik kalmamalıdır. Böylece, bu davranış, yeşil işletmeler için güçlü bir tanıtım unsuru olabilmektedir. Ayrıca işletmelerin çevreci reklamlar sayesinde, ürünlerinin çevreci iddialarını bilimsel ve nesnel bir şekilde kanıtlaması oldukça önemlidir.

3. Literatür Taraması

Carlson vd. (1993), yeşil reklamlarda kullanılan iddiaların inandırıcılığı üzerine yaptıkları araştırma çerçevesinde, çevreci iddiaları; ürün amaçlı, işlevsel amaçlı, imaj amaçlı ve çevresel gerçeklik olarak sınıflandırmışlardır. Araştırma sonucunda, reklamların sadece %40'nın kesin olarak doğru, %42'sinin belirsiz, %18'nin ise eksik ve yalan iddialar içerdiği ortaya çıkmıştır.

Haytko ve Matulich (2008), yaptıkları araştırma sonucunda kadın tüketicilerin çevre konusunda daha duyarlı olduklarını ve bu nedenle “yeşil” ürünlere ve reklamlara karşı daha olumlu tutum sergilediklerini ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda aynı çalışmada tüketicilerin yeşil ürünleri satın almak için daha fazla bedel ödemeye istekli oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

Çabuk vd. 'nin (2008) yaptıkları araştırma sonucunda evli, genç, yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip bireylerin daha fazla yeşil tüketim alışkanlıklarına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Kükreler (2012), çevre konusunda duyarlılığı yüksek ve düşük tüketicilerin yeşil reklamlara karşı tutumunu araştırdığı çalışmasında, yüksek çevresel duyarlılığa sahip tüketicilerin yeşil reklamlardan daha çok etkilendiğini saptamıştır. Aynı zamanda bu araştırma literatürde Haytko ve Matulich (2008), D'Souza ve Taghian (2005)'in yaptığı araştırma sonucu ile örtüşmektedir. Araştırma kapsamında bir diğer sonuç ise kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre daha yüksek çevresel duyarlılığa sahip olduğu ve yeşil reklamlara karşı erkeklerin daha olumsuz tutuma sahip olduğudur.

Uluslu ve Köksal'ın (2012) çalışması da literatürdeki diğer çalışmalar ile paralellik göstermektedir. Çalışma sonucunda yeşil reklamların daha çok etkili olduğu kesimin kadın ve yüksek gelirli tüketiciler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Chen ve Chang (2013), yaptıkları araştırma sonucunda yeşil yıkama ile yeşil güven arasında negatif bir ilişki olduğunu tespit etmişler ve bu nedenle işletmelerin yeşil tüketici güvenini artırmak için yeşil yıkama faaliyetlerini azaltmaları gerektiğini savunmuşlardır.

Koçer ve Delice'nin (2016) çalışması da Kükreler'in (2012) çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Araştırma sonucunda çevre duyarlılığı yüksek tüketicilerin, çevreci reklamlara karşı daha duyarlı olduğu saptanmıştır.

Kartal ve Tatlı (2020), yaptıkları araştırmada yeşil reklamların Z kuşağı tüketicilerinin satın alma kararlarında etkili olduğu ve Z kuşağı tüketicilerinin çevreye zararlı ürün satın almama konusunda bilinçli olduğu sonucuna varmışlardır.

Çavuşoğlu (2021), yaptığı araştırma sonucunda yeşil reklamın ve yeşil marka farkındalığının yeşil satın alma davranışı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Aynı şekilde yeşil satın alma davranışının, yeşil reklamların ve yeşil marka farkındalığının yeşil müşteri tatminini olumlu yönde etkilediği araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır.

Ülker'in (2021) yaptığı araştırma sonucuna göre tüketim karşıtı bireylerin materyalizm eğilimi ile çevreci reklamlara olan tutumları, yeşil marka bilinçleri ve çevreci ürün satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca tüketicilerdeki tutumluluk eğilimi ile yeşil reklamlara olan tutumları ve çevreci ürün satın alma niyetleri arasında da anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Özetle tüketicilerin çevresel sorumluluk anlamında yeşil reklama karşı sergiledikleri tutumlar, yeşil reklamların çevresel sorunlar karşısında etkilerinin ortaya çıkarılması açısından oldukça önemlidir (Kükreler, 2012).

4. Materyal ve Metot

4.1. Yöntem

Çalışma, nitel bir araştırma olup, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması kapsamında yürütülmüştür. Durum çalışması, bir veya birkaç durumun kendi sınırları içinde detaylı incelenmesini amaçlamaktadır ve bireylerin ilgili durumu nasıl etkiledikleri ve durumdan nasıl etkilendikleri sorunsalı üzerine odaklanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018).

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme, veri kaynağı olarak nitelendirilen kişilerle yapılan görüşmelerin kayıt altına alınma tekniğidir. Görüşmeler için hazırlanan sorular açık ve kapalı uçlu olabilmektedir (Şahin, 2020). Bu çalışmada görüşme soruları açık uçlu olarak hazırlanmıştır. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı uygun olduğunu düşündüğü noktada ek sorular sorabilmektedir. Bu anlamda yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, katılımcılara görüşlerini kendi söylemleri ile ifade etme özgürlüğü vermektedir (Cohen & Crabtree, 2006). Soruların daha iyi anlaşılıp cevaplanması ve doğru verilere ulaşmak adına mülakat öncesinde pilot görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar esnasında gerek görüldüğü yerde daha derin bilgi almak amacıyla sondaj soruları sorulmuş ve verilerin kaydedilmesi amacıyla katılımcıların izni dahilinde ses kaydı alınmıştır.

Sorular hazırlanırken Haytko ve Matulich'in (2008) tüketicilerin yeşil reklama karşı tutumlarını belirlemeye yönelik geliştirdiği ölçeğin Türkçe çevirisinden yüksek lisans tezinde faydalanmış olan Bayram'ın (2019) çalışmasından yararlanılmış ve çalışmanın amaç ve kapsamı ile örtüşen sorular mülakat soruları haline dönüştürülmüştür.

Görüşmeler yapılmadan önce çalışmanın bilimsel etik kurallarına uygunluğunu denetlemek için Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'na başvuru yapılmış ve kuruldan 14.11.2022 tarih ve 17/173 sayılı karar ile onay alınmıştır. Görüşmeler gönüllülük esasına dayanılarak yapılmış ve gerçekleştirilmeden önce katılımcılardan gönüllü olur formu alınmıştır.

Çalışmanın evrenini, Konya ili sınırları içinde ikamet eden Y ve Z kuşağına mensup kadın tüketiciler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde ise amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem, araştırılan konu ile ilgili en iyi verim alınabilecek kişilere ulaşmayı hedefleyen bir örneklem yöntemidir (Bernard, 2017).

Örneklemin kadın tüketicilerden oluşmasının nedeni, yapılan ön araştırmalar ve gözlemler neticesinde ilgili örnekleme alışveriş yapma sorumluluğunun büyük oranda kadınlar tarafından üstlenildiğinin tespit edilmesidir. Bu bağlamda; alışveriş zamanı, şekli, hangi markaların tercih edileceği gibi konularda kadın tüketiciler belirleyici bir rol oynamaktadır. Ayrıca, yapılan farklı çalışmaların sonuçlarına göre erkeklere kıyasla kadın tüketicilerin alışveriş kararlarında çevresel ve sosyal kriterlere daha fazla önem verdiği ortaya çıkmıştır (Ottman, 2011). Aynı zamanda, Haytko ve Matulich (2008), Ulusu ve Köksal (2012) ve Kükreç'in (2012) yaptığı araştırma sonucunda da kadın tüketicilerin çevre konusunda daha duyarlı oldukları ve yeşil reklamlara karşı daha olumlu bir tutum sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, farklı kuşaklara göre, yeşil reklamlara karşı tutum ve marka tercihinde yeşil reklamların önemini belirlemek için, çevrecilik konusunda daha duyarlı bir tutum sergileme olasılığı yüksek olan kadın tüketiciler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

4.2. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Görüşmelere katılan katılımcılara demografik sorularla birlikte toplamda 15 soru yöneltilmiştir. Sorular 3 bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların yeşil reklama ve yeşil reklam yapan markalara karşı tutum ve düşüncelerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Son bölüm ise katılımcıların marka tercihlerinde yeşil reklamların etkili olup olmama nedenlerinin belirlenmesine yönelik sorulardan oluşturulmuştur.

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler deşifre edilmiş ve içerik analizi yapılarak MAXQDA Analytics Pro 2022 ile kodlanmış ve kodlanan yanıtlar kategorileştirilmiştir.

Kodlama, elde edilen verileri oluşturan sözcük, cümle veya paragraf gibi anlamlı bölümlerin isimlendirilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Strauss & Corbin, 1990). Kodlama, verilerin bölümlere ayrılması, kavramlaştırılması, incelenmesi, karşılaştırılması ve ilişkilendirilmesi imkânı sunmaktadır. Kategorileştirme ise içerik analizi sonucunda elde edilen kavramların belirli bir tema altında birbirleri ile ilişkilendirilerek sınıflandırılma şeklidir (Karataş, 2015).

4.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Görüşmeler Konya ili sınırları içerisinde ikamet eden, 26 kadın katılımcı ile 07.12.2022- 22.12.2022 tarihleri arasında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde, araştırma kriterlerini karşılayan ve araştırma problemi ve amacına en uygun katılımcılara ulaşmak hedefiyle amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Meslek	Gelir Durumu TL
Y/1	40	Evli	Ortaokul Mezunu	Esnaf	10000
Y/2	30	Evli	Yüksek Lisans Mezunu	Makine Mühendisi	9000
Y/3	35	Evli	Yüksek Lisans Mezunu	Esnaf Yardımcısı	4500-5000
Y/4	37	Evli	İlkokul Mezunu	Esnaf	2500
Y/5	34	Bekar	Ortaokul Mezunu	Esnaf	1500
Y/6	40	Evli	Lise Mezunu	Ev Hanımı	4250
Y/7	28	Evli	Lisans Mezunu	Ev Hanımı	4250
Y/8	29	Evli	Ortaokul Mezunu	Ev Hanımı	3000
Y/9	40	Evli	Lise Mezunu	Ev Hanımı	8000
Y/10	38	Evli	Lise Mezunu	Ev Hanımı	5000-6000
Y/11	33	Bekar	Lise Mezunu	Ev Hanımı	1500
Y/12	26	Bekar	Yüksek Lisans Öğrencisi	Öğrenci	1700
Y/13	26	Evli	Yüksek Lisans Öğrencisi	Müşteri Geliştirme Uzmanı	10000
Z/1	20	Bekar	Lise Mezunu	Ev Hanımı	7000-8000
Z/2	20	Bekar	Lisans Öğrencisi	Öğrenci	3500
Z/3	23	Evli	Lise Mezunu	Ev Hanımı	5000-6000
Z/4	21	Bekar	Lisans Öğrencisi	Öğrenci	1500-2000
Z/5	22	Bekar	Lisans Öğrencisi	Öğrenci	850
Z/6	16	Bekar	Lise Öğrencisi	Öğrenci	2000
Z/7	17	Bekar	Lise Öğrencisi	Öğrenci	10000-15000
Z/8	19	Bekar	Lise Mezunu	Ev Hanımı	4250
Z/9	17	Bekar	Lise Öğrencisi	Öğrenci	300-400
Z/10	20	Bekar	Lisans Öğrencisi	Öğrenci	7000-8000
Z/11	24	Evli	Yüksek Lisans Öğrencisi	Öğrenci	10000
Z/12	21	Bekar	Lisans Öğrencisi	Öğrenci	1000
Z/13	15	Bekar	Lise Öğrencisi	Öğrenci	5000-6000

26 kadın tüketiciden oluşan katılımcıların 13'ü Y kuşağına, 13'ü ise Z kuşağına mensup olan tüketicilerden oluşmaktadır. Tabloda Y harfi ile kodlanmış ve Y kuşağını temsil eden katılımcıların yaş ortalaması 26-40 yaş arası değişmekte ve medeni durum açısından 10 katılımcı evli, 3 katılımcı ise bekar. Katılımcıların eğitim seviyelerine baktığımızda, 1 katılımcının ilkokul, 3 katılımcının ortaokul, 4 katılımcının lise, 1 katılımcının lisans mezunu, 4 katılımcının ise yüksek lisans öğrencisi olduğu görülmektedir. Meslek açısından değerlendirildiğinde, 1 kişinin Esnaf Yardımcısı, 3 kişinin Esnaf, 1 kişinin Öğrenci, 1 kişinin Makine Mühendisi, 1 kişinin Müşteri Geliştirme Uzmanı ve son olarak ise 6 kişinin Ev Hanımı olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumu ise 1500 ile 10000 TL arası değişmektedir.

Z kuşağı katılımcıların yaş ortalaması ise 15-24 arası değişmekte ve medeni durum bakımından 11 katılımcının bekar, 2 katılımcının ise evli olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi açısından, 4 katılımcı lise, 5 katılımcı lisans, 1 katılımcı yüksek lisans öğrencisi, 3 katılımcı ise lise mezunudur. Meslek durumu yönünden ise 3 katılımcı Ev Hanımı, yani çalışmamakta, 10 katılımcı ise Öğrencidir. Son olarak katılımcıların gelir düzeyi 300 ile 15000 TL arası değişmektedir.

4.2.2. Kodların İçeriği

Tablo: 3'te ana kodlar ve kodların ifade ettiği soruların içeriğine yönelik açıklamalar yer almaktadır.

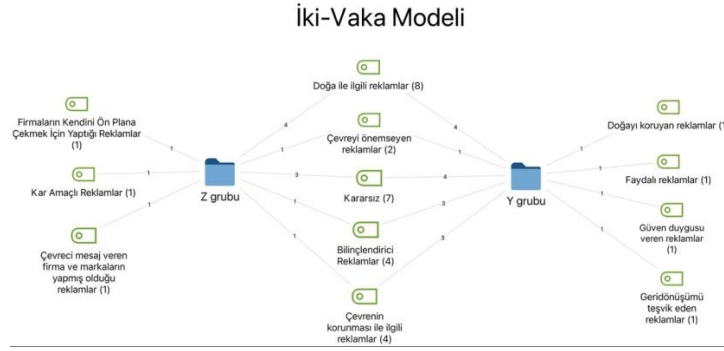
Tablo 3. Kodlar ve Kodların İçeriği

Kodlar	Kodların İçeriği
Yeşil Reklam Kavramı	Katılımcılara onların nezdinden "Yeşil Reklam" kavramını nasıl tanımladıkları sorulmuştur.
Yeşil Reklam Yapan Markalara Karşı Tutum	Katılımcılara yeşil reklam yapan markalara karşı tutumları ve onları samimi bulma konusunda nasıl bir tavır sergilediklerine yönelik sorular sorulmuştur.
Yeşil Reklamlara Karşı Tutum	Katılımcılara yeşil reklamlara karşı tutumlarını güvenilirlik, inandırıcılık, faydalılık ve gereklilik yönünden nasıl değerlendiklerine yönelik sorular sorulmuştur.
Yeşil Reklamlara Karşı İlgi	Katılımcılara yeşil reklamların onların nezdinde dikkat çekip çekmemesine yönelik sorular sorulmuştur.
Yeşil Reklamların Marka Tercihine Etkisi	Katılımcılara yeşil reklamların onların marka tercihlerinde ne tür bir öneme sahip olduğunu ve tercihlerinin nedenlerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur.

Devamında katılımcıların vermiş olduğu yanıtlara göre çeşitli alt kodlar oluşturularak kod sisteminde detaylı şekilde belirtilmiştir.

4.2.3. Yeşil Reklam Tanımlaması

Şekil:1’de her iki kuşak mensubu katılımcıların yeşil reklam tanımlamalarına yönelik analiz verileri yer almaktadır. Ortak ve farklı cevapların frekans sıklığı iki-vaka modeli ile Şekil:1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Yeşil Reklam Tanımlaması

Şemada görüldüğü üzere her iki kuşak katılımcıları farklı ve ortak cevaplar şeklinde yeşil reklama yönelik çeşitli tanımlamalar yapmıştır. En yüksek ve eşit frekans değerine sahip cevap $N=4$ ile “Doğa ile ilgili reklamlar” olmuştur. Ardından Z kuşağı katılımcıları $N=3$, Y kuşağı katılımcıları ise $N=4$ frekans değeri ile tanımlama konusunda “Kararsız” olduklarını belirtmişlerdir. Diğer ortak yanıtlar olan “Bilinçlendirici reklamlar” ve “Çevrenin korunması ile ilgili reklamlar” cevaplarını veren Z kuşağı katılımcılarının $N=1$, Y kuşağı katılımcılarının ise $N=3$ frekans değeri ile her iki yanıt için de eşit değere sahip oldukları görülmektedir. “Çevreyi önemseyen reklamlar” yanıtı ise her iki kuşak için de eşit frekans değeri olan $N=1$ ile son ortak yanıt olarak görülmektedir. Son olarak olumsuz tutum olarak “Kâr amaçlı reklamlar” ve “Firmaların kendini ön plana çekmek için yaptığı reklamlar” yanıtını veren Z kuşağı katılımcılarının frekans değerinin $N=1$ olduğu görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapıldığında ve görüşmelerde elde edilen gözlemler ekseninde, her iki kuşak katılımcıları “Yeşil reklam” kavramının onlara doğa ve çevre ile ilgili şeyleri çağrıştırdığını belirtmişlerdir.

4.2.4. Yeşil Reklam Yapan Markalara Karşı Tutum

Tablo 4’te ise katılımcıların yeşil reklam yapan markalara yönelik tutumları analiz edilmiş ve kuşak karşılaştırması yapılmıştır.

Tablo 4. Yeşil Reklam Yapan Markalara Karşı Tutum

	Z grubu	Y grubu	Toplam
Yeşil Reklam Yapan Markalara Karşı Tutum			
Bazen Samimi Buluyorum	6	5	11
Firmaların amacı farklılık gösterdiği için	2		2
Hem Çevre Hem de Kar için Yaptıklarını Düşünüyorum	2	4	6
Samimi Bulmuyorum	6	6	12
Markalar ilgi çekmek için yapıyorlar	1		1
Markalar kar elde etmek için yapıyorlar	4	4	8
Markalar ürünlerini satmak için çevreci görünmeye çalışıyorlar	1		1
Samimi Buluyorum	1	2	3
Çevreyi önemsediklerini düşünüyorum	1	1	2
TOPLAM	24	22	46
# N= Belgeler/Konuşmacılar	13 (50,0%)	13 (50,0%)	26 (100,0%)

Tabloda görüldüğü üzere her iki kuşak mensubu katılımcıların yeşil reklam yapan markalara karşı tutumlarının frekans değerleri yer almaktadır. Z kuşağı katılımcıları bu tür reklam yapan markalara karşı tutumlarını $N=6$ eşit frekans değeri ile samimi bulmadıklarını ve bazen samimi bulduklarını dile getirmişlerdir. $N=1$ frekans değeri ile yalnızca bir katılımcı samimi bulduğunu belirtmiştir. Y kuşağı

katılımcıları ise $N=6$ frekans değeri ile bu tür reklam yapan markaları samimi bulmadığını, $N=5$ frekans değeri ile bazen samimi bulduğunu ve son olarak $N=2$ ile iki katılımcı ise samimi bulduğunu belirtmiştir. Genel bir değerlendirmede, her iki kuşak mensuplarının da yeşil reklam yapan markalara karşı benzer düşüncede olduğu gözlemlenmiştir. Olumsuz tutumlarının nedeni olarak ise genellikle markaların bu tür reklamları kendi çıkarını gözeterek, kâr amacı için yaptıklarını belirtmişlerdir.

4.2.5. Yeşil Reklama Karşı İlgisi

Tablo 5'te yer alan verilerde ise katılımcıların yeşil reklama yönelik ilgi düzeyi ve nedenlerine yönelik soruların yanıtları ve frekans değerleri belirtilmiştir.

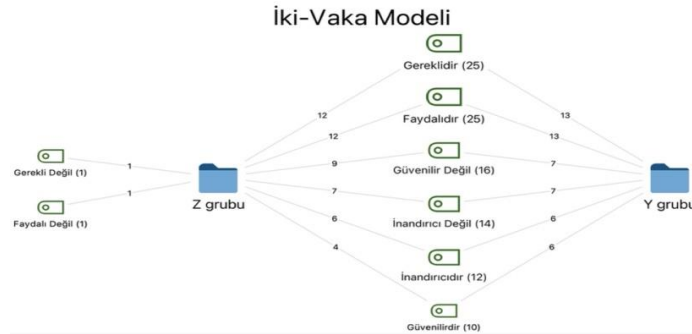
Tablo 5. Yeşil Reklama Karşı İlgisi

	Z grubu	Y grubu	Toplam
Yeşil Reklamlara Karşı İlgisi			
Bazen Dikkatimi Çeker	2		2
Dikkatimi Çekmez	3	1	4
Genellikle reklam izlemiyorum	2		2
Dikkatimi Çeker	9	12	21
Bilinçlendiğim için		1	1
Yenilenebilir enerji üzerine çalıştığım için		1	1
Canlılar ve doğa konusunda hassas olduğum için	1	1	2
Verilen çevreci mesaj dikkatimi çeker	3	7	10
İçeriği Dikkatimi çeker	3	2	5
Sadece Reklamın Görselliği Dikkatimi Çeker	1		1
Markanın yaptığı çevreci eylemlerin gösterilmesinden dolayı	2	1	3
Σ TOPLAM	26	26	52
# N= Belgeler/Konuşmacılar	13 (50,0%)	13 (50,0%)	26 (100,0%)

Tabloda görüldüğü üzere, Z kuşağı katılımcıları $N=9$, Y kuşağı katılımcıları ise $N=12$ frekans değeri ile “Yeşil reklamlar dikkatimi çeker” yanıtını vermişlerdir. Z kuşağına mensup 2 katılımcı ($N=2$) ise “Bazen dikkatimi çeker” yanıtını vermiştir. “Dikkatimi çekmez” yanıtının frekans değeri ise Z kuşağı için $N=3$, Y kuşağı için ise $N=1$ ’dir. Böylece yanıtlara dayanarak yeşil reklamların, Z kuşağı katılımcılarına nazaran Y kuşağı katılımcılarının daha çok ilgisini ve dikkatini çektiği söylenebilir. Bunun nedenini katılımcılar çoğunlukla ($N=7$) verilen çevreci mesajlara dayandırmışlardır.

4.2.6. Yeşil Reklama Yönelik Tutum

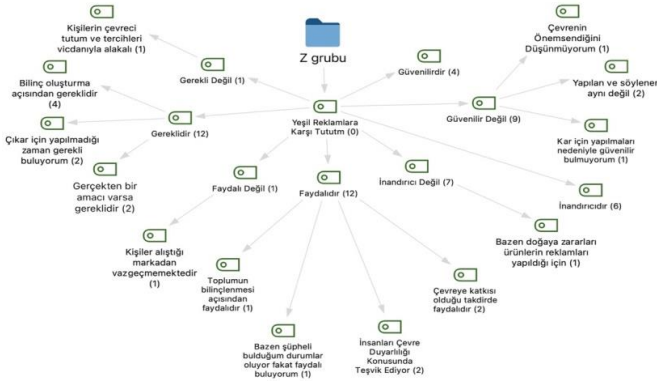
Bu kısımda katılımcıların yeşil reklamlara yönelik tutum verileri kodlanmış ve devamında iki vaka modeli ile analiz edilmiş ve aşağıda yer alan şemada gösterilmiştir.



Şekil 2’de iki vaka modeli yardımıyla Z ve Y kuşağı katılımcılarının yeşil reklamlara yönelik tutumları ve tutumların frekans değerleri gösterilmiştir. Şemada, Z kuşağı katılımcılarının ($N=12$) ve Y kuşağı katılımcılarının ($N=13$) yüksek frekans değerleri ile yeşil reklamları gerekli buldukları görülmektedir. Faydalılık konusunda sırasıyla Z kuşağı frekans değeri $N=12$ ve Y kuşağı $N=13$ ile faydalı bulduklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra Z ve Y kuşağına mensup katılımcıların yeşil reklamları eşit frekans ($N=7$) değeri ile inandırıcı bulmadıkları ve sırasıyla $N=9$ ve $N=7$ frekans değerleriyle güvenilir bulmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yeşil reklamların güvenilirliği ve inandırıcılığı konusunda olumsuz tutuma sahip

katılımcıların sayısı daha fazladır. Zinkhan ve Carlson (1995), tüketicilerin yeşil reklamlara güvenmeme olasılıklarının daha yüksek olduğu kişilerin yeşil tüketiciler olduğunu ifade etmişlerdir. Böylece bu tutumun nedeni, tüketicilerin çevreyi önemsemeleri ile ilişkilendirilebilir.

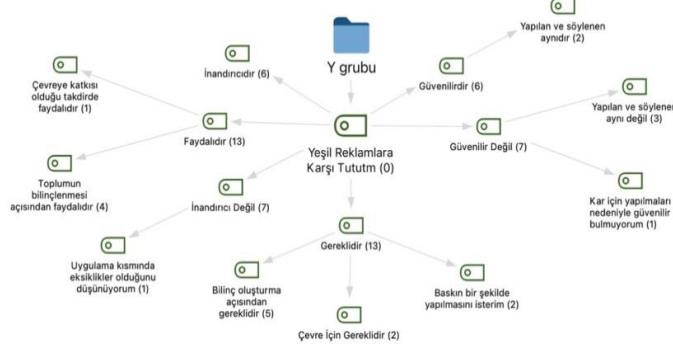
Tek-Vaka Modeli (Kod Hiyerarşisi)



Şekil 3. Yeşil Reklama Karşı Tutum Kod Şeması (Z-Kuşağı)

Şekil 3'te yer alan şemada Z kuşağı katılımcılarının yeşil reklamlara yönelik tutumları ve tutumlarının nedenleri tek-vaka modeli yardımıyla kod ve alt kod hiyerarşisi şeklinde gösterilmiştir. Şemadan görüldüğü üzere Z kuşağı katılımcılarının büyük çoğunluğu yeşil reklamları gerekli ve faydalı bulmuşlardır. Yeşil reklamların güvenilirliği ve inandırıcılığı konusunda cevaplara bakıldığında, katılımcılar arasında olumsuz tutuma sahip katılımcı sayısının daha çok olduğu görülmektedir.

Tek-Vaka Modeli (Kod Hiyerarşisi)



Şekil 4. Yeşil Reklamlara Karşı Tutum Kod Şeması (Y-Kuşağı)

Şekil:4'te yine aynı şekilde Y kuşağı katılımcılarının yeşil reklama karşı tutumları ve nedenleri tek-vaka modeli yardımıyla kod hiyerarşi şeması ile gösterilmiştir. Şemada katılımcıların yeşil reklama karşı olumlu ve olumsuz yaklaşımlarının nedenleri açıklayıcı bir biçimde yer almaktadır. Şemada görüldüğü üzere Y kuşağı katılımcılarının tamamı yeşil reklamları faydalı ve gerekli bulduklarını ifade etmişlerdir. Fakat tıpkı Z kuşağı katılımcılarında olduğu gibi burada da yeşil reklamların inandırıcılığı ve güvenilirliği konusunda olumsuz tutumda olan katılımcı sayısı daha fazladır.

4.2.7. Yeşil Reklamların Marka Tercihine Etkisi

Şekil:5'te katılımcıların marka tercihlerinde yeşil reklamların önemine yönelik iki vaka modeli oluşturulmuştur.



Şekil 5. Yeşil Reklamların Marka Tercihine Etkisi

Şemada görüldüğü üzere toplamda en yüksek frekans değerine sahip yanıt $N=13$ ile yeşil reklamların marka tercihlerinde etkili bir belirleyici olmadığı yanıtıdır. Devamında Y ve Z kuşağı katılımcılarının verdiği yanıtların detaylı görünümü Tablo 6’te yer almaktadır.

Tablo 6. Yeşil reklamların Marka Tercihine Etkisi

	Z grubu	Y grubu	Toplam
Yeşil Reklamların Marka Tercihine Etkisi			
Bazen Etkilidir	1	4	5
Yapılanla söylenen aynı ise tercihi etkiler		1	1
Fiyat konusunda uygun ve aynı zamanda çevreciyse alıyorum		1	1
Ürünün işlevi daha önemli		1	1
Bütçeme uygun olduğu zaman etkilidir	1	1	2
Etkili Değil	9	4	13
İnandırıcı bulmadığımdan dolayı	1		1
Alıştığım Markadan Vazgeçemiyorum	1	2	3
Ürünün İşlevi Daha Önemli	1		1
Güvenmediğim için	3		3
Ekonomik Nedenlerden Dolayı	5	3	8
Etkilidir	3	5	8
Özellikle temizlik,kozmetik ve gıda ürünleri alırken atkilidir		1	1
Çevreci reklam yapan markalar bana daha çekici gelir	1	1	2
Çevreci olduğum için	3	4	7
Çevresel olan herşeyi almak istiyrum	1		1
TOPLAM	30	28	58
# N= Belgeler/Konuşmacılar	13 (50,0%)	13 (50,0%)	26 (100,0%)

Verilerin analizi sonucunda oluşturulan tabloda, her iki kuşak katılımcılarının marka tercihlerinde yeşil reklamların önemine yönelik kod frekansları bulunmaktadır. Z kuşağı katılımcıları $N=9$ frekans değeri ile marka tercihlerinde yeşil reklamların etkili bir faktör olmadığını, $N=3$ frekans değeri ile etkili olduğunu ve son olarak $N=1$ frekans değeri ile bazen etkili olduğunu belirtmişlerdir. Y kuşağı katılımcıları ise Z kuşağı katılımcılarından farklı olarak, $N=5$ frekans değeri ile marka tercihlerinde yeşil reklamların etkili bir faktör olduğunu, $N=4$ eşit frekans değerleriyle ise etkili olmadığını ve bazen etkili olduğunu belirtmişlerdir. Genel olarak değerlendirildiğinde Y kuşağı katılımcılarından farklı olarak Z kuşağı katılımcıları marka tercihlerinde yeşil reklamların etkili bir belirleyici olmadığını belirtmişler ve bunun nedenini daha çok ($N=5$) ekonomik kısıtlara dayandırmışlardır.

5. Sonuç

Zinkhan ve Carlson’ın (1995) da ifade ettiği üzere insanlar 1960’lı yıllardan beri dünyanın geleceği konusunda endişe duymaktadırlar. Günümüzde de bu endişe her geçen gün küresel bir boyutta daha da artmaktadır. Fakat ne yazık ki bu durum sadece endişe olarak kalmamakta ve ciddi çevresel sorunların varlığı gözle görülür seviyelere ulaşmaktadır. Bu nedenle üretimin ve tüketimin çevresel sorumluluk ilkesiyle, bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmesi ve yapılan tüm eylemlerin çevreye ve canlılara minimum zararlar sonuçlanması oldukça önemlidir. Yapılan her eylem domino taşı etkisiyle diğer unsurları da etkileyebilir. Bu anlamda önemli görevlerden biri işletmelerin üzerine düşmektedir. Günümüzde artık bazı işletmeler çevresel sorunların ciddiyetinin farkında ve çevreci tüketicileri de müşteri tabanına dahil etmek için çevreci marka olma yolunda ilerlemektedir. Çevrecilik markalar için bir nevi tutundurma politikası olarak tercih edilmektedir ve çevreci markalar bu iddialarını tüketicilere yeşil/çevreci olarak isimlendirilen reklamlarla yansıtmaktadır. Yeşil reklamlar, markaların çevreci iddialarını yansıtan, çevresel sorunlara

dikkat çekmeyi amaçlayan reklamlar olarak tanımlanır. Fakat tüketiciler yeşil reklamlara karşı olumlu ve olumsuz olmak üzere çeşitli tutumlar sergilemektedir.

Çalışma kapsamında, katılımcıların yeşil reklam yapan markalara yönelik tutumları değerlendirildiğinde, Z kuşağı katılımcılarının eşit frekans değeri ile yeşil reklamları bazen samimi buldukları ve samimi bulmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Y kuşağı katılımcıları da kendi içinde yüksek frekans değeri ile bu tür markaları samimi bulmadıklarını dile getirmişlerdir. Bu anlamda her iki kuşak açısından yeşil reklam yapan markalara karşı olumsuz tutum söz konusu olmaktadır. Olumsuz tutumlarının nedeni olarak ise markaların yalnızca kendi çıkarları için yeşil reklam yaptıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların yeşil reklamlara karşı ilgileri değerlendirildiğinde, her iki kuşak katılımcılarının çoğunluğu yeşil reklamların dikkatlerini çektiğini belirtmişlerdir. Kuşaklar arası kıyaslama yapıldığında, bu yanıtı veren Y kuşağı katılımcı sayısının Z kuşağı katılımcılarına göre daha çok olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tüketicilerin yeşil reklamlara karşı tutumlarını belirlemek amacıyla yöneltilen sorulara ise Y ve Z kuşağı katılımcılarının çoğunluğu çevreci bilinç oluşturma açısından yeşil reklamları gerekli ve faydalı buldukları, fakat bu tür reklamları inandırıcı bulmadıkları ve bu içeriklere güvenmedikleri yanıtlarını vermişlerdir.

Katılımcıların marka tercihinde yeşil reklamların önemini belirlemek amacıyla yöneltilen sorulara, Z kuşağı katılımcılarının çoğunluğu yeşil reklamların marka tercihlerinde etkili bir faktör olmadığı, Y kuşağı katılımcılarının çoğunluğu ise aksine yeşil reklamların kendi marka tercihlerinde etkili bir faktör olduğu yanıtını vermişlerdir. Ayrıca Y kuşağı katılımcıları eşit frekans değeri ile “Bazen etkilidir” ve “Etkili değil” yanıtını vermiştir. Bu anlamda Y kuşağı katılımcılarında kararsızlık gözlemlenmiştir. Sonuç olarak verilen yanıtlar ekseninde iki kuşak arasında kıyaslama yapıldığında, Y kuşağı katılımcılarından farklı olarak, Z kuşağı katılımcılarının marka tercihinde yeşil reklamların öneminin daha düşük olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Z kuşağı katılımcıları yeşil reklamları marka tercihlerinde etkili bir faktör olarak görmemelerinin nedenini daha çok ekonomik kısıtlara ve bu tür reklamlara güven duymamaları ile ilişkilendirmişlerdir. Y kuşağı katılımcıları ise marka tercihlerinde yeşil reklamları etkili bir faktör olarak görmelerini, çevreci bir tüketici olmalarına dayandırmıştır.

Nitel çalışmaların yapısı gereği sonuçların genellenmesi zordur ve bundan dolayı sonuçların geniş bir evreni temsil etmesi imkansızdır (Şahin, 2020). Sonuçların sadece katılımcıları kapsamı ve geniş evreni temsil etmemesi araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Bu anlamda gelecekte yapılacak olan çalışmalar için bu tür araştırmaların farklı kuşaklar arasında ve geniş örneklem çerçevesinde yapılması önerilmektedir.

6. Extended Abstract

The understanding of sustainability, which is one of the most important issues today, pushes various brands to follow a path in line with this purpose. Especially in today's living conditions, the increasing pollution of nature is not welcomed by consumers with environmental awareness. Environmentally conscious consumers push brands to display a different image with these attitudes. Thus, brands prefer green advertisements in order to convey their environmental messages to consumers. However, consumers can often be suspicious and have a negative attitude towards such brand advertisements. The reason for this is that the brands, that contribute to the pollution of nature by manufacturing, try to appear environmentalist, but are not completely environmentalist. This situation is also defined as “green washing” in the literature.

In this sense, the problem of the study is how women consumers behave towards green advertisements and how they are affected by green advertisements in their brand preferences.

The first aim of the study is to determine the attitudes of female consumers towards green advertising, which emphasizes environmentalism and sustainability awareness. The other purpose is to determine the level of being affected by green advertisements in brand preferences within the framework of these attitudes. Thus, in line with these purposes, it will be possible to determine how women consumers evaluate such environmental advertisements made by brands. In particular, consumer attitudes about the credibility, reliability, usefulness and necessity of green advertisements give clues in terms of their positive or negative approach towards such advertisements.

The study was carried out by following the qualitative research method. The research was conducted face-to-face using semi-structured interview technique with female participants selected by using purposive sampling method within the Konya province. The advantage of the interview technique is that

the participants get the chance to give broad answers to the given questions, and thus they can express their opinions in a comprehensive way. Based on previous studies, the sample of the study consists of female consumers with higher environmentally friendly potential. Thus, in order to compare their attitudes towards green advertisements, it is aimed that the participants consist of female consumers from different generations. Interviews were held between 07.12.2022 and 22.12.2022 with a total of 26 female participants, 13 of whom are from the Y generation and 13 from the Z generation.

The data obtained as a result of the interviews with the participants on different days and hours were coded as main and subcode and analyzed descriptively in the MAXQDA Analytics Pro 2022 program, which is a qualitative data analysis program.

Within the scope of the study, when the attitudes of the participants towards the brands that make green advertisements are evaluated, it is concluded that Z generation participants sometimes find it sincere with equal frequency value and sometimes they don't. Y generation participants also expressed that they don't find such brands sincere with the same frequency weight. In this sense, there is a negative attitude towards green advertising brands for both generations. As the reason for their negative attitudes, they stated that brands only advertise green for their own benefit.

When the participants' interest in green advertisements was evaluated, both generations of participants stated that green advertisements mainly attracted their attention. When the intergenerational comparison is made, it is concluded that there are more Y generation participants who gave this answer compared to Z generation participants.

As a result of the analysis, it was concluded that the Y and Z generation participants found green advertisements mainly useful and necessary in terms of creating environmental awareness, but they did not find green advertisements reliable and convincing. In this sense, it is observed that both generations have the same attitude towards green advertisements.

In brand preference, it was concluded that the Z generation participants were less affected by green advertisements compared to the Y generation. Generation Z respondents based their answers mainly on economic constraints and their distrust of such advertisements, while generation Y respondents based on their environmentalism.

Keywords: Green Marketing, Green Advertising, Green Consumer

Kaynakça

Alagöz, B. S. (2007). Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*(11).

Alnaçık, Ü. (2009). Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(18), 48-79.

Alnaçık, Ü., Yılmaz, C., & Alnaçık, E. (2010). Reklamlarda Çevreci İddialar ve Reklam Etkililiği: Basılı Reklamlar Üzerinde Deneysel Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-106.

Aytekin, P. (2007). Yeşil Pazarlama Stratejileri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 1-20.

Bayram, H. (2019). *Tüketicilerin Yeşil Reklamlara Yönelik Tutum ve Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkiler*. Yüksek Lisans Tezi. Giresun Üniversitesi.

Benerjee, S., Gulas, C. S., & Iyer, E. (1995). Shades of Green: A Multidimensional Analysis of Environmental Advertising. *Journal of Advertising*, 24(2), 21-31. doi:<https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673473>

Benli, T., Karaosmanoğlu, K., & Taş, Ö. (2017). Çalışan Bireylerin Yeşil Ürün Reklamlarına Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörlerin Demografik Özelliklerine Göre Farklılıkları. *Business & Management Studies: An International Journal*, 5(4), 235-256. doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v5i4.194>

Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. New York: Altamira Press.

Boztepe, A. (2012). Boztepe, A. (2012). Green Marketing and its Impact on Consumer Buying Behavior. *European Journal of Economic & Political Studies*, 5(1). *European Journal of Economic and Political Studies*, 5(1).

- Canan, A. Y., & Ecevit, Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler. *Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/ Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(10).
- Carlson, L., Grove, S. J., & Kangun, N. (1993). A Content Analysis of Environmental Advertising Claims: A Matrix Method Approach. *Journal of Advertising*, 22(3).doi: <https://doi.org/10.1080/00913367.1993.10673409>
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489-500.
- Cohen, D., & Crabtree, B. (2006). *Qualitative Research Guidelines Project*. (RWJF, Prodüktör) <http://www.qualres.org/HomeSemi-3629.html> adresinden alındı
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B., & Keleş, C. (2008). Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çavuşoğlu, S. (2021). Yeşil Reklam ve Yeşil Marka Farkındalığının Yeşil Müşteri Tatmini Üzerindeki Etkisi: Yeşil Satın Alma Davranışının Aracılık Rolü. *Gaziantepe University Journal of Social Sciences*, 20(3), 1355-1374. doi: <https://doi.org/10.21547/jss.893209>
- D'Souza, C., & Taghian, M. (2005). Green Advertising Effects on Attitude and Choice of Advertising Themes. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 17(4), 51-66. doi: <https://doi.org/10.1108/13555850510672386>
- Erbaşlar, G. (2012). Yeşil Pazarlama. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 1(2), 94-101.
- Güner, U. (2020). *Çevresel Sürdürülebilirlik*. 5 Ocak 2023 tarihinde https://books.google.com.tr/books/about/Çevresel_Sürdürülebilirlik.html?id=g9rNDwAAQBAJ&redir_esc=y adresinden alındı
- Güntay, G. Y. (2020). Yeşil Reklamlarda Tüketicinin Bilinçlendirilmesine Yönelik Çevreci Söylemlerin Analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13(2), 501-533.
- Haytko, D. L., & Matulich, E. (2008). Green Advertising and Environmentally Responsible Consumer Behaviors: Linkages Examined. *Journal of Management and Marketing Research*, 1.
- Kangun, N., Carlson, L., & Grove, S. J. (1991). Environmental Advertising Claims: A Preliminary Investigation. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 47-58.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kartal, A., & Tatlı, E. (2020). Yeşil Reklamların Z Kuşağı Tüketicilerin Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi. *6(1)*, 208-224.
- Köksal, D. (2011). Yüksek Lisans Tezi. *Çevrecilik ve Yeşil Reklama Yönelik Tutum*. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Marka İletişimi Yönetimi.
- Kükreler, Ö. (2012). Tüketicilerin Çevresel Sorumluluklarının Yeşil Reklama Yönelik Tutumlarına Etkisi: Eskişehir Örneği. *Journal of Yasar University*, 7(26), 4505-4525.
- Kärnä, J., Juslin, H., Ahonen, V., & Hansen, E. (2001). Green Advertising: Greenwash or a True Reflection of Marketing Strategies? *Greener Management International*(33), 59-70.
- Kilbourne, W. E. (1995). Green Advertising: Salvation or Oxymoron? *Journal of Advertising*, 24(2), 7-20. doi: <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673472>
- Koçer, L. L., & Delice, T. (2016). Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumların Çevresel Duyarlılığa Etkisi: Çevresel Kaygının Aracılık Rolü. *Humanities Sciences*, 11(2), 112-139. doi: <http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.2.4C0206>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021 b). *Pazarlama 5.0: İnsan için Teknoloji*. (T. Gezer, Çev.) İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi Yayınları.
- Kotler, P., Hermawan, K., & Setiawan, I. (2021 a). *Pazarlama 4.0*. (S. Talay, Dü., & N. Özata, Çev.) İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Odabaşı, Y. (1992). Yeşil Pazarlama: Kavram ve Gelişmeler. *Pazarlama Dünyası*, 6(36), 4-9.
- Ottman, J. A. (1993). *Green Marketing: Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*. Chicago: NTC Business Books.

Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2006). Avoiding Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products. *Environment Science and Policy for Sustainable Development*, 48(5), 22-36.

Ottman, J. A. (2011). *The New Rules of Green Marketing : Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. Berrett-Koehler Publishers.

Özel, A. P. (2012). Çevresel Reklamlarda Yasal Düzenlemeler ve Etik Tartışmaları. *Akdeniz İletişim*.

Özkaya, B. (2010). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar . *Öneri Dergisi* , 9(34), 247-258.

Polonsky, M. J. (1994). An Introduction to Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2). doi: <https://doi.org/10.5070/G31210177>

Singh, P. B., & Pandey, K. K. (2012). Green Marketing: Policies and Practices for Sustainable Development. *Integral Review- A Journal of Management*, 5(1), 22-30.

Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage Publications.

Şahin, E. (2020). Nitel Araştırma Süreci ve Desenleri . Editör: M. Zerenler , *Pazarlamanın Nitel Çağı: Araştırma Desenleri, Kuramlar ve Uygulamalar*. (s. 41-69). Konya: Çizgi Kitabevi.

Tariq, M. Z. (2014). Impact of Green Advertisement and Green Brand Awareness on Green Satisfaction with Mediating Effect of Buying Behavior. *Journal of Managerial Sciences*, 8(2), 274-286.

Tatlı, E. (2018). Çevreci Tüketicilere Ulaşmaya Çalışan Bir İletişim Yöntemi Olarak Yeşil Reklamcılık: Kuramsal Bir Çerçeve. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 165-178.

Ulus, Y., & Köksal , D. (2012). Yeşil Reklama Yönelik Tutum: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*, 7(27), 4642 - 4669. doi: 10.19168/jyu.85414

Ülker , Y. (2021). Tüketim Karşıtı Bireylerin Çevreci Reklamlara Olan Tutumları. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(2), 784-804. doi: <https://doi.org/10.18094/josc.877887>

Yaman, F. (2014). Reklamlarda Kullanılan Renkler ve Gazete Reklamlarının Nitel Analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(38), 44-55.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yücel, M., & Ekmekçiler, Ü. S. (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım: Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 320-333.

Zinkhan, G. M., & Carlson, L. (1995). Green Advertising and the Reluctant Consumer. *Journal of Advertising*, 24(2), 1-6. doi: <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673471>

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Esen Şahin)%50/(Nazkhanım Chilashvili)%50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Esen Şahin)%50/(Nazkhanım Chilashvili)%50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kamusal Halkla İlişkilerde Sosyal Medya: Milli Eğitim Bakanlığı'nın Öğretmenlikte Kariyer Basamakları Çalışmasına İlişkin Bir Duygu Analizi Araştırması

Havva Nur TARAKCI* 

ÖZ

Bir sosyal medya aracı olarak Twitter, kamusal halkla ilişkiler sürecini daha etkili ve denetlenebilir hale getirmektedir. Kamusal halkla ilişkilerde, kurumların hedef kitleleriyle Twitter üzerinden geniş çaplı iletişim kurabildikleri görülmektedir. Bunun yanında, Twitter'da hedef kitlenin de kendi içeriğini oluşturabilmesi, kamu kuruluşlarının mesajlarına tepki verebilmesi olağan hale gelmiş, kendilerini ilgilendiren olumlu veya olumsuz herhangi bir durumda kamuoyu oluşturarak gündem belirleyebilmeleri imkanı doğmuştur.

Bu çalışma kapsamında Milli Eğitim Bakanlığı'nın Öğretmenlik Meslek Kanunu çalışmaları esnasında öğretmenlikte kariyer basamakları uygulamasının hedef kitleye nasıl yansıdığı araştırılmaktadır. Bu çalışmanın birincil hedef kitlesi konumundaki öğretmenlerin Twitter platformundaki tepkileri, duygu analiziyle araştırılmış ve elde edilen veriler sunulmuştur. Araştırma kapsamında, Öğretmenlik Meslek Kanunu çalışmalarının yürütüldüğü zaman aralığı, 1 Aralık 2021 – 24 Kasım 2022 tarihlerini kapsayan dört dönem olarak ele alınmıştır. Çalışmada kullanılan veri seti, Twitter API ile dört döneme ayrılan ve her dönemden 2500'er tane rastgele çekilen ancak ilgili kanuna ilişkin birtakım etiketlerle sınırlandırılan toplam 10.000 tweetten oluşmaktadır. Verilerin toplanması, kaydedilmesi, işlenmesi, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi sürecinde Orange programı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, Twitter'ın kamusal halkla ilişkilerdeki önemi ve veri işlemenin kamusal halkla ilişkiler politikalarının şekillenmesindeki etkin rolü açıkça görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kamusal Halkla İlişkiler, Sosyal Medya, Twitter, Duygu Analizi, MEB, Öğretmenlik Meslek Kanunu, Öğretmenlikte Kariyer Basamakları

Social Media in Public Public Relations: A Sentiment Analysis Research on Ministry of National Education's Study of Career Steps in Teaching

ABSTRACT

As a social media tool, Twitter makes the public relations in public institutions process more effective and controllable. In public relations in public institutions, it is seen that institutions can communicate widely with their target audiences via Twitter. In addition, it has become commonplace for the target audience to create their own content and to react to the messages of public institutions on Twitter, and it has become possible for them to set the agenda by forming public opinion in any positive or negative situation that concerns them.

Within the scope of this study, it is investigated how the application of career steps in teaching is reflected on the target group during the studies of the Ministry of National Education's Teaching Profession Law. The reactions of the teachers, who are the primary target audience of this study, on the Twitter platform were investigated by sentiment analysis and the data obtained were presented. Within the scope of the research, the time period in which the Teaching Profession Law studies were carried out was considered as four periods covering the dates 1 December 2021 – 24 November 2022. The dataset used in the study consists of a total of 10,000 tweets, which are divided into four periods with the Twitter API and 2500 randomly drawn from each period, but limited to some tags related to the relevant law. Orange program was used in the process of collecting, recording, processing, analyzing and visualizing the data. As a result of the study, the importance of Twitter in public relations in public institutions and the effective role of data processing in shaping public relations in public institutions policies have been clearly seen.

Keywords: Public Relations in Public Institutions, Social Media, Twitter, Sentiment Analysis, Ministry of National Education, Teaching Profession Law, Career Steps in Teaching

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, hnuryildirim@selcuk.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 07.01.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 22.02.2023

Citation/Atf: Tarakçı, H. N. (2023). Kamusal halkla ilişkilerde sosyal medya: milli eğitim bakanlığı'nın öğretmenlikte kariyer basamakları çalışmasına ilişkin bir duygu analizi araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 303-320. <https://doi.org/10.52642/susbed.1231033>



1. Giriş

Halkla ilişkilerde belirli hedeflere ulaşmak için iletişim stratejilerinin kullanılması önem arz eder. Bir kuruluş ile paydaşları arasındaki iletişimi yönetme çabaları olarak tanımlanan halkla ilişkilerde medya ilişkileri, kriz yönetimi ve kurumsal iletişim gibi uygulama alanlarının gücü, başarılı iletişim çabalarıyla artabilir. Nitekim halkla ilişkilerde, bir kuruluş için olumlu bir itibarı oluşturabilmek ve sürdürülebilmek öncelikli amaçlardandır. Bu durum, kamusal halkla ilişkiler için de aynı şekilde işlemektedir. Kamusal halkla ilişkilerde, genel kitleye yönelik iletişim çabaları söz konusudur. Bu iletişim çabaları arasında, haberler, basın toplantıları, kurumsal reklamlar, duyurular yer alırken; günümüzde sosyal medya gönderileri ön plana çıkmaktadır. İnsanları belli bir konu ya da durum hakkında bilgilendirmeyi, eğitmeyi veya ikna etmeyi hedefleyen kamusal halkla ilişkilerde sosyal medya önemli işlevler üstlenmekte ve kurumun hedef kitleleriyle iletişim kurmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, hedef kitleye yönelik sunulan mesajların geniş çaplı kitlelere kısa zamanda ulaşmasında ve etkisinin artırılmasında son derece etkili olabilmektedir.

Bu çalışma, bir sosyal medya aracı olarak Twitter'ın kamusal halkla ilişkilerde kullanımı bağlamında yapılmıştır. Twitter özelinde, Milli Eğitim Bakanlığı'nın Öğretmenlik Meslek Kanunu çalışmaları esnasında öğretmenlikte kariyer basamakları uygulamasının hedef kitleye nasıl yansıdığı ve onlardan nasıl tepkiler alındığı araştırmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışmanın teorik kısmında, kamusal halkla ilişkilerin bir tanımlaması yapılmış ve kamusal halkla ilişkiler ve sosyal medya ilişkisine değinilmiştir. Daha sonra, Milli Eğitim Bakanlığı ve Öğretmenlikte Kariyer Basamakları ile ilgili kısaca bilgi verilmiştir. Kamusal halkla ilişkilerde Twitter'ın rolü tartışılmış ve bu bağlamda yapılan duygu analizine ilişkin bilgi verilmiştir ve çalışmanın uygulama kısmına geçilmiştir. Bu kısımda, çalışmanın birincil hedef kitlesi konumundaki öğretmenlerin Öğretmenlikte Kariyer Basamakları ile ilgili olarak Twitter platformundaki tepkileri, duygu analizi araştırmasıyla incelenmiş ve elde edilen veriler yorumlanarak sunulmuştur.

Kamusal halkla ilişkilerde dijital teknolojilerin kullanımına yönelik çalışmalara literatürde rastlansa da kamusal halkla ilişkiler ve sosyal medya ilişkisini duygu analiziyle ele alan çalışmaların sınırlı olarak yer aldığı görülmektedir. Araştırma sonuçlarının hem kamusal halkla ilişkilerde sosyal medyanın kullanımı hem de hedef kitlenin görüş ve beklentilerinin yansıtılmasında sosyal medyanın ve veri analizinin etkisinin anlaşılması noktasında literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Kurum ve kuruluşlar arasında en çok tercih edilen sosyal medya platformu %91 ile Twitter'dır (PRCA, 2018). Çalışma, bu bakış açısıyla, kamusal halkla ilişkilerde sıklıkla kullanılan bir sosyal medya aracı olarak Twitter platformu ve bu platformdan çekilen 10.000 tweet ile sınırlıdır. Bunun yanında, çalışma, 01 Aralık 2021 (Öğretmenlik Kariyer Basamakları çalışmasının duyurulması) ve 24 Kasım 2022 (Öğretmenlikte Kariyer Basamakları sınavının sonuçlarının ilanı) tarih aralıkları ile sınırlıdır. Bu dönemler, 1.Dönem (Öğretmenlik Kariyer Basamakları çalışmasının duyurulması), 2.Dönem (Öğretmenlik Meslek Kanunu ve yönetmeliğinin yayımlanması), 3.Dönem (Öğretmenlikte Kariyer Basamaklarına ilişkin öğretmen eğitimi süreci) ve 4.Dönem (Öğretmenlikte Kariyer Basamakları sınavının yapılması ve sonuçların ilanı) şeklinde ayrılmıştır.

2. Kamusal Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya

Halkla ilişkiler çabaları, "kuruluşlar ve onların kamuları arasında karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler kuran stratejik iletişim süreçlerine (PRSA, 2012) odaklanır. Kamusal halkla ilişkiler ise kamu kurumları ve halka hizmet eden diğer kuruluşları içeren kamu sektörü dahil olmak üzere birçok farklı alanda yürütülen iletişim çabalarına odaklanır.

Kamusal halkla ilişkiler, yönetim ile yönetmekle sorumlu olduğu ülkedeki insanların tamamını kapsayan kamular arasındaki iletişim yönetimi olarak tanımlanabilir. Yönetenler, topluma karşı sorumluluklarını yerine getirirken, hedef kitlenin yani kamunun desteğini almak, istek ve ihtiyaçlarını tespit etmek ve onları bilgilendirmek zorundadır. Bu noktada, bu zorunlulukların yerine getirilebilmesi için kamu kurumlarında gücünü stratejik iletişimden alan halkla ilişkiler çabalarına ihtiyaç vardır (Esenel Eyüboğlu, 2021). Devletin topluma ilişkin gerçekleştirdiği iletişimin tamamı, kamusal halkla ilişkiler kapsamında değerlendirilebilir. Kamusal halkla ilişkiler, seçilmiş yetkilileri, devlet çalışanlarını, medya kuruluşlarını ve genel halkı da içeren birçok paydaşla iletişim kurmayı gerektirmektedir.

Kamu kurumlarının kamularıyla kurdukları veya kuracakları iletişimlerinin halkla ilişkiler aracılığıyla yönetimi günümüzde artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Kamusal halkla ilişkiler sayesinde kurulan çift yönlü iletişimle, vatandaşlar yönetime dahil olabilmekte, devlet de kamusuna istek ve ihtiyaçları doğrultusunda daha etkin hizmetler götürebilmektedir. Bu sayede yöneten ve yönetilenler arasında güçlü bağlar oluşmakta, kamunun devlete olan güveni artmakta ve yapılan icraatların da algılanması ve anlaşılması kolaylaşmaktadır (Kılınç, 2017).

Kamusal alan içerisinde, kurumlar ve kurumsal yönetimler, kendilerini daha etkili, daha ilgi çekici ve daha da beğenileşi şekilde göstermek isterler (Güngör, 2020). Bu sebeple kurum ve kuruluşlar için kamusal iletişim çabaları, onların imajları ve itibarları açısından hayati önem arz etmektedir.

Sosyal medya, içerik paylaşılmasına olanak tanıyan, bireysel ve sosyal dünyaları birbirine bağlayan, hem kişilerarası iletişimin hem de kitle iletişiminin bir birleşiminin sunulduğu dijital platformlar olarak tanımlanabilir (Van Dijk, 2016). Sosyal medya hem bireysel kullanımda hem de kamusal iletişimde önemli katkılar sunan bir araçtır ve bireylerin, onların oluşturdukları grupların veya kamu kurumlarının kendilerini hedef kitlelerine anlatabildikleri en etkili araçlardan biridir.

Halkla ilişkiler ve sosyal medya, kamu sektöründe yakından ilişkilidir, çünkü sosyal medya platformları, kamu sektörü kuruluşlarının paydaşları ve kamuoyu ile zamanında ve verimli bir şekilde iletişim kurmasını sağlar. Halkla ilişkilerin temelinde kurum ile hedef kitleleri arasında destekleyici bir iletişim zemini oluşturma çabası yer aldığından, sosyal medyanın gelişimi bu ilişkinin temelini sağlamlaştırıcı bir rol üstlenmektedir.

Sosyal medyanın kurum ve kuruluşların işleyiş ve politikalarına dahil olması, birtakım fırsatları ve zorlukları da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya aracılığıyla, kurumlar, paydaşlarıyla aktif, katılımcı ve sürekli bir iletişim kurabilirken, onları dinleme ve taleplerine de yanıt verme avantajına sahip olmuşlardır. Kurumların paydaşlarının oluşturdukları içeriklere gerçek zamanlı erişebilmeleri, onlardan geribildirim alabilmeleri ve paydaşları hakkında bilgi edinebilmeleri mümkün hale gelmiştir. Bunun yanında paydaşların kuruluşlarla iletişimini şeffaf bir şekilde gören diğer paydaşlar da şahit oldukları bu iletişimin sunduğu bilgi ve iletişimden yararlanabilmektedir. Bu da kuruluşlara, hedef kitleleriyle geniş kapsamda ve uygun maliyetle iletişim kurabilme fırsatı sunmuştur. Bu çerçevede, kurumların sosyal medyayı, paydaşlarıyla iletişim kurma ve onların taleplerine cevap verme, hizmetleri ve politikaları hakkında geri bildirim alma, yenilikçi fikirler bulma gibi çeşitli amaçlar için kullandıklarını söylemek mümkündür (Roshan vd., 2016).

Kamusal halkla ilişkilerde sosyal medyanın sunduğu avantajları kısaca şu şekilde özetlemek mümkündür (Mavnacıoğlu, 2015):

- Sosyal medya, çift yönlü ve simetrik bir iletişim ortamı sağladığından, kamusal halkla ilişkilerde tanıma ve tanıma faaliyetleri tek bir araç üzerinden yapılabilir.
- Hedef kitlenin sıklıkla ziyaret ettiği sosyal medyada bulunmak, kamu kurumlarının hedef kitle nazarında görünürlüğünü ve bilinirliğini artırabilir.
- Sosyal medya üzerinden hedef kitleye günün her saati ve her yerde kolayca ulaşmak mümkün olabilmektedir.
- Sosyal medyanın sunduğu etkileşimli ortam, kamu kurumları ve kamuları arasındaki ilişkiyi güçlendirebilir.
- Kurumlar artık halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir kısmını veya tamamını sosyal medya uygulamaları üzerinden yürütebilmektedirler.
- “Bilgi Edinme Kanunu” kapsamında, hedef kitlenin devletle ilgili bilgi ve belgelere ulaşması kolaylaştığından, sosyal medya bu kanun kapsamında halkı bilgilendirme aracı olarak kullanılabilir.
- Sosyal medya, diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha az maliyetlidir.
- Sosyal medya, geleneksel araçların sahip oldukları özellikleri bünyesinde barındırmasının yanında, her geçen gün daha da gelişmektedir. Yeniliklerin duyurulması, uygulanması ve adaptasyonu sosyal medya sayesinde kolaylaşabilmektedir.
- Kamu kurumlarının sosyal medya hesaplarını profesyonel olarak kullanımı ve takibi, kurumun imajına ve itibarına olumlu katkı sunabilir.

Sosyal medyanın avantajlarının yanında kamusal halkla ilişkiler açısından birtakım dezavantajlarından da bahsedilebilir: Sahte haberler ve botlar sosyal medya dünyasında küresel bir problem haline gelmiştir (Freberg, 2021). Yine Kaplan ve Haenlein (2010)'e göre, sosyal medya, kurumların kendileriyle ilgili olabilecek mesajlar, yorumlar ve konuşmalar üzerindeki kontrolünü azaltmıştır. Kurum hakkındaki olumsuz yorumlar sosyal medya aracılığıyla kolaylıkla yayılabilmektedir. Yine sosyal medyada hedef kitlenin mahremiyetinin korunması ve veri güvenliğinin sağlanması noktasında birtakım etik ihlalleri söz konusu olabilmektedir. Halkın mahremiyetini korumak halkla ilişkiler uygulayıcılarının dikkat etmesi gereken temel etik değerlerdendir (Kelleher, 2021).

Sosyal medya şüphesiz halkla ilişkilerin nasıl uygulanacağını da değiştirmiştir. Sosyal medya, halkla ilişkiler uygulayıcılarının bir eşik bekçisinin müdahalesine maruz kalmaksızın doğrudan hedef kitleleri ile iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. Bu dünyada sesler, kelimeler, görüntüler ve duygular herhangi bir kısıtlama olmadan bir araya gelebilmektedir. Sosyal medya, sürekli bir değişim halindedir ve bu da dönüştürdüğü halkla ilişkilerin de sürekli bir değişim halinde olmasını sağlar (Page ve Parnell, 2019).

3. Millî Eğitim Bakanlığı ve Öğretmenlikte Kariyer Basamakları

Öğretmenlik mesleğine ilişkin yasal düzenlemeler incelendiğinde, Türkiye'de öğretmenliğin 'meslek' olarak kabul edildiği ilk kanunun, Cumhuriyetin ilk yıllarında, 13 Mart 1924'te TBMM'de kabul edilen Orta Tedrisat Muallimleri Kanunu olduğu söylenebilir. Ayrıca, 1973 yılında yürürlüğe giren Temel Eğitim Kanunu da öğretmenlik mesleğini tanımlamaktadır.

Öğretmenlik Meslek Kanununun hazırlanma süreci incelendiğinde, öğretmenlerin sorunlarının tespit edilmesine ilişkin günümüze kadar çeşitli çalışmaların yapıldığı da anlaşılmaktadır. Bu çalışmaların sonucunu, eğitim paydaşlarının, sivil toplum örgütlerinin ve kamuoyunun öğretmenlik mesleğinin niteliğinin artırılması yönündeki istek ve beklentilerinin 1- 3 Aralık 2021 tarihleri arasında toplanan 20. Milli Eğitim Şurası'nda tartışılmasıdır. Bu gelişmeden sonra, söz konusu istek ve beklentileri karşılamak amacıyla yasalaşma sürecine girilmiş ve Öğretmenlik Meslek Kanunu 3 Şubat 2022'de TBMM tarafından kabul edilerek yasalaşmış, 14 Şubat 2022'de de 31750 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu doğrultuda yapılan son düzenleme neticesinde, öğretmenlik mesleğinin bir kariyer mesleği olduğu resmi olarak tescillenmiştir (İş ve Birel, 2022).

Millî Eğitim Bakanlığının çalışmalarıyla, kamuda en önemli ve büyük meslek gruplarından birini oluşturan öğretmenleri ilgilendiren Öğretmenlik Meslek Kanunu çıkarılmıştır. Öğretmenlik Meslek Kanunu, öğretmenlerin istihdamı, adaylık işlemleri, öğretmenlerin kariyer basamakları, hizmet içi eğitim ve öğretmenlerin hakları gibi konuları kapsamaktadır.

Kanunda, öğretmenlerin özlük haklarının iyileştirilmesi, mesleklerinde kariyere ve liyakat esaslarına göre ilerlemeleri ve mesleki olarak gelişmeleri hükümleri bulunmaktadır. Mevzuatta yer alan öğretmenlik mesleğinin gerektirdiği yasal zemini önemli oranda tamamlayan düzenlemeler bulunmakta, bunun yanında öğretmenlik mesleğine girişten itibaren mesleğin önemiyle uyumlu ilerleyen bir kariyer sisteminin kurulması ve bu kariyer sistemine ilişkin yeni özlük haklarının sağlanması öngörülmüştür. Öğretmenlik mesleğinin gelişimi esas alan bir sisteme dayalı olarak yürütülmesi ve uygulanması hedeflenmiştir (TBMM, 2022).

Literatürde, Öğretmenlik Meslek Kanunu'na yönelik öğretmen görüşlerini araştıran çalışmalara rastlanmaktadır. Bu çalışmalardan birinde, Gül ve Güngör (2022), amaçlı örneklem yoluyla Ordu iline bağlı okullarda görev yapan 16 öğretmenle görüştükları nitel bir çalışma yapmışlardır. Öğretmenlerin, Öğretmenlik Meslek Kanununa dair görüşleri; öğretmenlerin bu meslek kanununu nasıl buldukları, kanunda gördükleri önemli eksiklikler ile bu eksikliklere ilişkin sundukları çözüm önerileri ve ilgili kanunun mesleğe getireceği katma değer olmak üzere dört başlık altında sınıflandırılmıştır. Araştırma bulgularına göre; öğretmenler, kanunda bazı eksiklikler bulunduğunu ancak kanunun mesleğe yararlarının da olduğunu düşünmektedir. Öğretmenler, kanunda özellikle öğretmenlerin hakları ve okullarda yöneticilik görevlerine ilişkin hükümlerin eksik kaldığını belirterek, bu hususların da kanun kapsamına alınmasını istemişlerdir. Bir başka ifadeyle, öğretmenlerin meslekleriyle ilgili gerekli görülen tüm hususların Öğretmenlik Meslek Kanunu kapsamında yer alması önerilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular ışığında, kanunun

öğretmenlerin beklentilerini karşılamadığı, kapsamının yetersiz kaldığı ve kanun hazırlanırken öğretmenlerin görüşlerinin göz ardı edildiği sonuçları ortaya çıkmaktadır. Öğretmenler kanunda; içeriğe, kariyere ve atamalara yönelik olmak üzere önemli eksiklikler bulunduğunu söylemekte ve bu kanunun uygulamada birtakım sıkıntılara yol açacağı kaygısını taşımaktadır. Bununla birlikte, ilgili kanunun olumlu yönlerinin bulunduğunu da belirtmişlerdir. Mesleğin itibarının artması, öğretmenlerin mesleki açıdan gelişebilmesi, öğretmenler arasında kadro açısından ayırımın ortadan kalkması ve öğretmenlere 3600 ek gösterge imkânının sağlanması bu olumlu yönlerin başlıcaları olarak dile getirilmiştir. Öğretmenlerin önerilerine bakıldığında, kanunun hazırlanması ve içeriğine yönelik ifadelerin ağırlıkta olduğu, bunu da öğretmenlerin mesleki gelişimine yönelik bir dizi önerinin izlediği anlaşılmaktadır (Gül ve Güngör, 2022: 1115).

İş ve Birel (2022) tarafından gerçekleştirilen “Öğretmenlik Meslek Kanununa İlişkin Öğretmen Görüşleri” isimli başka bir çalışmada ise ilgili kanuna ilişkin öğretmen görüşlerinin saptanması amaçlanmıştır. Mardin ili ve ilçelerinde görev yapan 65 öğretmenle yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmada sonucunda, ekonomik durum, liyakat, eşitlik, adil olma ve mesleğin itibarı gibi konulara ilişkin bilgiler bulgulanmıştır. Elde edilen görüşme sonuçlarına göre, Öğretmenlik Meslek Kanununa ilişkin; maaşların artacağını ve kariyer basamakları uygulaması sayesinde öğretmenlik mesleğinin itibarının yükseleceğini umarak olumlu görüşlerini belirten öğretmenler olduğu gibi, kariyer basamaklarının öğretmenleri ayırtacağı görüşünü benimseyen ve bu konudaki çekincelerini belirten öğretmenler de olmuştur. Öğretmenlerin yapılacak çalışmalarla ilgili olarak liyakat, eşitlik ve adalet konularında fikir birliğine sahip oldukları görülmüştür. Bu araştırma neticesinde yapılan öneri de dikkat çekicidir. Bu öneri, “Öğretmenlik mesleği ile ilgili yapılacak düzenlemelerde, öğretmenler sürece katılmaya teşvik edilmeli, sürecin her aşamasında yer almaları sağlanmalı ve öğretmenlerin görüşleri dikkate alınmalıdır.” şeklinde sunulmuştur (İş ve Birel, 2022).

4. Kamusal Halkla İlişkilerde Twitter ve Duygu Analizi

Sosyal medya, paydaş katılımı, ilişki kurma, içerik oluşturma ve paylaşma konusunda kuruluşlara benzeri görülmemiş fırsatlar sunmaktadır. Bir sosyal medya uygulaması olan Twitter üzerinden kurumla ilgili olarak üretilen ve paylaşılan içerikler takip edilerek, kurumun faaliyetlerinin hedef kitle üzerindeki yansımaları ölçümlenebilir ve bu da etkin kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesine olanak tanıyabilir.

Twitter, kullanıcıların "tweet" adı verilen kısa mesajlar göndermesine ve okumasına olanak sağlayan bir sosyal medya platformudur. Tweetler en fazla 280 karakter uzunluğunda olabilir ve metin, resim ve diğer web sitelerine bağlantılar içerebilir. Kullanıcılar diğer kullanıcıları takip edebilir ve tweetler kullanıcının akışında görünür. Twitter'ın gerçek zamanlı yapısı sayesinde kullanıcılar içerik yayınlarken etkileşimde bulunabilirler.

Genel olarak Twitter, kamu sektörü kuruluşlarının halkla iletişim kurması, bilgi ve kaynakları paylaşması, faaliyetlerini ve girişimlerini tanıtmaları için sıklıkla kullanılan bir sosyal platformdur (Kwak vd., 2010). Ayrıca, tanınmış kişiler, ünlüler ve kuruluşlar için güncellemeleri paylaşmak ve takipçileriyle etkileşimde bulunmak için de oldukça elverişli ve popüler bir araçtır.

PRCA tarafından 2018'de yayımlanan İletişimin Gücü - Dijital Halkla İlişkiler ve İletişim Raporu (The Power of Communication - Digital PR and Communication Report)'nda yer alan verilere göre; kurum ve kuruluşlar arasında en çok tercih edilen sosyal medya platformu %91 ile Twitter'dır. Twitter'ı %85 ile Facebook ve LinkedIn takip etmekte, ardından da %72 ile bloglar ve %70 ile Instagram gelmektedir (PRCA, 2018).

Facebook, Instagram ve Twitter, kurumsal iletişim çabalarını iyileştirmek ve bireysel fikirleri izlemek için kullanılacak zengin bir iletişim deposu konumundadır. Kullanıcı ve tüketici duygularına doğru erişim, kuruluşların kurumsal bilgilerini daha iyi geliştirmelerine yardımcı olabilir. Buna paralel olarak, kullanıcıların duyguları/duyarlılıkları, kuruluşların çevrimiçi topluluklarıyla geliştirdikleri ilişkileri geliştirmek için yararlı bir araç olabilir (McGuire ve Kampf, 2015).

Sosyal medya, kullanıcıların isteklerini, beğenilerini ve şikayetlerini ifade etme şansı bulduğu ortamlardır. Aktif kullanıcıların, sosyal medya platformlarında ürettikleri içerikler ve bu platformlarda

biraktıkları dijital izler, kurumlar açısından son derece kıymetli verilere dönüşmüştür. Büyük veri olarak tanımlanan bu veriler, yapay zeka altyapısıyla çalışan uygulamalardan yararlanılarak işlenmekte ve hedef kitlelerin daha iyi tanınması, onların istek, beğeni ve şikayetlerine daha uyumlu stratejiler geliştirilmesinde önemli katkılar sunmaktadır (Bilgici Oğuz, 2019).

Sosyal medyanın iletişimsel kullanımı, sadece tek yönlü bir gündem belirleme veya propaganda modeli iletişim tarzı değil, ikili bir diyalog olması gerektiğini ifade eder. Halkı dinlemek, sosyal medyadaki tepkilerdeki duygu kalıplarını izleme ve anlama becerisini içerir. Duygular/duyarlılık, kullanıcıların sosyal medya kanalları aracılığıyla açık diyalog için örgütsel girişimlere yanıt verdiklerinde tipikleştirdikleri duygu, ton ve fikir olarak anlaşılabilir (McGuire ve Kampf, 2015).

Yeni araştırma yöntemlerinin ve gelişmiş teknolojilerin ortaya çıkmasıyla - iş dünyasının artan hızıyla birleştiğinde - istatistiklerin yaratıcılığı tetiklediği, verilerin daha entegre iletişim sağladığı ve araçların da insanların daha hızlı ve daha akıllı hareket etmesini sağladığı yeni bir halkla ilişkiler biçimi ortaya çıkmaktadır (Weiner ve Kochhar, 2017). Kamusal halkla ilişkilerde, kurumların yapay zeka altyapısından yararlanarak sosyal medyadan elde ettikleri verilerin analiz edilmesiyle, hedef kitleyi daha iyi anlamaları ve onların memnun olacağı gelecek stratejilerini planlayabilmeleri mümkün olabilir.

Büyük verilerde yapılandırılmamış veriler olarak tanımlanan sosyal medya verileri, kamusal halkla ilişkiler için paha biçilemez değere sahiptir. Kurumlar, bu verileri etkin ve verimli bir şekilde toplayıp analiz ederek anlamlı bilgilere ulaşmakta ve stratejilerini geliştirmek için yeni yol ve yöntemler bulabilmektedir (Weiner ve Kochhar, 2017). Bu verilerin analizi ve işlenmesiyle, hedef kitlenin daha iyi anlaşılması ve davranışlarının anlamlandırılması mümkün olabilmektedir (Marr, 2017).

Duygu analizi, insanların hizmetler, ürünler, bireyler, kuruluşlar, sorunlar, konular, olaylar gibi varlıklara yönelik görüşlerini, duygularını, değerlendirmelerini ve tutumlarını inceleyen çalışma alanıdır (aktaran Soong vd., 2019). Doğal dil işleme kapsamında en aktif araştırma alanlarından biridir. Ayrıca veri madenciliği, Web madenciliği ve metin madenciliği alanlarında da geniş çapta çalışılmaktadır. Duygu analizi araştırmaları, bir bütün olarak toplum için önemi nedeniyle, bilgisayar bilimi dışında yönetim bilimleri ve sosyal bilimlere de yayılmıştır. Duygu analizinin artan önemi, incelemeler, forum tartışmaları, bloglar, mikro bloglar, Twitter ve sosyal ağlar gibi sosyal medyanın büyümesiyle aynı zamana denk gelir. İnsanlık tarihinde ilk kez, artık analiz için dijital biçimde kaydedilmiş çok büyük miktarda veriye sahip olunmuştur. Duygu analizi sistemleri hemen hemen her iş alanında ve sosyal alanda uygulanabilmektedir. Çünkü, hedef kitleye ait görüşler neredeyse tüm insan faaliyetlerinin merkezinde yer alır ve davranışlarımızı etkileyen temel unsurlardır. Gerçekliğe ilişkin inançlarımız ve algılarımız ve yaptığımız seçimler, önemli ölçüde başkalarının dünyayı nasıl gördüğüne ve değerlendirdiğine bağlı olmaktadır. Bu nedenle, bir karar vermemiz gerektiğinde genellikle başkalarının fikirlerini bilmek isteriz. Bu sadece bireyler için değil, kurumlar için de geçerlidir (Liu, 2012). Bu noktada kamusal halkla ilişkilerde hedef kitleden elde edilen kapsamlı veriler, kurumların halkla ilişkiler çabalarının başarıya ulaşmasında önemli fırsatlar sunmaktadır.

Twitter, çok çeşitli konularda kamuoyunu anlamak için kullanılacak büyük miktarda gerçek zamanlı veri ürettiği için duygu analizi için popüler bir platformdur. Araştırmacılar ve kuruluşlar, belirli hashtagler, markalar veya etkinlikler hakkındaki duyguları izlemek ve zaman içinde nasıl değiştiğini anlamak için Twitter verilerinde duygu analizini kullanabilir.

Twitter'daki duygu analizi, kamu sektöründeki halkla ilişkiler çabalarında önemlidir, çünkü kuruluşların kendi kuruluşları veya belirli bir konu hakkındaki kamuya açık tartışmaların duygularını/duyarlılığını izlemesine ve analiz etmesine olanak tanır (Liu, 2012). Bu, halkla ilişkiler stratejileri ve taktikleri hakkında bilgi sağlayabilen, halkın tutumları ve görüşleri hakkında değerli içgörüler sağlayabilen bir analizdir (Pang ve Lee, 2008).

Kurumlar ve bireyler için duygu analizi, kullanıcılar, hashtagler ve diğer sosyal medya stratejileri aracılığıyla iletilen farklı görüş ve sorunların yapılandırılmasına nasıl yanıt verileceğini daha iyi anlamak için kapılar açar. Kurumlara, kullanıcı/müşteri farkındalığını artırmak, teknolojiden yararlanarak kullanıcı/müşterilerle ilişkilerini geliştirmek ve onlarla sosyal medya platformları aracılığıyla iletişim kurmak için stratejiler oluşturmak için bir yöntem sunar. Hedef kitlenin duygu analizi/duyarlılığı, kuruluşların çevrimiçi topluluklarıyla gerçekleştirdikleri ilişkileri geliştirmek için yararlı bir araç olabilir (McGuire ve Kampf, 2015).

Genel olarak, Twitter ve duygu analizi arasındaki ilişki, Twitter'ın çok çeşitli konularda kamuoyunu ve duygularını anlamak için duygu analizi teknikleri kullanılarak analiz edilebilecek zengin bir veri kaynağı sağlamasından kaynaklıdır. Duygu analizinin Twitter verilerine uygulanmasında, belirli bir konuyla ilgili tweetlerin genel duygusunu belirlemek, bir marka veya ürüne yönelik duyguların zaman içinde nasıl değiştiğini anlamak veya kullanıcılar tarafından dile getirilen belirli sorunları veya endişeleri belirlemek mümkün olabilir. Klasik yöntemlerle bu verilerin işlenmesi ve kullanılması çok büyük çabalar gerektirirken, yapay zeka uygulamaları bu verileri kolaylıkla ve çok kısa sürede yapabilmektedir. Hedef kitlenin içgörüsünü yakalamak ve onların duygu ve düşüncelerine dair daha hassas sayılabilecek veriler elde etmek olası hale gelmiştir. Kamusal halkla ilişkilerde strateji geliştirme noktasında, kurumların elini güçlendiren bilgiler elde edilebilmektedir. Bu durum, halkla ilişkilerde potansiyel ve güncel sorunlarla başa çıkmak için de fırsatlar sunmaktadır.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kamusal iletişim sürecinde halkla ilişkiler, özellikle sosyal medya aracılığıyla nasıl bir etki yapmaktadır sorusu, bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı, günümüzde iletişim sürecinde büyük fırsatlar sunan Twitter'ın kamusal halkla ilişkilerdeki etkisini ortaya koyabilmektir. Bu doğrultuda, Milli Eğitim Bakanlığı'nın Öğretmenlik Meslek Kanununa ilişkin çalışmasının Twitter'daki yansımalarına bakılacaktır. Öğretmenlikte Kariyer Basamakları ile ilgili çalışmanın hedef kitlede nasıl bir karşılık bulduğunun Twitter verileri üzerinden araştırılacağı bu çalışma, bir içerik analizine veya görüşmeye göre çok daha fazla veriyi inceleyeceğinden daha kapsamlı ve anlamlı sonuçlara ulaşılması noktasında önem kazanmaktadır. Bunun yanında Öğretmenlikte Kariyer Basamakları çalışmasına ilişkin literatürde birkaç çalışmaya rastlansa da (Gül ve Güngör, 2022; İş ve Birel, 2022), bu konuyu duygu analizi açısından inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan çalışmadan elde edilecek anlamlı verilerin, literatüre katkı sağlaması hedeflenmekte ve çalışma yöntem açısından farklılığıyla önem kazanmaktadır.

5.2. Araştırma Soruları

1. Milli Eğitim Bakanlığı'nın öğretmenlikte kariyer basamaklarına ilişkin çalışması Twitter'da nasıl bir etkileşim oluşturmuştur?
2. Öğretmenlikte kariyer basamakları uygulamasının birincil hedef kitlesi konumundaki öğretmenlerin bu uygulamaya yönelik duygu durumları nasıldır?
3. Verilerin elde edildiği her bir döneme ilişkin tweetlerin özellikleri nelerdir?
4. Verilerin elde edildiği her bir döneme ilişkin tweetlerdeki duygu durumları nasıldır?
5. Verilerin elde edildiği her bir döneme ilişkin en çok konuşulan konu başlıkları nelerdir? Söz konusu bu dönemlere ilişkin kelime bulutları nasıldır?

5.3. Araştırmanın Yöntemi

Genellikle sosyal medya gönderilerini veya çevrimiçi incelemeleri analiz ederek halkın belirli bir ürün, hizmet veya sorun hakkındaki tutumlarını veya görüşlerini ölçmek için duygu analizi kullanılır (Pang ve Lee, 2008). Duygu analizi, bir metin parçasında ifade edilen duyguyu otomatik olarak tanımlamayı ve olumlu, olumsuz veya nötr olarak sınıflandırmayı amaçlayan doğal dil işlemenin bir alt alanıdır (Liu, 2012). Bu, bir metnin genel hissini olumlu, olumsuz veya tarafsız olarak tanımlamanın yanı sıra değerlendirilmekte olan bir metnin belirli yönlerini veya özelliklerini tanımlamayı da içerir. Bu teknikler, metni sınıflandırmak için önceden tanımlanmış bir kelime listesi ve bunlarla ilişkili duyguları kullanan sözlük tabanlı yaklaşımlar veya eğitim verilerine dayalı olarak metni sınıflandırmayı öğrenmek için algoritmalar kullanan makine öğrenimi yaklaşımları gibi teknikleri içerebilir (Pang ve Lee, 2008).

Duygu analizinde izlenmesi gereken birtakım adımlar bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında aşağıda bulunan adımlar izlenmiştir:

5.4. Veri Setinin Oluşturulması

Sosyal medya platformlarından elde edilen verilerin analizinde Rapidminer, Weka, Orange gibi yazılımlar ile Python, R, Julia, Java, Scala gibi programlama dilleri sıklıkla tercih edilen analiz araçlarıdır.

Bu çalışmada verilerin toplanması, kaydedilmesi, işlenmesi, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi sürecinde Orange programı kullanılmıştır. Orange, (orangedatamining.com) açık kaynak kodlu hem komut dosyası hem de veri görselleştirme özelliğine sahip olan bir programdır. Yeni algoritmaları ve deneysel prosedürleri kolayca prototipleyebilmek için imkanlar sunan Orange, makine öğrenmesi ve veri madenciliğinde kullanılan bir programdır (Eyüpınar vd., 2021).

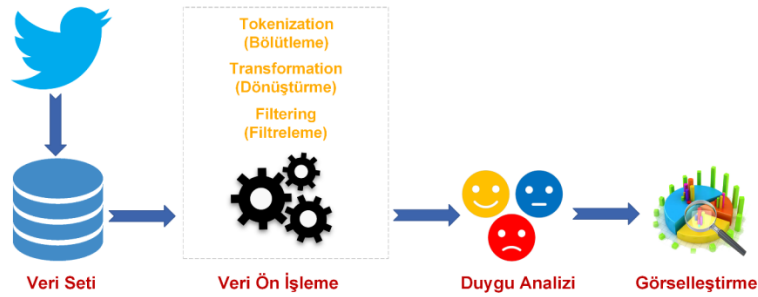
Çalışmada kullanılan veri seti, Twitter API ile 1 Aralık 2021 – 24 Kasım 2022 tarihleri arasında dört döneme ayrılan ve her dönemden rastgele çekilen 2500'er adet, toplamda ise 10.000 tweetten oluşmaktadır. Tweetler çekilirken “#öğretmenlikmeslekkanunu”, “#öğretmenlikkariyer basamakları”, “#uzmanöğretmenlik”, “#baş öğretmenlik”, “#uzmanöğretmenlik sınavı”, “#baş öğretmenlik sınavı”, “#ogretmenlikkariyerbasamaklarıyönetmeliği” ve “#öm” etiketleri kullanılmıştır (Şekil 1).

5.5. Veri Ön İşleme

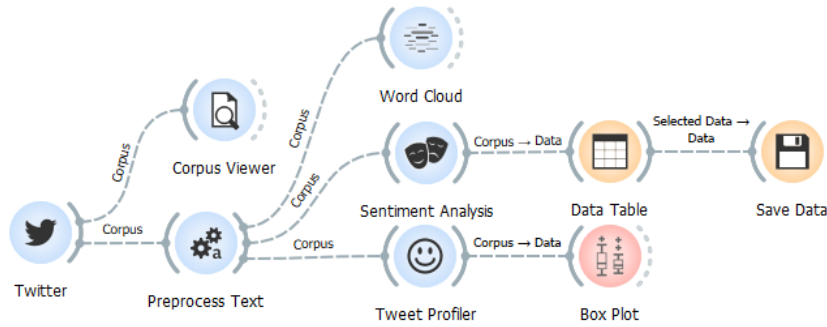
Orange programı kullanılarak oluşturulan veri setine, veri ön işleme adımları uygulanmıştır. Veri ön işleme; veri madenciliği modelleri kurulmadan önce veri seti üzerinde yapılan birtakım düzeltmeleri, eksik veriyi tamamlama, tekrarlanan verileri kaldırma, temizleme, dönüştürme, bütünleştirme, normalleştirme, boyut indirgeme vb. işlemleri ifade eder (Akca, 2020).

Bu çalışmada veri ön işleme aşamasında öncelikle tokenization (bölütleme) işlemi uygulanarak metinler kelime kelime parçalanmış ve ekleri atılarak program tarafından diziyeye kaydedilmiştir. Daha sonra transformation (dönüştürme) işlemi ile büyük harfler küçük harfe dönüştürülmüş ve url'ler kaldırılmıştır. Son olarak filtering (filtreleme) işlemi ile metin içerisinde olan ancak anlamda herhangi bir değişikliğe neden olmayan stop words'ler (bazı, ya, da gibi kelimeler) atılmış, noktalama işaretleri kaldırılmış, sayılar ve veri işleme sürecinde oluşan boşluklar çıkarılmıştır.

5.6. Duygu Analizi Modelinin Oluşturulması



Şekil 1. Duygu Analizi Modeli



Şekil 2. Duygu Analizi Modelinin Orange Programında Tasarımı

Çalışmada, veri ön işleme aşamasından sonra temizlenmiş veriler ile paylaşımlardan oluşturan kelime yığınları kelime bulutu (world cloud) yöntemiyle her dönem için görselleştirilmiştir. Büyük boyutlu yazınsal ifadelerin özetlenerek görselleştirilmesinde kelime bulutları kullanılmaktadır. Kelime frekansı yükseldikçe ilgili buluttaki hacmi de artmaktadır. Bu sayede, metinde yoğunlukla kullanılan kelimelerin incelenmesi kolaylaşabilmektedir (Solmaz vd., 2022). Orange programından elde edilen kelime bulutunun görselliğinin yetersiz olmasından dolayı kelime bulutu oluşturulurken <https://wordart.com> sitesinden faydalanılmıştır. Orange programının verdiği kelimelerin frekansları ilgili web sitesine girilerek daha görsel ve anlaşılır kelime bulutları elde edilmiştir (WordArt, 2009).

Kelime bulutu oluşturulduktan sonra Orange programında multilingual sentiment (çok dilli duygu analizi) metodu ile Türkçe dil seçimi yapılarak sözlük tabanlı duygu analizi (sentiment analysis) yapılmıştır. Orange programında duygu analizi Liu Hu, Vader, SentiArt, Lilah sentiment veya harici yüklenebilen bir sözlükle de yapılabilmektedir. Çalışmada kullanılan multilingual sentiment metodunun Türkçe dilinde gösterdiği başarıdan dolayı bu yaklaşım seçilmiştir. Yapılan duygu analizi sonucunda atılan tweetlerin özellikleri pozitif, negatif ve nötr olarak gruplandırılmıştır ve grafiksel olarak her dönem için ayrı ayrı gösterilmiştir.

Ayrıca duygu analizinden sonra modele Orange programının kullanıcılarına sunduğu Tweet profiller özelliği eklenerek Ekman (Multi class) sınıflandırması ile tweetlerin duygu analiz durumları öfkeli, bıkmış, endişeli, mutlu, üzgün ve şaşırılmış olarak belirlenmiştir.

6. Bulgular

Çalışma dört dönemden oluşmaktadır. Bu dönemler belirlenirken, Öğretmenlikte Kariyer Basamakları çalışmasına ilişkin önem arz eden süreçler dikkate alınmıştır. Bu dönemler aşağıda sunulmaktadır:

- 1.Dönem (Öğretmenlik Kariyer Basamakları çalışmasının duyurulması) 1 Aralık 2021 – 12 Şubat 2022
Cumhurbaşkanı Erdoğan "10 yılı dolduranlara uzman öğretmenlik vereceğiz, eğitimlerini tamamlamaları ve sınavda başarılı olmaları halinde hem bir derece vereceğiz hem de maaşlarında 1000 lira artış olacak. Yüksek lisans yapanlar sınavdan muaf tutulacak" dedi. Cumhurbaşkanı Erdoğan ayrıca "Kadrolu öğretmen ile sözleşmeli öğretmen ayırımını ortadan kaldırıyoruz." dedi (memurlar.net, 01/12/2021).

- 2.Dönem (Öğretmenlik Meslek Kanunu ve yönetmeliğinin yayımlanması) 13 Şubat 2022 – 12 Mayıs 2022

TBMM Genel Kurulunda kabul edilerek yasalanan Öğretmenlik Meslek Kanunu Resmi Gazete'de yayımlandı (memurlar.net, 03/02/2022)

- 3.Dönem (Öğretmenlikte Kariyer Basamaklarına ilişkin öğretmen eğitimi süreci) 13 Mayıs 2022 – 18 Kasım 2022

Uzman ve Baş Öğretmenlik eğitimleri başladı. Milli Eğitim Bakanı Mahmut Özer, öğretmen kariyer basamakları kapsamında Türkiye'de ilk kez düzenlenen uzman ve başöğretmenlik eğitim programının bugün itibarıyla başladığını söyledi (memurlar.net, 18/07/2022).

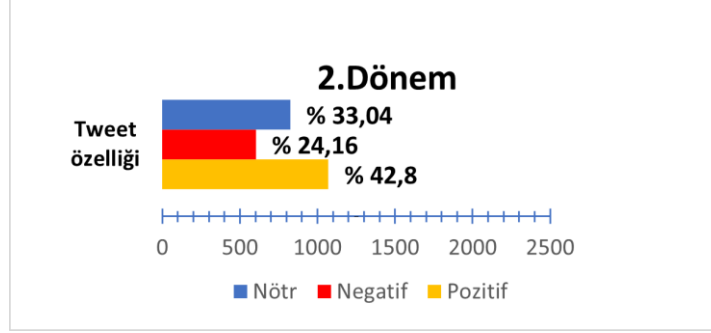
Öğretmenlik Kariyer Basamakları Sınavı örnek soruları yayımlandı (memurlar.net, 29/08/2022).

- 4.Dönem (Öğretmenlikte Kariyer Basamakları sınavının yapılması ve sonuçların ilanı) 19 Kasım 2022 – 24 Kasım 2022

Öğretmenlik Kariyer Basamakları Sınavı bugün. Öğretmenlik Kariyer Basamakları Sınavı bugün ilk kez yapılıyor. 81 ilde eş zamanlı düzenlenen sınavın değerlendirmesi 100 puan üzerinden olacak. 70 ve üzeri puan alan adaylar başarılı sayılacak (memurlar.net, 19/11/2022).

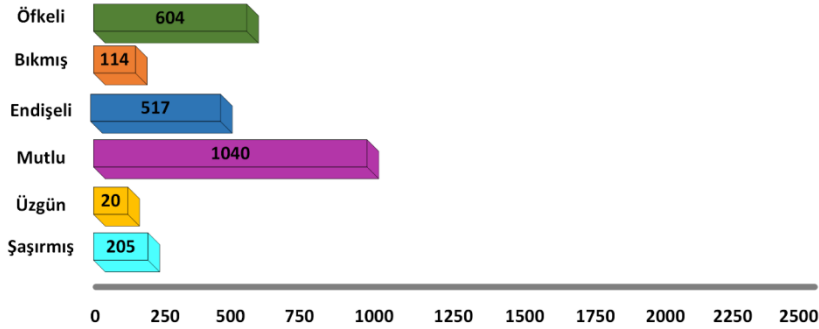
Öğretmenlik Kariyer Basamakları sınav sonuçları açıklandı. Öğretmenlik Kariyer Basamakları sınav sonuçları Milli Eğitim Bakanlığı'nın internet adresinde açıklandı (memurlar.net, 24/11/2022).

paylaşımlarında, konuyla alakalı ifadeler yer almaktadır. Çalışma kapsamında öğretmenlerin özlük haklarında yapılması planlanan iyileştirici unsurların da sıklıkla dile getirildiği görülmektedir.



Şekil 6. 2. Dönem Tweetlerinin Özelliği

2. Dönemde yani Öğretmenlik Meslek Kanunu ve yönetmeliğinin yayımlanması sırasında atılan 2500 adet tweetin özelliği, duygu analizi pozitif, negatif ve nötr olma açısından incelendiğinde %42,8 pozitif, %24,16 negatif ve %33,04 nötr olduğu Şekil 6'da görülmektedir. Bu çalışmaya ilişkin pozitif duygular ilk sırada olsa da negatif ve nötr duyguların yadsınamayacak düzeyde olduğu söylenebilir. Bu durum, ilgili çalışmanın ilk duyurulduğu zaman oluşan pozitif iklimin yerini yavaş yavaş kararsızlığa ve olumsuz duygulara bıraktığı şeklinde yorumlanabilir. Nitekim, negatif ve nötr duyguların toplamı, %57,20 gibi yüksek bir düzeydedir.



Şekil 7. 2. Dönem Tweetlerinin Duygu Analiz Durumları

2. Dönemde atılan tweetlerin duygu analiz durumları öfkeli, bıkmış, endişeli, mutlu, üzgün ve şaşırılmış olarak incelendiğinde ise 2500 tweetten 1040'nın mutluluk temalı olduğu Şekil 7'den anlaşılmaktadır. Bunu 604 tweetle öfke duygusu, 517 tweetle endişe duygusu ve 205 tweetle şaşkınlık duygusu içeren tweetler takip etmektedir.

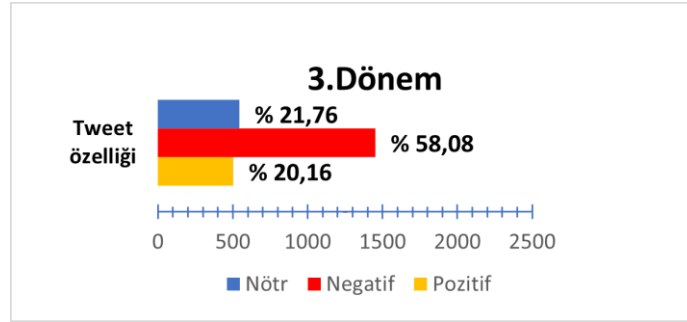
2. Dönemde yani Öğretmenlik Meslek Kanunu ve yönetmeliğinin yayımlanmasıyla hedef kitle tarafından mutluluk duygusunu içeren tweetler diğer duygulara oranla fazla atılmış olsa da öfke, şaşkınlık, bıkmışlık gibi duyguları içeren tweetlerin toplamının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu durum, ilgili kanunun hedef kitlenin beklentilerini karşılamaktan uzak olduğu veya hedef kitleyi tatmin etmediği sonucuyla ilişkilendirilebilir.



Şekil 8. 2. Dönem Tweetlerinin Kelime Bulutu

2. Dönemde atılan tweetlerden oluşan kelime bulutu Şekil 8’de verilmiştir. Kelime bulutundan da görüleceği üzere “ömk, uzman, iptal, öğretmenlik meslek kanunu, sınav, RTE, eğitim” gibi kelimelerin ön planda olduğu anlaşılmaktadır.

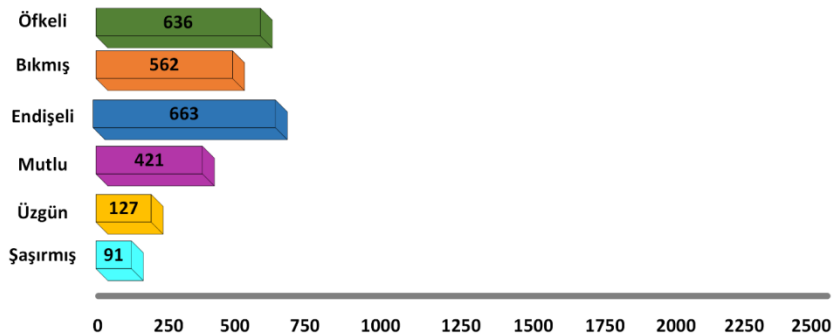
Kelime bulutu incelendiğinde kanunun yoğun olarak tweetlere konu edildiği, bunun yanında, “iptal” gibi sözcüklerin de kullanıldığı görülmektedir. Duygularda elde edilen karmaşık sonuçların, kelime bulutunda da kendini gösterdiği söylenebilir.



Şekil 9. 3. Dönem Tweetlerinin Özelliği

3. Dönemde atılan 2500 adet tweetin özelliği duygu analizi pozitif, negatif ve nötr olma açısından incelendiğinde %20,16 pozitif, %58,08 negatif ve %21,76 nötr olduğu Şekil 9’da görülmektedir.

3. Dönem, Öğretmenlikte Kariyer Basamaklarına ilişkin öğretmen eğitimi sürecinin gerçekleştirildiği dönemi yansıtmaktadır. Bu döneme ilişkin Twitter verilerinden hedef kitlede negatif duyguların yoğun olduğu açıkça görülmektedir. Eğitim sürecine ilişkin beklenen pozitif etkinin oluşmadığı anlaşılmaktadır.



Şekil 10. 3. Dönem Tweetlerinin Duygu Analiz Durumları

3. Dönemde atılan tweetlerin duygu analiz durumları öfkeli, bıkmış, endişeli, mutlu, üzgün ve şaşırılmış olarak incelendiğinde ise 2500 tweetten yalnızca 421’inin mutluluk duygusunu yansıttığı Şekil 10’da

için önemli bir araçtır. Kurumların sosyal medya aracılığıyla iletişim biçimleri ve beklentileri de değişen hedef kitlelerinin istek ve beklentilerini derinlemesine bilmeleri ve güncel olay, durum ve gelişmeleri takip etmeleri mümkün hale gelmiştir. Twitter, kamusal halkla ilişkilerde kurumların sosyal medyadaki varlıklarını güçlendirmelerine katkı sağlayan bir platformdur.

Bu çalışmada, bir sosyal medya aracı olarak Twitter'ın kamusal halkla ilişkilerde kullanımı bakımından, Milli Eğitim Bakanlığı'nın Öğretmenlik Meslek Kanunu çalışmaları esnasında öğretmenlikte kariyer basamakları uygulamasının hedef kitleye nasıl yansıdığı ve onlardan nasıl tepkiler alındığı araştırılmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın birincil hedef kitlesi konumundaki öğretmenlerin Öğretmenlikte Kariyer Basamakları ile ilgili olarak Twitter platformundaki tepkileri, duygu analizi araştırmasıyla incelenmiş ve elde edilen veriler yorumlanmıştır.

Twitter üzerinden elde edilen verilerin 4 ayrı dönem olarak incelendiği bu çalışmanın 1. Döneminde ilgili çalışmanın duyurulması ve onun oluşturduğu olumlu duygular hakimken, Öğretmenlik Meslek Kanunu ve yönetmeliğinin yayımlandığı 2. Dönemde olumlu ve olumsuz duyguların karmaşıklığı göze çarpmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen bu çalışmanın getirdiği yenilikler ve hedef kitlede oluşturduğu belirsizlikler, duyguların da karışmasına sebep olmaktadır. Kanunun hedef kitle beklentilerini karşılamaktan uzak olduğu veya hedef kitleyi tatmin etmediği çıkarımı yapılabilir.

Öğretmenlikte Kariyer Basamaklarına ilişkin olarak öğretmenlerin eğitim sürecinin yürütüldüğü 3. Dönemde, negatif duygular yoğunluktadır ve hedef kitlenin son derece olumsuz duygular yaşadığı belirlenmiştir. Eğitim sürecinin yaz döneminde başlaması, sınava ilişkin belirsizliklerin bulunması, eğitime ilişkin öğretmenlere sunulan materyallerin geniş kapsamlı olması ve öğretmenlere sunulan zorunluluklar bu olumsuz duyguların tetikleyicisi olarak görülebilir.

Öğretmenlikte Kariyer Basamakları sınavının yapılması ve sonuçların ilanı ile ilgili dönemi yansıtan 4. Dönemde, hedef kitlenin çoğunluğunun mutlu olduğu görülmektedir. Öğretmenlikte Kariyer Basamaklarına ilişkin yapılan sınavın hedef kitleyi rahatlattığı ve onlarda olumlu duygular oluşturduğu sonucuna varılabilir.

Kamusal halkla ilişkilerde, kurumlar hedef kitlelerini dinleyebilir ve politikaları ile ilgili alanları daha doğru bir şekilde belirleyebilir. Bunun yanında, hedef kitleyi dinlerken, olumsuzlukları zamanında fark edip öngörülemeyen ve tehlikeli sonuçları bertaraf edebilme de mümkündür. 3. Dönemde hedef kitlenin yansıttığı olumsuz duygular Milli Eğitim Bakanlığı açısından dikkatle takip edilmiş ve hedef kitlenin istek, şikayet ve beklentilerini ön planda tutan bir kariyer sınavı gerçekleştirilmiştir.

Kamusal halkla ilişkilerde, hedef kitlede olumlu duyguların oluşturulması ve desteğinin kazanılması ilkesi önem arz eder. Kamusal halkla ilişkiler açısından Milli Eğitim Bakanlığı'nın öğretmenlerin bu kanuna ilişkin görüşlerini Twitter üzerinden takip ettiği, önemli veriler elde ettiği ve işlediği söylenebilir. Çalışma kapsamındaki süreç içerisinde, elde edilen veriler sayesinde Bakanlığın ilgili kanuna ilişkin çalışmalarına yön verdiği gözlemlenmektedir.

Bir kamu kurumu olarak Milli Eğitim Bakanlığı'nın hedef kitlesinin istek, beklenti ve şikayetlerine göre bir yaklaşım sergilediği ve kamusal halkla ilişkiler bağlamında kurum politikalarına şekil verdiği sonucuna ulaşılabilir. Bir kamu kurumu olarak Milli Eğitim Bakanlığı'nın kurum politikalarına ilişkin kararlarında hedef kitle beklentilerini her yönüyle ele alması ve göz önünde bulundurması son derece kıymetlidir. Bunun gerçekleşebilmesi için de Twitter gibi sosyal medya platformlarından elde edilecek geniş kapsamlı veriler yol gösterici olabilir. Nitekim bu çalışma kapsamında elde edilen veriler de hedef kitlenin duygularını tüm açıklığıyla ortaya koymuştur. Bu doğrultuda, duygu analizinin kamu kurumlarının politikalarının belirlenmesinde ne derece önemli olduğu ve ne kadar kapsayıcı sonuçlar sunduğu anlaşılmaktadır.

Bu araştırma, elde edilen sonuçları bakımından kurumlara, kamusal halkla ilişkiler çabalarını yürüten halkla ilişkiler uygulayıcılarına, hedef kitlenin yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği yeni iletişim biçimlerini uygulamalarına ve akademik literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Başka kamu kurumlarının politikalarını şekillendirmelerinde duygu analizden yararlanmaları önerilebilir.

Kamusal halkla ilişkilerde sosyal medya araçlarının ve özellikle de Twitter'ın kurumla kamuları arasında bir köprü görevi gördüğü aşikardır. Twitter'den elde edilecek geniş kapsamlı ve nitelikli veriler, kurumun halkla ilişkiler politikalarına doğru yön verilmesinde son derece önemlidir. Unutulmamalıdır ki, Weiner ve

Kochhar (2017: 29)'ın da belirttiği gibi, halkla ilişkilerde teknolojinin, bilimin ve verinin artan önemini görmezden gelenler ne yazık ki yok olurken, uyum sağlayanlar başarılı olacaktır.

8. Extended Abstract

Public relations in public institutions focuses on communication efforts in many different areas, including the public sector, which includes government agencies and other organizations serving the public. The management of the communications that public institutions have or will establish with their publics through public relations has now become a necessity. With the two-way communication established through public relations, citizens can be included in the administration, and the state can provide more effective services to the public in line with their wishes and needs.

Social media offers organizations unprecedented opportunities for stakeholder engagement, relationship building, content creation and sharing. By following the content produced and shared about the institution on Twitter, which is a social media application, the reflections of the activities of the institution on the target audience can be measured, and this may allow the execution of effective public relations activities.

As a social media tool, Twitter makes the public relations in public institutions process more effective and auditable. In public relations in public institutions, it is seen that institutions can communicate widely with their target audiences via Twitter. In addition, it has become commonplace for the target audience to create their own content and to react to the messages of public institutions on Twitter, and it has become possible for them to set the agenda by forming public opinion in any positive or negative situation that concerns them.

In public relations, it may be possible for institutions to better understand the target audience and plan future strategies that will satisfy them by analyzing the data they obtain from social media by using artificial intelligence infrastructure.

Sentiment analysis is a field of study that examines people's views, feelings, evaluations and attitudes towards entities such as services, products, individuals, organizations, problems, issues, events.(Soong et al., 2019: 272). Twitter is a popular platform for sentiment analysis as it generates a large amount of real-time data that can be used to understand public opinion on a wide variety of topics. Researchers and organizations can use sentiment analysis on Twitter data to track sentiment about certain hashtags, brands, or events and understand how they've changed over time.

Overall, the relationship between Twitter and sentiment analysis stems from the fact that Twitter provides a rich source of data that can be analyzed using sentiment analysis techniques to understand public opinion and sentiment on a wide variety of topics. In applying sentiment analysis to Twitter data, it may be possible to determine the overall sentiment of tweets about a particular topic, to understand how sentiment towards a brand or product has changed over time, or to identify specific issues or concerns expressed by users. While the processing and use of this data with classical methods requires great efforts, artificial intelligence applications can easily make this data in a very short time. It has become possible to capture the insight of the target audience and to obtain more sensitive data about their feelings and thoughts. Information that strengthens the hand of institutions can be obtained at the point of strategy development in public public relations. This situation also offers opportunities to deal with potential and current problems in public relations.

Within the scope of this study, it is investigated how the application of career steps in teaching is reflected on the target group during the studies of the Ministry of National Education's Teaching Profession Law. The reactions of the teachers, who are the primary target audience of this study, on the Twitter platform were investigated by sentiment analysis and the data obtained were presented. Within the scope of the research, the time period in which the studies on the Teaching Profession Law were carried out were considered as four periods covering the dates 1 December 2021 – 24 November 2022. The data set used in the study consists of a total of 10,000 tweets, which are divided into four periods with the Twitter API and 2500 randomly drawn from each period, but limited to some tags related to the relevant law. Orange program was used in the process of collecting, recording, processing, analyzing and visualizing the data. As a result of the study, the importance of Twitter in public public relations and the

effective role of data processing in shaping public relations in public institutions policies have been clearly seen.

Keywords: Public Relations in Public Institutions, Social Media, Twitter, Sentiment Analysis, Ministry of National Education, Teaching Profession Law, Career Steps in Teaching

Kaynakça

- Akca, M. F. (2020). *Metin Madenciliğinde Veri Ön İşleme*. Retrieved 07.10.2022 from <https://medium.com/deep-learning-turkiye/metin-madencili%C4%9Finde-veri-%C3%B6n-i%C3%87%C5%9Fleme-3e3e7ade4290>
- Bilgici Oğuz, C. (2019). Sosyal Medya, Büyük Veri ve Yapay Zekanın Dijital Halkla İlişkilerdeki Rolü. In E. B. Sarıoğlu (Ed.), *Dijital Halkla İlişkiler* (pp. 117-140). Eğitim Yayınevi.
- Esenel Eyüboğlu, D. (2021). Kamusal Halkla İlişkiler Bağlamında Sosyal Medyada Kriz İletişimi. In Y. Kuşay (Ed.), *Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü* (pp. 178-205). Eğitim Yayınevi.
- Eyüpınar, C. D., Büyükkalkan, F. ve Semiz, K. (2021). Sporcu Beslenmesi İle İlgili Youtube Video Yorumlarının Duygu Analizi. *Uluslararası Beden Eğitimi Spor ve Teknolojileri Dergisi*, 2(2), 27-39.
- Freberg, K. (2021). Social Media for Public Relations. In *Exploring Public Relations and Management Communication* (5 th Edition), Ed: Ralph Tench ve Stephen Waddington. UK: Pearson Education Limited.
- Gül, İ. ve Güngör, C. (2022). Öğretmenlik Meslek Kanununa İlişkin Öğretmen Görüşleri. *Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(3), 1098-1123. <https://doi.org/https://dergipark.org.tr/tr/pub/yyuefd/issue/73718/1090770>
- Güngör, N. (2020). *İletişime Giriş* (6 ed.). Siyasal Kitabevi.
- İş, A. ve Birel, F. (2022). Öğretmenlik Meslek Kanununa İlişkin Öğretmen Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(84), 1967-1990. <https://doi.org/https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/70796/1141748>
- Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2010). Users of the World Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 59-68.
- Kelleher, T. (2021). *Public Relations: Engagement Conversation Influence Transparency Trust* (Second Edition). New York: Oxford University Press.
- Kılınç, B. (2017). *Kamusal Halkla İlişkiler*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H. ve Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? WWW '10: Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web,
- Liu, B. (2012). *Sentiment Analysis and Opinion Mining*. Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-02145-9>
- Marr, B. (2017). *Büyük Veri İş Başında: 45 Yıldız Şirket Büyük Veriyi Nasıl Kullandı?* MediaCat Kitapları.
- Mavnacıoğlu, K. (2015). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım*. Beta Yayınları.
- McGuire, M. ve Kampf, C. (2015, 12-15 July). Using social media sentiment analysis to understand audiences: A new skill for technical communicators? 2015 IEEE International Professional Communication Conference (IPCC), memurlar.net. (01/12/2021). *Erdoğan: Uzman öğretmenlere ek 1 derece ve 1000 lira vereceğiz*. Retrieved 01/12/2022 from <https://www.memurlar.net/haber/1003393/erdogan-uzman-ogretmenlere-ek-1-derece-ve-1000-lira-verecegiz.html>
- memurlar.net. (03/02/2022). *Öğretmenlik Meslek Kanunu Resmi Gazete'de yayımlandı*. Retrieved 01/12/2022 from <https://www.memurlar.net/haber/1015151/ogretmenlik-meslek-kanunu-resmi-gazete-de-yayimlandi.html>
- memurlar.net. (18/07/2022). *Uzman ve Baş Öğretmenlik eğitimleri başladı*. Retrieved 01/12/2022 from <https://www.memurlar.net/haber/1035169/uzman-ve-bas-ogretmenlik-egitimleri-basladi.html>
- memurlar.net. (19/11/2022). *Öğretmenlik Kariyer Basamakları Sınavı bugün*. Retrieved 01/12/2022 from <https://www.memurlar.net/haber/1047308/ogretmenlik-kariyer-basamaklari-sinavi-bugun.html>

memurlar.net. (24/11/2022). *Öğretmenlik Kariyer Basamakları sınav sonuçları açıklandı*. Retrieved 01/12/2022 from <https://www.memurlar.net/haber/1047840/ogretmenlik-kariyer-basamaklari-snav-sonuclari-aciklandi.html>

memurlar.net. (29/08/2022). *Öğretmenlik Kariyer Basamakları Sınavı örnek soruları yayımlandı*. Retrieved 01/12/2022 from <https://www.memurlar.net/haber/1039465/ogretmenlik-kariyer-basamaklari-snavi-ornek-sorulari-yayimlandi.html>

Page, J. T. ve Parnell, L. J. (2019). *Introduction to Strategic Public Relations: Digital, Global, and Socially Responsible Communication*. SAGE Publications, Inc.

Pang, B. ve Lee, L. (2008). Opinion Mining and Sentiment Analysis. *Foundations and Trends® in Information Retrieval*, 2(1–2), 1-135. <https://doi.org/10.1561/1500000011>

PRCA. (2018). *The Power of Communication: Digital PR and Communication Report 2018*. Retrieved 02/02/2023 from <https://www.prc.org.uk/sites/default/files/PRCA%20Digital%20PR%20Report%202018%20-Web.pdf>

PRSA. (2012). *About Public Relations*. Retrieved 02/02/23 from <https://www.prsa.org/about/all-about-pr>

Roshan, M., Warren, M. ve Carr, R. (2016). Understanding the use of social media by organisations for crisis communication. *Computers in Human Behavior*, 63, 350-361. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.016>

Solmaz, B., Urhan, B., Tarakci, H. N. ve Gazaz, D. C. (2022). Pandemi Çağında Sürdürülebilirlik: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Sosyal Medyada Proaktif Kriz İletişimi Üzerine Bir Araştırma [Makaleler]. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turcom>. <https://doi.org/https://dergipark.org.tr/tr/pub/turcom/issue/69706/1019836>

Soong, H.-C., Binti, A. J. N., Kumar Ayyasamy, R. ve Akbar, R. (2019, 27-28 April 2019). The Essential of Sentiment Analysis and Opinion Mining in Social Media : Introduction and Survey of the Recent Approaches and Techniques. 2019 IEEE 9th Symposium on Computer Applications & Industrial Electronics (ISCAIE),

TBMM. (2022). *Öğretmenlik Meslek Kanunu Teklifi*. Retrieved 02/02/23 from <https://www2.tbmm.gov.tr/d27/2/2-4056.pdf>

Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu* (Ö. Sakin, Trans.). Kafka Yayınları.

Weiner, M. ve Kochhar, S. (2017). On the Horizon: Unleashing the Power of Big Data in Public Relations. *The Public Relations Strategist: From the Archives The "Best of" Issue*, 28-29. <https://www.mydigitalpublication.com/winter-2017?i=461291&p=1&view=issueViewer>

WordArt. (2009). *Word Art*. Retrieved 18.12.2022 from <https://wordart.com/>

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Havva Nur Tarakçı)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Havva Nur Tarakçı)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Boşanma ve Etkileri: Çocuklar ve Ergenler Üzerindeki Psikolojik Sonuçları

Özlem ÇAKMAK TOLAN* 

ÖZ

Boşanma ile parçalanmış ve dağılmış aile birliği ailenin tüm fertlerini derinden etkileyen, ruhsal açıdan birçok sorunu ve belirsizliği beraberinde getiren travmatik bir olaydır. Eşler evliliklerini yürütememelerinin ve yuvalarının yıkılmasının hayal kırıklığını yaşarken bu durumdan en çok etkilenen tarafın çocuklar olduğu görülmektedir. Boşanmanın çocuk üzerindeki etkileri yaş, cinsiyet, aile içi çatışma, ebeveyn desteği gibi birçok değişkene göre farklılık göstermektedir. Bu derleme çalışmasında boşanmanın çocuk üzerindeki etkileri yaş değişkenine göre incelenmiştir. Gelişim dönemleri bebeklik, okul öncesi, okul dönemi ve ergenlik dönemleri olmak üzere dört bölümde ele alınmış ve ilgili alanyazın taranmıştır. Boşanma; bebeklik döneminde ağırlıklı olarak bağlanma kaynaklı problemlere, okul öncesi dönemde regresif davranışlara, okul döneminde eğitim ile ilgili sorunlara ve ergenlik döneminde ise davranım bozukluklarına neden olabilmektedir. Bununla birlikte boşanma; her yaş döneminde depresyon, kaygı, stres, düşük benlik saygısı, özgüven eksikliği, öfke, değersizlik ve kayıp gibi duygulara yol açabilmektedir. Dolayısıyla boşanma; geleceğin ebeveynleri olan çocukları ruhsal, fiziksel, gelişimsel açıdan olumsuz etkilemekte ve psikolojik bozukluklar geliştirmeleri için bir risk faktörü olabilmektedir. Bununla birlikte, çocukların boşanmadan etkilenme düzeyleri, sorunların ne şiddette olacağı ve ne kadar süreceğinin anne ve babanın çocuklarına nasıl davranacakları ve birbirlerine yönelik tavır ve tutumları ile doğrudan bağlantılı olduğu unutulmamalıdır. Çocukla sağlıklı iletişim ve ilişkinin devam ettirilmesi çocukların psikolojik sağlıkları ve iyilik halleri açısından son derece önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Boşanma, Çocuk, Ergen, Boşanmanın Etkileri

Divorce and Its Effects: Psychological Consequences on Children and Adolescents

ABSTRACT

Divorce is a traumatic event that deeply affects all family members and brings many psychological problems and uncertainties. While spouses experience disappointment in failing to maintain their marriage and having their home broken, children are often the most affected party. The effects of divorce on children vary depending on variables such as age, gender, intra-family conflict, and parental support. This review article examines the effects of divorce on children according to age. The developmental periods of infancy, preschool, school age, and adolescence are addressed, and the relevant literature is reviewed. Divorce can cause attachment-related problems in infancy, regressive behaviors in preschool, educational problems in school-age, and behavioral disorders in adolescence. However, divorce can also cause emotions such as depression, anxiety, stress, low self-esteem, lack of confidence, anger, worthlessness, and loss in children of all ages. Therefore, divorce can negatively affect children in terms of their mental, physical, and developmental health, and it can be a risk factor for developing psychological disorders in the future parents. However, the degree to which children are affected by divorce, the severity and duration of problems, and how parents behave towards their children and towards each other are directly related. It is essential to remember that maintaining a healthy relationship and communication with children is crucial for their psychological health and well-being.

Keywords: Divorce, Child, Adolescence, Effects of Divorce

1. Evlilik ve Boşanma

Evlilik; iki insanın hayatlarını paylaşmak, iyi günde ve kötü günde bir ömür boyu birlikte olmak için hayatlarını birleştirdiği toplumsal bir kurumdur. Aile “iki ayrı insan” tarafından oluşturulduğu için çatışma ve uyumsuzluk problemlerinin ortaya çıkma olasılığı vardır (Türktaş, 2007). Bu nedenle bazı evlilikler çatışma ve uyumsuzluk problemleri nedeniyle bir ömür boyu sürememekte ve boşanma ile sonuçlanabilmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre son yıllarda evlilik oranlarında azalma, boşanma oranlarında ise artış söz konusudur. TÜİK (2018) verilerine göre, evlenen çiftlerin

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, ozlemtolan@gmail.com
Makalenin Gönderim Tarihi: 19.12.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 06.04.2023

Citation/Atf: Tolan, Ö. Ç. (2023). Boşanma ve etkileri: çocuklar ve ergenler üzerindeki psikolojik sonuçları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 321-338. <https://doi.org/10.52642/susbed.1221560>



sayısında bir önceki yıla kıyasla %2,9 oranında azalma, boşanan çiftlerin sayısında ise %10,9 oranında artış yaşanmıştır.

Eşler boşanma sürecinde ve sonrasında evlilik kurumunun sorumluluğunu taşıyamadıkları için suçluluk duygusu hissedebilir, evliliklerinde başarılı olamadıkları için yenik düşmüş duygusuna kapılabilir, evlilik ile ilgili hayallerinin gerçekleşmemesi nedeniyle hayal kırıklığı ve tedirginlik yaşayabilirler (Yörükoğlu, 2012). Dolayısıyla çiftlerin evliliklerinde bulunan sorunlardan kurtulmak ve daha iyi bir yaşam sürmek için aldıkları boşanma kararı ve boşanma sürecinin kendisi onlar için başlı başına bir stres ve sorun kaynağı olabilmektedir. Üstelik ortada çiftlerin evliliklerinden doğan bir çocuk ya da çocuklar varsa bu sorunların boyutunun ve şiddetinin artabileceği ve bu durumun ebeveynler için ayrı bir yük oluşturabileceği belirtilmektedir (Karahan, 2012).

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün verilerine göre boşanan çiftlerinin %45,27 sinin çocuğu bulunmamaktadır ve çocuk sayısı arttıkça boşanma yüzdeleri düşmektedir. Boşanan çiftlerin neredeyse yarısından fazlasının çocuğunun olması çocuğu olan çiftlerin boşanmayı kolay göze alamadıklarını göstermektedir. Dolayısıyla çocuk, ebeveynler için boşanmayı engelleyen caydırıcı bir faktör olabilmektedir (Waite ve Gallagher, 2000). Bu durumun boşanmanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Boşanmanın çocuklar üzerine etkileri bugüne kadar birçok çalışmaya farklı yönleriyle konu olmuştur. Bu derleme çalışmasının amacı, boşanmanın çocuk üzerindeki olumsuz etkilerini gelişim dönemlerini göz önünde bulundurularak incelemektir. Bu bağlamda ebeveyn boşanmasının çocuk üzerindeki etkileri aile içi çatışma, cinsiyet, ebeveyn tutumları gibi değişkenlere göre farklılık gösterse de etkili faktörün yaş olduğu ileri sürülmektedir (Walczak ve Burns, 1999). Çocukların içinde buldukları gelişim dönemlerinin başa çıkma mekanizmalarının varlığına göre, boşanma durumundan etkilenmelerinin bu görüş üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir (Bryner, 2001). Dolayısıyla boşanmanın etkilerinin gelişim aşamalarına göre incelenmesi çocuk üzerindeki etkilerin bütünüyle ele alınması ve daha iyi anlaşılması adına önem arz etmektedir.

2. Bebeklik Dönemi (0-2 yaş) Üzerindeki Etkileri

Bebeklik dönemi sıfır ile iki yaş aralığına denk gelmektedir. Diğer türlere kıyasla insan yavrusu biyolojik açıdan yaşamını sürdürebilmek için anne ve babasının doğrudan yardımına daha uzun süre muhtaç durumdadır ve bu kaçınılmaz durum insanlar için bir arada yaşama özellikle de bağlanma gereksinimini ortaya çıkarmaktadır (Soysal ve ark., 2005). Bağlanma bebeklik döneminin ilk evreleriyle birlikte başlamakta ve ortalama iki ile üç yıl içinde şekillenmektedir (Bowlby, 1982). Bebek ile bakım veren arasındaki bağlanma; bakım veren kişinin bebeğin ihtiyaçlarına karşı kabul edici davranışlar sergilemesi, bebeğin ihtiyaçlarını ve isteklerini tutarlı bir şekilde karşılaması sonucunda gerçekleşmektedir (Sarıdoğan ve ark., 2007). Bu şekilde oluşan bağlanma güvenli bağlanma tarzı olarak anılmaktadır. Bakım verenin bebeğin duygusal ve fiziksel gereksinimlerini reddederek duyarlılık göstermemesi, bebeğe duygusal ve sosyal açıdan destek vermeyerek kötü muamele göstermesi ve bebekle yeteri kadar duygusal ve fiziksel temasta bulunmaması sonucunda ise güvensiz bağlanma biçimi ortaya çıkabilmektedir (Peluso ve ark., 2004).

Güvenli bağlanma bebek için koruyucu bir kalkan işlevi görerek bebeğin duygusal gelişimini ve psikolojik sağlığını olumlu yönde etkilemektedir (Öngider, 2013). Bebek için bakım veren rahatlamak ve kendini yeniden güvende hissetmek için dönüp sığınabileceği bir güven üssü niteliğindedir (Soysal ve ark., 2005). Eğer bebek yaşamının ilk dönemlerinde bakım vereninden sevgi görür ve güven duygusunu hissederse ilerleyen yaşlarda kendini sevmeye ve güvenilmeye değer bir insan olarak algılamakta, bakım vereninden sevgi göremediği ve ona güven duymadığı durumlarda ise kendini sevmeye, güvenilmeye ve değer verilmeye layık olmayan bir insan olarak görebilmektedir. Ayrıca bebeğin gereksinimlerinin karşılanmaması halinde çocukta temel güvensizlik duygusu tetiklenebilmekte ve bu durum da içe kapanmaya ve yabancılaşmaya neden olarak bireyin yalnızca kendine değil aynı zamanda başkalarına da güvenmemesine yol açabilmektedir (Öngider, 2013). Bunun yanında bebeklik döneminde sahip olunan bağlanma tarzının yetişkinlik döneminde diğer bireylerle kurulacak olan ilişkilerin belirleyicisi olduğu ileri sürülmektedir (Pat, 2008). Dolayısıyla bebek ve bakım veren arasındaki ilişki fiziksel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir ilişki olarak görünse de aslında bebeğin hayatını bir ömür boyu etkileyebilecek nitelikler taşıyabilmektedir (Deniz, 2008).

Ebeveynlerin çocuklarının bebeklik dönemlerinde boşanması bağlanma sürecinde bozulmalara neden olabilmektedir (Erdim ve Ergün, 2016). Çünkü bazı ebeveynler boşanmadan sonra eşlerine olan düşmanlıklarını çocuklarına yansıtarak onlara karşı sert, uzak, emredici, negatif davranmakta ve cezalandırıcı olabilmektedirler (Bryner, 2001). Evlilikten doğan sorunlar çocuğa bu şekilde yansıtılınca bağlanma tarzı olumsuz yönde etkilenebilmekte ya da değişebilmektedir. Bu nedenle anne ve babası bu dönem boşanan bebeklerin ebeveynleriyle güvenli bağlanma tarzı geliştirebilmeleri beklenen bir durum değildir (Ünlü, 2015). Eşlerinden boşanmış anneler ve çocukları ile yapılan bir çalışmada, eşlerinden boşanmış annelerin daha negatif ebeveyn tarzı geliştirdikleri ve bu annelerin çocuklarının ise güvenli bağlanma biçimine sahip olmadıkları saptanmıştır (Nair ve Murray, 2005). Yapılan bir diğer çalışmada, ebeveynleri boşanmış çocukların ebeveynleri boşanmamış çocuklara oranla anne ve babalarına bağlanma düzeylerinin daha az olduğu ve daha fazla güvensiz bağlanma tarzı geliştirdikleri belirlenmiştir (Saridoğan ve ark., 2007). Bağlanmanın etkilerini yakın ilişkiler, bireyselleşme, kişilik, kişiler arası ilişkiler, psikosomatik bozukluklar ve psikiyatrik problemlere kadar birçok alanda görmek mümkündür (Ünlü, 2015). Bebeklikte geliştirilen güvensiz bağlanma ilerleyen dönemlerde şiddete daha fazla eğilim gösterme, kendine zarar veren davranışlar sergileme, arkadaşlarına ve öğretmenlerine karşı agresif davranma, çökkün bir ruh hali içinde olma, sosyal açıdan izole ve uyumsuz olma, imgesel oyunları oynarken zorlanma, madde kötüye kullanımı, olumsuz duygulanıma sahip olma, sinirli, huzursuz ve rahatsız bir yapı geliştirme gibi birçok soruna yol açabilmektedir (Soysal ve ark., 2005).

Ebeveynlerine güvensiz bağlanan bireylerin güvenli bağlanan bireylere göre ilişkilerinde daha az yakınlık kurdukları, daha fazla memnuniyetsizlik hissettikleri, daha az tutarlı ve olumlu duygulara sahip oldukları bilinmektedir (Lopez ve ark., 2000). Güvensiz bağlanmanın ilerleyen dönemlerde bireylerin daha içe dönük bir kişilik yapısı geliştirmelerine (Saymaz, 2003), sosyalleşmekte sorun yaşamalarına (Aycanoğlu ve Ünsal, 2017), problem çözme becerilerinin gelişmemesine (Zeanah ve ark., 1997) ve daha düşük benlik saygısına sahip olmalarına (Ünlü, 2015) neden olabileceği belirtilmektedir. Aynı zamanda boşanma sonucunda evden ayrılan taraf çoğunlukla baba olmaktadır. Dolayısıyla bağlanma nesnesinden uzak kalmak bebeğin uyku ve yemek düzeninin bozulmasına, bebeğin depresif ruh haline bürünmesine ve çevresine karşı daha ilgisiz olmasına yol açabilmektedir (Kotan, 2016).

Bebeklik döneminde yaşanan ebeveyn boşanması bağlanma kaynaklı problemler farklı bazı sorunlara da neden olabilmektedir. Ebeveynleri boşanmış bebeklerin yaşamlarının ilk üç yılında bilişsel, davranışsal ve sosyal değerlendirmelerden daha düşük puanlar aldıkları belirtilmektedir (Alison ve ark., 2000). Bebekler sebebini bilmeseler de evden birinin ayrıldığını anlayabilmekte ve henüz 10-18 aylıkken stres bozukluğunun sinyallerini gösterip ağlamada artış, parmak emme, kaygı, öfke patlamaları, ısırma ve rahatsız edici davranışlar sergileme gibi tepkiler verebilmektedirler (Arslan, 2018). Ebeveynlerin boşanması bebeklerde iştah kaybı, mide rahatsızlıkları ve boşaltım sorunları gibi fizyolojik belirtilerin yanı sıra huzursuzluk artışı, sinirli veya uyumsuz davranışlar, ağlama nöbetleri, sinir krizleri, ayrılık anksiyetesi gibi davranışlar, yalnız bırakılma, terk edilme ve unutulma korkusu gibi psikolojik etkilere de neden olabilmektedir (Erdim ve Ergün, 2016).

Yukarıdaki bilgiler ışığında boşanmanın bebekler üzerinde çeşitli olumsuz etkilerinin olabileceği söylenebilmektedir. Bebeğin bu durumdan olabildiğince az etkilenebilmesi için hem annesi hem de babası ile sıklıkla temas halinde olması, ebeveynlerinin özellikle bebekleri ile ilgili konularda ortak kararlar alarak uyumlu hareket etmeleri ve bebeklerinin ihtiyaçlarını tutarlı bir şekilde karşılamaları faydalı olabilmektedir (Şentürk, 2006).

3. Okul Öncesi Dönem (3-6 Yaş) Çocukları Üzerindeki Etkileri

Okul öncesi dönem üç ile altı yaş aralığına denk gelmektedir. Bebeklik döneminde çocuk tamamen anne ve babaya bağlı iken okul öncesi dönemde çocuğun bir kreş veya anaokuluna gitmesi söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla çocuğun gelişimindeki en önemli dönem olan okul öncesi dönem başlayabilmekte ve çocuğun aileden ilk düzenli ayrılışı gerçekleşebilmektedir (Öngider, 2013). Okul öncesi dönemin diğer özelliklerine değinilecek olunursa bu dönemde çocuklar doğadaki olayların merkezinde kendilerinin olduğuna inanmakta diğer bir deyişle çocuklarda benmerkezci düşünce yapısı egemen olabilmektedir (Öngören, 2017). Bu nedenle çocuk çevresinde olup biten olayların kendisinden kaynaklı

olduğunu düşündüğü bir dönemin içindedir. Çocuklar bu dönemde annelerini ve babalarını her yönden taklit ederek onları model alma (Cüceloğlu, 1991) ve onlarla özdeşim kurma eğilimi gösterebilmektedirler (Tatlıoğlu, 2012). Kız çocuklarının hayranlık duyduğu ebeveyn anne, erkek çocukların ki ise babadır. Dolayısıyla kız çocukları kendilerini anne ile erkek çocukları ise kendilerini baba ile özdeş tutma çabası içine girmektedir. Bununla birlikte, yaklaşık beş ile altı yaş dolaylarında kız çocukları babaya aşırı düşkünlük gösterebilmektedirler (Sağlam, 2011).

Kişiliğin zihinsel ve duygusal yönleri bu dönemde anne ve babanın önderliğinde sürekli gelişmekte ve olgunlaşmaktadır (Tatlıoğlu, 2012). Kısacası erken çocuklukta çocukların zihinleri, sosyal deneyimleri, benlik kavramları, duygusal olgunlukları, ahlak anlayışları ve cinsiyet farkındalıkları ile ilgili büyük gelişmeler yaşanmaktadır (Santrock, 2011). Bu nedenle okul öncesi dönemde çocuğun ebeveynleri ile olan ilişkisinin sağlıklı nitelikte olması çocuğun kişilik gelişimi, okul dönemi, ergenlik dönemi ve yetişkinlik dönemleri gibi yaşamının diğer evreleri için önemli bir temel oluşturmaktadır (Öngider, 2013).

Boşanmanın okul öncesi döneme ait çocukta yarattığı en yaygın sorunlardan birinin suçluluk duygusu olduğu belirtilmektedir (Türkcaslan, 2007). Çünkü bu yaşlarda çocukta benmerkezci düşünce hakimdir dolayısıyla çocuk ebeveynlerinin boşanmasından kendini sorumlu tutabilmektedir (Foulkes-Jamison, 2011). Çocuklar ebeveynlerinin ayrılmasından sorumlu olmadıklarına inandırılmazlarsa ilerleyen yaşlarda suçluluk duygusundan ziyade daha büyük duygusal problemlerle karşılaşabilmektedirler (Öngören, 2017). Sınırlı bilişsel kapasitelerinden dolayı okul öncesi dönemdeki çocuklar ebeveynlerinin boşanması karşısında şaşkınlığa uğrayabilmekte ve boşanmanın geçici bir durum olduğunu düşünerek anne ve babasının tekrar bir araya geleceğini umut edebilmekte ve bunun için çabalayabilmektedirler (Foulkes-Jamison, 2011). Bunun sonucunda anne ve babası tekrar bir araya gelmeyince hayal kırıklığı yaşayabilmektedirler (Türkcaslan, 2007). Yine bilişsel ve duygusal olgunluklarından dolayı gerçek ve fanteziyi ayırt edemeyen çocuklar sürekli annesinin ve babasının ayrılmadığına dair hayaller kurabilir, reddedilme ve kaybetme duygularının üstesinden gelebilmek için farklı şeyler söyleyebilirler (Cebeci ve Ceylan, 2009). Stres altında olan çocuk hayali arkadaşlıklar kurarak bu şekilde rahatlamaya çalışabilir (Öngören, 2017). Bu dönemde çocuk ebeveynlerinin birbirlerini istememe durumunu kendisinin de istemediği şeklinde yorumlayabilmekte ve kendisini reddedilmiş, istenmeyen ve değersiz bir birey olarak algılayabilmektedir (Sağlam, 2011).

Bu dönem çocuklarının boşanmadan sonra yaşayabileceği bir diğer duygu ise korkudur. Çocuklar evden ayrılmayan ebeveynin de bir gün onu terk edeceği (Erdim ve Ergün, 2016), evden ayrılan ebeveynin onunla eskisi kadar ilgilenmeyeceği ve onu artık sevmeyeceği (Wallerstein ve Kelly, 1980) ve kalacak yer ya da yiyecek bir şeyler bulamayacakları (Serin ve Öztürk, 2007) gibi korkular yaşayabilmektedirler. Özellikle babaları tarafından eskisi kadar sevilmeyeceklerine ve ilgi görmeyeceklerine dair korkuları olan çocuklar bu korkularıyla yüzleştikleri zaman, güvensizlik duygusu yaşayabilmekte ve terk edilmiş hissedebilmektedirler (Sağlam, 2011). Bu durumdan kız çocuklarına oranla erkek çocukları daha çok etkilenabilmekte ve daha çok yalnızlık duygusu yaşayabilmektedirler (Tatlıoğlu, 2012). Bu korkular boşanmadan sonra çoğunlukla ağlama, ebeveyninden ayrı kalmaya tahammül edememe veya başkasıyla kalmayı reddetme gibi davranışlarla ortaya çıkabilmektedir (Cebeci ve Ceylan, 2009).

Çocuklar tüm bu sorunlar karşısında rahatlatma gereksinimi duyacaklardır (Türkcaslan, 2007). Bu durumdan kaynaklı okul öncesi çocukta boşanmadan sonra en sık görülen olumsuz etkilerden biri de regresif (gerileme) davranışlardır (Sancaklı, 2014). Gerileme davranışları çocuğun gelişimini tamamladığı bir önceki gelişim basamağına tekrar geri dönmesi olarak tanımlanabilir. Parmak emme, altını ıslatma, ebeveynine aşırı düşkünlük, vurma, eskiden sevdiği bir oyuncuğa geri dönme ve ona çok bağlanma regresif davranışlara örnek olarak verilebilir (Öngören, 2017). Bu tür davranışlar çocuğa içinde bulunduğu stresli durumlardan kaçınarak rahatlatma, kontrolü elinde bulundurma, zihinsel olarak emin ve rahatlatıcı bir yere sığınma imkânı verdiğinden boşanma sonrası okul öncesi dönemde görülebilecek davranışlar olabilmektedir (Türkcaslan, 2007). Bu davranışların boşanma gerçekleştikten ortalama bir yıl sonra azalarak kaybolması beklenmektedir (Hetherington ve ark., 1982). Dolayısıyla bu davranışlar karşısında sabırlı olmak, çocuğu cezalandırmamak, onlara sevgi ve anlayış göstererek destek olmak bu tür davranışların üstesinden gelebilmek adına oldukça faydalı olabilmektedir (Türkcaslan, 2007).

Yapılan araştırmalar boşanmanın bu dönemde çocuğun öfke ve kırgınlık gibi duygularında artışa neden olabileceğini göstermektedir (Aktaş, 2011). Bu nedenle çocuk hem ebeveynleriyle hem de başkalarıyla olan ilişkilerinde daha agresif (Erdim ve Ergün, 2016), hırçın (Yavuzer, 2003) olabilmekte ve saldırgan davranışlarda bulunabilmektedir (Kasuto, 2017). Kendine güvende azalma, insan ilişkileri ile ilgili kafa karışıklığı, kaza yapmaya eğilim, depresyon, iştah kaybı ve kaygıda artış bu dönemde ebeveyn boşanmasının ardından görülebilecek diğer olumsuz etkilerdir (Erdim ve Ergün, 2016). Aynı zamanda boşanma okul öncesi çocukta eğitim almaya karşı daha az istekli olma, maddi nesnelere karşı daha fazla talepkâr olma ve sıkıntılı ruh haline bürünme gibi etkilere yol açabilmektedir (Geniş ve ark., 2019). Bunlarla birlikte, boşanma ve ardından ebeveynlerden birinin evden ayrılması durumu çocukta kâbus görmeyi tetikleyebilmekte ve bu durum çocuğun uyku düzeninin bozulmasına neden olabilmektedir (Yavuzer, 2003). Dikkat edilmediği takdirde ilerleyen zamanlarda uyku bozuklukları ortaya çıkabilmektedir (Wallerstein ve Kelly, 1980). Ayrıca bu yaş grubuna ait çocuklar boşanmadan sonra üzüntü, yalnızlık, reddetme, kaygı, depresyon, okul başarısızlığı, itaatsizlik gibi problemler yaşayabilmektedirler (Öngören, 2017).

Foulkes-Jamison (2011), bu dönem çocuklarının tüm bu zor ve stresli koşullarla başa çıkmak için gerekli stratejilere sahip olmadıkları için ilerleyen zamanlarda uyum problemleri yaşayabileceklerini belirtmişlerdir. Cebeci ve Ceylan (2009), okul öncesi dönemde yaşanan boşanma sonrası aşırı atılganlık veya içe kapanma gibi durumların gözlenebildiğini ve bu durumların çocuğun sosyal ilişkilerinde sorunlar yaşamasına neden olabileceğini vurgulamışlardır. Dolayısıyla çocuğun sosyal gelişiminin gecikmesi boşanmanın bu dönemdeki diğer bir olumsuz etkisi olabilmektedir (Sağlam, 2011). Pırtık (2013), ebeveynleri boşanmış ve boşanmamış okul öncesi çocuklar ile yaptığı çalışmada, ebeveynleri boşanmış çocukların sosyal beceri puanlarının ebeveynleri ile birlikte yaşayan çocuklara göre daha az olduğunu saptamıştır. Tüm bunların yanında çocuğun zihin gelişimi bloke olabilmekte ve gecikebilmektedir (Cebeci ve Ceylan, 2009). Ebeveynleri boşanmış ve boşanmamış 5-6 yaş grubuna ait çocukların bilişsel işlevlerinin incelendiği bir çalışmada, ebeveynleri ayrılmış çocukların bilişsel işlev puanlarının ebeveynleri boşanmamış çocuklara kıyasla daha düşük olduğu bulunmuştur (Erürker, 2007). Ayrıca ebeveynler okul öncesi dönemdeki çocuklar için duygusal destek, pratik yardım, bilgi, rehberlik ve denetleme kaynağıdır dolayısıyla bu dönemdeki boşanma kaynaklı ebeveyn kaybı çocukta başta paylaşma, uzlaşma ve anlaşma olmak üzere birçok yeteneğin aksamasına neden olabilmektedir (Öngider, 2013).

Boşanmanın erken çocukluk dönemi çocukları üzerindeki etkileri bu şekilde sıralanabilmektedir. Fakat özellikle boşanma sonrası kontrolün fazla, yeni düzenlemelerin ve kuralların net olduğu ailelerde boşanma sonrasındaki uyum daha fazla olabilmektedir (Korkut, 2012). Bu nedenle boşanma sonrası belirsizliklerin olabildiğince az olması ve özellikle çocukla kuralların net olması boşanma sürecine uyumu kolaylaştıran ve bu olumsuz etkileri azaltan etmenler olabilmektedir.

4. Okul Dönemi (6-12 Yaş) Çocukları Üzerindeki Etkileri

Okul çağı 6 ile 12 yaş aralığına karşılık gelmektedir. Bu dönem aynı zamanda orta çocukluk dönemi olarak adlandırılmaktadır. Çocuklar genelde 6 yaş dolaylarında okula başlamaktadır. Bu durum çocukların aile ortamından farklı ve yeni bir sosyal ortam olan okul ile tanışmalarını sağlamaktadır (Öztop ve ark., 2018). Bebeklik ve okul öncesi dönemlerine kıyasla okul çağının çocuğun özellikle sosyal hayatının en büyük değişikliğe ve gelişmeye uğradığı dönem olduğu kabul edilmektedir. Bu dönem çocuğun bebeci davranışlarından arındığı, çevresinde gerçekleşen olaylarla daha fazla ilgilendiği, kendi cinsiyetinin sahip olması gereken rolleri öğrendiği ve sosyalleşmeye çalıştığı bir dönemdir. Diğer bir deyişle, çocuğun olumlu benlik algısı edinmesi, akranları ile uyumlu ilişkiler kurabilmesi, toplumsal cinsiyet rollerini öğrenmesi, ahlak, değer ve vicdan gelişiminin tamamlanması beklenmektedir. Bunların yanında, dönemin son yaşlarında çocuklar olaylara farklı açılardan bakarak başkalarının fikirlerini anlayabilir, somut düşünceden sıyrılarak soyut düşünmeye başlayabilir, neden-sonuç ilişkisi kurarak problemleri tespit edebilir ve bunlara çözüm yolu bulma kabiliyetleri gelişebilir (Doğan, 2007). Ayrıca çocuk okula başlamanın sonucu olarak okuma-yazma öğrenir, akademik becerileri gelişir dolayısıyla başarı kavramı çocuk için önemli yer tutar, kültür ve dünya algıları genişler (Eryılmaz, 2011). Bu dönemde benmerkezci düşünce tarzında azalma görülürken kelime dağarcığı gelişen çocuk kendini daha iyi ifade edebilir ve öz denetimi gelişir. Bunun

yanında kişiliğin gelişiminde okulun ve arkadaşlarının önemli etkisi olsa da ebeveyn tutumlarının etkisi de tartışılmayacak kadar büyüktür (Öztop ve ark., 2018).

Okul çağındaki çocukların genel özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, çocuğun odak noktasının aile olmaktan çıktığı, sosyal gruplara yöneldiği, sosyalleşmenin çok önemli olduğu ve daha özerk bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, aile ortamının psikososyal açıdan gelişim sürecine giren bir çocuğun en çok etkileşime uğradığı yer olduğu belirtilmektedir (Herdem ve Bozgeyikli, 2013). Ailenin çocuğun özgüven duygusunun oluşması, sosyal becerilerinin kazanılması, topluma uyum sağlaması ve kişiliğinin gelişmesi için bir yapı taşı olduğu ileri sürülmektedir (Aydınlı, 2002). Bu nedenle içinde yaşadığı toplumun kurallarına göre hareket edebilen, davranışlarıyla çevresinde yaşayanları dikkate alabilen, başarılı olabilen, düzenli ve uyumlu ilişkiler kurabilen bir çocuğun arkasında görev ve sorumluluklarını yerine getiren ebeveynlerinin olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, boşanma ile bozulan aile ilişkileri çocuğun eğitim ve sosyalleşme süreçlerini kesintiye uğratabilmekte bu süreçleri olumsuz etkileyebilmektedir (Şentürk, 2006). Dolayısıyla boşanma çocuk için birçok sıkıntıyı ve problemi beraberinde getirebilmektedir.

Boşanmanın etkilerinin ev dışında diğer ortamlarda da görülebildiği, çocukların eğitim hayatlarının etkilenebileceği ve çocukların boşanmayı anlamlandırabildikleri gerekçeleriyle bu dönemde yaşanan boşanmalar daha fazla dikkat gerektirmekte ve çocuk tarafından daha yoğun duygularla yaşanabilmektedir (Arslan, 2018). Okul döneminde çocuklar ebeveynlerinin boşanmasının ne anlama geldiğini anlamaya başlar. Bu durum çocuğun boşanmadan kendini daha az sorumlu tutmasına neden olarak suçluluk duygusunu azaltabilmektedir (Foulkes-Jamison, 2011). Çocukların kendini suçlama eğilimleri azalsa da kaybolmamaktadır çünkü bu dönemde olaylara farklı açıdan bakabilme yeteneği tam olarak gelişmemiş ve benmerkezci düşünce yapısı tamamen kaybolmamıştır. Bu dönem çocuklarının duyguları sürekli değişebilmekte dolayısıyla boşanmadan bazen kendilerini sorumlu tutarken bazen de ebeveynlerini suçlayabilmektedirler (Kasuto, 2017).

Çocuk boşanma sonrası evden ayrılan ebeveynin tekrar döneceğini umut edebilmekte, evi terk ettiği için ebeveyninin kendisini istemediğini düşünebilmekte ve kendini aldatılmış hissedebilmektedir (Arslan, 2018). Ayrıca boşanmaya neden olduğunu düşündüğü ebeveynine karşı olumsuz duygular hissedebilir ve bu durum ebeveyni ile olan ilişkisine zarar verebilir (Aydın, 2009). Bu duygu ve düşünceleri doğrultusunda ebeveynlerine hoşnutsuzluklarını ve öfkelerini bilinçli olarak belli ederken kendilerini bir taraf tutmak zorunda hissedebilirler (Foulkes-Jamison, 2011). Çocuklar boşanma ile ilgili konuşmak istemeyebilir, boşanmayı utanç verici bir durum olarak algılayabilir ve bu durumdan utanabilirler (Cebeci ve Ceylan, 2009). Dolayısıyla ebeveynlerinin ayrılığı çocuklar için rahatsızlık verici bir durum haline gelebilmekte ve ebeveynlerinin barışmalarını çok isteyebilmektedirler (Erdim ve Ergün, 2016). Bu nedenle çocuk anne ve babasının tekrar birleşmesi için onları yakınlaştırmaya çalışabilmektedir (Öztop ve ark., 2018).

Ebeveynlerin boşanması ve ardından ayrı yaşamaya başlaması çocukta çeşitli olumsuz duygulanımlara neden olabilmektedir. Okul çağındaki çocuk şiddetli kaygı, üzüntü ve korku duyabilmektedir (Mağden ve Temel, 1991). Yapılan bir çalışmada, ailelerin parçalanma durumunun ilkökul 4. ve 5. sınıflara devam eden çocukların kaygı düzeyi üzerindeki etkisi incelenmiştir (Aral ve Başar, 1998). Elde edilen bulgular, ebeveynleri boşanmış çocukların durumluk ve sürekli kaygı puanlarının ebeveynleri birlikte yaşayan çocuklara kıyasla daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu duruma aile birliğinin çeşitli nedenlerle bozulmasının ardından çocuğun sağlıklı aile ilişkilerinden mahrum kalmasının neden olduğu düşünülmektedir. Çünkü ailenin çocuğunun kişilik gelişimi üzerindeki rolü oldukça fazladır ve bundan dolayı ailenin parçalanması çocuğun kaygılı bir kişilik yapısı geliştirmesine neden olabilmektedir (Bulut, 1991). Boşanmanın beraberinde getirdiği diğer olumsuz duyguların ise kayıp (ebeveyn, ilgi, para ve güvenli gelecek kaybı), üzüntü, güvensizlik, terk edilmişlik ve reddedilmişlik duyguları ve çökkün (depresif) duygu durumu olduğu belirtilmektedir (Erdim ve Ergün, 2016).

Aral ve Sağlam (2012) tarafından yapılan, ebeveynleri boşanma sürecince olan ve yaşları 7 ile 12 arasında değişen çocukların duygularının incelendiği bir çalışmada; ebeveynleri birlikte yaşayan çocuklar ile boşanma sürecinde olan çocukların mutlu ve mutsuz oldukları anları tanımlamaları açısından farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre, ebeveynleri boşanma sürecinde olan çocuklar mutlu ve mutsuz oldukları anları aileleri üzerinden tanımlarken, ebeveynleri birlikte yaşayan çocuklar bu anları okul yaşantıları

üzerinden tanımlamışlardır. Aynı çalışmada anne ve babası ayrılan çocukların büyük üzüntü yaşadıkları ve ağladıkları tespit edilmiştir. Bu tür olumsuz duyguların ve duygu durumunun çocuk üzerinde yarattığı bazı olumsuzluklar olabilmektedir. Diğer bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış ve boşanmamış okul çağındaki çocukların depresyon düzeyleri incelenmiştir (Aral ve Gürsoy, 2000). Araştırma sonucunda ebeveynleri boşanmış çocukların depresyon puanlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum anne ve baba arasında yaşanan olumsuz davranışların çocuğa yansıtılmasının sonucunda çocuğun içe kapanmasıyla açıklanmaktadır. Boşanma sonrası çocukta açığa çıkan derin üzüntü, dış mekân aktivitelerine karşı olan ilginin ve oyun oynama isteğinin belirgin şekilde azalması da depresyon belirtilerine örnek olarak verilebilmektedir (Erdim ve Ergün, 2016). Lengua ve arkadaşları (2000) okul çağı çocukları ile yaptıkları çalışmada, boşanmadan sonra yaşanan ebeveyn reddinin ve tutarsız disiplinin daha fazla depresyon, şiddete eğilim ve uyum sorunlarına yol açabileceğini belirtmişlerdir.

Terk edilmişlik ve reddedilmişlik duygularının çocuk üzerinde yarattığı problemler, somatizasyon belirtileri ve düşük benlik algısı olabilmektedir. Boşanma kararı ile birlikte ebeveynler bir takım psikolojik, sosyal ve ekonomik problemler ile karşılaşabilmekte ve bu durum sonucunda çocuklarına yeteri kadar ilgi, sevgi ve anlayış göstermeyerek onlardan uzaklaşabilmektedirler (Kaya ve Gündüz, 2019). Dirik ve arkadaşları (2015) tarafından ebeveyn tutumları üzerine yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre; ebeveynlerinin reddedici tutum sergilediğini düşünen çocukların somatizasyon puanlarının yüksek olduğu saptanmıştır. İlkokul ve ortaokul düzeyindeki çocuklarla yapılan bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış olan çocukların babadan algıladıkları kabul-ret durumu ve düşmanlık tavırlarının somatik belirtiler ile ilişkili olduğu saptanmıştır (Kaya ve Gündüz, 2019). Buna göre, babalarını reddedici ve düşmanca algılayan çocukların somatizasyon puanları daha yüksek bulunmuştur. Boşanma sonrası çocukta ortaya çıkabilecek somatik belirtilere aşırı hassasiyet, mide bulantısı, kusma, baş ve karın ağrıları örnek olarak verilebilmektedir (Kasuto, 2017). Öte yandan anne ve babası tarafından yakın ilgi gören, onların desteğini alan çocukların olumlu bir benlik algısı geliştirdikleri öngörülmektedir (Şentürk, 2012). Ancak ebeveynlerinin boşanmasının ardından ebeveynleri tarafından terk edildiğini ve reddedildiğini hisseden çocukların ise olumlu benlik algısı geliştirmeleri beklenmemektedir. Ebeveynleri boşanmış ve boşanmamış okul çağındaki çocukların benlik saygılarının ve kaygı düzeylerinin incelendiği bir çalışmada, iki grubun benlik saygıları ile kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir (Serin ve Öztürk, 2007). Buna göre, ebeveynleri boşanmış çocukların daha düşük benlik algısına ve daha yüksek kaygı seviyelerine sahip oldukları belirlenmiştir.

Bu dönemde ebeveynlerinin boşanma durumu çocukta olumsuz duygulanımların dışında farklı sorunların ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir. Okul döneminde yaşanan boşanmaların neden olduğu en büyük sorunların uyum bozukluğu ve okul başarısızlığı olduğu belirtilmektedir (Cebeci ve Ceylan, 2009). Eşlerin boşanması özellikle babanın ebeveynlik kimliğine zarar veren bir durumdur (Atabey, 2017). Boşanma ile babanın evden ayrılması ise çocukta yoğun öfke duygularına yol açabilmektedir (Mağden ve Temel, 1991). Çocuk bu öfkesini evde ve okulda çeşitli yollarla dışa vurabilmekle birlikte, öfkesini okulda arkadaşlarına ve öğretmenlerine yönelterek agresif davranışlar sergileyebilmektedir (Sağlam, 2011). Bu dönemde çocuk okulu kendisini annesinden ayıran bir yer olarak görmekte ve okula gitmek istememektedir (Kasuto, 2017). Hem duygusal problemlerini okula yansıtan hem de annesini kaybetme endişeleriyle okula giden çocuk dikkatini toplayamamakta ve bu durum çocuğun okul başarısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Mağden ve Temel, 1991). Yapılan bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış ve boşanmamış okul çağı çocuklarının akademik performansları incelenmiştir. Araştırma sonuçları anne ve babasıyla birlikte yaşayan çocukların yılsonu başarı ortalamalarının daha yüksek olduğunu gösterirken sınıf tekrarlarının ebeveynleri boşanmış çocuklarda daha fazla yaşandığını ortaya koymuştur. Aynı çalışmada ebeveynleri boşanmış çocukların problem çözme, dikkat ve çalışma gerektiren derslerde daha başarısız oldukları belirlenmiştir. Okul dönemindeki çocuklar üzerinde boşanmanın etkilerinin incelendiği çalışmadan elde edilen veriler, boşanmanın çocukları en çok akademik performans ve davranım problemleri yönünden etkilediğini göstermektedir (Allison ve Furstenberg, 1989). Benzer sonuçlar boşanmadan kaynaklı tek ebeveynliğin çocukların akademik performans ve problem durumu üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışmada da bulunmuştur (Altunbulak ve Aydoğan, 2015). Buna göre, boşanmanın çocukların okul başarısını olumsuz yönde etkilediği fakat boşanmadan sonra düzenli olarak babalarıyla

görüşen çocukların görüşmeyen çocuklara göre daha başarılı oldukları saptanmıştır. Karşılaştıkları problem durumu açısından ise anne ve babası boşanmış çocukların daha içe dönük bir kişilik yapısı geliştirdikleri saptanmıştır. Özellikle akademik başarıdaki bu farkın ebeveynlerin birlikte yaşadığı ailelerde babanın öğretmenlerle daha pozitif bir iletişim kurmasının, öğretmenlerin beklentilerini karşılama, iş birliği içinde çalışmasının ve çocuğun sorumluluğunun anne ile birlikte alınmasının etkisinin olabileceği belirtilmektedir (Atabey, 2017). Bununla beraber, ebeveyn ayrılığı çocukların kaygı düzeyini arttırabilmektedir (Serin ve Öztürk, 2007). Ayrıca ebeveynlerinin ilgisinden ve sevgisinden yoksun kalan çocuklar başarılı olmak için motivasyonu kendilerinde bulamayabilmekte ve dolayısıyla okul başarılarında düşüş yaşanabilmektedir.

Boşanmadan sonra çocuğun okul yaşantısında karşılaşılabileceği tek problem düşük akademik başarı değildir. Boşanmış aileye sahip olan çocuklar okulda arkadaşları ile oynamak istememe, teneffüste sınıfta yalnız kalmak isteme, bağırıp çağırma, çabuk öfkelenme ve saldırgan davranışlarda bulunma gibi çeşitli olumsuz davranışlar sergileyebilmektedirler (Kasuto, 2017). Hem aile bütünlüğü bozulan hem de okulda başarısızlık yaşayan çocuk arkadaşlarını kıskanabilmektedir (Sağlam, 2011). Bu durumlar ebeveynleri ayrılmış çocuğun arkadaşları ile olan ilişkilerinin kötüye gitmesine neden olabilmekte hatta ilişkilerini bozulma noktasına getirebilmektedir (Cebeci ve Ceylan, 2009). Tüm bunlar çocuğun sosyal açıdan güçlükler yaşamasına ve geç sosyalleşmesine neden olabilmektedir (Sancaklı, 2014).

Okul çağında yaşanan boşanmalar okul ile sınırlı kalmamakta çocuğun davranışları ve evliliğe bakış açılarını da etkileyebilmektedir. Bu dönemde yaşanan boşanmaların çocukta öfkelenme, kaygılanma, genel kaygı hali, huysuzluk, mızızlanma, karamsarlık, çabuk sinirlenme, sinir krizleri, aşırı hassaslık, mutsuzluk, panik durumu, fobi geliştirme, uyku bozuklukları, kâbus görme, aşırı yeme, kendine güvende azalma, öğrenme güçlükleri, altını ıslatma gibi regresif davranışlar, yetişkinlerden ilgi ve fiziksel temas görme isteğinde artma gibi durumlara yol açabileceği belirtilmektedir (Wallerstein ve Kelly, 1974). Ayrıca, bu dönemde altını ıslatmak dışında bebeksi konuşmanın da görülebilen diğer bir regresif davranış olduğu vurgulanmaktadır (Öngören, 2017). Bunların yanında, ebeveynleri boşanmış çocuklar ile yapılan bir çalışmada, boşanmanın psikolojik etkilerinin uzun olabileceği ve parçalanmış aile çocuklarının ebeveynleri gibi mutsuz ve başarısız bir evlilik yapmaktan endişe duydukları öne sürülmüştür. Bununla birlikte, ebeveynleri boşanmış çocukların ileride boşanma ihtimalinin daha fazla olduğu belirtilmekte olup, bu durumun çocukların ebeveynlerinin hareketlerini model almalarından kaynaklandığı ileri sürülmektedir (Wallerstein, 1985).

Boşanmanın okul dönemindeki çocuklar üzerindeki etkileri bu şekilde açıklanabilmektedir. Ebeveynlerin çocuklarına doğup büyüdüğü toplumun kurallarını öğretme, topluma uyum sağlamanın yardımcı olma, toplumun kültürünü aktarma ve yaşamının geri kalanını sürdürmek için gereksinim duyduğu bilgileri öğretme ve yol gösterme gibi sorumluluklarının olduğu açıktır (Şentürk, 2012). Fakat boşanma ile parçalanmış aile, ebeveyn çocuk ilişkisini bozarak çocuğu ruhsal olarak etkilemekte ve çocuk açısından birçok problemi beraberinde getirebilmektedir (Herdem ve Bozgeyikli, 2013). Bu konuda yapılan araştırmalar okul döneminde yaşanan boşanmaların çocukta ayrılık anksiyetesi, depresyon, regresif davranışlar, saldırganlık, içe kapanıklık, sosyal izolasyon, düşük okul başarısı gibi birçok olumsuz etkilere yol açabileceğini göstermektedir. Ancak ebeveynleri boşanan çocukların babalarıyla olan iletişiminin zarar görmediği durumlarda çocuğun boşanmaya daha iyi uyum sağladığı ve boşanmanın sonuçlarından daha az etkilendiği belirtilmektedir (Pruett, 2003). Dolayısıyla boşanmadan sonra çocuğun babasıyla olan ilişkisinin zarar görmemesi için çaba sarf edilmesi, ebeveynlerin okul ve çocuklarının öğretmenleriyle düzenli iletişim kurarak okuldaki durumu düzenli bir şekilde takip etmesi yaşanabilecek sorunların olabileceğince azaltılmasında ve çözülmesinde yardımcı olacaktır (Öngören, 2017).

5. Ergenlik Dönemi (12-21 Yaş) Üzerindeki Etkileri

Ergenlik dönemi yaklaşık 12 ile 21 yaş aralığına denk gelmektedir. Ancak ergenlik dönemi için çok kesin sınırların çizilmesinin pek mümkün olmadığına dair görüşler de bulunmaktadır. Bu dönem bireyin çocukluktan çıktığı yetişkinliğe doğru ilk adımın atıldığı bir gelişim evresidir. Fakat ergenlik sadece çocukluktan yetişkinliğe uzanan basit bir geçiş evresi değil aynı zamanda ergenin yetişkin davranış ve duygularının geliştiği, ortaya çıktığı ve kazanıldığı önemli bir olgunlaşma evresidir (Çakmak ve ark., 2018).

Ergenlik döneminde çocuk çok büyük ve hızlı değişimlerden geçtiği için bu dönem özellikle sosyal, duygusal, bilişsel ve fiziksel alanlarda değişim ve gelişmelerle karakterize bir dönem olarak ele alınmaktadır. Bu dönemde ergenlerin duygusal gelişim ve değişimleriyle göze çarpan ilk noktanın ergenin duygulanımlarındaki yoğunluğun ve istikrarsızlığın olduğu belirtilmektedir (Koç, 2014). Bu durum ergenin duygularında çabuk ve ani değişimlerin yaşanmasına neden olabilmektedir. Duygu değişimleri ergenin aile ve arkadaşlık ilişkilerine yansyarak ergenler için stres kaynağı olabilmektedir.

Ergenlik döneminde bireyin kendi aile ortamı dışında sosyal bir ortam kurmaya çalıştığı, bağımsızlığını elde etmeye çabaladığı ve yeni bir kimlik edinme arayışı içinde olduğu görülmektedir (Altuntaş, 2012). Kimlik edinmenin bu dönemde başarılı şekilde sonuçlanmamasının bireyin toplumda yer edinmemesine, olgun davranışlar kazanamamasına ve rol karmaşası yaşamalarına neden olabileceği öngörülmektedir (Arslan, 2018). Bireyin iç dünyasında kendisini hangi cinsiyet içinde algıladığına karşılık gelen ve cinsel yönelimi de kapsayan cinsel kimlik kazanımının bu dönemde olması beklenmektedir (Parlaz ve ark., 2012). Ergenlik çağı kişinin ahlaki yönden de gelişim ve olgunlaşma sürecinden geçtiği bir dönemdir. Çünkü ergenlik döneminde kişinin ahlak yapısı tamamen olgunlaşmamıştır ve soyut düşüncenin gelişmesiyle birey kişisel değerlerinin farkında olmakta bu doğrultuda toplumun kurallarını benimsemekte veya benimsememektedir (Koç, 2014). Aynı zamanda ahlaki gelişimin etkisiyle ergen bu dönemde anne ve babasını eleştirmeye başlamakta ve saygı duyup beğendiği kişilerin konuşmaları ile davranışlarına dikkat ederek onları taklit edebilmektedir.

Ergenlik döneminde bireyin beyin gelişimi de hızlanmaktadır fakat beyin gelişim sürecini tamamlamadığı için ergen önemli kararları almakta sıkıntı yaşayabilmektedir (Perkins-Gough, 2015). Yine bu nedenden dolayı ergenlerde risk alma davranışı sıkça görülebilmekte ve ergenlerin sağlıklı karar almalarını engelleyebilmektedir. Risk alma davranışlarından dolayı bu dönemde ergen riskli veya erken cinsel birliktelik, alkol ve madde kullanımı gibi davranışlarda bulunabilmektedir. Öte yandan bazı fizyolojik ve hormonal değişikliklerin etkisiyle zevk almaya yönelik ve dürtüsel davranışlar sergileyebilmektedir. Ergenler çoğunlukla olmasını istediği her şeyin hemen olmasını isteyebilmektedirler (Altuntaş, 2012). Bu dönemde olaylara sabır gösterememek ve öfkeyle tepki vermek sıkça rastlanan bir durum olarak görülebilmektedir (Pickhardt, 2006). Ergenler arasında kendine zarar verme ve intihar davranışlarının yaygın olduğu bilinmektedir. Bu davranışların çoğunlukla öfke ve dürtüsellik kaynaklı olduğu belirtilmektedir (Akın ve Berkem, 2012). Beyin gelişimindeki hızlı değişimler bireyin soyut düşünce becerisinin gelişmesini sağlamaktadır. Bilişsel becerilerinin artmasına karşın ergenlik döneminde benmerkezci düşünce biçimi varlığını sürdürmektedir (Sağlam, 2011).

Ergenlik dönemi ergenin bedensel, duygusal, cinsel, ahlaki, sosyal, psikolojik ve kişilik gelişimi gibi birçok yönden olgunlaşma sürecine girdiği kritik bir dönem olarak kabul edilmektedir (Koç, 2014). Aynı zamanda bireyin bağımsızlığını kazanma, cinsel kimliğini bulma, meslek ve eş seçiminde bulunma gibi önemli kararların alındığı ve hedeflerin gerçekleştirildiği bir evredir (Arslan, 2018). Dolayısıyla bu dönemde ergenin özgüven kazanması ve bu alanlarda gelişim kaydetmesi için ebeveyn desteğinin oldukça önemli olduğu belirtilmektedir (Çakmak ve ark., 2018). Boşanma ile birlikte ergenin bu deneyimlerden sonra geri dönebileceği güvenli limanını kaybedebileceği ileri sürülmektedir (Altuntaş, 2012). Çünkü ergenin hayatında çok önemli yeri olduğu belirtilen ebeveyn ilişkilerinin kalitesi ve niteliği boşanmadan olumsuz şekilde etkilenebilmektedir (Steinberg, 2007). Bu nedenle, ebeveynlerinin bu dönemde ayrılması ergen için büyük bir stres kaynağı olabilmekte ve ergen bireyi ruhsal açıdan olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Pálmarsdóttir, 2015).

Ergenlik döneminde artan bilişsel ve duygusal kapasite ile ergen boşanmayı her yönüyle anlayabilmektedir (Kasuto, 2017). Bu dönemin doğası gereği ergende benmerkezci düşünce hâkimdir ve ergen annesinin ve babasının boşanmasından kendini sorumlu tutarak suçluluk duygusu hissedebilmektedir (Çakmak ve ark., 2018). Suçluluğun yanı sıra ergende terk edilmişlik, üzüntü, utanç, acı, şok ve öfke gibi çeşitli duygular açığa çıkabilmektedir. Bunlara ek olarak bu dönemde ergenler ebeveynlerinin birbirlerini istememe durumunu kendilerinin de istenmediği ve reddedildiği şeklinde algılayabilmektedirler (Cebeci ve Ceylan, 2009). Bu duygu ve düşünceler bireyin stres, depresyon, kaygı ve öfke düzeyini artırabilirken benlik saygısını azaltabilmektedir. Altuntaş (2012), yaptığı çalışmada ebeveynleri boşanan ergenlerin benlik saygısının düşük, sürekli öfke ve anksiyete düzeylerinin yüksek olduğunu saptamıştır. Richardson ve

McCabe (2001) tarafından yapılan bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış ergenlerin daha yüksek depresyon ve stres düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir. Boşanma sürecinde ebeveynlerin depresif duygudurum içinde olması, belirsiz yaşam koşulları, anne disiplini ve baba tarafından sağlanan olanakların yoksunluğu gibi etmenlerin ergenlerin depresyon ve kaygı düzeylerini artırabileceği belirtilmiştir (Ross ve Wynne, 2010). Ayrıca boşanma sonrası ergenin iki ebeveyni arasında kaldığını hissetmesinin ya da ebeveynleri tarafından buna maruz bırakılan ergenlerin daha fazla depresyon, kaygı düzeyine sahip olduğu ve normal olmayan davranışlar sergiledikleri tespit edilmiştir (Buchanan ve ark., 1991). Böyle bir durumda ergenin daha fazla kafa karışıklığı yaşadığı ve suçluluk duygusu hissettiği dolayısıyla bunların ergenin boşanmaya uyum sağlamasını zorlaştırdığı vurgulanmaktadır.

Özellikle boşanmaya uyum sağlamada zorluk çeken ve ebeveynlerinin boşanmasını kabullenemeyen ergenlerin bir takım davranış problemleri sergileyebilecekleri ve antisosyal özelliklere sahip olabilecekleri belirtilmektedir (Mechanic ve Hansell, 1989). Boşanmadan sonra ebeveynlerin ergen üzerindeki denetiminin ve gözetiminin azalmasının da bu tür davranışlara ve antisosyal eğilimlere neden olabileceği öne sürülmektedir (Tomcikova ve ark., 2009). Bu tür koşullar altındaki ergenlerin okula gitmeme, yasa dışı olaylara karışmış kişilerle arkadaşlık kurma, tehlikeli davranışlarda bulunma ve intihar etme yatkınlığı gibi boyutlar açısından daha riskli durumda oldukları vurgulanmaktadır (Kasatura, 2003). Boşanmanın ergenlik çağındaki gençlerin suça eğilimi üzerindeki etkisinin incelendiği bir çalışmada, ebeveynlerin boşanma durumunun bu dönemde suça eğilimi arttırdığı belirlenmiştir (Burt ve ark., 2008). Buna paralel olarak, ebeveynleri boşanmış ergenlerin alkol kullanımının araştırıldığı bir çalışmada, boşanmanın ergenlerin alkol kullanımını riskini arttırdığı ve ebeveynleri boşanmış ergenlerin daha fazla alkol kullandığı, boşanmadan sonra babanın çocukla iletişiminin bozulmadan devam etmesinin ise ergenin alkol kullanım oranını düşürdüğü bulunmuştur. Boşanma sonrası ebeveynlerin sosyal desteği ergen için koruyucu faktör olabilmekte ve ergenin alkol kullanımını ciddi oranda azaltmakla birlikte, daha az riskli davranışlar sergilemesini sağlayabilmektedir (Tomcikova ve ark., 2009). Alkol ve uyuşturucu madde kullanımının yanı sıra, boşanmanın ergenin sigara içme alışkanlığı üzerinde de etkisinin olabileceği belirtilmektedir. Bu doğrultuda yapılan bir çalışmada, ebeveyn boşanmasının ergenlerin sigara kullanımını tetiklediği ve arttırdığı saptanmıştır. Bununla birlikte, boşanma sonrası sahip olunan iyi ebeveyn ilişkileri ve gözetiminin sigara kullanımını azalttığı belirtilmektedir (Kristjansson ve ark., 2008). Boşanma ile birlikte ergenin davranışlarındaki bozulmalar bunlarla sınırlı kalmayabilir. Bu dönemde ergen erken yaşta riskli cinsel birliktelikler yaşayabilmektedir. Buna bağlı olarak evlilik dışı hamile kalma oranında artış olabileceği vurgulanmaktadır (Arslan, 2018).

Lansford (2009), boşanmanın ergenlerde davranış dışavurumlarını artırdığını, problemlerini daha fazla içselleştirmelerine neden olduğunu ve akademik başarılarını düşürdüğünü ifade etmektedir. Bunun yanında anne ve babaları boşanan ergenler derslerinde başarısız olmakta ve okul başarıları düşebilmektedir (Frisco ve ark., 2007). Ebeveyn boşanmasının her yaş dönemindeki çocuklar için okul performansını olumsuz yönde etkileyen bir etmen olduğu ifade edilmektedir. Yapılan bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış ergenlerin akademik başarıları incelenmiş ve bu öğrencilerin özellikle matematik ve bilim derslerinden düşük notlar aldıkları belirlenmiştir (Pong ve ark., 2003). Ham (2003) tarafından yapılan bir diğer çalışmada, ebeveynleri boşanma sürecinde olan ergenlerin ders başarılarının düştüğü ve okula devamlılık oranlarının azaldığı saptanmıştır. Bunun yanında, okuldaki kurallara uyum sağlamakta güçlük yaşayabilecekleri belirtilmektedir (Hines, 2007). Okulla ilgili bu tür sıkıntılar yaşayan ergenin okulu bırakma olasılığı artabilmektedir (Bilgiç, 2019). Dolayısıyla tüm bunlar ergenin akademik hayatını ve meslek seçimini etkileyebilmektedir (Arslan, 2018). Ebeveynleri boşanmış ergenlerin üniversite eğitimi alma oranlarının daha düşük olduğu ve işsizlik oranlarının daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Huurre ve ark., 2006). Boşanmadan sonra okul ve okul ile ilgili bu sıkıntıların ortaya çıkmasının bazı nedenleri olduğu ileri sürülmektedir. Pong ve arkadaşları (2003), ailenin çocuklarına okul için gerekli olan finansal ve sosyal kaynakları sunmamasının etkili olduğunun altını çizmektedirler. Buna benzer olarak, anne ve babanın çocuğa yeteri kadar destek olmamasının bu tür sıkıntılara yol açabileceği savunulmaktadır. Son olarak ergenin zihninin ebeveynlerinin boşanması ile çok meşgul olduğu ve bunun da okula odaklanmayı olumsuz yönde etkileyebileceği öne sürülmektedir (Kasuto, 2017).

Boşanma ergenlerde kurallara karşı gelme, düşük benlik algısı, sosyalleşmenin gecikmesi, özgüven eksikliği ve ikili ilişkilerinde güven eksikliği yaşama gibi bazı problemlere yol açabilmektedir (Meriç, 2007). Huurre ve arkadaşları (2006) tarafından yapılan bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış ergenlerin algıladıkları sosyal destek, aldıkları finansal yardım ve sosyal ilişki doyum düzeylerinin düşük olduğu, bunun yanında yakın arkadaş, aile ya da akrabalarından daha az söz ettikleri ve sosyalleşme eğilimlerinin az olduğu belirlenmiştir. Bu nedenlerle ebeveynleri boşanmış ergenlerin ikili ilişkilerinde sorunlarla karşılaşma olasılıklarının yüksek olduğu söylenebilmektedir. Yapılan bir diğer çalışmada, ebeveynleri boşanmış ve boşanmamış ergenlik çağındaki gençlerin yaşam doyumları, problemlere yaklaşım biçimleri ve problem çözme becerileri incelenmiştir (Bedel ve Işık, 2013). Elde edilen sonuçlara göre, ebeveynleri boşanmış ergenlerin yaşam doyumunun düşük, kişiler arası problemlere yaklaşım biçimlerinin olumsuz olduğu ve problemlerin çözümünde daha ısrarcı oldukları saptanmıştır. Bu çalışmada ergenlerin problemlere olumsuz yaklaşma biçiminin saldırgan davranışlara, alkol ve sigara kullanımına yol açabileceğinin altı çizilmektedir. Ayrıca kişiler arası problemlere olumsuz yaklaşma tarzı ergenin romantik ilişkileri üzerinde bir takım olumsuz etkilere neden olabilmektedir.

Annesi ve babası boşanan ergenlerin ebeveynlerinin yaptığı hatayı tekrarlamaktan korktukları ve gelecekteki evliliklerinde başarılı olma fikrine daha az iyimser yaklaştıkları ileri sürülmektedir. Bu bağlamda, ebeveynleri boşanan ergenlerin gelecekteki evliliklerinde başarılı olabileceklerine dair inançları azdır ve kendi evliliklerindeki başarıyı insanların iyi ve güvenilir olmaları üzerinden değerlendirmektedirler. Ebeveynleri birlikte olan ergenler ise kendilerini iyi ve güvenilir bir insan olarak algıladıklarını dolayısıyla gelecekteki evliliklerinde başarılı olacaklarını düşündüklerini ifade etmektedirler (Franklin ve ark., 1990). Bununla paralel olarak, Huurre ve arkadaşları (2006) tarafından yapılan bir çalışmada, ebeveynleri boşanmış ergenlerin evlenmeye daha az meyilli oldukları, daha çok evlilik dışı ilişkiler yaşamaya eğilim gösterdikleri, ilişkilerinin ayrılma veya boşanma ile sonlanma olasılığının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ergenlerin romantik ilişkilerinde ve evliliklerinde bu tür sıkıntıları yaşama olasılıklarının yüksek olmasının ebeveyn kaybı ile olumlu rol modelden yoksun büyümelerinden ve ailede çatışmaların çözülmemesi durumunun ergende problem çözme becerilerinin gelişmesine engel olmasından kaynaklanabileceği belirtilmektedir.

Ergenlik döneminin genel özellikleri düşünüldüğünde bu dönemde bilişsel, psikososyal ve duygusal gelişmelerinin hızlı bir şekilde yaşandığı söylenilebilmektedir. Bu dönemde ergenin ailesinden bağımsızlaşarak kendi sosyal çevresini kurma, kendi kimliğini oluşturma ve toplumda bir birey olarak var olma çabalarının olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte ergenin aile dışında sosyalleşmeye önem vermesinin bu dönemde ailenin ergen için önemli olmadığı anlamına gelmediği belirtilmektedir. Dolayısıyla yeni deneyimlerin yaşandığı bu süreçte ergenin ebeveynlerinin desteğini almak ve sorun yaşadığı durumlarda güvenli bir yer olarak gördüğü ailesine sığınmak en çok ihtiyaç duyacağı durumlar olabilmektedir (Pickhardt, 2006). Bu dönemde gerçekleşen boşanmaların ebeveyn çocuk ilişkisini, iletişimini olumsuz yönde etkileyebileceği ve ebeveynlerin çocuk üzerindeki denetimini azaltabileceği ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, ebeveynlerin birbirlerine karşı düşmanca tavırlar içinde olmaması, ergen bireylerin yanında saldırgan davranışlar sergilememeleri ve boşanmadan sonra etkin ebeveyn tutumu benimsemelerinin oluşabilecek olumsuz etkileri en aza indirmek için yardımcı olabileceği belirtilmektedir (Simons ve ark., 1999).

6. Sonuç

Evlilik birliği çeşitli nedenlerden dolayı boşanma ile sonuçlanabilmektedir. Anne ve babasının boşanacağını öğrenen çocukların bazı ortak evrelerden geçtiği bilinmektedir. Çocukların boşanmadan sonra benzer şekilde yaşadıkları evreler: kendini suçlama, boşanmayı reddetme, ebeveynlerine öfke duyma, onları birleştirmeye çalışma, depresyon ve boşanmayı kabullenmek olarak belirtilmektedir. Bunun dışında boşanma hangi yaşta gerçekleşirse gerçekleşsin çocuk ya da ergende depresyon, anksiyete, stres, düşük benlik saygısı, özgüven eksikliği, güvensizlik, düşük okul başarısı, terk edilmişlik, reddedilmişlik, değersizlik ve kayıp duyguları gibi problemlere neden olabilmektedir. Çocuklarda boşanmadan sonra ortak olarak görülebilecek bu evrelerin ve problemlerin yanı sıra çocukların içinde buldukları gelişim dönemlerine göre deneyimledikleri çeşitli olumsuz etkilerin varlığı da söz konusu olabilmektedir. Bu etkiler gelişim dönemlerine bağlı olarak farklılaşabilmekte ve şiddeti değişebilmektedir.

Buna göre, bebeklik döneminde yaşanan boşanmalar bağlanma sürecini olumsuz yönde etkileyebilmekte ve güvenli bağlanmanın oluşmasını engelleyebilmektedir. Güvensiz bağlanan bebekte temel güven duygusu oluşmayabilmekte, bebeğin ilerleyen yaşlarda içe kapanık kişilik yapısı geliştirmesine ortam hazırlayabilmekte ve bireyin kendini değerli bulmasını ve öz güven duygusunu engelleyebilmektedir. Okul öncesi dönemindeki çocuklarda ise boşanma, ebeveynlerinin ayrılmadığına ve tekrar bir araya geleceklerine dair fanteziler kurmalarına, boşanmadan kendilerini sorumlu tutmalarına, regresif davranışlar sergilemelerine, saldırgan ve hırçın bir yapı geliştirmelerine ortam hazırlayabilmektedir. Okul dönemi çocukları, daha çok okul ve okul ile bağlantılı durumlarla ilgili sorunlar yaşayabilmektedirler. Bu dönemde çocuk okula uyum sağlamada zorlanma, agresif davranışlarda bulunma, derslere odaklanamama, ilgi duymama, derslerde dikkatini toparlayamama, okula gitmek istememe ve dolayısıyla okulda başarısız olma gibi problemlerle karşılaşabilmektedir. Ergenlik döneminde ise boşanmanın antisosyal kişilik yapısı eğilimini artırma ve davranım problemlerine zemin hazırlama gibi etkileri olabilmektedir. Bu nedenle ergen bireylerde erken yaşta riskli cinsel birliktelik, evlilik dışı hamile kalma, suç işlemeye eğilimin artması, tehlikeli aktivitelere katılma, intihar eğilimi, yasadışı işlere karışmış kişilerle arkadaşlık kurma, alkol, sigara ve madde kullanımı gibi davranışlar görülebilmektedir. Bunun yanı sıra, okul kurallarına uymama, okula gitmeme, akademik başarının düşmesi, okulu bırakma, üniversite eğitimine daha az istekli olma ve dolayısıyla işsiz kalma gibi sorunlar baş gösterebilmektedir.

Çocukların etkilenmemeleri için bir arada kalmaya devam etmek ise bazen çocuğa boşanmaktan daha fazla zarar verebilmektedir. Çünkü bu durumda çocuklar çatışmaları ve problemleri olan mutsuz bir ailede ruhsal, psikolojik ve fiziksel gelişimlerini tamamlamaya mahkum bırakılmaktadır. Böyle bir ortamda büyümek çocuklar üzerinde bazı olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Çocukların aile içinde tanık oldukları olumsuz tutum ve davranışlar, çeşitli ruhsal travmalar yaşamalarına ve ilerleyen süreçlerde yaşayabilecekleri sorunlara yol açabilmektedir (Öngören, 2017). Amato (2000), ebeveynleri boşanmış çocuklar ve aileleriyle yürüttüğü çalışmasında, mutsuz ve problemlili evliliklerin boşanma ile sonlanmasının çocuklar üzerinde daha olumlu etkiler yarattığını tespit etmiştir. Booth ve Amato (2001) tarafından parçalanmış ve çatışmalı evliliklerin çocukların uzun dönemdeki iyilik halleri üzerine olan etkilerini incelemek amacıyla yapılan bir araştırmada, çatışmalı ve mutsuz bir ailede büyümenin çocukların uzun dönemdeki iyilik hallerini daha olumsuz etkilediği saptanmıştır. Ebeveynleri boşanmış çocuklar ile çatışmalı ailede büyüyen çocukların karşılaştırıldığı bir diğer çalışmada, çatışmalı ailede yetişen çocukların anne babaları boşanmış çocuklara kıyasla daha düşük benlik algısına sahip oldukları ve kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Yılmaz, 2011).

Boşanmanın olumsuz etkileri düşünüldüğünde, bazı ebeveynler aile içindeki çatışmalara rağmen çocukları için evliliklerini bu şartlar altında sürdürmeyi tercih edebilmektedir. Ancak çatışmalı ev ortamında büyüyen çocukların uzun dönemdeki iyilik hallerinin bu durumdan olumsuz yönde etkilendiği dolayısıyla bu çocuklarda düşük benlik algısı, yüksek kaygı düzeyi, kişilik bozuklukları ve özgüven eksikliği gibi sorunlar ortaya çıkabildiği görülmektedir. Bu nedenle, çocuk için evliliği sürdürme fikri bazı durumlarda çocuğa daha fazla zarar verebilmektedir. Boşanmanın kaçınılmaz olduğu durumlarda, çocuğun boşanmaya uyumunun artırılması ve boşanmadan mümkün olan en az seviyede etkilenebilmesi için ebeveynlere birtakım görevler düşmektedir. Öncelikle ebeveynler boşanacaklarını çocuklarından gizlememeli ve bu durum çocuklara uygun bir dille ve çocukların gelişim seviyeleri göz önünde bulundurularak anlatılmalıdır. Yapılacak konuşmada, çocuklara boşanmanın onlarla ilgili bir durum olmadığı, boşanmadan onların sorumlu olmadığı, ebeveynlerin eş olarak boşanmalarının onların ebeveyn kimliğine zarar vermeyeceği ve çocuklarını her zaman eskisi gibi sevmeye devam edecekleri belirtilmelidir. Bu açıklamalar çocukların boşanmadan kendilerini sorumlu tutmamaları için önem arz etmektedir (Amato, 2000). Çocuklar boşanma ile birlikte ebeveynleri ile yeni ilişki tarzı geliştirmek ve değişen yaşam koşulları nedeniyle yeni hayatlarına uyum sağlamak zorunda kalabilmektedirler. Dolayısıyla çocukları alışma sürecinden geçmek zorunda kalacakları değişikliklere daha fazla maruz bırakmamak bu noktada faydalı olabilmektedir. Bu amaçla, ebeveynler tarafından çocuğun yaşadığı evin, büyüdüğü mahallenin, okulunun ve arkadaş çevresinin değişmemesi sağlanmalıdır. Ayrıca boşanma sonrasında koşulların, değişikliklerin ve kuralların mümkün olduğunca net olması çocuğun boşanmaya uyumunu artıran etmenler olabilmektedir. Bunların yanında, ebeveynlerin boşanmadan sonra çocukları ile kaliteli, düzenli ve yeterli zaman geçirmeleri, çocukların

ebeveynlerinin desteğini, sevgisini, şefkatini ve sıcaklığını hissetmeleri açısından önemlidir. Ebeveynler; karı ve koca olarak ilişkileri sonlanmış olsa da anneliğin ve babalığın ömür boyu süreceğinin farkında olarak birbirlerini desteklemeli, çocuklarının yanında birbirlerini kötülememeli ve eleştirmemelidirler. Özellikle çocuk ile ilgili kararların ortak alınması ve ebeveynlerin tutarlı olmaları gerekmektedir. Son olarak ebeveynlerin boşanmaya çabuk uyum sağlaması ve psikolojik iyilik halleri çocuğun boşanmaya uyumunu artırarak durumdan daha az etkilenmelerine olanak sağlayabilmektedir.

Boşanmanın çocuklar üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, boşanma kararı alınırken, boşanma sürecinde ve sonrasında hem ebeveynlerin hem de çocukların duruma uyum sağlamaları, yeni hayatlarına alışabilmeleri ve olumsuz etkilerin minimize edilebilmesi için aile danışmanlığı almalarının uygun olabileceği önerilmektedir. Boşanma sonrası hangi gelişimsel dönemde olursa olsun çocuk ve ergenler bir takım olumsuz tepkiler verebilmekte ve psikolojik sorunlar görülebilmektedir. Bununla birlikte, bu tepki ve sorunların ne şiddette olacağı ve ne kadar süreceğinin anne ve babanın çocuklarına nasıl davranacakları ve birbirlerine yönelik tavır ve tutumları ile doğrudan bağlantılı olduğu unutulmamalıdır. Anne ve babalar boşanabilir, eş olma rolleri bitebilir ancak çocuklarının her zaman anne ve babaları olarak kalabilmeleri çocukların psikolojik sağlığı ve iyilik halleri açısından son derece önemlidir. Diğer taraftan, çocuk ve ergenler açısından okul yaşamının önemli bir unsurudur. Bu bağlamda, okul psikolojik danışmanlarının boşanma sürecinden geçen çocuk ve ergenlerle yapacakları bireysel görüşmelerin yararlı sonuçlarının olacağı öngörülmektedir. Okul psikolojik danışmanlarının çocuk ve ergenlerle yapacakları bireysel görüşmelerin yanı sıra, anne ve babalara -çocuklarının boşanma sürecinden en az şekilde etkilenmeleri için- çocukları ile sağlıklı iletişim halinde olmaları, birbirlerini suçlamamaları ve kötülememeleri, çocuklarıyla sevgi, ilgi ve güvene dayalı bağ kurmalarının önemi gibi konularda bilgilendirme yapmaları önerilmektedir.

7. Extended Abstract

Since the family is constituted by “two separate people” conflict and incompatibility problems are likely to arise (Türktaş, 2007). Examples of these problems that cause divorce are domestic violence, frequent conflicts, infidelity, the number of perceived relationship problems, weak marriage bonds, low levels of respect and love between spouses (Hall & Fincham, 2006). Although they have problems in their marriage, it cannot be said that divorce is an easy situation for neither man nor woman. Divorce and disintegration of the family unity is a traumatic event that deeply affects all members of the family and brings with it many psychological problems and uncertainties especially for children. It is known that children who learn that their parents are going to divorce go through some common stages.

The stages that children go through as common after divorce are stated as self-blame, rejection of divorce, anger at their parents, trying to unite them, depression and accepting divorce. These effects may differ depending on the developmental periods and their severity may vary. In addition to these stages and problems that can be seen as common in children after divorce, there may also be the existence of various negative effects that children experience according to their developmental periods.

Accordingly, divorces experienced in infancy may negatively affect the attachment process and prevent the formation of secure attachment. A basic sense of trust may not be formed in an insecurely attached baby, it can prepare an environment for the baby to develop an introverted personality structure in later ages, and it can prevent the individual from finding himself valuable and trusting both other people and himself. In addition, it can lead to less intimacy in their relationships, more dissatisfaction, and inconsistent and negative emotions.

In preschool children, divorce can create an environment for their parents to fantasize about their separation and reunion, to hold themselves responsible for the divorce, to display regressive behaviors, and to develop an aggressive and vicious nature. In addition, it can lead to the lack of development of skills such as sharing, negotiation, agreement and problem solving, an increase in their demand for material objects and a decrease in interest in pre-school education.

School-age children, on the other hand, may experience problems related to school and school-related situations. In this period, the child may encounter problems such as difficulty in adapting to school, aggressive behavior at school, not being able to focus on lessons, not being interested, not being able to concentrate in lessons, not wanting to go to school, and thus failing at school.

Apart from these, decreased desire to play, having nightmares, sleep disorders, psychosomatic symptoms and oppositional defiance behaviors can be seen. In addition, the parents of children who are ashamed of the divorce may be jealous of their friends. In adolescence, divorce may have effects such as increasing the tendency of antisocial personality structure and preparing the ground for behavior problems. For this reason, behaviors such as risky sexual intercourse at an early age, getting pregnant out of wedlock, increased tendency to commit crimes, participating in dangerous activities, suicidal tendencies, making friends with people involved in illegal activities, alcohol, cigarette and substance use can be seen in adolescents. In addition, educational problems such as not obeying school rules, not going to school, decreasing academic success, dropping out of school, being less willing to university education and thus being unemployed may occur.

Considering the effects of divorce on children, it is suggested that it may be appropriate for both parents and children to get divorce counseling during and after the divorce process, so that they can adapt to the situation, get used to their new lives and minimize the effects.

Keywords: Marriage, Divorce, Effects of Divorce, Children

Kaynakça

- Akın, E., & Berkem, M. (2012). İntihar Girişiminde Bulunan Ergenlerde Öfke ve Dürtüsellik. *Marmara Medicine Journal*, s. 148-152.
- Aktaş, Ö. (2011). *Boşanma Nedenleri ve Boşanma Sonrasında Karşılaşılan Güçlükler*. İzmir: Yüksek Lisans Tezi Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Alison, C. S. K., Deborah, L. V., McCartney, K., Owen, M. T., & Booth, C. (2000). Effects of parental separation and divorce on very young children. *Journal of Family Psychology*, s. 304-326.
- Allison, P. D., & Furstenberg, F. F. (1989). How Marital Dissolution Affects Children: Variations by Age and Sex. *Developmental Psychology*, s. 540-549.
- Altunbulak, C., & Aydoğan, İ. (2015). İlköğretim İkinci Kademedeki Boşanmış ve Tam Aileye Sahip Öğrencilerin Okul Başarıları ve Okulda Karşılaştıkları Problemlerin İncelenmesi. *Kırkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 75-102.
- Altuntaş, G. (2012). *Boşanmış Ebeveynler ile Boşanmamış Ebeveynlerin Lise Birinci, İkinci, Üçüncü Sınıflarında Okuyan Çocuklarının Sürekli Öfke ve Öfkeifade Tarsi, Benlik Saygısı ve Anksiyete Düzeylerinin Karşılaştırılması*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi Maltepe Üniversitesi.
- Amato, P.R. (2000). The consequences of divorce for adults and children. *Journal of Marriage and Family*, 62(4), 1269-1287.
- Aral, N., & Başar, F. (1998). Çocukların Kaygı Düzeylerinin Yaş, Cinsiyet, Sosyo-Ekonomik Düzey ve Ailenin Parçalanma Durumuna Göre İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, s. 13-20.
- Aral, N., & Gürsoy, F. (2000). Boşanmış ve Boşanmamış Ebeveynlerin Çocuklarının Depresyon Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, s. 18-28.
- Aral, N., & Sağlam, M. (2012). Ebeveynleri Boşanma Sürecinde Olan Çocuklar ile Ebeveynleri ile Birlikte yaşayan Çocukların Duygularının Cinsiyete Göre İncelenmesi. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, s. 72-85.
- Arslan, S. (2018). *Boşanmanın Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkisininin*. Ankara: Yüksek Lisans Tezi Hacettepe Üniversitesi.
- Atabey, D. (2017). Bazı Değişkenlere Göre Erken Çocukluk Döneminde Okul – Baba İlişkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 721-729.
- Aycanoğlu, C., & Ünsal, G. (2017). Bağlanma Tarzları ve İnternet Bağımlılığının Evlilik. *Journal of Academic Research in Nursing*, s. 163-168.
- Aydın, O. (2009). *Boşanma Sürecinde Velayet ile İlgili Anlaşmazlık Yaşayan Ebeveynlerin Çocuklarına İlişkin Düşünceleri ve Çocukların Boşanmaya Uyum Düzeylerinin İncelenmesi*. Ankara: Yüksek Lisans Tezi Ankara Üniversitesi.
- Aydınlı, H. (2002). *Çocuk Eğitiminde Sık Sorulan Sorular ve Cevaplar*. İstanbul: Zambak.
- Bedel, A., & Işık, E. (2013). Tek Ebeveyni Olan ve İki Ebeveyni Olan Öğrencilerin Kişiler Arası Problem Çözme ve Yaşam Doyumu Düzeylerinin Karşılaştırılması. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, s. 70-85.

- Bilgiç, E. C. (2019). *Anne-Babası Boşanmış ve Boşanmamış Çocuk ve Ergenlerde Görülen Uyku Bozukluklarının İncelenmesi*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi Maltepe Üniversitesi.
- Booth A, Amato PR (2001) Parental predivorce relations and offspring postdivorce well-being. *Journal of Marriage and Family* 63(1), 197-212.
- Bowlby, J. (1982). Attachment and loss: Retrospect and prospect. *American Journal of Orthopsychiatry*, s. 664-678.
- Bryner, C. L. (2001). Children of Divorce. *J Am Board Fam Pract*, s. 201-211.
- Buchanan, C. M., Maccoby, E. E., & Dornbusch, S. M. (1991). Caught Between Parents: Adolescents Experiences in Divorced Homes. *Child Development*, s. 1008-1029.
- Bulut, I. (1991). *Parçalanmış Aileden Gelen Çocukların Davranış Özellikleri Hakkında Bir Araştırma (Der. B Dikeçgil, A Çiğdem). Aile Yazıları 3. Birey, Kişilik ve Toplum*. Ankara: Bilim Serisi 5/3 TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- Burt, S. A., Barnes, A. R., McGue, M., & Iacono, W. G. (2008). Parental Divorce Adolescent Delinquency: Ruling Out The Impact of Common Genes. *Developmental Psychology*, s. 1668-1677.
- Cebeci, T., & Ceylan, S. (2009). *Tam Aileye ve Tek Ebeveynine Sahip Ailelerden Gelen 7-12 Yaşları arasındaki Çocukların Bağlanma Stilleri Ve Kaygı Durumları Arasındaki İlişki*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cüceloğlu, D. (1991). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çakmak, S., Gedikli, H., Demirkol, M. E., & Tamam, L. (2018). Ergenlerde Ebeveyn Ayrılığının Dürtüsellik Üzerine Etkisi. *Klinik Psikiyatri*, s. 137-147.
- Deniz, M. E. (2008). *Ergenlik Çağı Sosyal İlişkileri, Eğitime Yeni Bakışlar*. Konya : Eğitim Akademi.
- Dirik, G., Yorulmaz, O., & Karancı, A. N. (2015). Çocukluk Dönemi Ebeveyn Tutumlarının Değerlendirilmesi: Kısaltılmış Algılanan Ebeveyn Tutumları-Çocuk Formu 2. *Türk Psikiyatri Dergisi*, s. 123-130.
- Doğan, Y. (2007). İlköğretim Çağındaki 10-14 Yaş Grubu Öğrencilerinin Gelişim Özellikleri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 13:155-187. *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 155-187.
- Erdim, L., & Ergün, A. (2016). Boşanmanın Ebeveyn ve Çocuk Üzerindeki Etkileri . *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, s. 78-84.
- Erürker, B. A. (2007). *Aileye ve Parçalanmış Aileye Sahip 5-6 Yaş Çocuklarının Bilişsel İşlevlerinin Karşılaştırılması*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi Maltepe Üniversitesi.
- Eryılmaz, A. (2011). Yaşam Boyu Gelişim . *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, s. 49-66.
- Foulkes-Jamison, L. (2011). The Effects Of Divorce On Children.
- Franklin, K. M., Janoff-Bulman, R., & Roberts, J. E. (1990). Long-Term Impact of Parental Divorce on Optimism and Trust: Changes in General Assumptions or Narrow Beliefs? *Journal of Personality and Social Psychology*, s. 743-755.
- Frisco, M. L., Muller, C., & Frank, K. (2007). Parents' Union Dissolution and Adlescents' School Performance: Comparing Methodological Approaches. *J Marriage Fam*, s. 721-741.
- Geniş, M., Toker, B., & Şakiroğlu, M. (2019). Boşanmanın Çocuklara Etkisi, Çocuğa Söylenmesi ve Ebeveyn Yabancılaşması Derleme Çalışması . *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, s. 190-199.
- Hall, J. H., & Fincham, F. D. (2006). *Relationship Dissolution After Infidelity: In M. Finr & J. Harvey (Eds.): Handbook of Divorce And Relationship Dissolution*. Mahwah: NJ: Erlbaum.
- Ham, B. D. (2003). The Effects of Divorce on Academic Achievement on High School Seniors. *Journal of Divorce & Remarriage*, s. 159-178.
- Hetherington, E. M., Cox, M., & Cox, R. (1982). Effects of Divorce on Parents and Children . *Journal of American Academy of Child Psychiatry*, s. 518-530.
- Hines, M. T. (2007). Adolescent Adjustment to Middle School Transition: The Intersection of Divorce and Gender in Review. *Journal RMLE Online*, s. 1-15.
- Huurte, T., Junkkari, H., & Aro, H. (2006). Long-Term Psychosocial Effects Divorce: A Follow-Up Study From Adolescence to Adulthood. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, s. 256-263.
- Karahan, A. S. (2012). *Boşanma sonrası yaşama uyum*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı / Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Bilim Dalı.

- Kasatura, İ. (2003). *Heyecansal Kontrol: Yaşantımıza Yön Veren Duygularla Başa Çıkmayı Öğrenme*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Kasuto, M. (2017). *Boşanmış Ailelerin Çocuklarının Boşanmamış Ailelerin Çocuklarına Göre Öz Saygı Ve Ruh Sağlığı Değişkenlerinin İncelenmesi*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi Işık Üniversitesi.
- Kaya, F. Ş., & Gündüz, İ. (2019). Anne-Babası Evli veya Boşanmış Olan Çocukların Algıladıkları Ebeveyn Tutumu ile Somatizasyon Belirtileri Arasındaki İlişki. *Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, s. 35-56.
- Koç, M. (2014). Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi ve Genel Özellikleri . *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 231-256.
- Korkut, Y. (2012). Bir Geçiş Krizi Olarak Boşanma. *Psikoloji Çalışmaları*, s. 99-112.
- Kotan, T. Ş. (2016). *Boşanmış ve Boşanmamış Ailelere Sahip Üniversite Öğrencilerinde Reddedilme Duyarlılığının Bağlanma Stilleriyle İlişkisinin İncelenmesi*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi. Işık Üniversitesi.
- Kristjansson, A. L., Sigfusdottir, I. D., Allegrante, J. P., & Helgason, A. R. (2008). Parental Divorce and Adolescent Cigarette Smoking and Alcohol Use: Assessing The Importance of Family Conflict. *Acta Paediatrica*, s. 537-542.
- Lansford, J. E. (2009). Parental Divorce and Children's Adjustment . *Perspectives on Psychological Science*, s. 140-152.
- Lengua, L. J., Wolchik, S. A., Sandler, I. N., & West, S. G. (2000). The Additive and Interactive Effects of Parenting and Temperament in Predicting Adjustment Problems of Children of Divorce. *Journal of Clinical Psychology*, s. 232-244.
- Lopez, F. G., Melendez, M. C., & Rice, K. G. (2000). Parental Divorce, Parent-Child Bonds, and Adult Attachment. *Journal of Counseling Psychology*, s. 177-186.
- Mağden, D., & Temel, Z. F. (1991). Anne-Babası Boşanmış ve Boşanmamış Olan 7-9 Yaş Çocuklarının Okul Başarıları Arasındaki Farkların İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, s. 36-43.
- Mechanic, D., & Hansell, S. (1989). Divorce, Family, Conflict and Adolescents' Well Being. *Journal of Health and Social Behavior*, s. 105-116.
- Meriç, B. (2007). *Boşanmış Ailelerdeki Ebeveynlerin Uyum Düzeylerini ve Sosyal Becerilerini Geliştirmeye Yönelik Bir Grup Rehberliği Çalışmasının Sınanması*. İstanbul: Doktora Tezi Marmara Üniversitesi.
- Nair, H., & Murray, A. D. (2005). Predictors of Attachment Security İn Preschool Children From İntact and Divorced Families . *The Journal of Genetic Psychology*, s. 245-263.
- Öngider, N. (2013). Anne Baba ile Okul Öncesi Çocuk. *Current Approaches in Psychiatry*, s. 420-440.
- Öngören, S. (2017). Boşanma ve Boşanmanın Erken Çocukluk Dönemi Çocuklar Üzerindeki Etkileri. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, s. 73-87.
- Öztop, H., Bıçakçı, M., Soylu, N., Oğurtan, S. G., Nadir, U., Taşoluk, E., . . . Tok, S. (2018). *ek Ebeveynli Aileler, 1. Baskı*. Ankara: Aile Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile Eğitim Programı.
- Pálmarsdóttir, H. (2015). *Parental Divorce, Family Conflict And Adolescent Depression and Anxiety*. Iceland: Reykjavik University.
- Parlaz, A., Tekgül, N., Karademirci, E., & Öngel, K. (2012). Ergenlik Dönemi: Fiziksel Büyüme, Psikolojik ve Sosyal Gelişim Süreci. *Turkish Family Physician*, s. 10-16.
- Pat, S. (2008). What is Adult Attachment? *Clinical Social Work Journal*, s. 21-30.
- Peluso, P. R., Peluso, J. P., White, J. F., & Kern, R. M. (2004). A Comparison of Attachment Theory and Individual Psychology: A Review of the Literature. *Journal of Counseling & Development*, s. 139-145.
- Perkins-Gough, D. (2015). Secrets of The Teenage Brain: A Conversation with Frances. Jensen. *Educational Leadership*, s. 16-20.
- Pickhardt, C. E. (2006). *Helping Adolescents and Adults to Build Self-Esteem*. Massachusetts: Adams Media.
- Pırtık, Ş. (2013). *Boşanmış ve Tam Aileden Gelen Okul Öncesi Çocukların Sosyal Beceri ve Akran Tepkilerinin Karşılaştırılması Olarak İncelenmesi*. Konya: Yüksek Lisans Tezi Selçuk Üniversitesi.
- Pong, S.-l., Dronkers, J., & Hampden-Thompson, G. (2003). Family Policies and Children's School Achievement in Single- Versus – Two Parent Families. *Journal of Marriage and Family*, s. 681-699.
- Pruett, K. (2003). *Why Father Care is as Essential as Mother Car Efor Your Child*. . New York: Free Press.

- Richardson, S., & McCabe, M. P. (2001). Parental Divorce During Adolescence and Adjustment in Early Adulthood. *Adolescence*, s. 467-489.
- Ross, L. T., & Wynne, S. (2010). Parental Divorce and Adult Children's Well-Being: The Role of Family Unpredictability. *Journal of Child and Family*, s. 757-761.
- Sağlam, M. (2011). *Boşanma Sürecinde Olan Ailelerdeki Çocukların Aile Algılarının ve Sorunlarının Resimler Aracılığı ile İncelenmesi*. Ankara: Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi.
- Sancaklı, D. (2014). *Boşanmış Annelerin ve Çocuklarının Boşanma Sürecinde İlişkin Yaşantıları*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi Maltepe Üniversitesi.
- Santrock, J. W. (2011). *İlk Çocuklukta Sosyo-Duygusal Gelişim (Çev. A. E. Aslan)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Sarıdoğan, M. E., Karahan, T. F., Dicle, A. N., & Menteş, Ö. (2007). Ebeveyn Bağlanma Düzeyine ve Anne-Babanın Boşanma/Birliktelik Durumuna Göre Çocuklarda Evlilik Çatışmasını Algılama Biçimleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, s. 12-25.
- Saymaz, İ. (2003). *Üniversite Öğrencilerinin Kişilerarası İlişki ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi.
- Serin, N., & Öztürk, S. (2007). Anne-Babası Boşanmış 9-13 Yaşlarındaki Çocuklar ile Aynı Yaş Grubundaki Anne-Babası Boşanmamış Çocukların Benlik Saygısı ve Kaygı Düzeyleri. *Abi Ervan Üniversitesi Karşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, s. 117-128.
- Simons, R. L., Lin, K.-H., Gordon, L. C., Conger, R. D., & Lorenz, F. O. (1999). Explaining the Higher Incidence of Adjustment Problems Among Children of Divorce Compared with Those in Two-Parent Families. *Journal of Marriage and Family*, s. 1020-1033.
- Soysal, A., Bodur, Ş., İşeri, E., & Şenol, S. (2005). Bebeklik Dönemindeki Bağlanma Sürecine Genel Bir Bakış. *Journal of Clinical Psychiatry*, s. 88-99.
- Steinberg, L. (2007). *Adolescence, 8th ed.* New York: McGraw-Hill.
- Şentürk, Ü. (2006). *Parçalanmış Aile Çocuk İlişkisinin Sebep Olduğu Sosyal Problemler (Malatya uygulaması)*. Malatya: Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi.
- Şentürk, Ü. (2012). Parçalanmış Aile Çocuklarının Eğitimdeki Başarı/Başarısızlık Durumu (Malatya Örneği 2006). *Sosyal Politika Çalışmaları*, s. 105-126.
- Tatlıhoğlu, K. (2012). Okul Öncesi Dönemde Anne-Baba Tutumunun Çocuğun Kişilik Gelişimine Etkisi. *Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi*, s. 83-91.
- Tomcikova, Z., Gecková, A. M., Orosova, O., & Dijk, J. P. (2009). Parental Divorce and Adolescent Drunkenness. *European Addiction Research*, s. 202-208.
- TÜİK. (2018). <http://www.tuik.gov.tr/PrehaberBultenleri.Do?%C4%B0d=24862>.
- Türktaş, N. (2007, Aralık 1). Boşanmanın Çocuklar Üzerine Olumsuz Etkileri ve Bunlarla Başetme Yolları. *Journal of Social Policy Studies*, s. 99-108.
- Ünlü, F. (2015). *Ebeveyni Boşanmış Bireylerde; Benlik Saygısı, Yalnızlık ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi / Analysis of Individuals in Self Esteem, Loneliness and Attachment Styles, Who Have Divorced Parents*. İstanbul: Haliç Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Psikoloji Ana Bilim Dalı / Uygulamalı Psikoloji Bilim Dalı.
- Waite, L. J., & Gallagher, M. (2000). *be Case for Marriage: Why Married People Are Happier, Healthier and Better off Financially*. New York: Doubleday.
- Walczak, Y., & Burns, S. (1999). *Boşanma ve Çocuk Üzerine Etkileri*. İstanbul: Özgür.
- Wallerstein, J. S. (1985). Children of Divorce: Preliminary Report of A Ten-Year Follow-Up Of Older Children and Adolescent. *Journal of American Academy of Child Psychiatry*, s. 545-553.
- Wallerstein, J. S., & Kelly, J. B. (1974). The Effects of Parental Divorce: Experience of the Preschool child. *Journal American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, s. 600-616.
- Wallerstein, J. S., & Kelly, J. B. (1980). *Surviving the Breakup: How Children And Parents Cope With Divorce*. New York: Basic Books.
- Yavuzer, H. (2003). *Çocuk Eğitimi El Kitabı 16. Baskı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yılmaz, N.D. (2011). *Çatışma yaşayan ve boşanmış ailelerin ilköğretim çağındaki 7-12 yaş çocuklarının benlik algıları ve kaygı düzeyleri açısından çatışma yaşamayan ailelerin çocukları ile karşılaştırılması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Maltepe Üniversitesi.

Yörükoğlu, A. (2012). *Çocuk Ruh Sağlığı*. İstanbul: Özgür.

Zeanah, C. H., Boris, N. W., & Larrieu, J. A. (1997). Infant Development and Developmental Risk: A Review of the Past 10 years. *Journal of American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, s. 165-178.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları (Özlem Çakmak Tolan)%100 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are (Özlem Çakmak Tolan)%100 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.