

## Ülke İmajı Bağlamında Türkiye’de Amerika Birleşik Devletleri İmajı Üzerine Bir Analiz

### An Analysis of Image of the USA in Türkiye in the Context of Country Image

#### Araştırma Makalesi / Research Article



**Sorumlu yazar/  
Corresponding author:**  
Mahmut Fevzi Cengiz

**ORCID:** 0000-0001-7398-3392

**Geliş tarihi/Received:**  
27.10.2021

**Son revizyon teslimi/Last  
revision received:**  
30.11.2021

**Kabul tarihi/Accepted:**  
30.11.2021

**Yayın tarihi/Published:**  
09.12.2021

**Atıf/Citation:**  
Cengiz, M. F. & Şen, O. (2021).  
Ülke imajı bağlamında  
Türkiye’de Amerika Birleşik  
Devletleri imajı üzerine bir  
analiz. *İletişim ve Diplomasi*,  
6, 3-27.

**doi:**  
10.54722/iletisimvediplomasi.1015573

**Mahmut Fevzi CENGİZ<sup>1</sup> , Onur ŞEN<sup>2</sup> **

#### ÖZ

Farklı coğrafyalarda ve farklı kültürlerde yaşayan halkların bir ülke hakkındaki düşünce, görüş, kanaat ve tutumları, o ülkeye ilişkin genel bir imaj ortaya koymaktadır. Ancak farklı kültürlere, inançlara ve davranış kalıplarına sahip insan topluluklarının bir ülkeyle ilgili düşünce, kanaat, tutum ve algıları da birbirinden farklı olabilmektedir. Türkiye Cumhuriyeti-Amerika Birleşik Devletleri (ABD) arasındaki ilişkiler tarihsel süreçte inişli çıkışlı bir seyir sergilemektedir. İki ülke arasındaki ilişkilerin seyri halkların ve yönetimlerin karşılıklı algı ve imajlarını da etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı, ABD’nin Türk toplumunda nasıl bir imaja sahip olduğunu ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında öncelikle, algı ve imaj ile ülke imajı kavramları ele alınmış ve iki ülke ilişkilerinin tarihi hakkında bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın araştırma kısmında nicel veriler esas alınacağı için anket veri toplama tekniği kullanılmıştır. Ankette sorularının bir kısmı çoktan seçmeli, diğer kısmı ise beşli likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Araştırma için basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle 514 katılımcı belirlenmiş, araştırma verileri 1 Mart-21 Ekim 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcılar Amerikan halkına, ürünlerine ve turistik değerlerine yönelik olumlu bir kanaat sergilemektedir. Buna karşın katılımcıların büyük çoğunluğu ABD’yi Türkiye’ye karşı temel tehdit olarak değerlendirmektedir. Ayrıca katılımcıların önemli bir bölümü ABD’ye ilişkin kendilerine sunulan olumsuz örnekleri desteklemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İmaj, ülke imajı, Türkiye, ABD, Türkiye-ABD ilişkileri

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Niksar MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Tokat, Türkiye, mahmutfevzi.cengiz@gop.edu.tr

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Samsun, Türkiye, onur.sen@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8054-5876

## ABSTRACT

The thoughts, views, opinions and attitudes of people living in different geographies and different cultures about a country reveal a general image of that country. However, the thoughts, opinions, attitudes and perceptions of human communities with different cultures, beliefs and behavior patterns may also differ from each other. Relations between the Republic of Türkiye and the United States of America show a fluctuating course. The course of relations between the two countries also affects the mutual perceptions and images of peoples and governments. This study aims to reveal the image of the United States of America in Turkish society. Within the scope of the study, firstly, the concepts of perception and image and country image are discussed, and information about the history of the relations between the two countries is given. Since the research part of the study will be based on quantitative data, the survey data collection technique was used. Some of the questions in the questionnaire were prepared using multiple choice, while the other part was prepared using a five-point Likert scale. For the research, 514 participants were determined by the simple random sampling method, and the research data were collected between March 1 and October 21, 2021. According to the findings obtained from the research, the participants show a positive opinion about the American people, products and touristic values. On the other hand, the majority of the participants consider the USA as the main threat against Türkiye. In addition, the majority of the participants agree with the negative propositions presented to them about the USA.

**Keywords:** Image, country image, Türkiye, USA, Türkiye-USA relations

## EXTENDED ABSTRACT

One of the most important factors influencing and determining relations among countries is whether a country has a positive image in the eyes of administrations and people of other countries. People who live in different places in the world and have various cultural codes have different mental images for foreign cultures and countries and different points of view about foreign cultures and countries. International travels have become easy with improvements in the last century, products have been more accessible to circulate among countries.

It is stated that the image is the mental or emotional state of perception and analysis of a person. However, the country image is said to be formed images, opinions, or beliefs about the country in the administrators and human groups' minds in other countries worldwide. The crowd of people who have different cultures, beliefs, and behaviour patterns have different image perceptions about each country.



The study aims to demonstrate that Türkiye's relations with the USA play an important role in its foreign policy. Türkiye follows a more active role in its region and globally. Türkiye's new foreign policy has created tension between the two countries. It has been discovered that there are only a few studies in the literature on how the USA is perceived by Turkish society. From this perspective, the research aims to identify participants' attitudes toward the USA and reveal how the USA is perceived in Turkish society. The research universe consists of Turkish citizens over the age of 18 and living in Türkiye. With economic, military, cultural, technological and political power globally, USA looks like an active and powerful country. Even though relations between the USA and Türkiye date back to the Ottoman Empire, there have been ups and downs over the years. The course of relations between two countries has an impact on people's and administration's perceptions. In this study, participants were first asked questions about their desire to live with Americans and be in the USA. According to our findings, most participants stated that they haven't been to the USA. In addition to that, most of the people who haven't seen the USA yet desired to travel to the USA. However, it has been understood that participants are less willing to live in the USA compared to travelling to the USA. In addition to that, most participants have a positive approach to working with an American person and becoming neighbours with one.

American TV-shows and movies are well-known, and they are among the most-watched media productions. Hollywood movies and TV shows that originated in the USA are widely followed. This situation may influence perceptions about the USA. Accordingly, participants were questioned on whether they followed American TV shows and movies. According to the findings, while %48 of participants watch American TV shows and movies on occasion, %19,6 of them watch them on a regular basis. This situation demonstrates that productions from the USA are extremely popular among participants. Furthermore, whether there is a link between the habits of watching TV shows and movies, the practice of living with Americans, and the desire to visit the USA has been evaluated. According to the results, it was understood that people who watch American TV shows and movies are more willing to live with an American neighbour and travel to the USA compared to the people who do not watch these TV shows and movies. This situation reveals that these productions in question positively influence perceptions and attitudes towards Americans and the USA.

Türkiye faces regional threats from time to time due to its geographical location. Türkiye takes part in regional developments in accordance with its own national interests, and the interests of Türkiye and the USA occasionally conflict with each other. This situation may sometimes influence relations between the USA and Türkiye. In this context, participants' threat perception towards Türkiye was inquired. According to the findings, % 50,4 of participants believe that the greatest threat against Türkiye comes from the USA. According to the research results, nearly half of the participants consider the USA as a primary threat against Türkiye. %20,6 of participants consider Israel as

the greatest threat against Türkiye. Although Türkiye has never directly clashed with the USA or Israel in its history, the emerge of such a result seems remarkable.

In the final section of the study, the participants were presented with some positive and negative thesis about the USA. In this regard, it was observed that participants strongly agreed on the negative theses about the USA. However, there was a low level of agreement on positive theses about this country. The result of this research shows that most participants perceive the USA as a primary threat against Türkiye. However, the participants' negative attitudes toward the USA are unrelated to the American people, products, or touristic values. When the findings are analysed in this context, it is clear that the USA has a mixed country image as well as a negative image for the participants.

## Giriş

Farklı coğrafyalarda yaşayan ve farklı kültürel kodlara sahip insanlar kendisine yabancı kültürlerle ve ülkelere karşı farklı zihinsel imajlara sahip olmakta ve farklı kanaatler geliştirmektedirler. Günümüzde kitle iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesi ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte ülkeler arasındaki sınırlar daha belirsiz hale gelmiş ve kültürel geçirgenlik artmıştır.

Ülkeler arasındaki ilişkileri etkileyen ve belirleyen unsurların başında, bir ülkenin diğer ülkelerin yönetimleri ve halklarının oluşturduğu imaj gelmektedir. İmaj kavramı kişisel boyutta olduğu gibi ülkeler boyutunda da karşı tarafı algılama biçimine göre farklılıklar gösterebilmektedir. ABD ile Türkiye arasındaki ilişkilerde iki ülke yönetimlerinin ve halklarının karşı tarafı algılayış ve kavrayış biçimlerinden etkilenmektedir. ABD-Türkiye ilişkilerinin tarihi Osmanlı Devleti'ne kadar uzansa da iki ülke arasındaki ilişkiler Türkiye'nin 1952'de NATO üyesi olması sonrasında ivme kazanmıştır. 2. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan Soğuk Savaş döneminde de Türkiye, Sovyet Rusya yerine Amerika Birleşik Devletleri ile yakınlaşmayı tercih etmiştir.

Bununla beraber Türkiye'nin artık eskisi gibi tek kutuplu bir dünyaya itiraz edemesine bir denge politikası uygulaması ve bölgesel güç olarak kendi çıkarlarını küresel güçlere karşı savunması Türkiye ve Amerika ilişkisini tamamen değiştirdiği ifade edilebilir. ABD ile Türkiye arasındaki ilişkilerin seyrinde, yaşanan bölgesel ve küresel gelişmelere bağlı olarak eskiden hiç olmadığı kadar iniş ve çıkışlar yaşanmaktadır. Türkiye bir anlamda eskiden sorgulanamayan Amerikan hegemonyasını ve onun ürettiği söylem düzenini sorgular hale gelmiştir. Bu durum zaman içinde her iki taraf için de karşılıklı imaj değişmesine neden olmaktadır. Örneğin, Türkiye'nin doğrudan milli güvenliğini ilgilendiren ABD'nin 2003 yılındaki Irak işgali ve 2011 yılında ortaya çıkan Suriye iç savaşı sonrası yaşanan gelişmeler iki ülke arasındaki ilişkileri derinden etkilemiştir (Turaman & Çelik, 2018, s. 134).

## Algı ve İmaj Kavramları

Algı, dışarıdan gelen uyarıların etkisiyle oluşan fiziksel duyuların insan zihninde yorumlanması şeklinde tanımlanmaktadır (Özkan, 2009, ss. 101-102) Türk Dil Kurumu algı mefhumunu “Bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak.” şeklinde açıklamaktadır (TDK, 2021). Göksu'ya (2021, s. 12) göre insanların algıları; duyular, geçmiş, zekâ, aile, din, cinsiyet, ırk, çevresel uyaranlar, medya, bireysel ilişkiler ve ideoloji gibi çeşitli unsurların etkisiyle şekillenmektedir. Jung, (2001, s. 11) algıyı insanların duyuları vasıtalarıyla dış dünyadan aldıkları veriler olarak tanımlamaktadır. Mutlu (2017, s. 20) algı kavramını, duyularla elde edilen, insan beyni tarafından işleme tabi tutulan, hafızada depolanan ve fiziksel ya da zihinsel bir tepki verme biçimini üreten enformasyon şeklinde tanımlamaktadır. Türk (2014, s. 17) ise algı kavramını, insanların iç ve dış uyaranlar sayesinde duyularıyla idrak ettiği duyuların anlamlandırmasını kapsayan bir süreç olarak ele almaktadır.

Algılama bir olayı veya olguyu idrak süreci olarak ifade edilmektedir. Algılama bir eylemdir ve insanların çevresindeki olay ve olguların farkında varması ve bunları yorumlayabilmesi süreci olarak açıklanmaktadır. Algılama sürecinde insanlar, bireysel değerlendirmelerde bulunup algıladıkları şeylere farklı tepkiler ortaya koymaktadır. Dolayısıyla algılama, öznel niteliktedir ve insanın ihtiyacına veya ilgisine göre şekillenebilmektedir (Terzioğlu, 2017, ss. 6-7). Algılama ile birlikte kullanılan kavramların başında imaj gelmektedir. İmaj, kavramı Fransızca “image” kelimesinden gelmektedir. Türk Dil Kurumu imajı, imge olarak tanımlamış ve imge kelimesini şu şekilde açıklamıştır (TDK, 2021):

- ▶ “Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya.”
- ▶ “Genel görünüş, izlenim, imaj.”
- ▶ “Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, hayal, imaj.”
- ▶ “Duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar, hayal, imaj.”

Literatürde imaj kavramıyla ilgili farklı tanımlar bulunmaktadır. Davis'e (2006, s. 55) göre imaj; bir şeye ilişkin kişinin zihinsel ya da duygusal kavrama halidir. Gerçek ve düşsel bütün bilgiler doğrultusunda akıl yürüterek elde edilen bir durumdur. Ayrıca dış etkenlerden, duygulardan, inanç ve fikirlerden de etkilenmektedir. Peltekoğlu (2009, s. 565) ise imajı; kurumsal ya da bir durumla alakalı veya bir kişiye ilişkin fikirlerin tümü olarak tanımlamıştır. İmajın var olabilmesi için doğrudan ya da dolaylı olarak bir etkileşimin olması gerekmektedir. Bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde meydana gelen etkileşim sonucu imaj ortaya çıkmaktadır. İmaj anında oluşabileceği gibi bir süre sonra da ortaya çıkabilmektedir. Bu bağlamda imajın oluşturulması komplike ve çeşitli bir süreçtir (Polat & Arslan, 2015, s. 4).

İmaj öznel bir algılama biçimidir ve bireyler aynı şeyleri farklı biçimlerde algılayabilmektedir. İmaj olgusu, bireylerin tutum ve davranışlarını, bir konu hakkındaki kararlarını belirleyen önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. İmajlar bireylerin pozitif ve negatif deneyimlerinin toplamı sonucu oluşurlar ve bu yönüyle kişisel deneyimlerin sonucunda meydana gelmektedirler (Karacabey et al., 2016, s. 461). Bu bakımdan imajın oluşum süreci açısından öznel bir yapıya sahip olduğu vurgulanmaktadır (Levy, 1999, s. 234). İmajın diğer taraftan farklı türleri vardır. İmaj; kişisel imaj, ürün imajı, kurum imajı, ülke imajı, destinasyon imajı, marka imajı gibi sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır (Akyurt, 2008, s. 86).

### Ülke İmajının Genel Çerçevesi

Ülke imajı konusunda öncü çalışmaları gerçekleştiren Nagashima (1970, s. 68), bu kavramın herhangi bir milletin geçmişi, bahse konu olan ülkede üretilen ürünlerin kalite algısı, o ülkede yaşayan toplulukların karakter yapıları gibi pek çok unsurdan etkilendiğini ifade etmektedir. Ona göre ülke imajının küresel çapta; milletler ve toplumlar arası iletişimde, kişisel tecrübelerde ve ülke yöneticilerinin söz konusu ülkeye yönelik düşüncelerinin oluşmasında kuvvetli bir tesiri bulunmaktadır. Roth ve Romeo (1992, s. 480) ise ülke imajının, insanların bir ülkeye dair edindikleri tecrübelerin, ülkenin ürettiği ürünlerin, ortaya koyduğu değerlerin ve küresel çapta sahip olduğu finansal, askeri, siyasi gücünün toplamı neticesinde oluştuğunu açıklamaktadır.

Pappu, Quester ve Cooksey (2007, s. 727) ise ülke imajını makro imaj ve mikro imaj olarak ikiye ayırarak ele almıştır. Makro ülke imajı bireyin çoğunlukla bir ülkeye hakkında sahip olduğu enformasyon ve düşüncelerini belirtirken, mikro ülke imajı söz konusu ülkede üretilen ticari mallara ve sanatsal değerlere dair fikir ve düşünceleri içermektedir.

Kotler, Haider ve Rein (1993, ss. 35-38) ülke imajını pozitif ülke imajı, zayıf ülke imajı, negatif ülke imajı, karma ülke imajı, tutarsız ülke imajı ve çekici ülke imajı olmak üzere altı kategoride ele almıştır. Ülkeler ve hükümetler sahip oldukları pozitif imajların zaman zaman değişimine ihtiyaç duyarlar, dolayısıyla pozitif imajların farklılaşan şartlara ve politikalara göre yenilenmesi gerekebilmektedir. Bu bakımdan tam anlamıyla kabul görmüş pozitif bir imajı bulunan ülkeden söz etmek mümkün değildir. Öte yandan bir ülkenin bölgesel veya küresel ölçekte imajının zayıf olması daha çok uluslararası tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler çalışmalarının yeterli düzeyde yürütülememesiyle ilişkilendirilmektedir. Ayrıca bir ülkenin dikkati çekici kültürel değerlerinin ve ürünlerinin olmaması da zayıf imajı desteklemektedir. Günümüzde uluslararası arenada zayıf imaja sahip ülkeler, küresel düzeyde politika üretme kabiliyeti olmayan devletler olarak karşımıza çıkmaktadır. Negatif ülke imajı en kritik imaj kategorisi olarak değerlendirilmektedir. Bir ülkenin uluslararası ölçekte negatif bir imajı varsa öncelikle negatif imaja yol açan sebepleri belirlemek ve bu sebepleri or-

tadan kaldırmaya yönelik geniş kapsamlı planlı faaliyetler yürütmek gerekmektedir. Karma imajda ise bir ülke pozitif algılarla birlikte negatif algılar da oluşturmaktadır. Burada doğru planlanmış iletişim çalışmalarıyla pozitif algılar negatif algılara göre daha fazla öne çıkarılarak arzulan bir pozitif imaj oluşturulabilmektedir. Tutarsız imajda bir taraf açısından pozitif algılanan imajlar diğer taraflar açısından negatif algılanmaktadır. Bundan dolayı tutarsız imajların yönetilmesi zordur. Çekici imaja sahip ülkeler, küresel ölçekte diğer toplumlar ve yönetimlerde takdir edilen, arzulan ve ilgi duyulan imajlara sahiptir. Ancak belirtmek gerekir ki ülke imajları çoğu zaman dengesizdir olaylara ve durumlara göre değişebilmektedir. Bu bağlamda bir ülke açısından yapılması gereken, toplumlar ve yönetimlerdeki pozitif ve negatif algıları belirleyerek negatif tarafların onarılması yönünde planlı ve sürekli çalışmalar ortaya koymaktır.

Bir ülkenin imajı öncelikle, vatandaşları başta olmak üzere ekonomik yapısı, inançları, gelenek ve görenekleri, kültürel sistemleri, sportif etkinlikleri ve başarıları, sanatsal etkinlikleri ve ülkenin geçmişi gibi pek çok unsurun toplanmasıyla meydana gelmektedir. Bu da kişilerin o ülkeye, vatandaşlarına ve o ülkede üretilen mallara dair düşüncelerini olumlu veya olumsuz şekilde etkilemektedir (Ateşoğlu & Türker, 2014, s. 10). Literatürde de görüldüğü gibi ülke imajı, insanların elde ettiği bilgi ve deneyimlerin yanında; ülkenin yer aldığı coğrafya, vatandaşların davranışları, inanç, lisan, ırk, mali ve politik yapı, ülkenin geçmişi, kültürel ve sanatsal unsurlar, dış politika, sanayi seviyesi, ülkede üretilen ve arz edilen mallar gibi birçok paradigmayla açıklanabilmektedir.

## **Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye İlişkileri**

Amerika Birleşik Devletleri ile Türkiye arasındaki ilişkiler ilk olarak ABD'nin Osmanlı Devleti topraklarında gerçekleştirdiği misyonerlik faaliyetleri çerçevesinde başlamıştır. Levi Persons ve Plinky Fisk adlı iki misyoner 1820 yılında ABD'den Anadolu'ya çeşitli misyonerlik faaliyetlerini yürütmek için gelmiştir. Zamanla ABD'den Anadolu'ya gelen misyoner sayısı artmış ve 1850 yılına gelindiğinde Anadolu'daki Amerikalı misyonerlerin sayısı 268'e çıkmıştır ve bu süreçte toplam 7 Protestan kilisesi kurulmuştur. 1914 yılına gelindiğinde ise kilise sayısı 163'e ulaşmıştır (Akgün, 1994, ss. 2121-2123). ABD ile Osmanlı Devleti arasında 7 Mayıs 1830 tarihinde dokuz maddelik bir ticaret anlaşması imzalanmıştır. İlerleyen yıllarda iki ülke arasında yeni ticaret anlaşmaları yapılarak ikili ilişkiler daha da geliştirilmiştir (Armaoğlu, 1991, s. 7). İki ülke arasındaki siyasi ilişkiler ABD'nin 1824'de İzmir'de konsolosluk açmasıyla başlamış ayrıca 1831 yılında ABD'den David Porter maslahatgüzarı olarak Osmanlı'ya gönderilmiştir. David Porter, 1839 tarihinde ise elçi olarak atanmıştır. Osmanlı Devleti'nden ABD'ye atanan ilk elçi ise 1867 yılında görevlendirilen Fransız asıllı Edovard Blacque olmuştur (Erol, 1988, s. 47).

1. Dünya Savaşı'nda ABD'nin İtilaf Devletleri tarafında saf tutmasıyla birlikte Osmanlı Devleti 20 Nisan 1917 tarihinde ABD ile diplomatik ilişkilerini kesmiştir (Armaoğlu, 1991, s. 19). İki ülke arasındaki diplomatik ilişkiler bir süre kesilse de 1. Dünya Savaşı sonrası ABD, İzmir'de Yunanlılar tarafından Türklere karşı gerçekleştirilen katliamları araştırmak için Amiral Bristol'u görevlendirmiştir. Ayrıca Doğu Anadolu ve Kafkaslardaki durumu incelemek üzere ise Tümgeneral James Guthrie Harbort görevlendirilmiş ve böylece iki ülke arasında diplomatik ilişkiler yeniden başlamıştır (Akgün, 1985, s. 96).

Osmanlı Devleti ile ABD arasındaki resmi ilişkiler, ABD'nin 1824'te İzmir'de konsolosluk açmasıyla başlamış olsa da iki ülkenin müttefiklik aşamasına gelmesi 2. Dünya Savaşı sonrası bulmuştur. Bu dönemde özellikle iki devletin müşterek çıkarlar ve güvenlik endişeleri bu iki ülkeyi birlikte hareket etmeye yönlendirmiştir. Özellikle de Soğuk Savaş döneminde Sovyetler Birliği'nin Avrupa'da yayılmasını önlemeye çalışan ABD, Türkiye'nin de konumu nedeniyle yanında olmasını istemiştir (Doğan, 2019, s. 138).

20. yüzyılın başından itibaren ABD hem askeri, hem ekonomik, hem de popüler kültür gücüyle global açıdan dünyada büyük bir ağırlığa sahip olmuştur. Bu dönem zarfında ise Türkiye yeni bir devlet olarak dünya sahnesine çıkmıştır. ABD'nin özellikle 1. Dünya Savaşı'na kadar olan politikası, dünya ülkeleri ile mümkün olduğu kadar çok ticaret yapmak, siyasi olarak ise diğer devletlerle gerektiği kadar az temas kurmak olmuştur. Türkiye ise söz konusu dönemde mümkün olduğu kadar dış siyasette problemlerden uzak kalmaya çalışmış, ticari ve ekonomik açıdan da içe dönük devletçi bir politika izlemeyi uygun görmüştür. Özellikle Türkiye ile ABD'nin dış devletlerle temas ve sorunlardan uzak durması düşüncelerinin benzer olması ve ortak güvenlik endişeleri de göz önünde bulundurulduğunda iki devlet arasındaki ilişkiler zamanla müttefiklik ilişkilerine dönüşmüştür. Müttefik olma yolunda atılan en önemli adım ise 1952 yılında Türkiye'nin NATO'ya üye olmasıdır (Çandar, 2001, s. 170). Ancak özellikle son zamanlarda Türkiye ile ABD arasındaki bu müttefiklik ilişkilerinde çoğunlukla ABD'nin çıkarları ön planda tutulduğu söylenmektedir. Söz konusu duruma ABD'nin Orta Doğu'daki çıkarlarını korumak için Türkiye'yi bir üs olarak kullanması örnek gösterilebilmektedir (Oran, 2009, s. 502).

ABD ile Sovyet Rusya arasında yaşanan ve 1950'lilerden 1990'ların başına kadar süren Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle ABD ile Türkiye Cumhuriyeti arasındaki ilişkilerde çok önemli değişiklikler olmasa da bir önceki döneme kıyasla bazı fikir ayrılıklarının ortaya çıktığı gözlemlenmiştir (Molla, 2009, s. 30). O dönemde Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle Türkiye'nin ABD açısından stratejik önemini yitirdiği yönünde görüşler öne sürülmüştür. Bu iddiaların temelini Batı ülkeleri ve özellikle ABD açısından Sovyet Rusya tehdidinin nispeten ortadan kalkmasına bağlı olarak Türkiye'nin stratejik önemini de yitirmesi ve bunun sonucunda da Batılı ülkelerin ve özellikle de ABD'nin Türkiye'ye verdiği askeri ve ekonomik yardımları azaltacağı yönündeki varsayımlar oluşturmuştur (Uslu, 2000, s. 311).



İki ülke arasındaki müttefiklik ilişkisinin önemi ilk olarak 1991 yılında patlak veren 1. Körfez Savaşı sürecinde anlaşılmıştır. Türkiye bu dönemde ABD'ye mümkün olan tüm desteği sağlamıştır. 1990'ların başından 2003 yılındaki ABD'nin Irak'ı işgal etmesine kadar geçen süreçte ABD-Türkiye ilişkileri ivme kazanmış ve iki ülke arasındaki ilişkiler 1952'de Türkiye'nin NATO üyesi olmasından sonraki en yüksek seviyeye ulaşmıştır. ABD Başkanı Bill Clinton 1999'da yaşanan Marmara depremi sonrasında Türkiye'yi ziyaret etmiş ve bu ziyareti sırasında iki ülke ilişkileri tanımlamak için stratejik ortaklık kavramını kullanmıştır. Söz konusu bu ifade iki ülke arasındaki ilişkileri göstermesi açısından önemlidir (Parris, 2005, ss. 141-142).

Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşanan 11 Eylül saldırıları sonrası Türkiye'nin ABD'ye yönelik sunmuş olduğu koşulsuz destek iki ülke arasındaki ilişkilerin pekişmesine ortam hazırlasa da iki ülke arasındaki olumlu ilişkiler çok kısa sürmüştür. 2003 yılında ABD'nin Irak'ı işgali sırasında yaşanan tezkere krizi sebebiyle ABD-Türkiye arasındaki ilişkiler olumsuz etkilenmiştir. ABD'nin savaşta Amerikan askerlerinin Türkiye toprakları üzerinden Kuzey Irak'a geçmesini öngören 1 Mart 2003 tarihli tezkere Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde yapılan oylama sonucu reddedilmiştir. Bu gelişme iki ülke ilişkilerini derinden etkilemiştir (Molla, 2009, s. 33). ABD-Türkiye ilişkilerinde tezkere krizi olumsuz bir etki yaratmış olsa da her iki taraf da ilişkileri düzeltme yönünde yapıcı bir tavır ortaya koymuştur.

ABD-Türkiye arasındaki ilişkileri zedeleyen bir diğer önemli olay ise Arap Baharı sonrasında Suriye'de yaşanan gelişmeler olmuştur. Arap Baharı olarak kavramsallaştırılan ve Tunus'ta başlayıp bazı Arap ülkelerine yayılan halk ayaklanmaları 2011 yılında Suriye'ye sıçramıştır. Çok geçmeden yaşanan bu olaylar, Suriye hükümeti ile halk grupları arasında bir iç savaşın başlamasına neden olmuştur. Suriye'de patlak veren iç savaş sonrası Rusya ve ABD ile birlikte güç yarışına giren çeşitli ülkeler bölgedeki farklı etnik ve dini temelli gruplar ile ittifaklar kurmuşlardır. Bu noktada Suriye problemini ele alış bakımından Türkiye ile ABD fikir ayrılığına düşmüştür. Yaşanan görüş ayrılığı üzerine ABD yaşadığı boşluğu PKK'nın Suriye uzantısı olan PYD ile doldurmak istemiş ve örgütü DEAŞ'a karşı kullanma bahanesiyle silahlanmaya başlamıştır. Bunun üzerine Türkiye sınır güvenliğini ve ulusal çıkarlarını korumak için Suriye'nin ve Irak'ın kuzeyinde sınır ötesi operasyonlara başlamıştır (Duman, 2020, ss. 5-8).

Türkiye sınır ve iç güvenlik endişeleri doğrultusunda Suriye'ye yönelik düzenlediği operasyonlarda ABD ve NATO'dan gerekli desteği görememiştir. Türkiye o dönemde sınır güvenliği için Patriot hava savunma sistemleri satın almak istemiş ancak ABD bu sistemleri Türkiye satmayı kabul etmemiştir. Türkiye'de sınır güvenliğini sağlamak için Rusya'dan S-400 hava savunma sistemleri satın almış ancak bu durum ABD ile Türkiye arasını bir kez daha açmıştır (Anadolu Ajansı, 2019).

Türkiye ile ABD arasındaki problemler sadece askeri düzeyde kalmamıştır. İki ülke ilişkilerini bozan bir diğer gelişme de Andrew Brunson krizi olmuştur. Ajanlıkla suçlanan ABD vatandaşı ve Rahip olan Andrew Branson Türkiye’de tutuklanmıştır. ABD ise bu durumdan rahatsızlığını Başkanlık düzeyinde girişimlerde bulunarak göstermiş ve Rahip Branson olayı iki ülke arasında gerilime sebep olmuştur (Euro-news, 2018).

15 Temmuz darbe girişiminin baş sorumlusu, FETÖ terör örgütü lideri Fetullah Gülen’in ABD’de ikamet etmesi ve örgütü halen fiili olarak oradan yönetmeye devam etmesi iki ülke ilişkilerinin seyrini derinden etkilemeye devam etmektedir. Türkiye her ne kadar Fetullah Gülen’in iade edilmesine yönelik olarak talepte bulunsa da ABD yönetimi bu talebi karşılamaya yanaşmamaktadır (Anadolu Ajansı, 2020).

ABD-Türkiye arasında ilişkilerin seyrini belirleyecek pek çok gelişme halen masada çözümsüz olarak beklemektedir. Tüm bu gelişmeler ışığında ABD ile Türkiye arasındaki ilişkilerinin tekrar normalleşmesi ve taraflar arasındaki görüş ayrılıklarının giderilmesi uzun bir zaman alacak gibi görünmektedir. Çalışmanın sonraki bölümünde ABD’nin Türk toplumundaki imajı araştırılmaktadır.

### **Araştırmanın Amacı**

Türkiye’nin dış politikasında Amerika Birleşik Devletleri ile ilişkiler önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye, son yıllarda bölgesinde ve küresel ölçekte daha aktif bir politika izlemektedir. Türkiye’nin dış politikada ortaya koyduğu bu yeni politika zaman zaman iki ülke arasında gerilimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nin Türk toplumunda nasıl algılandığına ilişkin literatürde sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Bu noktadan hareketle araştırmanın amacı, katılımcıların Amerika Birleşik Devletleri’ne yönelik bakış açısını belirlemek ve Amerika Birleşik Devletleri’nin, Türk toplumunda nasıl bir imaja sahip olduğunu ortaya koymaktır.

### **Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Türkiye sınırları içerisinde yaşayan 18 yaşından büyük Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığına sahip bireyler oluşturmaktadır. Örneklem sayısının belirlenmesinde Sekaran’ın (2000) evreni temsil etme konusunda geçerli örneklem sayısını belirleyen yöntemi esas alınmıştır. Bu yöntemle göre evrenin demografik (yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, gelir düzeyi) özelliklerini temsil eden minimum 384 kişi ana kitleyi temsil etmektedir (Sekaran, 2000, s. 295). Araştırma için basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle 514 katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerinin evrenin özelliklerine uygun olmasına dikkat edilmiştir.

Araştırmada katılımcılar tesadüfi bir örnekleme türü olan basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Bu örnekleme türünde katılımcılar tesadüfi olarak seçilmekte ve evrendeki her bir ögenin örnekleme seçilme olasılığı diğerlerine eşit düzeyde gerçekleşmektedir. Bu yöntemle yapılan saha araştırmalarında bir araştırmacının evrenden örnek belirleme konusunda sistematik açıdan hataya düşme olasılığı daha düşük olmaktadır (Neuman, 2006, s. 214).

### **Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Analizi**

Araştırmada nicel veriler esas alınacağı için anket veri toplama tekniği kullanılmıştır. Ankette sorularının bir kısmı çoktan seçmeli, diğer kısmı ise beşli likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Araştırma için basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle 514 katılımcı belirlenmiş, araştırma verileri 1 Mart-21 Ekim 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Anket formları katılımcılara çevrim içi bir arayüz kullanılarak ulaştırılmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler öncelikle SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Sciences) analiz programına aktarılmış ve ardından gerekli analizler yapılmıştır.

### **Araştırma Soruları**

- A.S.1. ABD, katılımcılarda nasıl bir imaja sahiptir?
- A.S.2. Katılımcılar ABD'yi Türkiye Cumhuriyeti'ne bir tehdit olarak görmekte midir?
- A.S.3. Katılımcıların ABD yapımı dizi ve filmleri izleme düzeyi nedir?
- A.S.4. ABD yapımı dizi ve filmleri izleyen katılımcıların ABD'ye ilişkin imajları olumlu yönde değişmekte midir?

### **Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Araştırmaya katılanlara, Türkiye'nin farklı bölgelerinden çevrim içi yolla ulaşılmıştır. Katılımcıların, cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, meslek ve hane gelir düzeyi dağılımları frekans analizi ile istatistiksel olarak analiz edilmiş ve aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Erkek	263	51,2	Bekâr	266	51,8
Kadın	251	48,8	Evli	248	48,2
Toplam	514	100	Toplam	514	100
Yaş	Frekans	Yüzde	Cinsiyet	Frekans	Yüzde
18-25	145	28,2	Öğrenci	132	25,7
26-35	133	25,9	Devlet Memuru	93	18,5
36-45	73	14,2	Diğer	79	15,4
56-65	73	14,2	İşçi	70	13,6
46-55	45	8,8	Ev Hanımı	52	10,1
65 üstü	45	8,8	Emekli	46	8,9
Toplam	514	100	Serbest Meslek	42	8,2
Gelir Düzeyi	Frekans	Yüzde	Toplam	Frekans	Yüzde
3.000-5.000 TL	152	29,6	Eğitim Düzeyi	514	100
3.000 TL'den az	151	29,4	Üniversite	233	45,3
8.000 TL Üstü	108	21	Lise	89	17,3
5.000-8.000 TL	103	20	Lisansüstü	78	15,2
Toplam	514	100	Ortaokul	60	11,7
			İlkokul	54	10,5
			Toplam	514	100

## Türkiye'de Amerika Birleşik Devletleri İmajı

Araştırmanın ilk bölümünde katılımcılara ABD ve Amerikalılar hakkında çeşitli sorular sorulmuştur. Burada katılımcılara ABD'yi ziyaret etme durumları, ABD'ye gitme ve ABD'de yaşama istekleri, Amerikalılarla yaşama ve çalışma istekleri konularında sorular sorulmuştur. Katılımcılardan gelen yanıtlar frekans ölçümü ve çapraz tablolarla analiz edilmiştir.

Katılımcılara "Daha önce Amerika Birleşik Devletleri'nde bulundunuz mu?" şeklinde hazırlanan bir soru sorulmuş ve Tablo 2'deki sonuçlar elde edilmiştir.

**Tablo 2: Katılımcıların ABD'de Bulunma Durumlarına İlişkin Dağılımlar**

Cevap	Frekans	Yüzde
Hayır	475	92,2
Evet	39	7,6
Toplam	514	100

Tablo 2'deki betimleyici istatistiksel veriler incelendiğinde, katılımcıların, %92,2'i (475) ABD'de bulunmadığını belirtmiş, yalnızca %7,6'sı (39) ABD'yi ziyaret ettiğini ifade etmiştir.

Katılımcılara sorulan “Daha önce Amerika Birleşik Devletleri'nde bulundunuz mu?” sorusunun akabinde “Cevabınız hayırsa gitmek ister misiniz?” sorusu sorulmuş Tablo 3'teki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 3: Katılımcıların ABD'yi Ziyaret Etme İsteklerine İlişkin Dağılımlar**

Cevap	Frekans	Yüzde
Evet	306	64,5
Hayır	169	35,5
Toplam	475	100

Tablo 3'te görüldüğü üzere katılımcıların %64,5'i (306) ABD'yi görmek istediğini belirtmiş, buna karşın %35,5'i (169) ABD'yi ziyaret etmek istemediğini ifade etmiştir. Katılımcılardan elde edilen verilere göre henüz ABD'yi ziyaret etmemiş katılımcıların büyük bir çoğunluğunun ABD'ye gitme arzusunda oldukları dikkati çekmektedir.

Araştırmada katılımcılara “ABD'de yaşamak ister misiniz?” sorusu yöneltilmiş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 4: Katılımcıların ABD'de Yaşam Sürme İsteklerine İlişkin Dağılımlar**

Cevap	Frekans	Yüzde
Hayır	321	64,5
Evet	177	35,5
Toplam	514	100

Tablo 4'te görüldüğü üzere katılımcıların %64,5'i (321) ABD'de yaşamak istemediğini belirtirken, %35,5'i (177) ise ABD'de yaşam sürmeye olumlu yönde baktığını belirtmiştir. Bu bağlamda katılımcıların büyük çoğunluğu ABD'de yaşamaya karşı olumsuz bir izlenime sahiptir.

Katılımcılara “İş hayatınızda bir Amerikalı ile birlikte çalışabilir misiniz?” sorusu yöneltilmiş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 5: Katılımcıların İş Hayatında Bir Amerikalı ile Çalışma İsteğine İlişkin Dağılımlar**

Cevap	Frekans	Yüzde
Evet	366	71,2
Hayır	148	28,8
Toplam	514	100

Tablo 5’te görüldüğü üzere katılımcıların %71,2’si (366) iş hayatında bir Amerikalı ile birlikte çalışmayı olumlarken yalnızca %28,8’i (148) bu soruya olumsuz yanıt vermiştir.

Katılımcılara “Amerikalı komşunuzun olmasını ister misiniz?” sorusu yöneltilmiş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

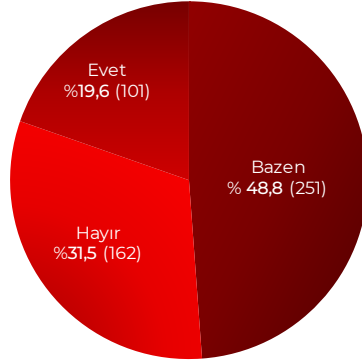
**Tablo 6: Katılımcıların Amerikalı Bir Komşu İsteyip İstemediklerine İlişkin Dağılımlar**

Cevap	Frekans	Yüzde
Evet	290	56,4
Hayır	224	43,6
Toplam	514	100

Tablo 6’daki veriler incelendiğinde, katılımcıların %56,4’ü (290) Amerikalı bir komşusunun olmasına olumlu bakarken katılımcıların %43,6’sı (224) Amerikalı bir komşusunun olmasını istemediğini belirtmiştir.

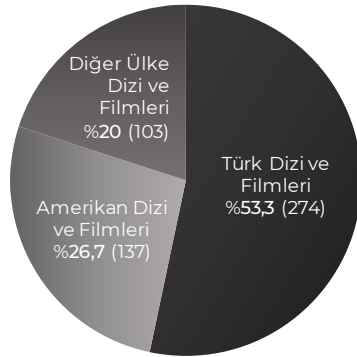
Bu bağlamda katılımcıların yarısından fazlası Amerikalı bir komşuya sahip olmaya sıcak bakmaktadır. Bu bulgular bir önceki soruda sorulan “İş hayatınızda bir Amerikalı ile birlikte çalışabilir misiniz?” sorunda elde edilen bulgularla karşılaştırıldığında katılımcıların, Amerikalı bir komşuya sahip olmaya nazaran Amerikalı biriyle çalışmaya daha sıcak bakmakta olduğu ifade edilebilmektedir.

Araştırmaya katılanlara “A.S.3. Katılımcıların ABD yapımı dizi ve filmleri izleme düzeyi nedir?” sorusu bağlamında “Amerikan dizi ve filmlerini düzenli bir şekilde izliyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş ve Grafik 1’deki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 1: Katılımcıların Amerikan Dizi ve Filmlerini İzleme Durumuna İlişkin Dağılımlar**

Grafik 1'deki verilerde görüldüğü üzere katılımcıların Amerikan dizi ve filmlerini %48,8'i (251) bazen izlediğini, %31,5 (162) izlemediğini, %19,6'sı (101) ise düzenli olarak izlediğini belirtmiştir. Söz konusu bulgulara göre katılımcıların toplamda %68,4'lük (352) kesimi Amerikan dizi ve filmlerini bir şekilde izlediğini ifade etmiştir. Bu sonuçlara göre Amerikan dizi ve filmlerinin katılımcılar arasında oldukça popüler olduğu söylenebilir.

Katılımcılara araştırmada, "En çok hangi ülkenin dizi ve filmleri izliyorsunuz?" şeklinde bir soru sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 2: Katılımcıların En Çok Hangi Ülkenin Dizi ve Filmlerini İzlediğine İlişkin Dağılımlar**

Grafik 2'de görüldüğü üzere katılımcıların, %53,3'ü (274) Türk yapımı dizi ve filmleri, %26,7'si (137) Amerikan yapımı dizi ve filmleri ve %20'si (103) ise diğer ülkelerin dizi ve filmlerini izlediklerini ifade etmişlerdir. Grafik 2'deki bulgular dikkate alındığında katılımcıların çoğunluğunun en çok Türk yapımı dizi ve filmleri tercih ettikleri görülmüştür. Buna rağmen yaklaşık her dört katılımcıdan birinin ise en çok ABD yapımı dizi ve filmleri izlemeyi tercih ettiği bulgulanmıştır.

Bir ülkenin medya çıktısı formundaki kültürel ürünlerinin diğer ülke halkları tarafından tüketimi, o ülkeye ilişkin algıları ve kanaatleri de etkileyebilmektedir. ABD, dünyada en çok dizi ve film ihraç eden ülke konumundadır. Amerikan yapımı dizi ve filmler bugün dünyanın farklı coğrafyalarında takip edilmektedir. Bu bağlamda farklı coğrafyalarda ABD yapımı dizi ve filmlerin takip edilmesinin ABD'nin imajına etki edeceği düşünülebilir.

Araştırmanın bu bölümünde "A.S.4. ABD yapımı dizi ve filmleri izleyen katılımcıların ABD'ye ilişkin imajları olumlu yönde değişmekte midir?" sorusu bağlamında katılımcıların Amerikan yapımı dizi ve filmleri izleme alışkanlıkları ile ABD'yi ziyaret etme ve Amerikalılarda yaşama pratikleri arasındaki ilişki bağımsız örneklem t testi ile ele alınmış ve Tablo 7, Tablo 8 ve Tablo 9'daki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 7: Katılımcıların ABD'de Yaşamak İsteme Durumu ile Amerikan Dizi ve Filmlerini İzleme Durumu Arasındaki İlişkiyi Gösteren Dağılımlar**

ABD'de yaşamak ister misiniz?	N	Mean	t	Df	P
Evet	203	1,7931	-9,093	512	,000
Hayır	311	2,3312			

Tablo 7'de görüldüğü üzere katılımcıların ABD'de yaşama istekleri ile Amerikan dizi ve filmlerini izleme durumları arasında istatistiksel olarak oldukça anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p=0,00$ ;  $p<0,05$ ).

Söz konusu bulgulara göre Amerikan yapımı dizi ve filmleri izleyen katılımcıların ABD'de yaşama isteğinin izlemeyenlere oranla daha fazla artış gösterdiği görülmektedir.

**Tablo 8: Katılımcıların Amerikalı Komşu Sahibi Olma Durumları ile Amerikan Dizi ve Filmlerini İzleme Durumu Arasındaki İlişkiyi Gösteren Dağılımlar**

Amerikalı komşunuzun olmasını ister misiniz?	N	Mean	t	Df	P
Evet	290	1,9069	-8,224	512	,000
Hayır	224	2,3929			

Tablo 8'deki bağımsız örneklem t test sonuçları incelendiğinde katılımcıların Amerikalı bir komşu sahibi olma istekleriyle Amerikan dizi ve filmlerini izleme durumları arasında istatistiksel olarak oldukça anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p=0,00$ ;  $p<0,05$ ).

Söz konusu bulgulara göre Amerikan yapımı dizi ve filmleri izleyen katılımcıların Amerikalı bir komşu sahibi olma isteğinin izlemeyenlere oranla daha fazla artış gösterdiği görülmektedir.



**Tablo 9: Katılımcıların İş Hayatında Bir Amerikalı ile Çalışma Durumları ile Amerikan Dizi ve Filmlerini İzleme Durumu Arasındaki İlişkiyi Gösteren Dağılımlar**

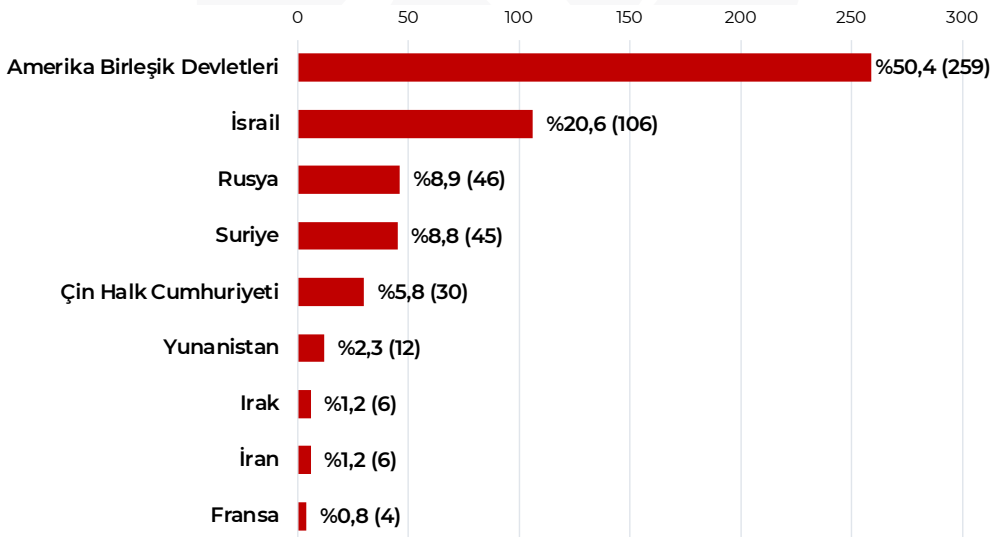
İş hayatınızda bir Amerikalı ile birlikte çalışmak ister misiniz?	N	Mean	t	Df	P
Evet	366	1,9508	-9,131	512	,000
Hayır	148	2,5338			

Tablo 9'da görüldüğü üzere katılımcıların iş hayatlarında bir Amerikalı ile çalışma istekleriyle Amerikan dizi ve filmlerini izleme durumları arasında istatistiksel olarak oldukça anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p=0,00$ ;  $p<0,05$ ).

Tablo 9'daki bulgulara göre Amerikan yapımı dizi ve filmlerini izleyen katılımcıların iş hayatlarında bir Amerikalıyla çalışma isteklerinin izlemeyenlere oranla daha fazla artış gösterdiği görülmektedir.

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların Türkiye'ye yönelik tehdit algıları sorgulanmıştır. Bu ekseninde katılımcılara "A.S.2. Katılımcılar ABD'yi Türkiye Cumhuriyeti'ne bir tehdit olarak görmekte midir?" bağlamında "Sizce Türkiye'ye en büyük tehdit aşağıdaki ülkelerden hangisinden geliyor?" şeklinde bir soru sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 3: Katılımcıların Tehdit Algısına İlişkin Dağılımlar**



Grafik 3'te görüldüğü üzere katılımcıların %50,4' ü (259) yani yarısından biraz fazlası Türkiye'ye en büyük tehdidin Amerika Birleşik Devletleri'nden geldiğini düşünmekte-

dir. Katılımcıların %20,6'sı (106) ise İsrail'i Türkiye'ye en büyük tehdit olarak algılamaktadır. Bunu sırasıyla %8,9 (46) Rusya Federasyonu, %8,8 (45) Suriye, %5,8 (30) Çin Halk Cumhuriyeti, %2,3 (12) Yunanistan, %1,2'sher oranla (6) Irak ve İran takip etmektedir. Katılımcıların yalnızca %0,8'lik (4) oranı Fransa'nın Türkiye'ye en büyük tehdit teşkil ettiğini ifade etmişlerdir.

Söz konusu sonuçlar Tablo 4 ve 5'teki bulgular ekseninde irdelendiğinde katılımcılar, Amerikalılarla yaşama ve birlikte çalışma konusunda bir sakınca görmezken ABD'yi, Türkiye'ye temel tehdit olarak kabul etmeleri dikkati çekmektedir. Yine aynı şekilde katılımcıların çoğunluğu kendi ülkelerine temel tehdit olarak gördükleri bir ülkeyi ziyaret etmek istemektedir (Bkz. Tablo: 3). Buradan hareketle katılımcıların ABD'ye yönelik olumsuz algılarının doğrudan Amerikan halkına, kültürel ürünlerine veya turistik değerlerine yönelik olmayıp daha çok ABD'nin küresel politikalarına yönelik olduğu öngörülebilir.

Araştırmanın son bölümünde katılımcılara Amerika Birleşik Devletleri hakkında bazı önermelerde bulunulmuş ve katılımcıların bu önermelere katılım düzeyi ağırlıklı ortalamalarla hesaplanmıştır. Bu bağlamda katılımcılara öncelikle ABD hakkında bazı olumlu önermelerde bulunulmuş ve bu önermelere katılım düzeylerini belirtmeleri istenilmiştir.

**Tablo 10: Katılımcıların ABD Hakkındaki Olumlu Önermelere Katılım Düzeylerine İlişkin Dağılımlar**

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	Ağırlıklı Ortalama
	F	F	F	F	F	F	%
Amerikan mallarını satın alırım	86 (%16,73)	98 (%19,06)	108 (%21,02)	175 (%34,05)	47 (%9,14)	514 (%100)	2,9821
ABD herkesin ziyaret etmek istediği bir yerdir	95 (%18,48)	129 (%25,10)	105 (%20,43)	128 (%24,91)	57 (%11,08)	514 (%100)	2,8150
ABD dünyanın en ileri demokrasisi ile yönetilir	146 (%28,40)	163 (%31,72)	125 (%24,32)	61 (%11,86)	19 (%3,70)	514 (%100)	2,2398
ABD'nin bendeki imajı olumludur	134 (%26,07)	186 (%36,20)	110 (%21,40)	68 (%13,22)	16 (%3,11)	514 (%100)	2,2012
ABD'ye hayranım	160 (%31,13)	182 (%35,40)	80 (%15,57)	67 (%13,04)	25 (%4,86)	514 (%100)	2,1571
ABD Türkiye için model bir ülkedir	171 (%33,26)	160 (%31,13)	100 (%19,46)	63 (%12,25)	20 (%3,90)	514 (%100)	2,1302
ABD dünyanın barış içerisinde yaşamasını sağlamaktadır	258 (%50,19)	150 (%29,18)	66 (%12,85)	29 (%5,64)	11 (%2,14)	514 (%100)	1,6887

Tablo 10'daki sonuçlar incelendiğinde katılımcıların ABD'ye ilişkin olumlu önermelere katılımlarının oldukça düşük düzeyde gerçekleştiği görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu ABD'ye ilişkin olumlu önermelere katılım göstermemektedir. Burada katılımcıların en çok katılım gösterdiği olumlu önerme "ABD mallarını satın alırım" önermesi olmuş ancak bu önermeye bile katılımcıların yarısından azı katılmıştır. Burada en az katılım gösterilen önerme ise "ABD dünyanın barış içerisinde yaşamasını sağlamaktadır" önermesi olmuş 514 katılımcıdan yalnızca 40'ı bu önermeye katılım göstermiştir.

Benzer şekilde "ABD Türkiye için model bir ülkedir" önermesine de katılımın (83) çok düşük olduğu görülmektedir. Burada elde edilen dikkat çekici bir diğer bulgu ise katılımcıların "ABD dünyanın en ileri demokrasisi ile yönetilir" önermesine de oldukça düşük düzeyde (80) katılım göstermiş olmalarıdır.

Son olarak katılımcılara "A.S.İ. ABD, katılımcılarda nasıl bir imaja sahiptir?" sorusu bağlamında Amerika Birleşik Devletleri hakkında bazı olumsuz önermelerde bulunmuş ve bu önermelere katılım düzeylerini belirtmeleri istenilmiştir.

**Tablo 11: Katılımcıların ABD Hakkındaki Olumsuz Önermelere Katılım Düzeylerine İlişkin Dağılımlar**

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	Ağırlıklı Ortalama
	F	F	F	F	F	F	%
ABD dünya barışını tehdit etmektedir	59 (%11,47)	49 (%9,53)	89 (%17,32)	163 (31,72)	154 (%29,96)	514 (%100)	3,9503
ABD Türkiye için büyük tehdit oluşturmaktadır	51 (%9,92)	67 (%13,04)	115 (%22,38)	146 (%28,40)	135 (%26,26)	514 (%100)	3,9491
Dünyadaki savaşların çoğu ABD tarafından çıkartılmaktadır	45 (%8,75)	60 (%11,67)	93 (18,10)	179 (%34,83)	137 (%26,65)	514 (%100)	3,9424
Dünya'da seçilmiş liderlere yapılan darbelerin çoğu ABD tarafından desteklenmektedir	46 (%8,95)	51 (%9,92)	112 (%21,79)	170 (%33,08)	135 (%26,26)	514 (%100)	3,9363
Türkiye'de yapılan darbelerin arkasında ABD vardır	45 (%8,75)	69 (%13,43)	149 (%28,98)	125 (%24,32)	126 (%24,52)	514 (%100)	3,7949

Tablo 11'deki bulgular incelendiğinde katılımcıların ABD'ye ilişkin olumsuz önermelere oldukça yüksek düzeyde katılım gösterdikleri görülmektedir. Burada önermelerden en yüksek düzeyde katılım "ABD dünya barışını tehdit etmektedir" önermesine olmuş 514 katılımcıdan 317'si bu önermeye katılım göstermiştir. Bunu sırasıyla "ABD Türkiye için büyük tehdit oluşturmaktadır", "Dünyadaki savaşların çoğu ABD tarafından çıkartılmaktadır", "Dünya'da seçilmiş liderlere yapılan darbelerin çoğu ABD tarafından desteklenmektedir" önermeleri takip etmiş ve bu üç önermede katılım düzeyi birbirine çok yakın gerçekleşmiştir. Verilen önermelerden en düşük düzeyli katılım "Türkiye'de yapılan darbelerin arkasında ABD vardır" önermesine olmuş ancak burada dahi katılımcıların yarıya yakını (251) bu önermeye katılım göstermiştir. Bu bulgulara göre katılımcıların ABD hakkındaki deneyimlerinin, kanaatlerinin ve mevcut algılarının olumsuz düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

### Tartışma ve Sonuç

Ülke imajı, bir ülkeye yönelik olarak yabancı kamuoylarının zihinlerinde oluşmuş imgeler, düşünceler ve kanaatler olarak tanımlanabilir. Farklı coğrafyalarda ve farklı kültürlerde yaşayan halkların bir ülke hakkındaki düşünce, görüş, kanaat ve tutumları, o ülkeye ilişkin genel bir imaj ortaya koymaktadır. Ancak farklı kültürlerle, inançlara ve davranış kalıplarına sahip insan topluluklarının bir ülkeyle ilgili düşünce, kanaat, tutum ve algılayışları da birbirinden farklı olmaktadır. Bir ülkenin küresel imajını o ülkenin sahip olduğu kültürel değerleri, ürettiği ürünleri, markaları, ekonomik-askeri gücü, ortaya koyduğu politikaları ve hatta sportif başarıları bile etkilemektedir.

ABD-Türkiye arasındaki ilişkiler geçmişten günümüze kadar net bir çizgide ilerlememiştir. Türkiye, yakın çevresinde ortaya çıkan ve kendi ulusal güvenliğini ilgilendiren problemlerinin çözümü noktasında zaman zaman ABD ile görüş ayrılıklarına düşmektedir. İki ülke arasında yaşanan gerilimler Türk halkındaki ABD imajını da etkilemektedir. Nitekim araştırmada da ABD'nin Türk toplumundaki imajını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda ABD'nin katılımcılardaki imajını belirleyebilmek için bazı sorular yöneltilmiştir. Burada öncelikle katılımcıların Amerikalılarla yaşama ve Amerika'da bulunma isteklerine yönelik sorular sorulmuştur. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu ABD'de bulunmadıklarını ifade etmiş, yine ABD'yi henüz görmemiş katılımcıların büyük bir çoğunluğu da orayı ziyaret etme arzularında olduklarını belirtmiştir. Ancak katılımcılar ABD'de yaşamak konusunda orayı ziyarete nazaran daha az istekli oldukları görülmüştür. Yine Amerikalı biriyle çalışma ve Amerikalı bir komşuya sahip olma konusunda da katılımcıların çoğunluğu olumlu bir yaklaşım sergilemiştir.

Bir ülkeye ait medya ürünleri, söz konusu ülkeye ait imajı da etkileyebilmektedir. ABD yapımı dizi ve filmler küresel çapta fazlaca takip edilmektedir ve bu medya

ürünleri ABD'ye ilişkin imaja da etki edebilmektedir. Bu doğrultuda öncelikle katılımcıların ABD yapımı dizi ve filmleri takip etme durumu sorgulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %48,8'i (251) bazen, %19,6'sı (102) ise düzenli olarak Amerikan dizi ve filmlerini izlediğini belirtmiştir. Bu durum katılımcılar arasında Amerikan menşei yapımların oldukça popüler olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim bu sonuç daha önce yapılan bir araştırmayla benzer nitelik taşımaktadır (Dilsiz, 2018). Araştırmada ayrıca bu dizi ve filmleri izleme alışkanlıklarıyla Amerikalılarla yaşama pratikleri ve ABD'yi ziyaret etme isteği arasında bir ilişki olup olmadığı sorgulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Amerikan yapımı dizi ve filmleri izleyenlerin Amerikalı bir komşuyla yaşama, Amerikalı biriyle çalışma ve ABD'yi ziyaret etme konusunda izlemeyenlere oranla daha istekli oldukları görülmüştür. Bu durum söz konusu yapımların katılımcıların Amerikalılara ve ABD'ye ilişkin ülke imajını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Ülkelerin ve ülke halklarının tehdit algıları zamana ve gelişmelere bağlı olarak değişim gösterebilmektedir. Türkiye coğrafi konumu itibarıyla zaman zaman bölgesel tehditlerle karşı karşıya kalmaktadır. Türkiye kendi ulusal çıkarları doğrultusunda bölgesel gelişmelere müdahil olmakta ve zaman zaman Türkiye'nin çıkarlarıyla ABD'nin çıkarları çatışmaktadır. Bu durum da ABD ile Türkiye'yi karşı karşıya getirmektedir. Araştırmada katılımcıların Türkiye'ye yönelik diğer ülkelere atfettiği tehdit algıları sorgulanmıştır. Elde edilen bulgular sonucu katılımcıların %50,4'ü Türkiye'ye karşı en büyük tehdidin ABD'den geldiğini beyan etmişlerdir. Araştırmada ortaya çıkan bu sonuç daha önce yapılan iki araştırmayla örtüşmektedir (KHAS Araştırmaları, 2021; KHAS Araştırmaları, 2020). Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcıların yaklaşık yarısı ABD'yi Türkiye'ye karşı temel bir tehdit olarak algılamaktadır. Bu sonuçlar Kotler, Haider ve Rein'in (1993) ülke imajı sınıflandırmaları çerçevesinde ele alındığında; ABD'nin katılımcılar açısından negatif bir ülke imajı oluşturduğu görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye'ye yönelik tehdit algısında ikinci sırada İsrail'in yer almaktadır. Türkiye her ne kadar tarihinde ABD veya İsrail ile doğrudan bir çatışmaya girmemiş olmasına rağmen böyle bir sonucun çıkması oldukça dikkati çekici görünmektedir. Zira Türkiye'nin yakın zamanda Suriye'ye yönelik sınır ötesi operasyonlar düzenlemesine ve halen orada bir kısım askeri unsurlarını tutmasına rağmen katılımcıların yalnızca %8,8'i Suriye'yi en büyük tehdit olarak gördüklerini belirtmiştir. Benzer şekilde zaman zaman gerilimler yaşanmasına rağmen katılımcıların yalnızca %2,3'ü Yunanistan'ı ülkelere yönelik en büyük tehdit olarak gördüklerini ifade etmiştir.

Araştırmanın son bölümünde katılımcılara ABD hakkında bazı olumlu ve olumsuz önermelerde bulunulmuştur. Burada katılımcıların ABD'ye ilişkin olumsuz önermelere yüksek oranda katılım gösterdiği görülmüş buna karşın bu ülkeye yönelik

olumlu önermelere katılım oldukça düşük düzeyde kalmıştır. Söz konusu bu sonuçlar araştırmada elde edilen önceki bulgularla birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların olumsuz algılarının Amerikan halkına ya da Amerika'nın kültürel ve turistik değerlerine yönelik olmadığı anlaşılmaktadır. Zira katılımcıların çoğunluğu Amerikalılarla yaşama, Amerika'da bulunma veya Amerikan dizi ve filmlerini izleme konusunda olumlu ifadelerde bulunurken Amerika Birleşik Devletleri konusunda olumsuz kanaatler ortaya koymaktadır. Bu bağlamda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde katılımcılar açısından ABD'nin negatif ülke imajının yanı sıra karma bir ülke imajına da (Kotler et al., 1993) sahip olduğu anlaşılmaktadır.



## KAYNAKÇA

- Akgün, S. (1985). Ana hatlarıyla General Moseley raporu: Türkiye'de Amerikan mandası. *Belleten*, 48(189-190), 95-108.
- Akgün, S. (1994). *Kendi kaynaklarından Amerikalı misyonerlerin Türk sosyal yaşamına etkisi (1820-1914)*. Türk Tarih Kongresinden Ayrı Basım, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Akyurt, H. (2008). Turizm bölgesine yönelik talebi etkileyen faktörlerden imaj ve Çeşme. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anadolu Ajansı. (2019). S-400 almadığımız zaman F-35'lerin gelmesi gibi bir garanti yok. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/s-400-almadigimiz-zaman-f-35lerin-gelmesi-gibi-bir-garanti-yok/1447621>.
- Anadolu Ajansı. (2020). 15 Temmuz'un 4. yılında Türkiye'nin ABD'den Gülen'i iade talepleri yanıtız kaldı. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/15-temmuzun-4-yilinda-turkiyenin-abdden-guleni-iade-talepleri-yanitsiz-kaldi-/1908447>.
- Armaoğlu, F. (1991). *20. yüzyıl siyasi tarihi*. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2014). Tatil yeri seçiminde ülke imajının turistin risk algısı üzerine etkisi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), 9-28.
- Çandar, C. (2001). Türklerin Amerika'ya bakışından örnekler ve Amerika'nın Türkiye politikası. İçinde M. Abromowitz (Der.), *Türkiye'nin dönüşümü ve Amerikan politikası* (ss. 169-219). (F. Çakır & N. Uslu, Çev.). Ankara: Liberte Yayınları.
- Davis, A. (2006). *Halkla ilişkilerin ABC'si*. (Ü. Şendilek, Çev.). İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.
- Dilsiz, H. (2018). Öğrencilerin Amerika Birleşik Devletleri'nin ülke imajına ilişkin algıları: İnönü Üniversitesi öğrencileri üzerine bir çalışma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, Z. (2019). Türkiye-ABD ilişkilerinin temel dinamikleri ve stratejik ittifak boyutu. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 133-156.
- Duman, S. (2020). Suriye çerçevesinde Türkiye-ABD ilişkileri. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 65, 1-27.
- Erol, M. (1988). *Osmanlı İmparatorluğu'nun ABD ile yaptığı ticari anlaşmaları*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Euronews. (2018). Adım adım Brunson krizi: Nereden çıktı, nasıl çözüldü?. Retrieved from <https://tr.euronews.com/2018/10/12/adim-adim-brunson-krizi-abd-turkiye-iliskilerinde-yaptirimlar-noktasina-nasil-gelindi>.
- Göksu, O. (2021). Algı yönetimi: geleneksel medya, siyasal iletişim ve dijital medya üçgeni üzerine. İçinde O. Göksu (Ed.), *Algı Yönetimi* (ss. 11-36). Konya: Literatürk Academia.

- Jung, C. G. (2001). İnsan Ruhuna Yöneliş. (E. Büyükinal, Çev.). İstanbul, Say Yayınları.
- Karacabey, M. F., Özdere, M. & Bozkuş, K. (2016). Üniversite öğrencilerinin örgütsel imaj algıları. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 33,459-473.
- KHAS Araştırmaları. (2020). Türk dış politikası kamuoyu algıları araştırması – 2020. Retrieved from <https://www.khas.edu.tr/tr/arastirma/khasta-arastirma/khas-arastirmalari/turk-dis-politikasi-kamuoyu-algilari-arastirmasi-2020>.
- KHAS Araştırmaları. (2021). Türk dış politikası kamuoyu algıları araştırması – 2021. Retrieved from <https://www.khas.edu.tr/tr/arastirma/khasta-arastirma/khas-arastirmalari/turk-dis-politikasi-kamuoyu-algilari-arastirmasi-2021>.
- Kotler, P. D, H. Haider. & Rein, I. (1993). *Marketing places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. New York: The Free Press a Division of Macmillan, Inc.
- Levy, S. J. (1999). *Brands, consumers, symbols and research: Sidney J Levy on marketing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Molla, A. (2009). Soğuk Savaş sonrası körfez krizleri ve Türkiye-ABD-Nato ilişkileri. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(11), 29-45.
- Mutlu, E. (2017). İletişim sözlüğü. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Nagashima, A. (1970). A comparison of Japanese and U.S. sttitudes toward foreign products. *Journal of Marketing*, 34, 68-74.
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Ankara: Desen Ofset.
- Oran, B. (2009). *Türk dış politikası Kurtuluş Savaşından bugüne olgular, belgeler, yorumlar*. 14. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özkan, A. (2009). *Halkla ilişkiler yönetimi*. 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Pappu, R., Quester, P. & G. Cooksey, R. W. (2007). Country image and consumerbased brand equity: Relationships and implications for international marketing. *Journal of International Business Studies*, 38, 726–746.
- Parris, M. R. (2005). On the future of US-Turkish relations. In Michael Lake (Ed.), *The EU & Turkey: A Glittering Prize or a Millstone*. Londra: Federal Trust for Education and Research.
- Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla ilişkiler nedir?*. 6. baskı, İstanbul: Beta.
- Polat, S. & Arslan, Y. (2015). Örgütsel yaşamda imaj. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Roth, M. S. & Romeo, J. (1992). Matching product category and country image perceptions: A framework for managing country-of-origin effects. *Journal of International Business Studies*, 23, 477–497.



Sekaran, U. (2000). *Research methods for business: A skill-building approach*. UK: Wiley&Sons.

TDK. (2021). Algı. Retrieved from <https://sozluk.gov.tr/>.

TDK. (2021). İmaj. Retrieved from <https://sozluk.gov.tr/>.

Terzioğlu, E. (2017). Algı yönetiminde medyanın rolü: Avrupa Birliği-Türkiye müzakere süreci örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Turaman, O. & Çelik, A. H. (2018). Türkiye ve ABD'nin Ortadoğu dış politikası: Irak ve Suriye örnekleri üzerinden çatışan ve örtüşen değerler ikilemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1), 116-138.

Türk, M. S. (2014). Algı yönetimi ve iletişim: algının ötesinde bir gerçeklik var mı? İçinde B. Karabulut (Der.), *Algı Yönetimi* (s.13-39). İstanbul: Alfa Yayınları.

Uslu, N. (2000). *Türk-Amerikan ilişkileri*. İstanbul: 21. Yüzyıl Yayınları.

