

**ANADOLU AKADEMİ  
SOSYAL BİLİMLER  
DERGİSİ**

**Cilt / Volume:3**

**Sayı / Issue:2**

**ISSN:2667-5471**

**Yıl/ Year: 2021**

**ANADOLU AKADEMİ**  
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

# ANADOLU AKADEMİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ISSN 2667-5471

Cilt 3 / Sayı 2 / Mayıs 2021

## İMTİYAZ SAHİBİ

Doç. Dr. Mustafa KARACA

## EDİTÖR KURULU

Prof. Dr. Şafak Ertan Çomaklı / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi - Baş Editör

Doç. Dr. Mustafa Karaca / Anadolu Üniversitesi – Editör

Doç. Dr. Özgür Demirtaş / Kayseri Üniversitesi – Teknik Editör

Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram / Samsun Üniversitesi – Sorumlu Editör

Dr. Öğr. Üyesi Aslı Geylan / Anadolu Üniversitesi – Editör

## YAYIN KURULU

Prof. Dr. Şafak Ertan Çomaklı / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi - Yayın Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Mustafa Karaca / Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Özgür Demirtaş / Kayseri Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram / Samsun Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Aslı Geylan / Anadolu Üniversitesi

## YAZI VE REDAKSİYON KURULU

Dr. Öğr. Üyesi Ferdi BOZKURT /Anadolu Üniversitesi

Öğr. Gör. Faruk SADIÇ / Erciyes Üniversitesi

Araş. Gör. Caner ÇAKI / İnönü Üniversitesi

Araş. Gör. Kübra Sultan YÜZÜNCÜYIL / Sakarya Üniversitesi

INDEX COPERNICUS  CiteFactor  
Academic Scientific Journals  
INTERNATIONAL

Google  
scholar

 asos  
akademia sosyal bilimler indeksi

## **BİLİM KURULU**

- Prof. Dr. A. Asuman Akdoğan Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. A. Emre Demirci Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Cengiz Anık Marmara Üniversitesi  
Prof. Dr. Dilaver Tengilimoğlu Atılım Üniversitesi  
Prof. Dr. Enver Aydoğan Hacı Bayramı Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Farzand Ali Jan COMSATS Institute of Information Technology  
Prof. Dr. K. Özkan Ertürk Düzce Üniversitesi  
Prof. Dr. Kenan Güllü Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Kubilay Özyer Gaziosman Paşa Üniversitesi  
Prof. Dr. Mahir Nakip Çankaya Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Başar Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Fatih Köksal Amasya Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Marangoz Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Şükrü Akdoğan E. Öğretim Üyesi  
Prof. Dr. Metin Işık Sakarya Üniversitesi  
Prof. Dr. Muhammad Zia-Ur-Rehman National Defence University  
Prof. Dr. Murat Ercan Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Nurettin Güz Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Raci Taşçıoğlu Atatürk Üniversitesi  
Prof. Dr. Serdar Salman Milli Savunma Üniversitesi  
Prof. Dr. Şafak Ertan Çomaklı Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Tahir Rashid University of Salford  
Prof. Dr. Ümit Arklan Süleyman Demirel Üniversitesi  
Doç. Dr. Aykut Arslan Piri Reis Üniversitesi  
Doç. Dr. Burcu Öksüz İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi  
Doç. Dr. Erkan Turan Demirel Fırat Üniversitesi  
Doç. Dr. Kürşad Emrah Yıldırım Anadolu Üniversitesi  
Doç. Dr. Mahir Hamidov AMEA Z. Bünyadov Serqşünaslıq İnstitut-Azerbaycan  
Doç. Dr. Mustafa Karaca Anadolu Üniversitesi  
Doç. Dr. N. Öykü İyigün İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Doç. Dr. Nilsun Sariyer Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Doç. Dr. Özgür Demirtaş Kayseri Üniversitesi  
Doç. Dr. Rızvan Sulejmani Universiteti Nënë Tereza  
Doç. Dr. Sema Polatçı Gaziosman Paşa Üniversitesi  
Doç. Dr. Usman Ghani American University of Sharjah  
Doç. Dr. Vasilis Leontitsis Brighton University UK-İngiltere  
Doç. Dr. Zülfiye Acar Şentürk Uşak Üniversitesi  
Doç. Dr. Emrah Aydemir Fırat Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram Samsun Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Aslı Geylan Anadolu Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi A. Bahadır Darı Yalova Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Ataullah Shah Allama Iqbal Open University  
Dr. Öğr. Üyesi Ersin Diker Gümüşhane Üniversitesi  
Dr. İsmail Yaprak Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE  
Dr. Zeynep Öztürk Yaprak Erciyes Üniversitesi SBE

## İÇİNDEKİLER/CONTENTS

### MAKALELER/ARTICLES

---

*Betül ALGÜR - Murat ERCAN* ..... 192-206

*DENİZ HÂKİMİYET TEORİSİ KAPSAMINDA DOĞU AKDENİZ ve KIBRIS JEOPOLİTİĞİ'NİN TÜRKİYE'YE ETKİLERİ*

*THE EFFECTS OF EASTERN MEDITERRANEAN AND CYPRUS'S JEOPOLITICS TO THE TURKEY IN THE EXTENT OF SEA POWER THEORY*

*Kübra Sultan YÜZÜNCÜYİL, Osman GÜLDEMİR* ..... 207-219

*EXPLORING CULINARY CREATIVITY: CLEAN PLATE EXAMPLE*

*MUTFAKTAKI YARATICILIĞI KEŞFETMEK: TEMİZ TABAK ÖRNEĞİ*

*Davud KAPUCU* ..... 220-234

*ABD'İN ORTADOĞU POLİTİKASINA KENDİ ULUSAL GÜVENLİK DOKTRİNLERİ EKSENİNDE BİR BAKIŞ*

*A LOOK AT THE USA'S MIDDLE EAST POLICY ON THE AXIS OF OWN NATIONAL SECURITY DOCTRINES*

*Mahmut Fevzi CENGİZ - İlknur PATAN* ..... 235-259

*HABERDE GERÇEKLİK: SOSYAL MEDYADA GERÇEKLİK ALGISI ÜZERİNE BİR ANALİZ*

*REALITY In The NEWS: An ANALYSIS On THE PERCEPTION Of REALITY In SOCIAL MEDIA*

*Abdülhakim Bahadır DARI - Olcay KOÇ* ..... 260-276

*KAMU KURUMLARINDA KARİZMATİK LİDERLİĞİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ÜZERİNE ETKİSİ; YALOVA İLİ ÖRNEĞİ*

*THE İMPACT OF CHARİSMATIC LEADERSHİPS İN GOVERNMENT İNSTUTİONS ON ORGANİSATIONAL CULTURE; SUCH AS YALOVA PROVINCE.*

*Aykut GÖKTEKİN* ..... 277-290

*KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN YAŞAM İKSİRİ OLARAK REKLAM*

*ADVERTISING THE CULTURAL INDUSTRY AS A POTION OF LIFE*

- Özay Nuri AKSOY - Enes KÖSE..... 291-307  
*BAZI SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN SOSYAL DAMGALANMA (STİGMA) DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ BANDIRMA ÖRNEĞİ*  
*INVESTIGATION OF SOCIAL STIGMA LEVELS IN TERMS OF SOME SOCIO-DEMOGRAPHIC VARIABLES BANDIRMA EXAMPLE*
- Oğuz ÖCAL - Hakan KUM - Baki ÖZSOLAK ..... 308-331  
*TÜRKİYE'DE TURİST SAYISINI ETKİLEYEN MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER: 1990-2017 DÖNEMİ VAR ANALİZİ ÖRNEĞİ*  
*MACROECONOMIC FACTORS WHICH AFFECTS THE NUMBER OF TOURISTS IN TURKEY: FOR THE PERIOD OF 1990-2017 VAR ANALYSIS*
- Naiman-Khanym DURSUNOVA - Aslı GEYLAN ..... 332-349  
*CİNSİYET YÖNELİMLERİNİN DUYGUSAL EMEK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ*  
*THE EFFECT OF GENDER ORIENTATIONS ON EMOTIONAL LABOR*
- Emine KORKMAZ - Şerife KARAGÖZOĞLU ..... 350-357  
*BİR HEMŞİRELİK GİRİŞİMİ OLAN İNTRAMÜSKÜLER ENJEKSİYONDA ALAN SEÇİMİ: GÜNCEL BİLGİ VE YAKLAŞIMLAR*  
*FIELD SELECTION IN INTRAMUSCULAR INJECTION AS A NURSING INITIATIVE: CURRENT INFORMATION AND APPROACHES*
- Aylin TURAN - Yasemin KIVRAK - Ahmet ATASAYAR - Mehmet BAŞAR ..... 358-378  
*İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİNİN BAZI DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ*  
*ASSESSMENT OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF SOME DEMOGRAPHIC VARIABLES*
- Elvin ABDURAHMANLI ..... 379-403  
*KOSOVA, KIRIM ve DAĞLIK KARABAĞ'IN AYRILMALARININ ULUSLARARASI HUKUKUN TANIMA KURUMU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ*  
*THE EVALUATION OF THE SEPARATIONS OF KOSOVO, KIRIM and DAĞLIK KARABAKH IN TERMS OF THE INTERNATIONAL LAW RECOGNITION INSTITUTION*

# DENİZ HÂKİMİYET TEORİSİ KAPSAMINDA DOĞU AKDENİZ ve KIBRIS JEOPOLİTİĞİ'NİN TÜRKİYE'YE ETKİLERİ

*Betül ALGÜR<sup>1</sup>*

*Murat ERCAN<sup>2</sup>*

*“Ordular, ilk hedefiniz Akdeniz'dir. İleri!”*

*Mustafa Kemal Atatürk*

## Özet

Jeopolitik, coğrafyanın siyasete olan etkilerini inceleyen bir bilim dalıdır. Bu nedenle devletlerin dış politika oluşum süreçlerinin belirlenmesinde, uluslararası politikada ve uluslararası ticarete önemli rol oynamaktadır. Doğu Akdeniz ve Kıbrıs, sahip oldukları kritik konum ile uluslararası ilişkilerde mevcut dengeyi değiştirebilecek ölçüde, güç çatışmalarının devamlı olarak var olduğu bir coğrafyadır. Bu coğrafya tarihsel süreçte politik, ticari ve kültürel açılardan yapılandırıcı bir rol üstlenmiştir. Türkiye ile Kıbrıs arasındaki ilişki ise yüzyıllar öncesine kadar gitmektedir. Bölgenin Türkiye açısından değerlendirilebilecek önemli bazı hususlarına ek olarak; son yıllarda Doğu Akdeniz'de keşfedilen enerji kaynakları sebebiyle bölge üzerindeki hakimiyet savaşı ivme kazanmıştır. Bu araştırmanın temel amacı, Kıbrıs'ın ve Doğu Akdeniz'in deniz hakimiyet teorisi çerçevesinde Türkiye için jeostratejik önemini belirlemektir.

*Anahtar Kelimeler:* Doğu Akdeniz, Türkiye, Kıbrıs, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (K.K.T.C.), Deniz Hakimiyet Teorisi, Jeopolitik

## THE EFFECTS OF EASTERN MEDITERRANEAN AND CYPRUS'S JEOPOLITICS TO THE TURKEY IN THE EXTENT OF SEA POWER THEORY

### Abstract

*Jeopolitics is a branch of science that examines the effects of geography on politics. For that reason, it plays an important role in determining the foreign policy formations of states, international politics and trade. With their critical position Eastern Mediterranean and Cyprus have got geography where the power conflicts exist permanently to the extent that it can change the current balance in international relations. This geography has played a constructive role in politics, trade and culture in historical period. The relations between Turkey and Cyprus goes back to centuries. In addition to some important points to be evaluated in terms of Turkey, the power war in the region has gained acceleration for the reason of discovered energy resources in recent years in Eastern Mediterranean. The main goal of this research is to determine the importance of Cyprus and Eastern Mediterranean for Turkey under the sea power theory.*

*Key Words:* Eastern Mediterranean, Cyprus, Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC), Sea Power Theory, Jeopolitics

<sup>1</sup> Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Doktora Öğrencisi, [betulalgur@anadolu.edu.tr](mailto:betulalgur@anadolu.edu.tr); ORCID ID: 0000-0002-3933-4599.

<sup>2</sup> Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü. [muratercan@anadolu.edu.tr](mailto:muratercan@anadolu.edu.tr); ORCID: 0000-0002-1315-9200

## GİRİŞ

Kıbrıs 1960'larla birlikte Türkiye'nin millî bir davası haline gelmiştir. 1959 Londra ve Zürih Antlaşmaları ile kurulan Kıbrıs Cumhuriyeti, Yunanistan'ın adayı kendi topraklarına katmak istemesi nedeniyle sadece üç yıl kadar varlık gösterebilmiştir. Adadaki Rumların, Kıbrıslı Türkler'e uyguladığı terör eylemlerine karşı; Birleşmiş Milletler Barış Gücü askerlerinin de pasif kalması nedeniyle, adanın kuzeyinde 1983'te Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) kurulmuştur. 1983'ten beri devlet olmanın tüm şartlarına sahip olan KKTC; uluslararası arenada tanınmayıp, yıllardır tecrit edilmektedir. Öte yandan adanın güneyinde kalan Rumlar, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) altında kendi idarelerini kurmuşlardır. Yunanistan'ın Avrupa Birliği'ne (AB) üye yapılması ve Türkiye'nin yıllarca AB dışında tutulması, GKRY'nin hukuksuz bir şekilde bütün adayı temsilen AB'ye katılması bugün Doğu Akdeniz'de yaşanan sorunların temelini oluşturan sebeplerin arasındadır.

Doğu Akdeniz'deki enerji kaynaklarının keşfinden çok önce var olan Kıbrıs'taki çözümsüzlük; doğal kaynak rezervlerinin cazibesi ile daha da çetrefilli bir hal almıştır. Zira sorun artık bölge aktörleri olan Türkiye, Yunanistan, KKTC ve GKRY'nden çıkarak; uluslararası aktörlerin de rol oynadığı bir mesele olmuştur. Bölgedeki enerji zenginliğinin, bir çok ülkenin ekonomisini ve refah seviyesini doğrudan etkileyecek nitelikte olması; deniz alanlarında uyuşmazlıkları ve hak iddialarını gündeme getirmiştir. Bölgede yer alan devletler ve dünyadaki gücü ile bölgede var olmaya çalışan devletler; kendi çıkarları doğrultusunda politikalar inşa etmektedirler.

Türkiye, Doğu Akdeniz'de sahip olduğu en uzun kıyı şeridi ile ana aktördür. Bu coğrafi niteliği sayesinde, sahip olduğu deniz alanları diğer bölge devletlerine kıyasla daha avantajlıdır. Ancak Türkiye'nin kendi deniz yetki alanlarında hukuksal olarak hak sahibi olduğu bu avantajlı konumu; bölgedeki enerji mücadelesi sebebiyle yok sayılmaya çalışılmaktadır. Aynı şekilde KKTC'nin de uluslararası alanda tecrit edilmesi, Kıbrıslı Türkleri buradaki haklarından yoksun bırakmaya yönelik politikalarıdır.

Türkiye'nin kendi bölgesinde var olan haklarını koruması ve gelecekte oluşabilecek risklere karşı jeopolitik manevralar yapabilmesi; denizlerdeki üstünlüğü ile doğrudan bağlantılıdır. Sınırların denizlerden başladığı göz önünde bulundurulduğunda, her şeyden önce ulusal güvenliğin sağlanması için bu bir gerekliliktir. Bu doğrultuda Doğu Akdeniz ve Kıbrıs jeopolitiği; bir uluslararası ilişkiler teorisi olan Deniz Hakimiyet Teorisi kapsamında değerlendirilecektir.

## 1. JEOPOLİTİK

Dünya üzerindeki bir alanın enlem ve boylamlar ölçüsündeki yeri ve çevresiyle etkileşimini sağlayan coğrafi şartların tümüne coğrafi konum denir. Bir ülkenin yer aldığı iklim kuşağı, deniz ve okyanuslara ulaşımı, başlıca ulaşım yolları-kavşaklar ile önemli güç merkezleri ve çatışma bölgelerine olan konumu; o ülkenin coğrafi konumu ile ilgilidir. (Kaya, 2017:7) Bu açıdan coğrafi konum, güvenlik politikalarıyla doğrudan bağlantılıdır.

Uluslararası ilişkilerde belirleyici bir etken olan siyasi coğrafya, toprak ile devleti birlikte değerlendiren bir dal olarak tarif edilmiştir. Bu tariften yola çıkarak siyasi coğrafya temelde siyasi toplulukların yer aldığı bölge ve kaynaklar ile siyasi kurumlar ve politikaları arasındaki karşılıklı ilişkililerdir. Jeopolitik ise, “-

coğrafya, ekonomi, nüfus vb.nin bir devletin politikası üzerindeki etkisi, -bir devlette bir bölgede uygulanan politikayla o yerin coğrafyası arasındaki ilişki, -bir devletin saldırgan nitelikteki genişlemesini, ekonomik ve siyasi coğrafya açısından haklı kılmaya yönelik siyasi öğretilerdir". (Türk Dil Kurumu [T.D.K.], 2020) Siyasi coğrafya, jeopolitikten farklı bir kavramdır. Siyasi coğrafya, siyasi topluluklar ile coğrafi olgular arasındaki ilişkilerini incelerken; jeopolitik bu ilişkilerden yola çıkarak devletlerin dış politikalarını tayin sürecinde istifade eder. Siyasi coğrafya statik iken, jeopolitik dinamik bir niteliktedir. İkisi arasındaki bir diğer fark da siyasi coğrafya geniş ve umumi politikalar içerirken; jeopolitik daha çok dış politikanın tayininde önem teşkil eder. (Bilge, 1958:151-153)

Jeopolitik değerlendirmede olmazsa olmaz üç temel unsur vardır. Birincisi değişmeyen unsurlar olarak ülke veya bölgenin coğrafyası; ikincisi değişen unsurlar olarak politik, askeri, ekonomik, sosyal ve kültürel değerler ve üçüncüsü zamanın etkileri ile potansiyel değerlerin güncel duruma gelmesi. Jeopolitiğin yararlandığı alan sadece siyasi coğrafya olmayıp; fiziki, beşerî ve biyolojik coğrafya bölümlerinden de faydalanır. Zamanın etkilerini göz önünde bulundurarak geleceğe dair öngörüler ortaya koyar. "Devletlerin takip edecekleri politikalar kendi coğrafyaları içinde saklıdır", ifadesi ile coğrafyanın önemi belirtilmiştir. (İlhan, 2002:319)

"Devletin en önemli amacı sürekliliğini sağlamaktır, dolayısıyla devletin mantığı bir güç mantığıdır." (Defay,2005:81) Bir devletin gücünü belirleyen çeşitli öğeler vardır. Bunlar coğrafi konum, nüfus, işgücü, doğal kaynaklar, endüstriyel-tarımsal potansiyel ve askeri güç gibi somut öğeler ile ulusal moral, diplomasinin kalitesi ve hükümetin niteliği gibi soyut öğelerdir. Coğrafi konum gibi topoğrafya ve iklimin de devletin gücü üzerinde etkisi vardır. (Gönlübol, 1993:104) Bir devletin sahip olduğu coğrafyanın, o devletin tüm politikalarında ve diğer devletler ile olan ilişkilerinde doğrudan etkili olduğuna işaret eden Mustafa Kemal Atatürk; "*Ben siyasi meseleleri de askeri vaziyetler gibi harita üzerinde mütalâa ederim*" (Kocatürk, 1999) demiştir.

19. yüzyılda jeopolitik düşünceyi hazırlayan birtakım gelişmeler olmuştur: İlk Napolyon Savaşları sonrasında 1830-1848 devrimler dönemini takip ederek modern ulus-devletlerin yetkinleşmesi. İkincisi, Sanayi Devrimi sonrası üretim ve taşıma teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması ile bu teknolojiye sahip devletlerin güçlerini pratiğe dönüştürecek menzilin artması. Üçüncüsü, buhar makinesi ile hem deniz hem kara boyutu birbirine yakınlaşmış aynı zamanda bu ikisi arasındaki güç niteliği de farklılaşmıştı. Buhar gücünün gemilerde ve demir yollarında kullanılması devletlerin kendi coğrafyalarının çok ötesinde güç göstermelerini sağladı. Uluslararası ilişkilerin anarşik yapısı içinde birbirlerine karşı tedirginlik duyan devletlerin kendi menfaatlerini korumak ve sahip oldukları gücü kullanmaları, çakışmaları doğurdu. İşte jeopolitik düşünce böyle bir ortamda devletlerin stratejilerini hazırlayacak olan araçlarını ve yöntemlerini üretebilmek için bir düşünce şeklinde olgunlaştı. (Gülboy, 2020:16)

Jeopolitik terimini ilk defa 1899'da İsveçli Rudolf Kjellen (1864-1922) kullanmıştır.<sup>3</sup> "Friedrich Ratzel'den etkilenen Kjellen'e göre jeopolitik, coğrafi organizma veya mekân içinde fenomen olarak devletin tetkik meselesidir; Ratzel'e (1844-1904) göre ise devlet bir hücreden meydana gelen bir organizmadır, devlet

<sup>3</sup> Kjellen, bu sözcüğü 1916 yılında yayınladığı *Staten som Livsform*'da belirginleştirmiş; Almanca versiyonu *Der Staat als Lebensform* (Canlı Organizma Olarak Devlet) adı ile 1917'de dağıtılmıştır. (Defay, 2005:25)



gelişme ve yayılmayı arzu eder, devletin yayılcı politikası, ilkel ve küçük devletlerin dışarıdan istilası yoluyla olur." (İşcan, 2004:54)

Ratzel, bir devletin coğrafi özelliklerinin, dış siyasetinde ve uluslararası ilişkilerde önemli rol oynadığını; bu rolün devlet adamları, askerler ve coğrafyacılar tarafından ilgi çektiğini belirtmiştir. İlerleyen süreçte uluslararası politikada güç savaşlarına uygulanan bu ilgi sayesinde coğrafi özellikler, dış siyaset için çalışmaya başlamış; jeopolitik global politikaya yön veren bir yapıya dönüşmüştür. (Tamçelik, 2011:9)

Devleti canlı bir organizma gibi tasvir eden ve bundan dolayı beslenmesi gerektiğini düşünen Ratzel, ancak yeni alanların kazanımıyla devletin beslenmesinin mümkün olduğunu iddia etmiştir. Yayılımcı/Revizyonist politika izleyen devletler, Ratzel'in ileri sürdüğü 'Lebensraum (Hayat Sahası)' kuramından, kendi politikalarının bilimsel gerekçesi/kılıfı olarak yararlanmışlardır. (Davutoğlu, 2010:103)

Ateşli bir Almansever olan Kjellen'in jeopolitik sözcüğü ise, en kapsamlı anlamını Versailles'daki toprak adaletsizliklerini bilimsel olarak kanıtlamak isteyen Almanya'da derin yankılar uyandırmıştır. (Defay,2005:25) Kjellen, Cermen ırkının yaşadığı sahanın coğrafi avantajlarının olduğunu, dinamik ve üstün olduğunu iddia etmiştir. Jeopolitik ekol, Almanya'da çok ilgi çekmiş; coğrafi verilerle politik amaçlar arasında kolayca bir bağ kurularak üzerinde çalışılmıştır. (Öngör,1963:313-314)

I.ve II. Dünya Savaşları'nda, ekonomik kazanımların yanı sıra, güvenlik odaklı olarak da jeopolitiğin etkisinde kalmıştır. II. Dünya Savaşı sonrasında ise cazibesini yitiren jeopolitik, 20. yüzyılın sonlarına doğru SSCB'nin dağılarak yeni devletlerin ortaya çıkması, küreselleşme ve sivil toplum örgütlerinin uluslararası arenada kendini göstermesiyle oluşan yeni dünya düzeninde; yeniden ön plana çıkmıştır. Bu yeni dünya düzeninde, uluslararası güç mücadelesinin yaşandığı bölgelerden bir tanesi de Doğu Akdeniz'dir. Doğu Akdeniz'in en büyük adası Kıbrıs (Akdeniz'in üçüncü büyük adası<sup>4</sup>) ise, enerji nakil koridorunda yer alması ve zengin enerji kaynaklarını elinde bulundurması nedeniyle ön plana çıkmıştır. Ayrıca Orta Doğu ve Afrika'yı kontrol etmesi ile jeopolitik açıdan önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye, bölgede en uzun kıyı şeridinde sahiptir ve Kıbrıs'a 70 km gibi kısa bir mesafede bulunmaktadır. Türkiye'nin Kıbrıs ile jeolojik, beşerî, tarihsel ve köklü bağlara sahip olması ve bölgede yaşanan enerji rekabeti gibi nedenler; Türkiye'yi doğrudan etkilemekte ve politika oluşum süreçlerine yön vermektedir. Bu bağlamda, Kıbrıs'ın ve Doğu Akdeniz'in deniz hakimiyet teorisi çerçevesinde değerlendirilmesi ve Türkiye üzerindeki etkilerinin incelenmesi; bölgenin önemini vurgulamak açısından yararlı olacaktır.

## 2. DOĞU AKDENİZ VE KIBRIS JEOPOLİTİĞİ

"Akdeniz, coğrafi olarak üçe bölgeye ayrılmaktadır: Cebelitarık-Malta Adası arası Batı Akdeniz, Malta Adası ile 27. boylam arasında kalan bölge Orta Akdeniz, bu boylamın doğusunda kalan bölge de Doğu Akdeniz olarak adlandırılmıştır. Türkiye, Suriye, Lübnan, İsrail, Filistin Gazze-Batı Yakası, Mısır, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC), Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) ve Ürdün; Doğu Akdeniz bölgesinde yer almaktadır." (Yıldız, 2008:87) Kıbrıs, "34°33' ve 35°42' Kuzey enlemleri ve 32°16' ve 34°36' Doğu boylamları arasındadır ve Türkiye'ye 70 km mesafede iken, Yunanistan'a 835 km mesafede

<sup>4</sup> Akdeniz'in en büyük adası, Sicilya; ikinci büyük adası ise Sardinya'dır.

bulunmaktadır". (T.C. Dışişleri Bakanlığı [T.C.D.B.], 2020) Afrika, Asya ve Avrupa kıtalarının ortasında yer alan Kıbrıs, bu kıtalar arasında deniz ve hava yolu ulaşımında önemli bir üs vazifesi görmektedir. Süveyş Kanalı ile Hint Okyanusu'na, Cebelitarık ile Atlantik Okyanusu'na, Türkiye üzerinden Karadeniz'e açılması ayrıca Ortadoğu'ya yani petrol yataklarına açılan bir kapı olması dolayısıyla oldukça stratejik ve merkezi bir konumdadır. Kıbrıs'ın tam ortasında yer aldığı Doğu Akdeniz bölgesi; Karadeniz, Cebelitarık ve Süveyş üzerindeki deniz trafiğini, Orta Doğu ve Hazar enerji merkezlerini ve buralardaki boru hatlarını denetleyecek konumdadır. 2006'da Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattının açılması sonucunda, İskenderun Körfezi'ndeki etki sahasının önemi katlanmıştır. (Yaycı, 2012:9-10)

Türkiye adaya en yakın anakara olması nedeniyle, adanın Türkiye ile ilişkileri sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan birbirine sıkı bir şekilde bağlıdır. Anadolu ile yakınlığı neticesinde, adaya ilk yerleşenlerin Anadolu'dan gidenler olduğu belirtilmektedir. Yapılan arkeolojik kazılarda, adadaki ilk yerleşimi oluşturan Khirokita köyü yakınlarında bulunan obsidyen ve diğer işlenmiş eşyaların Anadolu'dan getirildiği ortaya çıkmıştır. (Koday, 1998:420)

Jeolojik dönemin ikinci ve üçüncü zamanlarında İskenderun bölgesinden koparak, ada niteliği kazanan Kıbrıs, aslında Anadolu'nun tabii bir uzantısıdır. (Akarçay ve Ak, 2018:144) "Dördüncü zaman başlarında adanın İskenderun körfezi istikametinde Toros sistemi ile bağlı olduğuna dair deliller vardır." (Gürsoy, 1962:168)

Türkiye'nin ulusal güvenliğinde rol oynayan Kıbrıs, ekonomisi için de oldukça önemlidir. Her şeyden önce Türkiye'nin güney bölgesinin emniyeti ve bu bölgedeki askeri yapılanma için "ileri harekât üssüdür; NATO'nun Ortadoğu'daki bir harekâtında silah/malzeme/personel transferi için kullanılmak üzere 'hub-port' (toplanma limanı) limanı olarak benimsediği Mersin ve İskenderun'a giriş ve çıkışı kontrol etmektedir; ayrıca KKTC'de 350.000 Türk nüfusu yaşamaktadır (Kıbrıs Postası, 2019); Türkiye'nin bu nüfusun yaşam hakkını, temel hak ve özgürlüklerini korumak gibi millî, tarihî, hukukî ve insanî görevleri vardır". (Akarçay ve Ak, 2018:147-148)

Doğu Akdeniz'de bulunan doğal gaz ve petrol kaynaklarına hâkim olmak adına bölge devletleri arasında yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Türkiye, KKTC, Yunanistan, GKRY, İsrail, Mısır, Suriye ve Lübnan arasında Münhasır Ekonomik Bölge (MEB) belirleme konularında anlaşmazlıklar vardır., İngiltere ise Ağrotur ve Dikelya olmak üzere adada iki üsse sahiptir. (Tamçelik, 2011:1531) ABD ise bölgedeki boşluğunu 6. Filosu ile doldurmaktadır. (Habertürk, 2018) Rusya, Kıbrıs'ta barış gücüne sahiptir. (A Haber, 2019)

Akdeniz'deki Rus varlığının sürekliliği, Rusya'nın millî çıkarları için önemlidir; bu sebeple Rusya Suriye'nin Akdeniz kıyısındaki Tartus deniz üssünde ve Lazkiye'deki Bassel el-Esed hava üssünde varlığını artırmıştır. 2011 yılında başlayan Suriye iç savaşında, Esad rejimini destekleyen Rusya; donanmasının bölgedeki faaliyetleri için fırsat yaratarak Akdeniz'de önemli bir aktör haline gelmiştir. Ayrıca GKRY ile ilişkilerini sıcak tutması ve burada kalıcı bir askerî varlığa sahip olmak istemesi, millî güvenlik politikası çerçevesinde özel bir yere sahiptir. Millî güvenliğini Akdeniz'den itibaren kademeli olarak tesis etme hedefi ile Rusya, bölgesel ve küresel gelişmeleri yönlendirme gücüne sahip olacaktır. (Onay, 2020:236)

Bu doğrultuda Büyük Petro'nun (1672-1725) başlattığı ve yüzyıllardır Rusya'nın değişmeyen, temel 'sıcak denizlere inme' amacı; 2000'li yıllarda başarıya yaklaşmıştır.

Diğer taraftan Akdeniz'de bir savaş gemisi ile varlık gösteren Fransa, askeri üs elde etmek için GKRY ile antlaşma imzalamıştır. AB, 2004 yılında GKRY'ni AB üyeliğine alarak bölgedeki etkinliğini artırmıştır. (Kaya, 2007:34) Böylece Doğu Akdeniz'de yeni bir uç kale elde etmiş ve denizlerdeki zengin doğal gaz kaynaklarını sahiplenmiştir. (Gürdeniz, 2020:140) NATO, 1994'te başlattığı Akdeniz Diyalogu ile, bölgedeki faaliyetlere müdahildir. Böylece, Doğu Akdeniz'de rol oynayan bölge devletleri arasındaki çatışmaya, bölge dışından da müdahalelerin olması sebebiyle; burası 'sıcak bölge' (Hot Spot) haline gelmiştir. (Mevlütöğlü, 2014:14)

GKRY'nin AB üyeliği, Mavi Marmara baskını, Libya'ya yapılan müdahale, Irak ve Suriye üzerinden Doğu Akdeniz'e Kürt koridorunun açılması, Suriye'deki iç savaş, Mısır'da darbe yönetiminin başa geçmesi gibi olaylar, bölgenin sıcak bölge niteliğini onaylamaktadır. Tüm bu gelişmeler bölgede hakimiyet kurmak isteyen devletlerin jeopolitik manevralarıdır. (Gürdeniz, 2020:141)

Doğu Akdeniz Türkiye için üç kritik sorunu ortaya koymaktadır: İlki, Suriye iç savaşının Türkiye'nin sınırında bir terör koridoru oluşturma riskidir. Bu riski bertaraf etmek için Türkiye Suriye'nin kuzeyine Fırat Kalkanı, Zeytin Dalı, Barış Pınarı ve Bahar Kalkanı harekâtlarını düzenlemiş olsa da; hala bir tehdit söz konusudur. İkincisi, Doğu Akdeniz enerji savaşının, merkez ülke olma yolunda ilerleyen Türkiye için risk oluşturmaktadır. Üçüncüsü ise, KKTC'de yaşayan Türk nüfusunun haklarının korunması sorunudur. (Ercan ve Kılınc, 2020:118)

Ege Denizi'nde Yunanistan adaları tarafından bir kısıkaç misali kısıtlanan Türkiye'yi, bir de Akdeniz'de hapsedme çabası söz konusudur. Akdeniz'de en uzun kıyı hattına sahipken bile; yapılan MEB antlaşmaları neticesinde gerçekleştirilmeye çalışılan bu planlar; Türkiye'nin etkin ve akıllı politikaları (Libya ile 27 Kasım 2019'da imzalanan Deniz Yetki Alanlarının Sınırlandırılmasına İlişkin Mutabakat)<sup>5</sup> sayesinde amacına ulaşamamıştır.

Dış politika yapıcıları, toplumların gelişmesi ve güvenliği için jeopolitikadan faydalanarak millî hedefleri tespit ederler. Bir coğrafi bütünlüğe ulaşmak ve yeni hedefler için güç kazanmak için bazı coğrafi bölgeler toplumları için gereklidir. İşte buna eski diliyle "toprağın arzusu", günümüzde ise "doğal hak" denilmektedir. İlaveten bir de tarihî hak vardır. Tarihî hak, doğal hakka ulaşmak için bir sebep ve millî hedeflere ulaşmak için toplumun hazırlanmasında, desteğinin sağlamasında bir araçtır. (Oğultürk, 2020:39) Bu bağlamda, Türkiye toprağının arzusu Kıbrıs Türkiye için hem doğal hem de tarihi bir haktır.

### **3. DENİZ HAKİMİYET TEORİSİ - KIBRIS VE DOĞU AKDENİZ**

Dünya tarihi deniz güçlerinin kara güçleriyle mücadelesinin tarihidir. Grek antik dünyası, deniz kavimlerinin savaşları sonucu ortaya çıkmış, Atinalılar Perslere karşı kendilerini denizde savaşarak

---

<sup>5</sup> Detaylı bilgi için bkz: Yayıncı, Cihat (2020). "Türkiye Libya Arasında İmzalanan Münhasır Ekonomik Bölge Andlaşmasının Sonuç ve Etkileri", Yıl:4, Sayı:42. Buradan erişilebilir:

<https://kriterdergi.com/dosya/turkiye-ve-libya-arasindaki-anlasmanin-sonuc-ve-etkileri>

Erişim tarihi: 21.02.2021.

---

kurtarmış, kara gücü olan Roma deniz ve ticaret gücü Kartaca'yı yenerek bir imparatorluk kurmuş, Roma İmparatorluğu ise Vandallar, Vikingler ve Normanlar deniz hakimiyeti ile yıkılmış, Araplar Kartaca'yı fethederek Tunus'u kurmuş ve Batı Akdeniz'e hâkim olmuşlardır ve neredeyse yarım bin yıl boyunca Venedik deniz ticareti üzerinden iktidarını sürdürmüştür. (Schmitt, 2020:23-25)

Modelski'nin kuramında belirttiği gibi uluslararası sistemde ortalama her yüzyılda sistemi etkileyen başat yeni devletler ortaya çıkmıştır. Her gelen yüzyılda bir tane devlet güçlenerek, denizlerde hakimiyet sağlamış ve egemenliği de yine ortalama yüzyıl sürmüştür. Bu süreçte başat gücün karşısına yükselen diğer bir güç çıkmakta; bu ikisi arasındaki mücadeleden başka bir üçüncü devlet yeni bir başat güç olarak deniz aşırı yerlerde dünyaya egemen olmaktadır. Örneğin, 15. ve 16. yüzyıllarda Portekiz ile İspanya'nın, 17. yüzyılda Hollanda'nın, 18. yüzyılda Fransa'nın, 19. yüzyılda İngiltere'nin ve 20. yüzyılda ABD'nin dünya egemenliği söz konusudur. (Ercan ve Kılınç, 2020:167-168)

Yüzyıllardır yaşanan kara ile denizin mücadelesi bugün de devam etmekle birlikte, tarih bize okyanuslara açılıp, sürekli olarak denizler üzerinde hakimiyet kuran devletlerin hegemon güç olduklarını göstermiştir. İşte klasik jeopolitik teorilerden olan Deniz Hakimiyet Teorisi'nin çıkış noktası budur.

Klasik jeopolitiğin öncülerinden Amerikalı amiral Alfred Thayer Mahan (1840-1914), başat güç olmak için denizlere hâkim olmanın şart olduğunu ileri sürmüştür. Mahan belli başlı yapıtları *The Influence of Sea Power Upon History 1660-1783*, *The Interest of America In Sea Power - Present and Future*, *The Influence of Sea Power Upon The French Revolution and Empire 1793-1812*, *The Problem of Asia and It's Effect Upon International Policies* 'ta jeopolitiği sağlam temeller üzerine oturtmuştur. Bu jeopolitiğin esin kaynağı ise onun milliyetçilik duyguları olup, ülkesi ABD'yi güçlü görme isteğidir. Britanya'nın güçlü bir donanma ile denizlere hâkim olarak, deniz yollarındaki tüm stratejik noktaları denetleyerek ve Avrupa'da *güç dengesini* sürdürerek kendine rakip olacak bir devletin ortaya çıkmasını engellemesi sonucu; dünya liderliğini Fransa'dan alması Mahan'a göre ABD için bir örnektir. ABD'nin de hegemon devlet olması için donanmasının her yere müdahale edebilecek nitelikte güçlü olması gerekirken, aynı zamanda stratejik açıdan önemli deniz üslerinin ve ikmal noktalarının ele geçirilmesi gerekiyordu. (Defay, 2005:23)

İngiltere bir ada devleti olmanın getirdiği jeopolitik avantajı kullanarak, kıta Avrupası'nın siyasi çalkantılarından ve çatışmalarından uzak kalmıştır. Denizlerle çevrili olmanın sonucu olarak denizci bir millet haline gelen İngilizler, okyanuslar aşarak sömürgeler kurmuşlardır. 1878'de Kıbrıs'ı geçici olarak hakimiyetlerine almış ve akabinde 1882'de Mısır'ı işgal ederek stratejik yönden sömürgelere giden yolları garanti altına almışlardır. İngiltere jeopolitik konumunu kullanarak, emperyalist yayılmacı dış politika izlemiş ve bir ada devletinden dünya devletine dönüşmüştür. (Biçer, 2020:251)

Mahan'ın teorisinden İngiltere'nin yanı sıra, Almanya, Fransa, Japonya ve Rusya gibi geçmişte ve günümüzde hegemonik amaçları olan devletler yararlanmış ve millî denizcilik siyasetlerini bu çerçevede inşa etmişlerdir. (Ak, 2020:126) 1933-1945 yıllarında ABD Başkanı Franklin Roosevelt, Mahan'ın görüşlerinden çok etkilenmiştir. ABD'nin egemenliğinin arttırılması için dünyanın önemli bölgelerinde askerî deniz üsleri ve bu üslerde askerî güç bulundurulmasını gerekli görmüştür. Roosevelt, ABD'nin 'uzak durma' stratejisini terk ederek; Avrupa ve dünya ülkeleri ile ilişkilerini geliştiren 'Atlantikçilik' jeopolitiği ile ABD'yi dünyanın en güçlü devletine dönüştürmüştür. (Biçer, 2020:220)

Mahan'ın uluslararası alanda deniz stratejisi üzerine yazılmış en önemli eserlerinden biri de; *The Influence of Sea Power Upon History 1660-1783*'dir. Mahan, eserinde 17. yüzyılın ortalarından, 18. yüzyılın sonlarına kadar İngiltere, Fransa, İspanya ve Hollanda'nın deniz güçleri sayesinde; Kuzey Amerika, Güney Amerika, Asya ve Afrika'da sömürge sahibi olarak güçlendiklerini tarihsel analiz çerçevesinde anlatmıştır. 1890 yılında adı geçen eserde Mahan'ın yazdıkları; günümüze de ışık tutar nitelikte olması bakımından değerlidir.

“... Nasıl oldu da Akdeniz'de (Navarin muharebesinde-1827) Doğu ve Batı'nın güçleri arasındaki mücadeledede, düşman donanmalar birbirleriyle karşılaştılar? Bu bir tesadüf müydü, yoksa tekrarlanan ve gene tekrarlanabilecek olan şartların bir sonucu muydu? Eğer ikincisi doğruysa sebebini araştırmaya değer; çünkü doğuda tekrar Türkiye'ninki<sup>6</sup> gibi büyük bir deniz gücü doğarsa, stratejik sorular da aynı olacaktır. ... Şimdi Batı, Doğu'ya karşı tertiplenirse; İngiltere ve Fransa, 1854'te yaptıkları ve İngiltere'nin 1878'de tek başına gittiği gibi, hiçbir direnişle karşılaşmadan Levant'a<sup>7</sup> gidebilirler.” (Mahan, 2011:39)

Ülkelerin deniz gücünü etkileyen başlıca koşullar şunlardır: “I. Coğrafi Konum II. Fiziki yapı, doğal ürünler ve iklim dahil III. Arazinin büyüklüğü IV. Nüfus sayısı V. Halkın karakteri VI. Hükümetin karakteri.” (Mahan, 2011:52) Deniz ülkelerinin politikalarında olduğu gibi, tarihin anahtarı da şu üç şeydedir: “- Ürünlerin değişimi için gerekli olan üretim, değişimin yapılmasını sağlayan taşımacılık ve taşımacılık operasyonlarını sağlayan ve genişleten, güvenlik noktalarını artırarak koruyan sömürgeleler.” Kıyı ülkelerinin tarihi; mevki, büyüklük, yapı, nüfusun miktarı ve niteliği gibi şartlarla belirlenir ki bunlara doğal şartlar denir. Ancak geniş anlamda sadece denize veya bir kısmına silah gücüyle hükmeden yüzer askeri kuvveti değil, barışçı ticaret ve taşımacılığı da içeren deniz gücünün büyümesi üzerinde büyük bir değişim etkisi vardır. (Mahan, 2013:41)

Deniz stratejisi sadece savaşta değil, barış zamanında da bir ülkenin bütün vatandaşları ve bilhassa uluslararası ve askeri ilişkileri için önem taşır. (Mahan, 2011:46) Mahan, Amerika'nın tıpkı İngiltere gibi ada devleti olması dolayısıyla deniz donanması kurmasının zorunluluğunu belirterek, Amerika'nın büyük zırhlılar kurmasını teşvik etmiştir. Donanmanın büyüklüğünden çok daha önemli olarak, onun savaş sırasında yeterli sayıdaki insan, yedek güç ve gemi ile dinamik ve hızlı ilerleme kapasitesine sahip olması gerektiğini belirtmiştir.

Mahan, “*On Naval Warfare*” (Deniz Harbi Üzerine) adlı eserinde; “*Strateji fikrinin düşündüğü karmaşık problemler arasında hiçbiri donanmanın oluşturulması kadar önemli değildir. Büyük bir milletin dış ilişkilerinde önemsenmeyen, kaynak bakımından malzemesi belirlenmeyen her proje zayıf ve kaygan bir zemin üzerindedir.*” yorumu ile donanmanın önemini altını çizmiştir. (Mahan, 2013:259) Bu görüş, Atatürk'ün “*Hudutlarının mühim ve büyük bir aksamı deniz olan Türk devletinin donanması da mühim ve büyük olmak gerektir.*” (Türkiye Cumhuriyeti Deniz Kuvvetleri Komutanlığı [T.C.D.Z.K.K.], 2021) sözleri ile de ifade bulmaktadır.

<sup>6</sup> Mahan, Osmanlı İmparatorluğu yerine Türk İmparatorluğu terimini kullanmıştır.

<sup>7</sup> Doğu Akdeniz

Romalılar, donanmalarını büyük gemilerle donattıktan sonra, Kartaca gibi deniz gücü yüksek devlete hâkim olmuşlardır. 12. ve 13. yüzyıllarda denizcilik ile uğraştıktan sonra zengin olan Venedik ve Cenova gemilerinden yararlanan Avrupalılar, Doğu'ya haclı seferleri düzenlemişlerdir. 14. yüzyılda Portekizliler deniz ticareti ile oldukça zengin bir ülke haline geldiler; 15. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu donanması Kuzey Afrika, Ege, Kıbrıs ve Kızıldeniz'de çarpışmıştır. 16. yüzyılda uzun mesafeli yelken gemilerinin ortaya çıkmasıyla Batılı deniz kuvvetleri okyanuslardaki ticareti denetleyebilecek bir konuma gelmişlerdir. İngiltere buhar gücüne dayalı sanayi üretiminin de etkisiyle küresel bir güç olarak deniz gücü, sömürgecilik ve ticaret alanlarında doruk noktasına ulaşmıştır. 20. yüzyılda ise ABD, İngiltere'nin yerini almış ve küresel çapta donanmaya sahip olmuştur. (Gülenç, 2011: 21-22)

Osmanlı İmparatorluğu ise Asya, Avrupa ve Afrika'da büyük bir imparatorluk kurmuş olduğu halde, okyanuslara erişemediğinden deniz uygarlığının bir parçası olamamıştır. (Gürdeniz, 2020:111)

Mahan'a göre, açık denizler kıtaları birbirine bağlayan engin ovalardır, bu yollara hâkim olan dünya ulaşımının kontrolünü elinde tutar. Denizden kuşatılan bir ülke, yenilmez bir kara ordusu ile karşı karşıya kalan bir ülkeden çok daha büyük risk altındadır. Adalar ise, coğrafi özellikleri açısından jeopolitik ve jeostratejik bir önem taşımaktadır. Diğer ülkelere olan izole konumları, adanın etrafındaki karasuları kaynaklarının getirmiş olduğu ekonomik kazanım, deniz ticareti, enerji kaynaklarının taşınması ve askeri stratejik hamleler açısından uluslararası düzeyde savaşa varacak krizlerin oluşmasına neden olan adalar, devletlerin dış politikalarını temelden etkileyebilecek öneme sahiptirler. (Atay, 2016:102)

Mahan'ın deniz hakimiyeti teorisi için önemli kriterlerinden bir tanesi; bir devletin büyüklüğünün ilk olarak kıyıların uzunluğu ve limanlarının niteliğiyle ölçülebileceği; ikincisi de devletlerarası ilişkilerde hakimiyetin deniz egemenliğine bağlı olduğudur. (Ak, 2020:133) Bu açıdan değerlendirildiğinde, Doğu Akdeniz'de en uzun kıyı şeridinde sahip olan Türkiye'nin bu avantajını kullanarak; sahip olduğu limanların kapasitelerini yükseltip, kontrol sahalarında etkinliğini artırması bölge hakimiyeti açısından önemlidir.

*"...Tarih tarafından kanıtlanmış temel gerçeklerden başlayalım, ulusal çıkar ve ulusal ticaret tarafından çizilmiş olan büyük çizgiler boyunca, denizlerin kontrolü ülkelerin gücü ve refahı için gerekli unsurların başında gelir. Çünkü denizler dünyanın geniş dolaşım ortamlarıdır.... Askeri mevziler ne kadar kuvvetli ve güvenilir inşa edilmiş olursa olsunlar; karadan veya denizden kontrolü sağlayamazlar. İnsanlar genelde böyle ada veya limanın belli bir su alanında kontrolü temin edeceğini söylerler. Bu, kesinlikle elim ve yıkıcı bir hatadır. Napolyon bir zamanlar şunu söylemiştir. 'San Pietro, Korfu ve Malta adaları bizi bütün Akdeniz'in efendisi yapacaktır.' Beyhude övünme! Bir yıl içinde Korfu, iki yıl içinde Malta onları gemilerle destekleyemeyen devletin elinden kayıp gitti. Burada bizim için de bir ders vardır."* (Mahan, 2013:236-237) Mahan'ın bu sözlerinden Doğu Akdeniz/Kıbrıs ve Türkiye için de dersler vardır. Bu açıdan Türkiye'nin sadece kendi kıyıları ile KKTC'nin kıyılarını kontrol altına alması, kendisinin MEB ve Kıta Sahanlığı ile KKTC'nin MEB'inin güvenliğini sağlaması, askerî mevzilerini kuvvetlendirmesi, KKTC'deki Türk askerî varlığını koruyarak güçlendirmesi yeterli olmayıp; sürekli yenilenen teknolojilerle donatılmış gemilerle donanmasının kapasitesini artırması son derece önemlidir.

İlaveten Türkiye'nin jeopolitik konumu sadece sınırlarını koruma dürtüsünün yönlendirdiği bir strateji olmaktan çıkmalı, aşamalı olarak dünyaya açılmanın ve bölge bazında etkinliği küresel etkinliğe

yükseltmenin bir yolu şeklinde değerlendirilmelidir. Bunun için de jeopolitiğin uluslararası güvenlik ve ekonomik ilişkilerinde dinamik olarak kullanılması şarttır. (Gülenç, 2011:20)

#### 4. DİPLOMATİK, EKONOMİK VE ASKERİ AÇIDAN DENİZ GÜCÜ

Devletlerarası ilişkileri yönetme sanatı olan diplomasi, günümüzde sadece siyasi açıdan değil; askeri, ekonomik ve kültürel açılardan da gelişmiştir. Diplomasi, ilişkilerin barışçıl temelde ilerlemesi için müzakereler aracılığıyla, karşılıklı çıkarların uzlaşması için başvurulan bir yöntemdir. Günümüz dünyasında savaş teknolojisinin sahip olduğu yıkıcı boyutlar göz önüne alındığında, diplomasi'nin önemi daha çok ortaya çıkmaktadır.

Deniz gücünün diplomatik bir enstrüman olarak kullanılması ise; deniz gücünün askeri ve ekonomik yönlerinin referansı ile mümkündür. Tarihsel planda deniz gücünün kullanım şekilleri olarak; donanma savaşı, sahil savunması, ambargo/abluka, sancak varlık gösterme, ticari baskın ve güç gösterimidir. Geçtiğimiz yıllarda bu tekniklere iki tane daha katılmıştır: Nükleer tehdit ve hava trafiğinin deniz gücü tarafından kontrol edilmesi. (Gülenç, 2011:32)

Bugün Doğu Akdeniz'de yaşanan süreç *gambot diplomasi* olarak adlandırılmaktadır. Bu diplomasi GKRY'nin KKTC'nin haklarını yok sayarak uluslararası şirketlere petrol arama ruhsatları vermesi sonucu ortaya çıkmıştır. Türkiye, bu haksız eyleme karşılık olarak donanmanın sınırlı güç kullanımı ve caydırıcılık oluşturarak diplomatik yolla karşı tarafa isteklerini kabul ettirmek ve avantajlı konuma geçmek amacıyla gambot diplomasiyi kullanmaya başlamıştır. Türkiye bu strateji ile 2006'da Akdeniz Kalkanı Harekâtı, 2007'de Deniz Kurdu Tatbikâtları ve 2019'da Mavi Vatan Tatbikâtı'nı yapmıştır. (Ataman ve Güler 2020:44-45)

Türkiye, GKRY'nin AB'ye üye olması sürecinde limanlarını Rum kesimi tarafına kapatarak, kendi politikalarını Rum tarafına kabul ettirmeyi sağlamaya çalışmaktadır.

Deniz gücü ekonomik olarak incelendiğinde, teknolojik gelişimin etkisiyle ulaşımda ve ticarete en uygun yol olduğu görülmektedir. Günümüzde dünya ticaretinin %90'ı denizler üzerinden gerçekleşmektedir. Küresel ekonomik sistem, devletlerin birbirleri ile kurmuş olduğu ticaret ağına bağlıdır. Sanayileşmesini sağlayan ülkeler için temel hammaddeleri ithal etmek ve ihracat akışını devam ettirmek son derece önemlidir. (Gülenç, 2011:37) Bu bağlamda dünya denizlerinin ve stratejik su yollarının serbest kullanılması ve ticaret serbestliği, 1982 Birleşmiş Milletler Deniz Hukuku Sözleşmesi'nde (B.M.D.H.S.) kabul edilmiştir.

Türkiye, jeostratejik açıdan denizyolu taşımacılığına son derece uygundur. Limanlar, uluslararası pazarlara ulaşma ve ekonomik- sosyal- ticari yapı üzerinde önemli etkinliğe sahiptir. Türkiye limanları, Doğu Akdeniz ve Karadeniz hatlarında yer alırken; Doğu-Batı ve Kuzey-Güney yönlü uluslararası ulaştırma yollarının kavşak noktasındadır. Özellikle Akdeniz limanları, Orta Doğu ve Merkezi Asya için aktarma/transit limanı işlevi görebilecek konumdadır. (Deniz Ticaret Odası [D.TO.], 2020)

Bütün bunlara ek olarak Türkiye'nin Doğu Akdeniz'de karşılaştığı; yalnızca zorla elinden alınmaya çalışılan doğalgaz ya da petrol değildir, bununla birlikte Türkiye'nin gıda ihtiyacı için değerli su ürünleri

de vardır. Türkiye kendi MEB'inden çıkarılacak su ürünlerinin miktarını belirlemek ve bu kaynakları kullanmakla yetkilidir. Şimdilik GKRY ve Yunanistan'ın güçlü bir balıkçılık filosu olmasa da AB Doğu Akdeniz hatta Karadeniz'de bile balıkçı filosu bulundurmamak için gayret sarf etmektedir. (Öztürk, 2011:352)

Dolayısıyla Türkiye'nin Doğu Akdeniz'de hakimiyet kurması için sadece deniz kuvvetlerini güçlendirmesi yeterli değildir. Bununla birlikte denizle ilgili olan balıkçılık, liman işletmeleri, tersaneler gibi alanlara önem vermeli, deniz ticaret filosunu güçlendirmelidir.

İster yeni keşfedilen enerji kaynakları olsun, ister Orta Doğu barış projesi ya da var olan enerji yolları olsun; yeni diplomatik ve ticari fırsatların elde edilmesinde Türkiye'yi zorunlu ortak yapacak olan da onun bu coğrafyasıdır. (Gülenç, 2011:95)

Askerî açıdan incelendiğinde, donanmanın en büyük amacı denizlerin kontrolünün sağlanmasıdır. Denizlerin kontrolünün elde tutulması savunmayı kuvvetlendirirken, karşı tarafın saldırısına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla deniz gücü olan devletler taktik olarak, düşmanın deniz gücü oluşturmaya engel olacak kadar kara tehdit algısı yaratmaya çalışmaktadırlar. Irak Savaşı'ndan sonra İngiliz, İsveç, Norveç ve Alman savaş gemilerinin Doğu Akdeniz'de toplanması, Türkiye'nin deniz etkinliğini tehdit etmektedir. (Gülenç, 2011:44-46) Özellikle enerji kaynakları nedeniyle de bölge devletleri haricinde ABD, Rusya ve Fransa'nın bölgeye olan ilgisi önemli ölçüde artmıştır. Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattının açılması ile, Doğu Akdeniz'deki deniz ulaştırma hatlarının kontrolü ve güvenliğinin sağlanması gerekli hale gelmiştir. Bu sebeple Türk Deniz Kuvvetleri "Akdeniz Kalkanı" harekâtını başlatmıştır. Bu harekât yine NATO'nun Etkin Çaba Harekâtı tarafından desteklenmiştir. Etkin Çaba Harekâtı 2016 yılında yerini Deniz Muhafızı Operasyonu'na bırakmıştır. (T.C.D.Z.K.K., 2015)

Mahan, kuşaklardan merkeze, denizlerden karalara doğru gelişen bir hakimiyeti temel almıştır. Roosevelt döneminde iki stratejik hedef çizmiştir: Savaşın her daim Amerika'dan uzak denizlerde yapılması ve Avrasya ana kıtasındaki gelişmeleri yönlendirecek ittifaklar kurulması. II. Dünya Savaşı sonrasında ABD'nin kendi topraklarından uzak denizlerdeki hakimiyeti koruma çabası ve SSCB'nin açık denizlere inme stratejisi; Mahan'ın teorisinin haklılık payını pekiştirmiştir. (Davutoğlu, 2010:106)

II. Dünya Savaşı bittiğinde SSCB'nin 1936'da imzalanan Montrö Boğazlar Sözleşmesi'nin feshini talep ederek Türkiye üzerinde ciddi bir baskı oluşturması; ABD'nin ise NATO çatısı altındaki rekabeti, Türkiye'yi ilgilendiren gelişmelerdir. Soğuk Savaş yıllarında aynı kalan dış politika konuları arasında Kıbrıs yerini korumuştur. Soğuk Savaş sonrası dönemde, Orta Asya'dan Avrupa'ya uzanan enerji ve ticaret hattı için Doğu Akdeniz bir alternatif yol olarak yine gündemdedir. Bugün Doğu Akdeniz; Karadeniz, Cebelitarık ve Süveyş deniz trafiğinin merkezindedir. Ayrıca Orta Doğu ve Hazar enerji noktaları ve boru hatlarının<sup>8</sup> kilit konumundadır. Türk Deniz Kuvvetleri Nisan 2006 yılı itibarıyla, Doğu Akdeniz'deki deniz ulaştırma hatlarının korunması için 'Akdeniz Kalkanı Harekâtı' nı başlatmıştır.

<sup>8</sup> Doğu Akdeniz'e bağlanan önemli boru hatları: BTC: Bakü-Tiflis-Ceyhan Petrol Boru Hattı, CAP: Ceyhan-Aşkelon Petrol Boru Hattı, SCP: Samsun-Ceyhan Petrol Boru Hattı, KYP: Kerkük-Yumurtalık Petrol Boru Hattı, TIP: Trans-İsrail Petrol Boru Hattı, AHP: Aşkelon-Hayfa Petrol Boru Hattı, KHP: Kerkük-Hayfa Petrol Boru Hattı, MHP: Musul-Hayfa Petrol Boru Hattı, TAP: Trans-



Mahan'ın kuramı açısından Akdeniz; Süveyş Kanalı'ndan Hint ve Pasifik okyanuslarına açıldığı için önemlidir ve kontrol edilmesi gerekir. Ancak bu kontrol için bu yolların üzerinde bulunan stratejik kara parçalarının kontrolü gerekmektedir. Kıbrıs ise bu kontrolün kesişme noktasıdır. Enerji hatlarının, ulaşım yollarının ve ticaretin güvenliğinin ötesinde, Kıbrıs Türkiye'nin güney sahillerinin güvenliği için önemlidir. Doğu Akdeniz, Ege, Süveyş Kanalı, Kızıldeniz, Orta Doğu ve Körfez üzerinde politikalar üreten aktörler için Kıbrıs oldukça hassastır. Dolayısıyla Türkiye'nin refahı, ülkesinin dışındaki bir savaştan etkilenmemesi, anakara ve mavi vatan üzerindeki hakimiyetinin devam etmesi için sadece limanlarının değil aynı zamanda kıyılarının da herhangi bir şekilde tehdide maruz kalmaması açısından; Kıbrıs kilit noktadır.

## SONUÇ

Türkiye, her şeyden önce tarihsel sorumluluk taşıdığı; akabinde ulusal, ekonomik ve stratejik menfaatlerinin olduğu Kıbrıs'ta son yıllara kadar Yunanistan ve GKRY ile çatışma yaşarken; bugün Doğu Akdeniz'deki doğal kaynakların etkisiyle çok sayıda ülke ile mücadele içerisinde. Kıbrıs meselesi Türk-Yunan çatışma zemininden çıkarak; AB, Ortadoğu, Rusya ve hatta ABD meselesine dönüşmüştür. Bu bağlamda Kıbrıs davası, statik tarihsel sorunlar çerçevesini kırarak, dinamik bir boyut kazanmıştır. KKTC, Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki Mavi Vatanı olduğu için, yapılan haksız bir o kadar da mantıksız MEB anlaşmaları ve Kıta Sahanlığı sorunları; Türkiye açısından hassas mevzulardır. Bu coğrafyada bahsi geçen hususlar çözüme kavuşturulmadığı ve kaynakların paylaşımında adaletli olunmadığı sürece; Türkiye'nin güvenliği de risk altında olacaktır.

Türkiye'nin küresel bir güç oluşturabilmesi ve Doğu Akdeniz'de kendi haklarını muhafaza edebilmesi için en fazla kullanacağı araçlardan biri deniz gücüdür. Türkiye için milli bir amaç olan deniz gücünde kuvvetli olmak; sadece Doğu Akdeniz'de değil, Karadeniz ve Adalar Denizi Ege'de de Türkiye'nin politikalarının uygulanmasını kolaylaştıracaktır.

Deniz Hâkimiyet Teorisi açısından; Akdeniz, Ege, Süveyş Kanalı, Kızıldeniz ve Körfez bölgelerinde güce sahip olmak isteyen herhangi bir aktör; Kıbrıs'a hâkim olmadan bunu başaramaz. Zira ada, tüm bu bölgelere en ideal mesafede bulunduğu için, buraları direkt etkileme potansiyeline sahiptir. Kıbrıs'ın, Hazar-Karadeniz-Boğazlar-Ege Denizi-Doğu Akdeniz-Süveyş Kanalı-Basra Körfezi hattı ile Türkiye için hem yakın deniz stratejisi hem de genel deniz stratejisi açısından özel bir önemi vardır. İlaveten Doğu Akdeniz'de en uzun kıyı şeridine sahip ülke olan Türkiye için; enerji kaynaklarının sağlayacağı ekonomik refah da ulusal menfaatleri açısından son derece kıymetlidir. Gerek küresel gerek bölgesel politikalar nezdinde olsun, Doğu Akdeniz ve dolayısıyla Kıbrıs jeopolitik olarak kritik önem arz eden bir coğrafyadır. Türkiye'nin ve Mavi Vatan'ın geleceği Doğu Akdeniz'deki mücadeleye bağlıdır.

---

Arabistan Petrol Boru Hattı, RHP: Rumeyla-Hayfa Petrol Boru Hattı. Bkz: Eker, Kemal (2020). "Doğu Akdeniz", s. 399. Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye, Ed: Oğultürk, M.Cem; Şahin Güngör. İstanbul, Yeditepe Yayınevi.

Dörtte üçünün sularla kaplı olduğu bir dünyada, üç tarafı sularla çevrili bir yarımada devleti olarak Türkiye'nin güvenliği; refahı ve jeopolitik liderliği denizlerdeki gücü ile doğrudan bağlantılıdır. Tıpkı, Mustafa Kemal'in 99 yıl önce Başkomutanlık Meydan Muharebesi ertesi verdiği "Ordular, ilk hedefiniz Akdeniz'dir. İleri!" emri gibi; bugün de Türkiye için ilk hedef yine Akdeniz'dir.

## KAYNAKÇA

A Haber, (2019). *Rusya'nın nerelerde askeri üssü var? Son yıllarda sayılarını artırdı...*. 19.02.2021 tarihinde <https://www.ahaber.com.tr/dunya/2019/12/16/rusya-nerelerde-askeri-ussu-var-son-yillarda-sayilarini-artirdi> adresinden alındı.

Ak, G. (2020), Deniz Hakimiyet Teorisi, M.C. OĞULTÜRK, G. ŞAHİN içinde, *Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye* (s.120-140) İstanbul: Yeditepe Yayınevi.

Akarçay, P. ve Ak, G. (2018), Ulusal Güvenlik Bağlamında Kıbrıs: Jeostratejik/ Jeoekonomik Önem ve Gelişmeler, *Çeşm-i Cihan: Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları*, 5(1), 140-156. ISSN: 2149-5866

Ataman, M. Ve Güler, M.Ç. (2020), Kıbrıs Sorunu: Doğu Akdeniz'de Çözümün Ön Şartı, K. İNAT, M. Ataman, B. Duran içinde, *Doğu Akdeniz ve Türkiye'nin Hakları* (s.33-57), İstanbul: SETA

Atay, S. Ö. (2016), Dış Politika Açısından Deniz Gücünün Jeopolitik Önemi, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 98-105.

Biçer, R. S. S. (2020). İngiltere'nin Jeopolitik Yaklaşımı, M.C. OĞULTÜRK, G. ŞAHİN içinde, *Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye* (s.251-265) İstanbul: Yeditepe Yayınevi.

Bilge, S. (1958), Jeopolitik, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 13(3), 150-174. 15.02.2021 tarihinde [https://doi.org/10.1501/SBFder\\_0000000399](https://doi.org/10.1501/SBFder_0000000399) adresinden alındı.

Davutoğlu, A. (2010). *Stratejik Derinlik – Türkiye'nin Uluslararası Konumu*, İstanbul: Küre Yayınları.

Defay, A. (2005). *Jeopolitik*, Ankara: Dost Kitapevi.

Deniz Ticaret Odası (2020), *Denizcilik Sektör Raporu*, 10.01.2021 tarihinde [https://www.denizticaretodasi.org.tr/media/SharedDocuments/sectorraporu/sector\\_raporu\\_tr\\_2020.pdf](https://www.denizticaretodasi.org.tr/media/SharedDocuments/sectorraporu/sector_raporu_tr_2020.pdf) adresinden alındı.

Eker, K. (2020), Doğu Akdeniz, M.C. OĞULTÜRK, G. ŞAHİN içinde, *Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye* (s.371-411) İstanbul: Yeditepe Yayınevi.

Ercan, M. Ve Kılınç, M. C. (2020), *Ortadoğu'dan Doğu Akdeniz'e Büyük Güçlerin Egemenlik Enerji ve Hukuk Mücadelesi*, İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.

Ersoy, H. (2001), Kıbrıs Sorununun Türk Dış Politikası'na Etkileri, ÜLGER, İ. K. ve EFEGİL, E. içinde, *Avrupa Birliği Kışkırtıcılığında Kıbrıs Meselesi- Bugünü ve Yarını*, Kıbrıs Araştırmaları Merkezi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Gazimağusa, KKTC.

- GönlüboL, M. (1993), *Uluslararası Politika İlkeler-Kavramlar-Kurumlar*, Ankara: Attila Kitabevi.
- Gülenç, İ. (2011), *XXI. Yüzyılda Küresel Türk Deniz Gücü*, İstanbul: Dönence
- Gülboy, B. S. (2020), Jeopolitik Düşüncenin Doğuşu ve Gelişimi, M.C. OĞULTÜRK, G. ŞAHİN içinde, *Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye* (s.13-29), İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Gürdeniz, C. (2020), *Mavi Vatan Yazıları*, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Gürsoy, C. R. (1962), Kıbrıs Müşahedeleri, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, XX(3-4), 161-209, 08.02.2021 tarihinde <http://dtcfdergisi.ankara.edu.tr/index.php/dtcf/article/view/2455/2227> adresinden alındı.
- Habertürk, (2018), 6. *Filo Doğu Akdeniz'de*, 22.01.2021 tarihinde <https://www.haberturk.com/tv/gundem/video/6-filo-dogu-akdenizde/459768> adresinden alındı.
- İlhan, S. (2002), Jeopolitik Kavramı ve Unsurları, *Avrasya Dosyası, Jeopolitik Özel*, 8(4), 318-322.
- İşcan, İ. H. (2004), Uluslararası İlişkilerde Klasik Jeopolitik Teoriler ve Çağdaş Yansımaları, *Uluslararası İlişkiler*, 1(2), 47-79.
- Kaya, F. (2017), Coğrafi Potansiyelleri Temelinde Türkiye Jeopolitiği ve Dünya Siyasetindeki Yeri, *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 1-14.
- Kaya, Ş. (2007), Uluslararası Deniz Hukuku Kapsamında Doğu Akdeniz'in Hukuki Statüsü ve Türkiye Cumhuriyeti için Stratejik Önemi, *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 19-49.
- Kıbrıs Postası, (2019), *KKTC'deki "vatandaş" nüfusu 350 bin*, 24.01.2021 tarihinde [https://www.kibrispostasi.com/c35-KIBRIS\\_HABERLERI/n273393-kktcdeki-vatandas-nufusu-350-bin](https://www.kibrispostasi.com/c35-KIBRIS_HABERLERI/n273393-kktcdeki-vatandas-nufusu-350-bin) adresinden alındı.
- Kocatürk, U. (1999), *Atatürk'ün fikir ve düşünceleri*, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara:Semih Ofset.
- Koday, Z. (1998), Kıbrıs'ın Jeopolitik Önemi, *Türk Coğrafya Dergisi*, 33, 419-428.
- Mahan, A. T. (1890), *Sea Power*, 01.05.2020 tarihinde [http://www.digitalhistory.uh.edu/disp\\_textbook\\_print.cfm?smtid=3&psid=4044](http://www.digitalhistory.uh.edu/disp_textbook_print.cfm?smtid=3&psid=4044) adresinden alındı.
- Mahan, A. T. (2011), *Deniz Gücünün Tarih Üzerine Etkisi*, İstanbul: Griffin
- Mahan, A. T. (2013), *Deniz Harbi Üzerine*, İstanbul: Doruk
- Mevlütöğlü, M. A. (2014), Doğu Akdeniz'in Yeni Enerji Jeopolitiğinde Bölge Ülkeleri Deniz Güçlerinin Yeri ve Etkisi, *Bilgesam, Kocaeli: Uluslararası Enerji ve Güvenlik Kongresi*, 11-26.
- Onay, Y. (2020), Jeopolitik Gerçekler ve Rus Büyük Güç Politikası, M.C. OĞULTÜRK, G. ŞAHİN içinde, *Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye* (s.225-236), İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Oğultürk, M.C. (2020), Jeopolitiğin Diğer Bilimlerle İlişkisi, M.C. OĞULTÜRK, G. ŞAHİN içinde, *Jeopolitik Düşünce - Büyük Güçler ve Türkiye* (s.31-46), İstanbul: Yeditepe Yayınevi.

---

Öngör, S. (1968), Siyasi Coğrafya ve Jeopolitik, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 18(01), 05.01.2021 tarihinde [https://doi.org/10.1501/SBFder\\_0000000688](https://doi.org/10.1501/SBFder_0000000688) adresinden alındı.

Öztürk, B. (2011), *Deniz Yazıları*, İstanbul: İlke Kitap

taınçelik, S. (2011), Kıbrıs'taki İngiliz Üslerinin Stratejik Önemi, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1),1510-1535. 15.02.2021 tarihinde <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/1706/735> adresinden alındı.

Taınçelik, S. (2011), Jeopolitik Teoriler Açısından Kıbrıs'ın Önemi (The Importance Of Cyprus Island in Geopolitical Theories), *Portland State University, Center for Turkish Studies Occasional Paper Series Book*, Vol. 3(1), 1-32. 21.02.2021 tarihinde [https://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=turkishstudies\\_occasionalpaper](https://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=turkishstudies_occasionalpaper) adresinden alındı.

T.C. Dışişleri Bakanlığı (T.C.D.B.) (2020), *Coğrafi Bilgiler*, 15.02.2021 tarihinde <https://pio.mfa.gov.ct.tr/cograf-bilgiler/> adresinden alındı.

T.C. Deniz Kuvvetleri Komutanlığı (T.C.D.Z.K.K.) (2021), *Bahriye Vekaleti Dönemi (1924-1928)*, 21.02.2021 tarihinde <https://www.dzkk.tsk.tr/Genel/icerik/bahriye-vekaleti-donemi-1924-1928> adresinden alındı.

T.C. Deniz Kuvvetleri Komutanlığı (T.C.D.Z.K.K.) (2015), *Akdeniz Kalkanı Harekâtı*, 22.02.2021 tarihinde <https://www.dzkk.tsk.tr/Harekat/icerik/akdeniz-kalkani-harekati> adresinden alındı.

Türk Dil Kurumu (TDK) (2021), 10.01.2021 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/10.01.2021> adresinden alındı.

Yaycı, C. (2012), Doğu Akdeniz'de Deniz Yetki Alanlarının Paylaşılması Sorunu ve Türkiye, *Bilge Strateji*, 4(6), 1-70, 01.02.2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/43486> adresinden alındı.

Yaycı, C. (2020), Türkiye Libya Arasında İmzalanan Münhasır Ekonomik Bölge Andlaşmasının Sonuç ve Etkileri”, 4(42), 14.01.2021 tarihinde <https://kriterdergi.com/dosya/turkiye-ve-libya-arasindaki-anlasmanin-sonuc-ve-etkileri> adresinden alındı.

Yıldız, D. (2008), *Tarihi, Geçmiş, Stratejik Önemi ve Su Sorunu Açısından Akdeniz'in Doğusu*, İstanbul: Bizimkitaplar.

## EXPLORING CULINARY CREATIVITY: CLEAN PLATE EXAMPLE

*Kübra Sultan YÜZÜNCÜYİL<sup>1</sup>*

*Osman GÜLDEMİR<sup>2</sup>*

### Abstract

Food plays a vital role in the lives of human beings. It is not only a physical necessity but also a medium that they retain their social status and cultural identities. Likewise, the plate created by a chef is a form of expression. This expression conceals the chef's distinctive creative language inside. Culinary creativity includes witnessing the imagination of the chef and being able to make different meanings from the same plate. This study attempted to understand the processes of emergence and interpretation of expressions that reveal food in the experiments of chefs who are located in the food movement called Clean Plate. The semi-structured interviews and observations about the relevant restaurant, the words, the Clean Plate manifesto, the relationship between the principles and the creativity of the chefs was analyzed. It is found that good ingredient and waste management principles become both motivators and barrier to trigger creativity. On the other hand, the principle of protecting core values and being innovative come forward as a strong motivator that led chefs to develop new recipes to refine Turkish cuisine. Observations about restaurant designs are also evaluated within the consistency of the data that are collected from interviews.

**Key words:** Culinary Creativity, Food Movements, Clean Plate

### MUTFAKTAKI YARATICILIĞI KEŞFETMEK: TEMİZ TABAK ÖRNEĞİ

### Özet

Gıda, insan yaşamında merkezi bir rol oynar. Beslenme en temel anlamıyla fiziksel bir zorunluluk olsa da insanlar gıda aracılığıyla sosyal statülerini, kültürel kimliklerini ifade edebilmektedir. Bir şefin yarattığı tabak da aynı şekilde bir ifade olarak okunabilir. Bu ifade şefin kendine özgü yaratıcı dilini içinde saklar. Mutfaktaki yaratıcılık, şefin tahayyüllerine gıda aracılığıyla tanık olabilmeyi, aynı tabaktan farklı anlamlar çıkarabilmeyi kapsamaktadır. Bu çalışma, Temiz Tabak adındaki gıda hareketinin içinde konumlanmış olan şeflerin deneyimlerine bakarak gıda aracılığıyla ortaya konan yaratıcı ifadelerin ortaya çıkış ve yorumlanma süreçlerini anlamaya çalışmıştır. Yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlar ve ilgili restorana dair gözlemler aracılığıyla Temiz Tabak manifestosu altındaki ilkelerin şeflerin yaratıcılığıyla olan ilişkisi analiz edilmiştir. İyi içerik ve atık yönetimi ilkelerinin, yaratıcılığı tetiklemede hem motive edici hem de engel haline geldiği görülmüştür. Öte yandan, temel değerleri koruma ve yenilikçi olma ilkeleri Türk mutfağındaki reçeteleri rafine etmek adına şefleri motive etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcılık, Mutfak, Gıda Hareketleri, Temiz Tabak

<sup>1</sup> Araş. Gör., Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Sakarya-TURKEY, [kubrayuzuncuyil@sakarya.edu.tr](mailto:kubrayuzuncuyil@sakarya.edu.tr).

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, Eskişehir-TURKEY, 0090 542 304 6373, [osmanguldemir@gmail.com](mailto:osmanguldemir@gmail.com).

## 1. INTRODUCTION

Food is vital to survival of humans. It is not only a physical necessity but also a medium that they retain their social status and cultural identities. People use food to create and share meanings. According to Germov and Williams (2004), food preferences of people are shaped for cultural, religious, economic, and political factors. Food plays a significant role during the process of socialization. Human beings start life for digesting breast milk. However, due to many environmental, cultural and economic factors, they are directed into completely different eating preferences. Although the instinct of eating and drinking is similar in all human beings, the eating habits are differentiated socially and culturally. Germov and Williams (2004, p. 32) say that appetite is socially constructed. Food is a bridge between nature and culture. It has ability to signify, mediate and represent both nature and culture (Spurlock, 2005, p. 6).

The fact that food is necessary to survive, but the way people produce, prepare and consume food are determined by sociocultural values. Kitchens in spatial terms are the places that these values are integrated to raw food. They are the places where chefs create and develop certain ideas, dishes. water, air, earth and fire are handled in the kitchen and cooks are great alchemists in this area. The kitchen is only where the food is cooked; the cook is not the only person who cooks. The chefs are not only cooks, but also people who are inspired by various arts and perform an art.

This study aims to reveal the barriers and motivators of culinary creativity in the context of Clean Plate movement. The characteristics of the cooks adopting the clean plate movement are revealed. Through this movement, recommendations on food usage, hygiene and waste are made. Within these principles, the chefs who accepted this manifest started to create dishes in terms of Clean Plate concerns. These concerns eventually shape the culinary creativity of the chefs.

In Esquivel's kitchen depiction, the four elements of the universe are; water, air, earth and fire are handled, where the people of the great alchemists and religious people is the view that the holy place. Here, it is explained that the world is transformed by the refiner power of the fire, the nutrients prepared for cooking change our organism by staying in our bodies for hours and they feed our souls and soul, and give us identity, language and belonging (2010, p. 15). So, the kitchen is only where the food is cooked; the cook is not the only person who cooks. Kitchen; In the cultural context, religion, geography, social relations, clothing, economy, architectural features, and more related to both, is a phenomenon that affects both. The chefs are actors who are in contact with the food (Muhtar, 2014, p. 43; Güldemir, 2018, p. 755). The cook is "the person who choose cooking as a occupation" (Halıcı, 2012, p. 27). The chefs are not only cooks, but also people who are inspired by various arts and perform an art. The fact that food is necessary to survive, but the way people produce, prepare and consume food are determined by sociocultural values, helps to account how chefs create and develop certain ideas, dishes (Güldemir, 2018, p. 756). In his book "Gifts of Comus" published in Paris in 1739, cookery is described as follows: "*Modern cookery is a kind of chemist. Today's chef must analyse the food and discover how to digest, feed, and cook with which ingredients. This requires a full scientific study*" (Tez, 2012, p. 101).

Creativity is the ability to imagine something that is not, to do something in a different way than anyone else, and to develop new ideas. In other words, creativity; to see same what everyone sees and think different about it.

---

## 2. CULINARY CREATIVITY

To understand the concept of culinary concept, the term creativity needs to be clarified. Firstly, creativity can be assessed by the characteristics of the product created and the social acceptance of the product. Second, the product created must be evaluated in its own circumstances. Third, creativity can be assessed on the basis of skills, skills that nurture it. Creativity is not an independent one in which some people lack the others. It is a function of intelligence (Robinson, 2003, p. 131). Individuals with creative personality have the ability to think in a flexible, original and quick manner; the tendency to use different strategies, methods and tools; the ability of sensory, humor, intuition and visual perception power to approach problems from different angles; the ability to capture and associate connections between abstract or concrete objects and concepts; rich in imagination, flexible thinking and ability to focus on issues; the ability to capture the new one and to improve the current situation; to produce scenarios and to develop design; solutions to problems and productivity (Parsıl, 2012, p. 17-18; Yanık, 2007, p. 66-70).

The main factors that hamper creativity are emotional shocks such as shyness, fear of being fooled, fear of wrongdoing, insufficient tolerance of uncertainty and extreme self-criticism. Cultural barriers, barriers to learning, barriers to detection, and installed program barriers are defined as factors that hinder creativity. What can be done individually to improve creativity: behave as if it is the person with whom it has the potential to become; to care for the people you work with; relying on, helping and getting help; enjoy and enjoy; undertake errors and pass on praise; to be independent; not lying; be enthusiastic; choose to say we instead of I; sometimes behave like a clown (Foster, 2008, p. 33-71). Creativity is high in the organizations that the number of approvals is reduced; education is important; everyone works like the owner of the company; the requirements are met; the instructions are simple; everything related to the enterprise is known by the employees (Foster, 2008, p. 75-89).

The four-stage process of creativity consists of preparation, design (incubation), development (enlightenment) and control (verification). Preparatory phase: the stage where the problem or requirement is determined. This phase is basically a stage without a problem or need. Design (Incubation) Stage: Intimidation of ideas, reviewing the process of thinking, editing information, using cognitive processes and trying to reach a principle. Development (Enlightenment) Stage: When a new idea emerges, an idea or solution suddenly appears. Inspection (Verification) Phase: Inspection is the stage of generalizing the solution and assessing its applicability if the product / idea that has occurred is suitable for the need situation (Kesici, 2014, p. 20, 21, 70, 71).

From empirical and literature research on the field of creative industries, it became apparent that gastronomy was not included in the definitions presented. From the basic findings on the field of creative industries, it was assumed that gastronomy could be fall under the definition of a creative industry (Pedersen, 2012, p. 75). “*Scale for Evaluating Creative Culinary Products*” comprises 8 categories: professional technique; aroma, taste, and texture; color; modeling and arrangement; garnish; dishware; handling of ingredients; and overall assessment. These features include smell, taste, and hygiene (sanitation). The competition in the culinary industry has become more and more intense, and today each restaurant is trying to offer new dishes in order to attract more customers. Chefs have to continuously create new culinary products, that is, new dishes that contribute to the diversity of the culinary market (Horng & Lin, 2009, p. 54, 59).

Many examples can be given as creative culinary chefs in the world and in the Turkey. However, adaptation to innovation, originality, eating and drinking issues can be considered in terms of issues such as, and the writing of this profession in the fields of education, the profession of a few chefs who affect the profession can be given as an example. The first one he wrote "*Kitchen Confidential*" book that has thousands print in many countries in the world Anthony Bourdain, and the other is Murat Aslan has "*A Cook's Dairy*" that printed in Turkey affecting thousands of people (Bourdain, 2004; Aslan, 2018). Another is René Redzepi, who created NOMA and New Nordic Cuisine, which has been repeatedly selected as the best restaurant in the world (Christensen & Strandgaard, 2013, p. 239). Cooks such as Redzepi, Bourdain and Aslan influence professionals in local and geographical nutrition, new techniques, and awareness raising. Professional cooks' philosophies are strong enough to change the food consumption of societies in general terms.

### 3. CLEAN PLATE MOVEMENT

Clean Plate is an independent, free chef movement that is conducted on digital media in Turkey. Departure principle was the intention of a Turkish food engineer Ipek Ege on teaching food security principles to executive chefs<sup>3</sup> and make them integrate those principles to their culinary process to sustain Turkish cuisine values. After many negotiations with chefs, this intention was found appropriate and transformed eventually into a movement that is not affiliated with any institution, organization or association. The chefs who have become a member of this movement signed a nineteenth principle manifesto and published it on digital media platforms in 2017. This assertion is consisted of cleaning and personal hygiene, good ingredient use, waste reduction, highlighting Turkish cuisine with combining past traditions with innovative ideas. Its manifest is determined as below (FIL, 2007):

#### *Clean Plate Movement Manifest*

I, as a chef who is aware of the unique diversity of

Turkish Cuisine that I fully respect,

#### *Cleaning and Personal Hygiene:*

1. Know that the cleanliness affects the flavor, and make sure all the utensils and the equipment I use is clean and hygienic.
2. Know that the food production must be as clean as food itself. I work in accordance with personal hygiene rules.

#### *Good ingredient usage:*

3. I prefer to use the product in its season. Thus, I succeed to reach the best flavor, also contributing to the reduction of natural carbon emissions.
4. Believe that indigenous seed is important for the sustainability of agriculture on this land, and prefer to buy the domestic seed products
5. Ensure the use of geographically indicated products on the menu, contributing to the promotion of our local products.

---

<sup>3</sup> Executive chefs were specially preferred as they govern all the culinary process in the kitchen from product purchase to education of the team.

---



- 
6. Know that continuation of the aquaculture in the world and in my country is only possible with sustainable fishing, so prefer the product in line with sustainable fishing rules in product supply.
  7. The traceability of the meat is important to me. I'd rather know where the meat on the plate comes from.
  8. Choose only the utensils and tools that are suitable to contact food

*Food safety:*

9. Adopt a production style with both safe and tasty motto and food safety rules in my kitchen
10. Ensure the traceability of all the products produced in my kitchen with the dating system I established
11. In my kitchen, the critical control principles are under control and the HACCP system is in practice.

*Waste reduction:*

12. Know the meaning and importance of waste management. Prevent food waste, use my creativity to evaluate the production output.

*Ethic:* Ethical production is important to me. I work according to ethical rules in my own kitchen also expect ethical production from my suppliers.

*Environment:*

13. Use energy sources in the correct way and pay attention that it is not completely consumed when it is consumed.

*Education:*

14. Don't wait lying idle, I follow the world. I follow national and international standards and developments and try to apply them.
15. Care about my team's training and development. Do not keep my experience to myself, just share it.
16. Know the importance of learning food culture, I try to develop myself continuously on this matter.

*Past, core values:*

17. Protect the values of Turkish Cuisine, follow the recipes of the past, put them on my menu

*Future, innovation:*

18. I am innovative, it is important for me to know my roots well to improve and advance.

Within these principles, the chefs who accepted this manifest started to create dishes in terms of Clean Plate concerns. In this manner, the purpose of this study is to reveal the barriers and motivators of culinary creativity of EC<sup>4</sup> chefs in terms of guidelines of the movement.

#### **4. RESEARCH METHODOLOGY**

Given the explorative nature of this study, the qualitative research method was considered to be the most appropriate. The qualitative research methodology allows to evaluate facts and actions in their natural environments in a realistic and holistic way (Yıldırım & Şimşek, 2005, p. 39). With this research methodology, a

---

<sup>4</sup> Executive Chef Abbreviation

researcher would be allowed to understand how people understand, experience and interpret the social world. In the explorative aims of the study, data was collected from semi depth, face-to face interviews. Semi-structured interview was chosen in order to direct open questions. It also helped to follow-up questions to particular topics proposed by the interviewees during the course of the interviews. Secondly, due to a better evaluation of the data collected from interviewees, restaurants that chefs work were observed. Observations of their natural environment were noted by researchers. After reviewing all related literature on culinary creativity, interview questions were prepared. Furthermore, expert opinions were taken (See Table 1). Due to feedbacks, questions were rearranged.

Due to one-year duration of the movement, it is currently consisted of 25 male, 8 female chefs. They were reached by e-mail and phone via Ipek Ege. Due to busy schedule of chefs, one female and two male chefs were accepted to become interviewer. As the interviewees all had diversified backgrounds, their responses to the questions were different.

The interviews were all conducted in 27 October in 2018 at each restaurant they work in Istanbul. Interviews were recorded and transcribed in order for the authors to evaluate the data and detect any bias or leading questions. Technical aspects therefore also played a role as background noise of restaurant can distort the interview.

According to Bryman and Bell (2003), evaluating qualitative findings needs to be trustworthy and authentic. Findings of the interviews were compared and analyzed in accordance with theoretical debates. In Table 1, all individuals

**Table 1:** Researchers and Experts of the Study

No.	Role	Title	Expertise	Years of Working/Teaching
1	Researcher	Research Assistant	Food Engineering, Media and Cultural Studies	4
2	Researcher	Instructor	Cookery, Creative Culinary Practices	14
3	Expert	Assistant Professor	Sociology of Food	10
4	Expert	Instructor	Gastronomy and Culinary Arts	16
5	Expert	Instructor	Cookery, Basic Culinary Practices	14

## 5. FINDINGS AND DISCUSSION

Creativity is considered essential because it is the seed for innovation and thus is viewed as key to building a competitive advantage, particularly in the restaurant industry. However, little research has detailed how creativity due to some particular principles occurs. This study investigated creativity barriers and motivators of Clean Plate movement.

**Table 2:** Description of the Participants

Participant	I1	I2	I3
Gender	M	F	M
Age	48	40	45
Education	Graduate	Post Graduate	Graduate
Working Experience (Both International and National)	33	10	30
Working Condition	Executive Chef	Executive Chef and Owner of the Restaurant	Executive Chef and Associate ShareHolding of the Restaurant
Type of Restaurant	Fine Dining	Fine Dining	Fine Dining

**Participant I1** asserted that Clean Plate movement has become a motivator and a challenging task in terms of creativity due to particular principles. Participant I claimed that principles of Clean Plate manifest might be degradable. Applying all principles to every dish might be a challenging issue. He claimed that because he is working as a chef of a Holding restaurant and has 10 bosses, he has to manage cost profit analysis. Hence, he is not always allowed to use seasonal or local products. He also said that this kitchen also serves world cuisines despite Turkish cuisine. For example, one can find Creme Brulee next to Turkish nut pumpkin. Hence, he claimed that applying every principle of the manifest is a challenging for the chefs who work in large capacity. Moreover, he said that waste management is also a challenging issue. He said that because of the busy schedule of the large-scale restaurant which hosts 200 people in a day from breakfast to dinner, organizing waste is not always possible.

On the other hand, he said that during the creation of a dish, he opened all sensations. During that time, he said that he might gain inspirations from everything such as the smell of the woman he loves, sound of children, a painting even an Instagram images. He said that during this process, he feels sick and dizzy and could not sleep because of thinking. He said that he takes various notes and when the concentration comes he sits down for hours and creates the menu. To be a creative chef he said, making investigations to use local producers and products is vital. Products that have geographical indications might put Turkish cuisine forward. He said that in 1995, he had used einkorn wheat and pike cheese. On the other he said that finding indigenous and organic seed is a hard issue because there is no support from government.

His restaurant was located inside the Bosphorus view. Watching Istanbul remarks while eating might contribute to catch the traditional Turkish taste. His restaurant has also a small balcony for winters but a folding window from bottom to top to use in summer as well. Tables were close to each other due to increase the capacity of the restaurant.

**Image 1:** A view from restaurant



**Participant I2** asserted that principles of Clean Plate movement should have already been a must for every chef. Due to make up the absence of hygiene, respect to products and zero waste consciousness in restaurants, Clean Plate movement has emerged. It is said that we should not have even debated about get poisoned because of a restaurant dish. She said that *“It is same for me whether someone say I have never cooked a fish or I don’t know anything about cold chain.”*

She said that most motivator principles of Clean Plate manifest is applying good ingredient use and waste management in the kitchen and being innovative by protecting past Turkish cuisine values. On the other hand, she said that applying good ingredient use might also become a barrier against creativity. According to her, finding products in season might be challenge. Small farmers of Turkey do not developed enough to sustain their production. Hence, the number of products remains limited.

*“Finding the domestic seed products is a hard issue in Turkey Because it does not have any food or agricultural policy.”* Hence, while purchasing organic products from bazaars, she can’t find every product she needs. Hence, she feels obligated about cooking the ones she could find. This might trigger the creativity sometimes but become a restriction in general.

Moreover, waste management also motivates her to find creative solutions in the kitchen. She said that in old traditions, a concept like waste was not existed. A cook had to know how to recycle the parts of a food product. She said that any crust or stem might be used as an flavorant to the vegetable juice or any waste could be utilized to composted and become a sauce. She added that *“Preventing from waste makes you creative in the kitchen.”*

---

She also underlined that her education is based on French cuisine. However, she asserted that she has been integrating these techniques due to refine Turkish cuisine. She principled out that knowing French cuisine techniques is knowing basic codes of gastronomy. But being creative emergences in the principle that using them into particular cuisine contexts. She principled out that there are 29 letters in the alphabet. By knowing vocabulary, you may write different literary texts. If you rule these codes and vocabulary, a taste, a smell, a vision is enough for your creative power to be triggered. Moreover, she also said that constructing a bridge with old and new taste is only possible to travel and follow world cuisine.

*“I, personally have been designing my dishes to catch and reawake old Istanbul tastes. First things that come to my mind are for example, I prepared stuffed mackerel and topik<sup>5</sup> in my own way to reach a richer, a refiner taste. Another example is that I do integrate the technique of pestling puree in related Turkish dishes. Other thing is that in my last time travel to Bangkok, I created an ice cream based on their fish soup. Or, the last time I traveled a Turkish village and became a guest to dinner table was a muse. With the smells of the table, I decided to create something special with zucchini hash browns with dead nettle. Everything that belongs to core values motivates me to be creative. I use every inspiration to create my own Istanbul in my plate by watching Clean Plate guidelines.”*

The restaurant where she works belongs to her. From this, it is observed that she is free to make choices without making any report to any superior. Restaurant serves only dinners which might help her to focus a particular concept. Moreover, this restaurant has a (?) person hosting capacity which might also help her to rule culinary process easily. Dinner tables were larger (90x90) than standards (70x70) and the chairs are made of good material for customers to sit a long period of time. The view was appropriate with the intention of the chef that is serving Istanbul tastes in the dishes. It includes from the principle where Haghia Sophia meets Istanbul Islands. On the other hand, there is no balcony in the restaurant. Customers in spring and summer would like to enjoy the sun and fresh weather. This deficiency might become a problem to satisfy the customer.

---

<sup>5</sup> A dish made of chickpeas onion currants, cumin and tahini.

**Image 2:** A view from restaurant design



**Participant I3** asserted that every principle in the manifest motivates him to become more creative. Especially using local products, geographical indicators lead him to create recipes and prescriptions. He said that the main aim of this manifest is to refine and reinterpret Turkish cuisine to introduce it to the world. He asserted that while working on a recipe he feels himself as a technical director. He said that he combines flavors many times due to reach the best taste. When he understands that he found it, he feels like he won the match. He principled out that instead of travelling abroad, he chooses to travel in Turkey anymore and discover national tastes. He accepted that due to restrictions of food policy in Turkey, local, geographically indicated and organic products cannot be found easily in big cities especially in Istanbul. Due to this reason, he has traveled a lot daily just to taste and purchase those products from local farmers. From the producers he trusts, he chooses to order online. Yet, he said that his restaurant has 250 capacity and serve lunch and dinner. Chefs in larger scale restaurants might find difficult to use only local products. He said that he chooses to use bulghur instead of using Risotto or he prefers to use Kars gruyere cheese instead of using Edam or he uses not French duck but Kars goose. He underlines that chefs need to know the values of their own country and apply modern techniques to refine it. He also added that he has been conducting negotiations to convince restaurant owner to lay their money out for this type of consumption.

Due to many international working experience, he said that he accumulated a knowledge that can combine modern cooking techniques with Turkish past, core values. Hence, he said that related manifest principles excite him. He uses innovative techniques in his kitchen like dehydrator, smoke and thermomixer machine. He says that many Turkish dishes are prepared in saucepan with braising. Yet, interpreting local products with modern techniques increase the aroma of the dishes. Reorganizing presentation of the food, by adding some particular garnitures and serving it in small portions help him to refine the Turkish cuisine. He said that lamb in tandoori is a prominent Turkish dish. He said that he served it by wrapping by roasting. He also said that he creates particular dusts from food products by using dehydrator. He hydrates Sage and use it as a spice in Turkish soups. By using particular

local spices like Turkish red pepper and cumin, dib roman, he can enrich the flavor. He also said that waste management motivates him to be creative. By using dehydrator, he can convert every waste into powders to enrich the aroma.

His restaurant was located inside a shopping mall. Yet he organized balcony, terrace and indoor space. He said that a fine dining restaurant needs to have a wine cellar. Hence, he laid a place just for a well-designed wine cellar. Moreover, tables and chairs were appropriate to standard size. The light of the restaurant was well designed and did not strain the eyes. Furthermore, there was no extra black pepper and salt in the tables which send the message *“the chef of the meal you are about to eat have arranged everything”* to the customer. Finally, he has a transparent kitchen inside the restaurant. Customer might watch and enjoy the process of cooking.

**Image 3:** A view from restaurant design



**Table 3:** Findings

Participants	I1	I2	I3
<b>Motivators</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Good ingredient use</li> <li>• Being innovative</li> <li>• Protecting core values.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Good ingredient use</li> <li>• Waste management</li> <li>• Protecting core values</li> <li>• Being innovative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Good ingredient use</li> <li>• Waste management</li> <li>• Protecting core values</li> <li>• Being innovative</li> </ul>
<b>Barriers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Waste management</li> <li>• Good ingredient use</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Good ingredient use</li> </ul>	

All in all, second principle entitled good ingredient use came forward as a motivator for all participants to culinary creativity. They all said that using seasonal, local, geographically indicated food products lead them to be more creative. On the other, due to lack of agricultural policy in Turkey, small farmers are not support enough to raise enough natural products. Hence, finding every seasonal and local product might become a hard task for the chefs. For second and third participant principle 4, waste management, also lead them to find creative solutions. Yet participant II has been working a larger scale restaurant who serves breakfast to dinner. Due to this reason, he said that waste management is not always be possible due to busy schedule of the restaurant. Moreover, principle 8 and 9, being innovative by protecting traditional Turkish cuisine are emerged the most powerful motivators to become creative in the kitchen for all the participants. All participants said that they have been trying to develop new recipes that refine Turkish cuisine by protecting the core values. Restaurant designs of each participant were appropriate in terms of their aim and context of the dishes.

## **CONCLUSION**

Food is a bridge between nature and culture. Human beings start life for digesting breast milk. However, for environmental factor, cultural structure, and economic factors, they are directed into completely different eating preferences. Food preferences are shaped for cultural, religious, economic, and political factors. Although the instinct of eating and drinking is similar in all human beings, the eating habits are differentiated socially and culturally. In other words, It has ability to signify, mediate and represent both nature and culture. The way people produce, prepare and consume food are also culturally determined. Kitchens are the places where cultural values are integrated to raw foods. Nature is transformed to culture in kitchens through food. Culinary creativity is linked to this transformation process. The concept of creativity and innovation in culinary art is a continuous process among diversity of current food and cuisines. It involves the production of creative dishes and ideas to accumulate better taste. Through culinary creativity food can be directly address to feelings. On the other, social movements or campaigns through food concerns shape the notion of culinary creativity. In this study, chefs who accept to follow Clean Plate Movement principles in their kitchen are analyzed due to culinary creativity context.

Clean Plate Movement is a chef movement that has been conducting in digital media. Its manifest is consisted nine main principles to create awareness about cleaning and personal hygiene, good ingredient use, waste reduction, highlighting Turkish cuisine with combining past traditions with innovative ideas. Chefs found this manifest as a motivator or a barrier to their culinary creativity in daily kitchen life. Good ingredient use is seen both as a motivator and a barrier. It is regarded as a challenge that lead a chef to create seasonal and safe dishes but finding seasonal ingredients every time might become a hard issue. Waste reduction has also two sides. It motivates chefs to be more creative. They develop new techniques to utilize food residues. But chefs working on large scale restaurants found hard to watching zero waste principle all the time. Finally protecting core values and being innovative principle promotes culinary creativity as chefs are enthusiastic to create refined Turkish culinary. All in all, executive chefs that participated to this study found this movement whose manifest has many motivators to trigger culinary creativity but also barriers as well.



---

**REFERENCES**

- Aslan, M. (2018). *Bir Aşçının Dünlülüğü*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Bourdain, A. (2004). *Mutfak Sırları (Aşçılık Dünyasından Mahrem Maceralar)*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Christensen, B. T. & Strandgaard, P. (2013). Restaurant Rankings in the Culinary Field. *Exploring Creativity: Evaluative Practices in Innovation, Design, and the Arts (Edited by B. Moeran & B. T. Christensen)*. USA: Cambridge University Press, pp. 235-260.
- Esquivel, L. (2010). *Saklı Lezzetler Mutfağa Felsefi Bir Yaklaşım (Çeviren: Olcay Öztunalı)*. İstanbul: Can Yayınları.
- FIL (Food in Life). (2017). *Türk gastronomisinde "temiz tabak" hareketi!*. Retrieved from [http://www.foodinlife.com.tr/haber/37859/Turk\\_gastronomisinde\\_.html](http://www.foodinlife.com.tr/haber/37859/Turk_gastronomisinde_.html)
- Foster, J. (2008). *Yaratıcılık Fabrikası: işyerinizi bir fikir jeneratörüne dönüştürmek için pratik öneriler*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Güldemir, O. (2018). "Türk Aşçılık Tarihi". *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm Kurumlar, Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri ve Meslekler (Edited by N. Kozak)*. İstanbul: Yıkılmazlar Basın Yayın, pp. 755-780.
- Germov, J., & Williams, L. (2004). *A sociology of food and nutrition: The social appetite*. South Melbourne, Vic: Oxford University Press.
- Hornig, J. S. & Lin, L. (2009). The Development of a Scale for Evaluating Creative Culinary Products. *Creativity Research Journal*, 21(1), pp. 54–63.
- Kesici, M. (2014). *Aşçıların Mesleki Özerklikleri ile Yaratıcılık Süreci İlişkisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Michalko, M. (2011). *Creative Thinkering: Putting Your Imagination to Work*. Canada: New World Library.
- Muhtar, H. A. (2014). *Aşevi Ameli, Nazarî Aşçılık, Sofracılık (Edited by N. Ö. Akın)*. İstanbul: Ruhun Gıdası Kitaplar.
- Parsıl, Ü. (2012). *Sanatta Yaratıcılık*. İstanbul: Anı Yayıncılık.
- Pedersen, L. B. (2012). *Creativity in Gastronomy - Exploring the connection between art and craft*. Copenhagen: Copenhagen Business School.
- Robinson, K. (2003). *Yaratıcılık Aklın Sınırlarını Aşmak*. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Spurlock, M. (2005). *Don't eat this book: Fast food and the supersizing of America*. New York: G.P. Putnam's Sons.
- Tez, Z. (2012). *Lezzetin Tarihi Geçmişten Bugüne Yiyecek, İçecek ve Keyif Vericiler*. İstanbul: Hayykitap.
- Yanık, O. (2007). *Yaratıcılık*. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.

## **ABD’NİN ORTADOĞU POLİTİKASINA KENDİ ULUSAL GÜVENLİK DOKTRİNLERİ EKSENİNDE BİR BAKIŞ**

*Davud KAPUCU<sup>1</sup>*

### **Özet**

İkinci Dünya Harbi, dünyadaki başat güç ve otoritelerin değişmesine ve yeni bir siyasal düzenin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu kapsamda İngiltere ve Fransa'nın Ortadoğu'daki pozisyon ve yerini ABD almıştır. ABD, savaş sonrasında SSCB'nin Ortadoğu'daki yayılmacı siyasetine karşı bölgedeki ikili ve çoklu ilişkilerini kullanarak çıkarlarını şekillendirmiştir. Özellikle petrol ve bölgenin kaynaklarına hâkim olmaya dönük bu siyaset ABD'nin yayımladığı Truman Doktrini, Eisenhower Doktrini ve Nixon Doktrini, Carter Doktrini, Reagan Doktrini ve Bush Doktrini ile nüfuz ve etkisini göstermiştir. Bu çalışmada, ABD'nin İkinci Dünya Harbi'nden itibaren şekillenen Ortadoğu politikasına basın ve kaynaklar çerçevesinde yer verilecektir.

*Anahtar Kelimeler: ABD, Ortadoğu, Doktrin, Soğuk Savaş, Dış Politika.*

## **A LOOK AT THE USA'S MIDDLE EAST POLICY ON THE AXIS OF OWN NATIONAL SECURITY DOCTRINES**

### **Abstract**

The Second World War paved the way for the change of dominant powers and authorities in the world and the emergence of a new political order. In this context, the position and place of England and France in the Middle East has been taken by the USA. The USA shaped its interests by using bilateral and multiple relations in the region against the expansionist policy of the USSR in the Middle East after the war. Especially, this policy aimed at dominating oil and the resources of the region showed its influence and influence with the Truman Doctrine, Eisenhower Doctrine and Nixon Doctrine, Carter Doctrine, Reagan Doctrine, Bush Doctrine published by the USA. In this study, the Middle East policy of the USA that has been shaped since the Second World War will be included within the framework of the press and resources.

*Keywords: USA, Middle East, Doctrine, Cold War, Foreign Policy,*

---

<sup>1</sup> Dr., Hava Kuvvetleri Komutanlığı, dkapucu@hotmail.com, 05056566242, ORCID.0000-0002-5278-9846

## 1. GİRİŞ

Ortadoğu ifadesi ilk defa 1902 yılında Amerikan deniz subayı Alfred Thayer Mahan tarafından, “The Persian Gulf and International Relations” başlıklı makalesinde Arabistan ile Hindistan arasındaki bölgeyi ifade etmek için kullanılmıştır (Saltürk ve Semiz, 2007: 353; Memiş, 2002: 44-46).

Terim olarak yüz yıllık geçmişi olmasına rağmen Ortadoğu’nun önemi, insanlık tarihi ile başlamaktadır. Ortadoğu coğrafyası aynı zamanda üç semavi dinin merkezi konumundadır (Yeşilyurt, 2018: 499-536). Tarih boyunca yapılan mücadelelerde özellikle Kudüs şehri, her üç dinin egemen olmaya çalıştığı bir merkez olmuştur. Ortadoğu, üç kıtanın ortasında göç yollarını, İpek ve Baharat Yolu’nu, bugün de enerji koridorlarını kontrol etmesi nedeniyle dünyanın merkezi konumundadır. Ortadoğu bölgesi tarihin en eski zamanlarından bu yana dünyanın ilgi odağı olmuştur. Bölgede birçok imparatorluklar kurulmuş ve yıkılmıştır. Roma, Bizans, Pers, Mısır, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu bu bölgede kurulmuş ve etkinlik göstermiştir (Kocaoğlu, 1995: 167).

Ortadoğu, dünya petrolünün büyük bir bölümünün üretildiği bir bölge olarak önemli bir hammadde ve enerji deposu olarak ön plana çıkmaktadır (Arı, 2004: 66-70). Bu nedenle bölge her zaman önem ve değerini korumuştur. Ortadoğu ülkeleri genellikle az gelişmiş ülkeler olup, bölgede ülkelerinin neredeyse tamamı endüstriden yoksun bir nitelik ve özelliğe sahiptir. Bu bakımdan Ortadoğu, ekonomik açıdan bakıldığında endüstrileşmemiş bölge olarak tanımlanabilir (Kocaoğlu, 1995: 177).

Ortadoğu karmaşık bir etnik yapıya sahip olup ulus devlet olma sürecini tamamlayamamış toplumların yer aldığı daha çok aşiret odaklı bir yapının hüküm sürdüğü bir mozaığe sahiptir. Bu kapsamda, bölge ülkelerinin aşirete dayalı toplumsal yapısı birlik ve bütünlükleri önündeki en büyük tehdit ve engel olarak ifade edilebilir (Arı, 1998: 26).

Ortadoğu devletlerinin ekonomisi; millî gelir, sanayi, tarım, hammadde kaynakları ve ulaştırma gibi belli başlı bazı unsurlara göre değerlendirilebilir. Ortadoğu ülkeleri petrol ve doğalgaz hariç hammadde kaynakları bakımından zengin olmadığı için ekonomik yönden kendi kendilerine yeterli durumda değildir. Ortadoğu, bazı dağlık bölgeler ve nehir yatakları dışında bitki örtüsü açısından çok fakir bir coğrafi yapıya sahiptir (Harp Akademileri Komutanlığı, 1992: 72).

Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra Ortadoğu, İngiliz ve Fransız nüfuz alanı olarak ön plana çıkmıştır. Ancak, İngiltere ve Fransa’nın İkinci Dünya Savaşı sonrasında eski güçlerini yitirmesinden dolayı bu bölge Sovyet yayılmacılığının tehdidi ile karşı karşıya kalmıştır. Bu sırada ABD, Avrupalı selefleri İngiltere ile Fransa’nın yerini almıştır. İkinci Dünya Savaşı’ndan SSCB’nin dağıldığı 1991 yılına kadar Ortadoğu, iki büyük gücün hâkimiyet yarışına sahne olmuştur (Laurent, 1999: 3-5). Dünya enerji kaynaklarının büyük bir bölümüne sahip olması münasebetiyle Ortadoğu, büyük güçler açısından daima cazibe merkezi olmuştur. ABD için Ortadoğu’nun stratejik önemi, Soğuk Savaş boyunca SSCB’nin yayılmacı bir siyaset izlemesinden dolayı artmıştır.

ABD, Soğuk Savaş süreci ve sonrasında Ortadoğu’da İsrail’in güvenliğini sağlamak ve bölgede etkinliğini sürdürmek gibi iki hedef belirlemiştir. Bu bağlamda 1979 yılında gerçekleştirilen İran Devrimi, ABD’nin Ortadoğu’daki en önemli müttefiklerinden birisi olan ilgili ülkeyi kaybetmesine ve İsrail ile petrol

---

bölgelerinin güvenliğinin tehlikeye girmesine neden olmuştur (Brzezinski, 1985: 456). Ayrıca ilgili durum, radikal unsurların güçlenmesine, bu süreçte antiemperyalist söylem ve beyanların artmasına zemin hazırlamıştır.

## **2. ABD'NİN İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASI ORTADOĞU EKSENLİ ULUSAL GÜVENLİK POLİTİKALARI VE GELİŞTİRİLEN DOKTRİNLER**

ABD, kuruluşundan 1941 yılına kadar ABD Başkanı James Monroe (1817-1825) tarafından 2 Aralık 1823'te açıklanan doktrin çerçevesinde izolasyonist bir dış politika izlemiştir (Yalçın, 2013: 442; Akçay-Akbal, 2013: 7-29; Sümer, 2008: 119-144). Bu doktrinle ABD, Avrupa ülkelerinin iç işlerine müdahale etmeyeceğini açıklamıştır. ABD'nin Monroe doktrini ile şekillenen politikası XX. yüzyılın başında değişmeye başlamıştır (Çolakoğlu, 2005: 184). Bu politik değişikliğe Ortadoğu'da çıkarılmaya başlanan petrolün büyük bir yeri olmuştur (Türkman, 2007: 302). İkinci Dünya Harbi'nden sonra ABD'nin Ortadoğu politikası petrole hâkim olmanın yanında, Rusların yayılmasını engellemek üzerine şekillenmiştir. Bu kapsamda ABD, Sovyet yayılmacılığını önlemek için ekonomi, güvenlik ve dış politika alanında Truman, Eisenhower, Nixon, Carter, Reagan, Bush Doktrinleriyle Marshall Planı'nı devreye sokmuştur (Armaoğlu, 1991: 240).

ABD'nin Ortadoğu'da hâkim güç haline gelmesinde Soğuk Savaş ve 1956 Süveyş bunalımı etkili olmuştur. Bu kapsamda ABD, savaştan önce İngiltere, Fransa ve diğer sömürgeci ülkelerden boşalan kapitalist dünyanın liderliğini üstlenmiştir (Aşar, 1991: 31).

### **2.1. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Truman Doktrini**

Sovyetler Birliği'nin genişlemesinden ve komünizmin çevre ülkelere yayılmasından endişe duyan ABD Başkanı Harry Truman, komünizm karşıtı devletleri desteklemek ve bastırma planını hayata geçirmiştir (Güler, 2004: 216). Bu çerçevede, öncelikle Yunanistan'da bulunan komünistlerin, merkezî iktidara karşı güçlenmesinin önüne geçmek amacıyla 300 milyon dolarlık malî yardım yapılması kararlaştırılmıştır. Bu ekonomik destek ile Yunanistan'da komünistlerin iktidara gelmesini engellemek hedeflenmiştir. Aynı dönemde komünizm tehdidi altında olması münasebetiyle ABD tarafından Türkiye'ye, 100 milyon dolarlık malî yardımda bulunulmuştur (McGhee, 1992: 90). ABD'nin Türkiye ve Yunanistan'a yardım yapması ve Truman Doktrini'ni devreye sokmasıyla Soğuk Savaş dönemi başlamıştır (Kalyon, 2010: 21; Kurt, Pehlivan, Korkmaz, 2020: 273-279).

12 Mart 1947 tarihinde yayımlanan Truman Doktrini, komünist yayılmacılığa karşı Türkiye ve Yunanistan üzerindeki Sovyet baskılarına karşı şekillenmiştir. 12 Mart 1947 günü Başkan Truman, Yunanistan'a ve Türkiye'ye 400 milyon dolarlık askerî yardım yapabilmesi için Amerikan kongresinden yetki istemiştir (Yalçın, 2013: 927). Doktrin esas itibarıyla Türkiye ve Yunanistan'a yardım yapmayı içerse de özünde ABD'nin kendi kıtasının dışına çıktığı bir belge olma özelliği ile ön plana çıkmıştır (Çevik, 1995: 16). Böylece, Sovyet Rusya'nın Ortadoğu'daki yayılmacılığına karşı koyacak güç artık İngiltere yerine, ABD olmuştur. ABD, 1945-1946 yılları arasında Avrupa devletlerine 15 milyar dolar yardım yapmış olmasına rağmen bu devletler ekonomik sıkıntıdan kurtulamamıştır (Uçarol, 1995: 725). Bu yüzden ABD, komünizm

tehdidine karşı yeni bir planla ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda Truman Doktrini, Marshall Planı'nın hazırlayıcısı olmuştur (Ertem, 2009: 387).

## **2.2. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Marshall Planı**

ABD Dışişleri Bakanı George Marshall, 1947 Haziran ayında Harvard Üniversitesinde yaptığı konuşmada Avrupa devletlerinin ekonomisini Amerikan malî ve endüstriyel yardımı ile canlandırmayı içeren bir program önermiştir (Uçarol, 1995: 667). 22 Eylül 1947'de Türkiye'nin de dahil olduğu 16 Avrupa ülke temsilcisi bir Ekonomik Kalkınma Programı hazırlayarak ABD'ye sunmuştur (Güler, 209-224). Bunun üzerine ABD, 3 Nisan 1948'de Dış Yardım Kanunu'nu çıkarmıştır (Yalçın, 927; Uçarol, 668).

Amerika kanununun çıkarıldığı ilk yıl; Fransa, İngiltere, Türkiye, Yunanistan, Belçika, İzlanda, Portekiz, Avusturya, Danimarka, İsviçre, İtalya, Lüksemburg, İrlanda, Hollanda, Norveç ve İsveç'in içinde bulunduğu 16 ülkeye altı milyar dolarlık bir ekonomik yardım yapmıştır. Bu yardım ileriki dönemlerde 12 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. Marshall Programına göre; Avrupa ülkelerine sağlanacak dış yardımlarla, yıkılan ekonomilerini düzeltmek, komünizmin Batı Avrupa'daki yayılışına engel olmak ve Ortadoğu petrolünü ele geçirmek amaçlanmıştır (Taşpınar, 2009: 45).

## **2.3. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Bağdat Pakti-CENTO**

Bağdat Pakti, Sovyet yayılmacılığına karşı önlem almak düşüncesiyle savunma ve iş birliği geliştirmek amacıyla Türkiye ile Irak arasında 24 Şubat 1955'te Bağdat'ta imzalanan antlaşma ile şekillenmiştir (Akşam, 1955: 1-2; Yeşilbursa, 2011, 89; Milliyet, 1955: 1). Asıl adı "*Treaty of Mutual Cooperation*" olan Karşılıklı Güvenlik ve Savunma İşbirliğini içeren bu belge, tam bir ittifak antlaşması özelliği taşımamaktadır. BM yasasının 51. maddesine göre düzenlenen ve beşer yıllık periyotlarla yenilenmek koşuluyla imzalanan antlaşmaya göre; üye devletlerin birbirlerinin içişlerine karışmadan sadece savunma ve güvenlik konularında iş birliği yapmaları kararlaştırılmıştır (Bostancı, 2013: 176). Türkiye ve Irak'tan sonra 4 Nisan 1955'te İngiltere, 23 Eylül 1955'te Pakistan ve 3 Kasım 1955'te de İran Pakta dahil olmuştur (Milliyet, 1955: 1; Akşam, 1955: 2). Bu sırada Irak, Sovyetler Birliği'nin yanında ikinci bir tehdit olarak gördüğü İsrail'in pakta girişini engellemek için antlaşmaya ek bir madde koydurmuştur (Soysal, 2000: 502). ABD, Bağdat Pakti'na üye olmamıştır (Yılmaz, 2016: 215-218). ABD, Pakta katılmamasına rağmen paktın Ortadoğu'nun güvenliği için destekleneceğini göstermek amacıyla konseyin 21-22 Kasım 1955 tarihinde yapılan ilk toplantısına sivil ve asker gözlemciler göndermiştir. ABD, 1957'de paktın askerî komitesine üye olmuştur (Dursun .446-447).

İsrail bu gelişmeler sonucunda paktın kendi ülkesine karşı kurulduğunu iddia etmiştir. Bu sırada Irak, giderek SSCB'nin etkisine girmesinden ve ülkesinde meydana gelen darbenin etkisiyle 1959 yılında Bağdat Pakti'ndan ayrılmıştır (Milliyet, 1959: 1; Bağcı, 2007: 101). Irak'ın paktan ayrılması neticesinde diğer üye ülkeler tarafından paktın adı Merkezi Anlaşma Örgütü CENTO (Central Treaty Organization) olarak değiştirilmiştir (Milliyet, 1959: 1). Pakt, 1979'da meydana gelen İran İslam Devrimi'nden sonra tarihi misyonunu tamamlamıştır (Uçarol, 739-742).

Bağdat Paketi'nin kurulmasında kuzeyden beklenen tehdide karşılık bölgesel bir ittifak oluşturma arayışı ön plana çıkmıştır. Ancak bu girişim Batı dünyasının da içinde yer aldığı ve etkin olduğu izlenimini verdiğinden Arapların tepkisi ile karşılaşmış, bölgesel bir ittifak oluşturma özelliğini gerçekleştirememiştir.

#### **2.4. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Süveyş Kanalı Krizi**

1952 yılında Mısır'da önemli bir siyasal devrim gerçekleşmiş ve bu ülke, Cumhuriyet rejimine geçmiştir. 1954 yılında Mısır devriminin öncülerinden Cemal Abdülnasır Cumhurbaşkanı olunca, ülkenin siyasal yaşantısında yeni bir dönem başlamıştır. 1956 savaşı aslında bir Arap-İsrail savaşı değildir. Çünkü ne doğrudan doğruya İsrail ile ne de Filistin ile ilgisi yoktur. Süveyş savaşı olarak bilinen bu mücadele, Nasır'ın Arap dünyasının liderliğine oynaması ve bu liderliğin izlediği politikanın, batı çıkarlarına ters düşmesi sonucunu gerçekleştirmiştir (Memiş, 2002: 5; Roberts, 2011: 1034-1036).

Cemal Abdülnasır, Amerika ve İngiltere tarafından Avsan Barajı'nın yapımı için vadettikleri kredilerin geri çekilmesine tepki olarak 1956 Temmuz'unda Süveyş Kanalı'nı millileştireceğini açıklamıştır (Sönmezoğlu, 1989: 640-642). Bu durum Ortadoğu'da bomba etkisi yapmıştır (Türkman, 238; Arı, 260). İngiltere ve Fransa siyasal ve ekonomik baskıdan sonuç alamayınca İsrail'i kullanarak Mısır'a silahlı müdahalede bulunmuştur. Cemal Abdülnasır'ın kararından sonra 29 Ekim 1956'da önce İsrail, bir gün sonra da İngiltere ve Fransa, Mısır'a saldırmıştır (Serbest, 2017: 704). İsrail, Gazze ve Sina yarımadası yönünde başarılı bir harekât icra etmiştir. Bunun sonucunda Sina yarımadasını kontrol altına almış ve Kanal istikametine ilerlemiştir. İsrail saldırısı başlar başlamaz İngiltere ve Fransa, her iki ülkeye Süveyş Kanalı'nın iki yakasından 16 kilometre geri çekilmeleri yönünde ultimatö vermiştir (White, 2009: 48-50). Mısır'ın ultimatömu reddetmesi üzerine Fransa ve İngiltere Mısır'ın stratejik bölgelerini bombalamıştır (Çetinkaya, 2019: 1-14).

İsrail, İngiliz ve Fransız kuvvetlerinden hızlı hareket ederek önceden belirledikleri hedeflerin tamamını ele geçirmiştir. Mısır ise karşı hamle olarak Kanal'daki bütün gemileri batırarak Süveyş Kanalı'nı tıkamıştır. Bu sırada Sovyetler'in, Mısır'dan çekilmemeleri durumunda Paris ve Londra'ya nükleer saldırı yapma tehdidi karşısında, Birleşik Krallık ve Fransa ateşkes ilan edip geri çekilmek zorunda kalmıştır. Kasım'da başlayan geri çekilme aralık ayında tamamlanmıştır. ABD'nin, Ortadoğu'daki halkların Batıya yönelik tepkisini arttırmamak amacıyla İngiltere ve Fransa'yı yalnız bırakması, bölgedeki savaşın yönünü değiştirmiştir. ABD giriştiği politika ile Ortadoğu'nun, Sovyetlere kaymasını engellemiştir. Neticede, Süveyş krizi sonucunda İngiltere ve Fransa bölgeden tasfiye edilmiş ve Ortadoğu'da etkin tek güç ABD olmuştur. Mısır bu savaşta yenilmesine rağmen amacına ulaşmış ve Süveyş Kanalı'na tamamen sahip olmuştur (Arı, 268).

#### **2.5. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Eisenhower Doktrini**

Eisenhower Doktrini, ABD Başkanı Dwight Eisenhower'ın 5 Ocak 1957'de Kongre'ye gönderdiği yetki talebi ile gündeme gelmiştir (Pehlivanoğlu, 2004: 300-304). Bu program kapsamında, komünizme karşı mücadele eden Ortadoğu ülkesi Batı Bloğunda yer almasa bile, ABD tarafından yapılacak silah ve asker yardımından faydalanması planlanmıştır (Duran ve Karaca, 2013: 121-136). Ayrıca bu programla ABD

Başkanı'na, istediği zaman kullanabilmesi için 200 milyon dolarlık bir fonun ayrılması öngörülmüştür (Sander, 1991: 240-242).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Ortadoğu'da Sovyetler Birliğinin desteği ve aşiret reislerinin öncülüğünde Baas gibi radikal akımlar ortaya çıkmıştır. Süveyş krizi ile birlikte bölgede Sovyet etkisinin artması üzerine Başkan Eisenhower kendi ismi ile müsemma doktrini ilan etmiştir (Türkman, 238-242). Böylece hem İngiltere'nin bıraktığı boşluğun doldurulması hem de olası Sovyet tehdidi karşısında ABD'nin Ortadoğu'yu savunması planlanmıştır. Bu kapsamda ABD, komünist rejimle yönetilen ülkelerin saldırısına maruz kalan Ortadoğu devletlerine askerî güç de dâhil her türlü yardım yapacağını ilan etmiştir (Arı, 2009: 224-226).

Eisenhower Doktrini Ortadoğu'da ilk olarak Ürdün'de uygulanmıştır. Ürdün Kralı, ülkesinde kaosu giderek artması sonucunda ABD'den yardım talep etmiştir. ABD, Ürdün'ün komünizmin tehlikesi altında olduğunu ileri sürerek bu ülkeye 10 milyon dolarlık yardım paketi göndermiştir. Eisenhower doktrini, Lübnan, Pakistan, Irak, Türkiye Yunanistan, Afganistan, Libya, Tunus, Fas ve İsrail tarafından kabul edilmiştir. Böylece ABD, Ortadoğu üzerindeki nüfuz ve etki gücünü göstermiştir (Gerger, 2012: 158-160).

## **2.6. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Nixon (Guam) Doktrini**

ABD'nin Ortadoğu'da izlediği politikanın devamı olarak Eisenhower Doktrini'nin ardından 25 Temmuz 1969'da Nixon Doktrini yayımlanmıştır. ABD Başkanı, Guam Adası'nda açıkladığı doktrinle, ABD'nin müttefik ve dostlarının gelişmesine ve savunmalarına yardım edeceği, fakat özgür dünyanın jandarmalığına soyunulmayacağı açıklanmıştır. Ayrıca aynı doktrinle, ABD'nin hiçbir müttefikinin savunmasından doğrudan sorumlu olmayacağı, ancak talep edilmesi halinde istenen ülkenin nükleer koruma şemsiyesi altına alınacağı belirtilmiştir (Girling, 1970: 48-49). İlgili doktrin ile ABD, SSCB ile başlatılan yumuşama sebebiyle askerî rekabetin azaltılmasını amaçlamıştır (Bingöl, 2014: 141).

ABD bu doktrin ile bölgesel müttefikleri vasıtasıyla çıkarlarını koruyabilmeyi amaçlamıştır (Kissinger, 1979: 224-226). Nixon'a göre, barışın tesisi ve sürdürülebilmesi için dost ve müttefik ülkelerin bu ortak çaba için sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir (Dornan, 1974: 81-83).

ABD, bölgenin korunması noktasında Truman ve Eisenhower Doktrinleri'nin aksine doğrudan askerî müdahalelerde bulunmak yerine askerî ve ekonomik yardımlarla destek vermiştir. Nixon Doktrini'ne göre; uluslararası sorunların çözümüne müzakere ile gidileceği, bu yüzden ABD'nin güçlü olması gerektiği belirtilmiştir (Kimball, 2006: 56-59).

## **2.7. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Carter Doktrini**

ABD'de 1976 yılında yapılan seçimleri Jimmy Carter kazanmıştır. Jimmy Carter, dünya siyasetinde yumuşama (detant) adı verilen 1969-1989 yılları arasındaki dönem içerisinde 1977-1981 yıllarında başkanlık yapmıştır. Yumuşama döneminde Soğuk Savaş'ın tarafları arasında göreceli barışçı bir siyaset izlenmiştir. ABD ulusal çıkarlarını savunurken doğrudan askerî baskı kurmak yerine ekonomik ve politik araçları kullanma yoluna gitmiştir (Bostanoğlu, 2008: 305).

Carter döneminde Ortadoğu'da dengeler değişmiştir. 1979 yılında İran'da İslam Devrimi meydana gelmiş ve Sovyetler Birliği Afganistan'ı işgal etmiştir (Gerger, 2012: 385). Bu iki gelişme sonucunda bölgedeki

güç dengesinin Sovyetler Birliği'nin lehine değişmesine mâni olmak amacıyla ABD, bölgeye müdahale etmek zorunda kalmış ve bölgeye yönelik politikasını değiştirmiştir.

Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Jimmy Carter'ın, 23 Ocak 1980 tarihinde, Temsilciler Meclisi'nin düzenlediği ortak oturumda sunduğu "Birliğin Durumu" raporunda Basra Körfezi bölgesine yapılacak bir saldırının ABD'nin yaşamsal çıkarlarına yöneltilmiş bir saldırı olarak kabul edileceğini ifade etmiştir (Gerger, 2012: 386). Bu açıklama ile, ABD'nin yaşamsal çıkarlarını korumak için askerî güç kullanımı da dahil her türlü önlemi alacağını dile getirilmiştir (Kuniholm, 1984: 30).

ABD Başkan Carter'ın bu bildiriyle, ABD'nin Doğu Asya, Ortadoğu, Afrika Boynuzu ve Basra Körfezi'nde önemli tarihsel sorumlulukları bulunduğu gerekçesiyle askerî güvenlik şemsiyesini körfez bölgesini de kapsayacak biçimde genişletmiştir. Bu sorumluluğun yerine getirilebilmesi için, her yerde ve her zaman kullanılabilir kaynak kuvvetlerin geliştirilmesini istemiştir. Hemen ardından da bu politikanın bir parçası olan askerî organizasyon hayata geçirilerek Hızlı İntikal Gücü (RDF- Rapid Deployment Force) kurulmuştur (Kona, 2003: 19).

## 2.8. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Reagan Doktrini

Başkan Jimmy Carter'in yerine Ronald Reagan ABD Başkanı seçilerek 1981-1989 yıllarında başkanlık yapmıştır. Reagan yönetime geçtiğinde geleneklere bağlı kalarak hızlı bir değişim sağlamayı hedeflemiştir. Antikomünist kişiliğiyle tanınan Reagan görev süresi boyunca Amerikan dış politikasında Sovyetlere karşı sert önlemler almıştır. Bu amaçla Amerikan savunma harcamaları iki katına çıkarılmış ve Sovyetlerin stratejik olarak kuşatılması amacıyla NATO bünyesine yeni nesil füzeler konuşlandırılmıştır.

Başkan Reagan'ın 1985 yılında yapmış olduğu konuşmada açıkladığı doktrinle, ABD'nin Afganistan, Nikaragua, Kamboçya ve Nijerya başta olmak üzere bütün anti-komünist askerî veya siyasî hareketleri destekleyeceğini ilan etmiştir. Doktrin amacı komünizmin yayılmasını önlemek, komünizm tehlikesi olan yerlere her türlü desteği vermektir. Doktrininde insan hakları, self determinasyon ve her şeyden önemlisi demokrasi için de kuvvet kullanılmasının gereği yer almaktadır. ABD, Filipinler'de demokratikleşmeye destek vermek amacıyla otoriter ve antikomünist rejimden desteğini çekmiştir.

1989 yılında gerçekleştirilen Panama müdahalesi Reagan Doktrini'nin uygulamasının bir örneğidir. Aralık 1989'da ABD Panama'yı işgal etmiştir. ABD, yapmış olduğu işgalin gerekçesi olarak ülkede yaşayan Amerikan vatandaşlarına karşı yapılan şiddet eylemlerini göstermiştir. ABD bu işgalle Panama'ya demokrasi getirmeyi hedeflediğini belirtmiştir (Batur, 2011: 121).

## 2.8. ABD'nin Ulusal Güvenlik Politikasında Bush Doktrini

Clinton, sonrasında George W. Bush ABD Başkanı olarak seçilerek 2001-2009 yılları arasında başkanlık yapmıştır. 11 Eylül 2001'de Dünya Ticaret Merkezi'ne ve Pentagon'a yapılan saldırılardan sonra ABD, yeni ulusal güvenlik stratejisini "Bush Doktrini" olarak tanımlanan pre-emption (önalma) ve prevention (önleme) stratejileri üzerine bina etmiştir. Bush doktrini, ABD'nin dünyanın tek süper gücü olduğu ve buna bağlı olarak da gelecek dönemlerde kendi hegemonyasını tesis etme amacına dayanmaktadır (Schmidt & Williams, 2008: 194-195).



ABD, yeni güvenlik stratejisinde güvenliği garanti altına almak için kuşatma (containment) politikasından vazgeçip, bunun yerine kendisine veya müttefiklerine gerçekleşmesi muhtemel olan tehditlerin fiilen gerçekleşmesini beklemeden müdahale edeceği önleyici savaş (preventive war) doktrini geliştirmiştir (Ağır, 2007: 85-86). Bush bunu yaparken yeni muhafazakâr (neo-conservative) politikalar izleyecekti (Frum, 1994: 127; Aydın, 2003:4).

Bush'un önleyici savaş stratejisi teröristlere ve terörizme yataklık yapan devletlere, kitle imha silahlarına sahip olanlara veya bu silahları kullanma amacıyla olan ülkelere ve bu ülkelerin düşmanca davranmalarına karşı kuvvet kullanmayı amaçlamaktadır (Köni, 2003: 83).

Bush bu doktrini uygularken terörizme savaş ilan etmiştir. Bush'un, dünya devletlerine yaptığı "teröristler ile mücadeleimizde ya bizimlesiniz veya onlarla" söylemine ABD'nin desteğine ihtiyacı olan devletler olumlu yanıt vermiştir (Asaf, 2001, 16-17).

### 3. SOĞUK SAVAŞ SONRASI DÖNEMDE ABD'NİN ORTADOĞU POLİTİKASI

Soğuk Savaş sonrası dönemde ABD'nin Ortadoğu'daki politikası; Soğuk Savaş döneminden devralınan petrol kaynakları üzerinde denetim kurulması ve bunun dünya pazarlarına kesintisiz ulaştırılması olarak ön plana çıkmıştır. Ayrıca, İsrail'in varlığının sürdürülmesi, radikal unsurların etkisinin azaltılması ve bölge ülkelerinin çevrelenerek kitle imha silahlarına sahip olmalarının önüne geçilmesi diğer amaçlar olarak belirmiştir (Kurt, 2014: 167-196).

Körfez ülkeleri, kendilerini Irak'ın yarattığı tehditten kurtardığı için ABD'ye minnet duyguları içinde olmuşlardır. Filistinliler Körfez Savaşı'nda Irak'a destek verdikleri için çok zor duruma düşmüş ve İsrail ile anlaşma sürecine girmişlerdir. Irak ise yalnızca yenilmekle kalmamış, ülkesinin önemli bir kısmı üzerindeki denetimini de yitirmiştir. ABD, İran ve Irak'a karşı "çifte çevreleme" (dual-containment) politikası izlemeye başlamıştır. Bölgeye siyasal olarak girdiği 1940'ların sonundan beri Ortadoğu'da hiç bu kadar güçlü olmayan ABD, bu denetimini oluştururken Türkiye ile kurduğu iş birliğinden büyük ölçüde yararlanmıştı (Oran, 2001: 254).

İkili çevreleme politikası, Clinton yönetiminin Ortadoğu'ya ilişkin politikasının önemli bir boyutu olarak, 18 Mayıs 1993'te Başkanın özel danışmanı Martin Indyk'in Washington (Institute for Near East Policy-WINEP) "*Yakın Doğu Araştırma Enstitüsü*" adlı düşünce üretim merkezinde yaptığı bir konuşma ile ilk kez gündeme gelmiştir (Kamen, 1995: 25). Indyk konuşmasında, bundan böyle ABD'nin tek söz sahibi olacağı, Irak ya da İran'a hiçbir şekilde etkin bir rolün öngörülmediği bir Basra Körfezi politikasının çerçevesini çizmiştir. İlan edilen ikili çevreleme politikası ile ABD, Körfezden Batı dünyasına güvenli petrol akışının sağlanması şeklinde özetlenebilecek temel Körfez politikasını sürdürebilmek için esaslı bir değişikliğe gitmiştir. Böylece ABD, bölgede etkinliğini geçmişte olduğu gibi Irak ya da İran vasıtasıyla, bunlardan birini diğerine karşı kullanmak suretiyle sürdüremeyeceğini açıkça ilan etmiştir (Ataman, 2006: 401-431).

Washington, Basra Körfezi politikası çerçevesinde özellikle 1970'lerde Şah döneminde, muhtemel Sovyet etkinliğine karşı İran'a dayanmak suretiyle bu bölgedeki petrol çıkarlarını korumuştur. 1979 Devrimi sonrasında ise, Irak'ı İran'a karşı desteklemiş, İran-İrak Savaşının son dönemlerinde Bağdat'a verdiği

destekle Saddam rejimini İran'ı dengelemenin ötesinde bölgede lider konumuna sokmuştur (Olson, 2005: 223-225).

Irak, bölgedeki liderliğini Kuveyt'i işgal ederek Körfez hegemonyasına dönüştürmeye kalkışınca da Washington, artık Ortadoğu'daki istikrarı tek elden sürdürmeye karar vermiştir. Bunu da Indyk'in konuşmasında su yüzüne çıkan ikili çevreleme politikası ile formüle etmiştir (Özcan-Kut, 2000: 345-346).

Ortadoğu'daki ABD çıkarları, ucuz ve güvenilir enerji kaynaklarına, petrol kaynaklarına, açık ve güvenli bir iletişim hattına, deniz yoluna, Süveyş Kanalı'na ve Hürmüz Boğazı'na engellenmeden ulaşabilme ve kullanma özgürlüğü olarak tanımlanabilir (Demir, 2014: 111).

Bu tanımdan yola çıkarak ABD, Ortadoğu politikasını, bölge petroleri üzerinde denetimi ve buradaki petrolerin dünya pazarlarına kesintisiz ulaştırılmasını, İsrail'in varlığını sürdürmesini, radikal unsurların etkisinin azaltılmasını, İran ve Irak'ın çevrelenmesini, bölge ülkelerinin Kitle İmha Silahlarına (KİS) sahip olmaması şeklinde belirlemiştir (Akbaş, 2011: 1-18). ABD'nin bölgeye yönelik politikasının oluşumuna bir taraftan küresel ve bölgesel güçlerin politikaları, bu ülkelerin oynadıkları roller ve eğilimleri önemli bir etkenken, diğer taraftan ABD'nin kendi iç dinamikleri, karar alma süreci, toplum yapısı gibi unsurlar da bu politikanın yapımında çok ciddi roller oynamaktadır.

11 Eylül 2001 saldırısı, ABD'nin bu politikaları şekillendirirken birtakım önceliklerinin değişmesine ve farklı tehditlerin ön plana çıkmasına sebep olmuştur (Bingöl, 2014: 154-155). 11 Eylül saldırısı öncesinde ABD'nin Ortadoğu politikasında esas olan etkenler; Batı dünyasını besleyen petrolün ve bu petrolün ulaşımını sağlayan yolların ve Basra Körfezi'nin güvenliği ile İsrail'in güvenliğini sağlamak iken; 11 Eylül saldırısı sonrasında ABD'nin Ortadoğu politikasına etki eden iki boyutun ortaya çıktığını görmekteyiz. Bunlardan biri Ortadoğu'nun kitle imha silahları deposu haline gelmesini önlemek, diğeri ise; gittikçe önemli bir tehdit olarak ortaya çıkan terörün kaynağı haline gelmesine mâni olmaktır (Altunışık, 2009: 69-81; Uğrasız, 2003: 152-153).

ABD'nin Ortadoğu'daki öncelikleri: Irak'ta ABD yanlısı bir yönetim oluşturulması, İran'ın kontrol edilmesi, Barış sürecinin bir açılım sağlaması şeklinde sıralanabilir. Başlangıçta "*Büyük Ortadoğu*" olarak adlandırılan, fakat Haziran 2004'te yapılan NATO zirvesi öncesinde "*Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika*" olarak değiştirilen politik anlayış, günümüzde de etkisini sürdürmektedir (Köylü, 2015: 85-100).

Projenin kapsadığı bölge ile ilgili olarak bugüne kadar; "*Tanca'dan Jakarta'ya kadar tüm Müslüman dünyası*" veya "*Kuzey Afrika'yı da içine alan Avrasya*" şeklinde geniş bir alanı kapsayan tanımların yanında, "*İran, Kafkaslar ve Orta Asya'nın projenin dışında bırakıldığı, Arap birliğine dâhil 22 ülkeyle birlikte İsrail, Türkiye, Afganistan ve Pakistan'ın dâhil olduğu*" daha dar kapsamlı tanımlar da yapılmıştır (Akbaş, 5).

Literatürdeki bu değerlendirmeler ve proje ile ilgili son uygulamalar birlikte ele alındığında; projenin başlangıçta Orta Asya ve Kafkasları da içerecek şekilde kapsamlı olarak tasarlandığı; dünya gündemine sokularak tartışılması neticesinde meydana gelen tepkiler göz önüne alınarak projenin adıyla birlikte kapsamının da sıklet merkezi Arap Birliği ülkeleri olacak şekilde değiştirildiği değerlendirilmektedir.

Bununla beraber; kavramın gevşek ama dinamik bir şekilde ele alınması gerektiği, bugün için proje içerisinde görülmeyen ülkelerin ileride proje kapsamına alınabileceği, üzerinde durulması gereken noktanın tanımdan ziyade, “*Türkiye’yi doğrudan etkileyen stratejik bir coğrafyayı değiştirme ve ona hâkim olma niyeti*” olduğu değerlendirilmektedir.

Projenin kamuoyuna açıklanan amacını; bölgeye demokrasiyi getirmek, uluslararası terörü kaynağında engellemek ve insan haklarını geliştirerek bölge halkının refah seviyesini yükseltmek şeklinde özetlemek mümkündür (Karagüzel, 2020: 29-48).

Fakat dünya kamuoyunda telaffuz edilen amaçlar ile uygulama ve söylemler karşılaştırıldığında projenin sadece sıralanan bu insanî amaçlarla sınırlı kalmadığı, siyasî, ekonomik, güvenliğe yönelik ve dinî içerikli bazı amaçlarının da bulunduğu yönünde ciddi bir inanış oluşmuştur.

Amerika Birleşik Devletleri Başkanı George W. Bush’un 2’nci döneminde Ocak 2005 tarihinden itibaren dış işleri politikasını yöneten Condoleezza Rice’in, güvenlik danışmanı sıfatıyla 7 Ağustos 2003’te söylediği; “*Fas’tan Çin sınırına kadar 22 ülkenin siyasî ve ekonomik coğrafyasının değiştirileceği*” gibi beyanatlar da göz önüne alındığında, projenin siyasî içerikli bir proje olduğu ve bölgedeki ülke sınırlarının mevcut haliyle kabul edilmediği ortaya çıkmaktadır (Bozan, 164-180; Washington Post, 2003: 1). Bu kapsamda, 8-9 Haziran 2004’te yapılan G-8 zirvesinde ve müteakiben 11 Aralık 2004 tarihinde Fas’ın başkenti Rabat’ta düzenlenen “Gelecek Forumu” adlı zirvede bölgedeki değişimin dışarıdan empoze edilemeyeceği, reformların siyasî değil sosyal ve ekonomik alanlarda gerçekleştirileceği gibi kararların aslında projenin emperyalist kimliğini yumuşatmak maksatlı girişimler olduğu değerlendirilmiştir.

Orta Asya ve Kafkaslar birlikte değerlendirildiğinde Geniş Ortadoğu bölgesi, barındırdığı nüfus ve enerji kaynakları ile potansiyel olarak büyük bir ekonomik pazar özelliği taşımaktadır. Bugün için Amerika Birleşik Devletleri dış ticaretinin büyük bir kısmını Avrupa Birliği ve Japonya ile yapmaktadır. Amerika’nın yılda yaklaşık 500 milyar dolarlık dış ticaret açığı düşünüldüğünde, belirtilen bu ülkelerle ticaret ilişkisinin sürmesi hayati derecede önemlidir. Çünkü Avrupa Birliği ve Japonya’nın başka ekonomik pazarlara yönelmesi durumunda Amerikan ekonomisinde büyük bir daralma kaçınılmaz olacaktır.

Bu nedenle Amerika Birleşik Devletleri’nin, ekonomik gücünü ve etkinliğini korumak maksadıyla rakiplerinden önce bu bölge üzerinde etkinlik kurmak zorunda olduğu; bu yönüyle düşünüldüğünde, projenin amaçları arasında ekonomik çıkarların önemli bir yerinin olduğu değerlendirilmektedir.

İlave olarak daha özelden; proje ile ilgili destek arayışlarında Avrupa Birliği ve Rusya ile sürekli temas halinde bulunulması, projenin Çin’in dâhil olmadığı G-8 ve NATO gibi platformlarda şekillendirilmesi gibi nedenlerle, Amerika’nın, orta vadede süper güç adaylarından görülen Çin’e karşı küresel rekabet ve durum üstünlüğü sağlamak için pozisyon aldığını da söylemek yanlış olmayacaktır. Nitekim Aralık 2004 sonunda, Çin’e karşı silah ambargosunu kaldırmayı düşündüğünü açıklayan Avrupa Birliğine karşı Amerika’nın sert tutumu, bu değerlendirmeyi destekleyecek şekilde Amerika Birleşik Devletleri’nin Çin’e bakış açısını ortaya koymaktadır (Eliküçük Yıldırım, 2017: 15-35; Usta, 2009: 40-50).

#### 4. SONUÇ

Soğuk Savaşın ardından dünyada doğu ve batı kutuplarının sona ermesiyle çoklu güç merkezleri oluşmuştur. Şüphesiz bunlar arasında başat ABD olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra elde ettiği konumunu koruyabilmek için muhtemel rakiplerinin önünü stratejik olarak kesmenin yollarına başvurmuştur. Bu bağlamda ABD, Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesi sonucunda Kuveyt petrolünün başka bir devletin eline geçmesini engellemek amacıyla Irak'a askerî müdahalede bulunmuştur. Kısa süren savaşın ardından Irak Kuveyt'ten çekilmek zorunda kalmıştır. Ardından ABD, Körfez ülkelerinin de isteğiyle buraya üsler kurarak bölgeye yerleşmiştir.

Çevreleme politikası uygulayan Başkan Clinton'dan sonra göreve Başkan Bush gelmiştir. Bush, dış politikasında Ortadoğu'da etkin olma yönünde stratejiler uygulamaya başlamıştır. 11 Eylül 2001 tarihinde meydana gelen terör saldırısı sonucunda benimsemiş olduğu etkin olma politikasını uygulama fırsatını yakalamıştır. 20 Eylül 2002 tarihinde George W. Bush imzasıyla yayınlanan Amerikan'ın yeni Millî Güvenlik Stratejisi'ne göre; ileride problem çıkarabileceği düşünülen her oluşum ya da ülkeye karşı nerede olursa olsun "vurulmadan önce vurma" felsefesi doğrultusunda karşılık verilmeli ve gerekirse düşman devletlerdeki rejimler değiştirilmelidir. Bu doktrin kapsamında ABD ilk olarak, jeopolitik konumu nedeniyle önemli bir değere sahip olan Afganistan'a harekât düzenlemiştir. 11 Eylül terör saldırısının faili olarak bilinen Usame Bin Laden'i himaye etmesi ve terörü desteklemesi harekate gerekçe olarak gösterilmiştir. ABD, Afganistan'a saldırısından sonra dünyanın neresinde olursa olsun kitle imha silahları (KİS) üreten veya bu silahlara sahip olan ve terörü destekleyen ülkelere müdahale edeceğini duyurarak küresel terör kavramını geliştirmiştir.

Amerikan Başkanı George Bush döneminde, ABD'nin Ortadoğu politikası İsrail ve Irak merkezli olarak şekillenmiştir. Çünkü SSCB'nin dağılması ile dünya üzerinde tek süper güç haline gelen ABD, tüm politikalarını kendi çıkarları ekseninde dünyayı ve Ortadoğu bölgesini tasarlama üzerine bina etmiştir. Körfez Savaşı'ndan sonra ABD tüm bölgeyi denetimi altına almıştır. Bundan sonra ABD, bölge petrolünü denetim altına almak için bölgeye askerî üsler kurmuştur.

Rusya'nın bölge politikaları ılımlı olmakla beraber ABD'nin politikalarına zıt olarak devam etmektedir. Rus diplomasisi daha yapıcı yönlerde bir gelişme göstermekte ise de İran, Irak ve Suriye'ye modern silahların sevkiyatı devam etmektedir. Doğu ile Batı arasında tansiyon azalsa dahi, Ortadoğu'nun ABD için stratejik önemi devam etmektedir.

Bölgedeki ABD menfaatlerinin korunması düşüncesi varlığını halen devam ettirmektedir. Bu itibarla, ABD'nin Doğu Akdeniz'de, Basra Körfezi'nde ve Hint Okyanusu'nda bir deniz gücü tesis etme zorunluluğu vardır. Bütün bu bölgelerde ABD zaman zaman tatbikat yapar ve ev sahibi ülkelerin desteğini geliştirme yollarını arar ve gerekli teçhizatını buralarda bulundurmaya çalışarak etkinliğini sürdürmektedir. ABD, Ortadoğu'ya yerleşmek ve enerji kaynaklarını kontrolü altına almak düşüncesiyle politikalar uygulamakta ve bu politikasını sürdürmektedir.

### **Kaynakça**

- Ağır B. S., (2007), “Bush Doktrini: Küresel Bir Hegemonik İstikrar Arayışı mı?”, *Uluslararası İlişkiler*, Cilt 3, Sayı 12, 71-100.
- Akbaş, Z. (2011), “ABD’nin Ortadoğu Politikalarının Sürdürülebilirliği ve Ortadoğu’da Güç Mücadelesi”, *History Studies*, ABD ve Büyük Ortadoğu İlişkileri Özel Sayısı, s.1-18.
- Akçay, E.- Akbal, Ö. (2013), “ABD Güvenlik Politikasında Söylem ve Pratik”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 7-29.
- Altunışık, M.B. (2009), “Ortadoğu ve ABD: Yeni bir Döneme Girilirken”, *Ortadoğu Etütleri*, Cilt 1, Sayı 1, s.69-81.
- Arı, T. (1998), *Basra Körfezi ve Ortadoğu’da Güç Dengesi*, Alfa Yayınevi, İstanbul, 1998.
- Arı, T. (2009), “Türk Dış Politikasının Ana Ekseninde Bir Değişiklik Yoktur”, Mülakatlarla Türk Dış Politikası, Cilt I, (Ed) H. Özdal, O. Bahadır Dinçer, M. Yegin, *USAK Yayınları*, Ankara.
- Arı, T. (2004), *Irak, İran ve ABD-Önleyici Savaş, Petrol ve Hegemonya*, 1.Baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Asaf, H., (2001), *Ortadoğu’da Devlet ve Terör*, Pınar Yayınları, İstanbul.
- Aşar, Y. (1991), *Ortadoğu, Değişen Dengeler*, Rehber Yayınları, İstanbul.
- Ataman, M. (2006), “Değerler ve Çıkarlar: ABD’nin Ortadoğu Politikasını Belirleyen Temel Unsurlar ve İlkeler”, *Ortadoğu Yıllığı*, 401-431.
- Aydın, M. (2003), “Amerika Dünyadan Ne İstiyor? ABD’nin Yeni Ulusal Güvenlik Stratejisi ve Dış Politikası”, *Stradigma.com*, 4, ISSN: 1303-9814.
- Bağcı, H. (2007), *Türk Dış Politikasında 1950’li Yıllar*, ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Batır, K. (2011), *Soğuk Savaş Sonrası Dönemde Amerikan Müdahaleciliği ve Uluslararası Hukuk*, Yönetim Bilimleri Dergisi (9: 1), 117-137.
- Bingöl, O. (2014), “ABD Ulusal Güvenlik Stratejisinin Küresel Uygulayıcıları: Coğrafi Muharip Komutanlıklar”, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, Harp Akademileri Yayınları, İstanbul.
- Bostancı, M. (2013), “Türk-Arap İlişkilerine Etkisi Bakımından Bağdat Pakti”, *Akademik Bakış*, Ankara.
- Bostanoğlu, B. (1999), *Türkiye-Amerika İlişkilerinin Politikası*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Bozan, M. (2020), “Türk ve Arap Yakınlaşmasının Stratejik Önemi”, *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4(2): 164-180.
- Brzezinski, Z. (1985), *Power and Principle: Memoirs of the National Security Adviser*, Revised Edition, Farrar, Straus, Giroux, USA.
- Çetinkaya, G. (2019), “Soğuk Savaş Döneminde Türkiye ve Eisenhower Doktrini”, *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi (UTAD)*, 3(2), s.1-14.

- 
- Çevik, H. (1995), *Uluslararası Politikada Ortadoğu*, Nüve Kültür Merkezi, İstanbul.
- Çolakoğlu, S. (2005), "Asya Pasifik'te Amerika: ABD'nin Batı'ya Açılma Macerası", *Doğu Batı*, c.8:32.
- Demir, A. (2014), "İran'ın Basra Körfezi'ni Bloke İhtimali ve Hürmüz Boğazı'ndan Geçişlerin Uluslararası Hukuk Açısından Analizi", *Savunma Bilimleri Dergisi*, Ankara.
- Dornan, J. E. (1974), "The Nixon Doctrine and the Primacy of Détente", *The Intercollegiate Review*, 9(2).
- Dursun, D. (1991), "Bağdat Paktı", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt 4, s.446-447.
- Gerger, H. (2012), *Kan Tadı*, Yordam kitap, 6.basım, İstanbul.
- Girling, J.L. S. (1970), "The Guam Doctrine", *International Affairs (Royal Institute of International Affairs)*, 6(1).
- Hasan D. ve Karaca A. (2013), "1950-1980 Döneminde Türkiye-Ortadoğu İlişkileri", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, s.121-136.
- Eliküçük Yıldırım, N. (2017), "Çin Dış Politikasında İttifak Yapmama Prensibi: Akademik Tartışmalar", *Savunma Bilimleri Dergisi*, Cilt 16, Sayı 2, s.15-35.
- Ertem, B. (2009), "Türkiye-ABD İlişkilerinde Truman Doktrini ve Marshall Planı", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 21, s.377-399.
- Frum D. (1994), *Dead Right*, Harper Collins, Toronto.
- Gerger, H. (2006), *ABD, Ortadoğu Türkiye*, Ceylan Yayınları, İstanbul.
- Güler, Y. (2004), "II. Dünya Harbi Sonrası Türk-Amerikan İlişkileri (1945-1950)", *Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, Kırşehir, 209-224.
- Harp Akademileri Komutanlığı Yayınları* (1992), *Ortadoğu'nun Tarihi Gelişimi*, İstanbul.
- Kalyon, L. (2010), "Truman Doktrini Üzerine Bir Analiz", *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, Harp Akademileri Yayınları, İstanbul.
- Karagüzel, A. (2020), "Yeni Yüzyılda ABD'nin Ortadoğu Politikası: Büyük Ortadoğu Projesi", *Türkiye Siyaset Bilimi Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, s.29-48.
- Kimball, J. (2006), "The Nixon Doctrine: A Saga of Misunderstanding", *Presidential Studies Quarterly*, 36(1).
- Kocaoğlu, M. (1995), *Uluslararası İlişkiler Işığında Ortadoğu*, Genelkurmay Basımevi, Ankara.
- Kona, G. G. (2003), "Orta Doğu'nun Yeni Sınırları", *Görüş Dergisi*, TÜSİAD, No. 54, (16-25), İstanbul.
- Köni, H. (2003), "Amerikan Ulusal Güvenlik Stratejisi", *Stratejik Analiz*, C. 4 S.38, s.83.
- Köylü, M. (2015), "Büyük Ortadoğu Projesi (BOP), Türkiye ve Suriye", *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 85-100.
-

- Kissinger, H. A. (1979), *White House Years*, Little-Brown, USA.
- Kuniholm, B. (1984), *Persian Gulf and the United States Policy*, Regina Books, California.
- Kurt, S. (2014), “Soğuk Savaş Sonrası ABD’nin Ortadoğu Politikası”, *Tarih Okulu Dergisi*, İzmir.
- Kurt, D, Pehlivan, Y., Korkmaz, E. (2020), *Kuruluşundan Günümüze Türk Hava Kuvvetleri*, Cilt II, Hava Basımevi, Ankara.
- Laurent, E. (1999), *Çöl Fırtınası*, (çev) Erden Akbulut, T. Ahmet Şensılay, E Yayınları, İstanbul.
- Memiş, E. (2002), *Kaynayan Kazan Ortadoğu*, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- Mcghee, G. (1992), *A.B.D.-Türkiye-NATO Ortadoğu*, Çev.: Belkıs Çorakçı, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Olson, R. (2005), *Türkiye-İran İlişkileri 1979-2004*, çev. Kezban Acar, Babil Yayınları, Ankara.
- Oran, B. (2001), *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular*, Belgeler, Yorumlar, cilt II, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Özcan, G.-Kut, Ş. (2000), *En Uzun Yol*, Büke Yayınları, İstanbul.
- Pehlivanoğlu, A. Ö. (2004), *Ortadoğu ve Türkiye*, 1. Baskı, Kastaş Yayınevi, İstanbul.
- Roberts, J. M. (2011), *Dünya Tarihi (18. Yüzyıl ve Sonrası...)*, İnkılap Kitabevi, Cilt 2, 2. Baskı, İstanbul.
- Saltürk, M., Semiz, H. (2007), “Orta Doğu Siyasetinin Yönlendirilmesinde Enerji Kaynaklarının Etkileri”, *On Birinci Askerî Tarih Sempozyumu Bildirileri I, (XVIII. Yüzyıldan Günümüze Orta Doğu'daki Gelişmelerin Türkiye'nin Güvenliğine Etkileri)*, İstanbul.
- Sander, O. (1991), *Siyasi Tarih 1919-1990*, 3.Baskı, İmge Yayınları, İstanbul.
- Schmidt, B. C. & Williams, M. C., “The Bush Doctrine and The Iraq War: Neoconservatives versus Realists”, *Security Studies*, 17:2, 2008.
- Serbest, M. B. (2017), “Süveyş Kanalı'nın Ulusallaştırılması Sorunu ve Süveyş Bunalımı”, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 6 Sayı: 4, s.689-711.
- Soysal, İ. (2000), *Türkiye'nin Uluslararası Siyasal Bağlıları (1945-1990)*, Cilt:2, Türk Tarih Kurumu, 2. Baskı, Ankara.
- Sönmezoğlu, F. (1989), *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Sümer, G. (2008), “Amerikan Dış Politikasının Kökenleri ve Amerikan Dış Politik Kültürü”, *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 19, s.119-144.
- Taşpınar, H. (2009), *Amerika Birleşik Devletleri'nin Petrol Politikası-Ortadoğu Örneği-(1950-1990)*, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Ana Bilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi, Edirne.
- Türkman, S. (2007), *ABD, Orta Doğu ve Türkiye*, Nobel Basımevi, Ankara.
- Uçarol, R. (1995), *Siyasi Tarih (1789-1994)*, Filiz Kitabevi, İstanbul.

- 
- Uğrasız, B. (2003), "ABD'nin Irak Politikası", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Cilt 5, Sayı 4, s.152-156.
- Usta, Y. (2009), *Amerika Birleşik Devletleri'nin Irak Politikası Bağlamında Türkiye ile İlişkileri (1990-2006)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Yalçın, O. (2013), "İkinci Dünya Savaşı Sonrasında Sovyet Tehdidi Karşısında Kalan Türkiye'nin Batı ile İş birliği Yapma Süreci", *Turkish Studies*, Ankara.
- Yalçın, O. (2013), "Amerika'n Toplumunun Oluşumu ve Güç Merkezi Olma Stratejisi", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6/3, 418-448.
- Yeşilbursa, B. K. (2011), "Bağdat Paktı (1955-1959)", *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı 6.
- Yeşilyurt, Y. (2018), "Orta Doğu'da Ulus Devlet Formasyonunun Ortaya Çıkardığı Sorunlar ve Türkiye", *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, Yıl 8, Cilt 8, Sayı 14, s.499-536.
- Yılmaz, H. (2016), "Adnan Menderes Dönemi Türkiye-Ortadoğu İlişkileri", *Birey ve Toplum Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 12, s.203-232.

#### **Gazeteler**

Akşam

Milliyet

Washington Post



## HABERDE GERÇEKLİK: SOSYAL MEDYADA GERÇEKLİK ALGISI ÜZERİNE BİR ANALİZ

*Mahmut Fevzi CENGİZ<sup>1</sup>*

*İlknur PATAN<sup>2</sup>*

### Özet

Günümüzde haber alma ve bilgi edinme aracı olarak internet ve özellikle de sosyal medya platformları geleneksel medya ile yarışır hale gelmiştir. İletişim teknolojilerinin gelişimi hayatımızda birçok alanda değişikliklere yol açmıştır. Yaşanan bu gelişim ile bilgiye ulaşım kolaylaşmış ve maliyeti düşmüştür. Bunun yanı sıra üretilen bilgi miktarı artmış ve bilginin internet ortamlarında hızlı yayılması söz konusu olmuştur. Ancak bu durum bilgilerin doğruluğunun kontrol sorununu da beraberinde getirmiştir. Sosyal medyada yanlış bilgi ve dezenformasyon konulu çalışmaların sayısı son yıllarda uluslararası literatürde artış göstermektedir. Ülkemizde de yanlış bilgi içeren haberlerle ilgili toplumdaki farkındalık düzeyinin ve kullanıcı pratiklerinin ortaya konulması amacıyla çalışmalar yapılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmada “Sosyal medyada paylaşılan haber içeriklerine yönelik kullanıcıların gerçeklik algısı nasıl gerçekleşmektedir?” sorusuna yanıt aranmaktadır. Çalışma kapsamında öncelikle, haberde gerçeklik ve sosyal medyada yalan haber olgusu ele alınarak konuyla ilgili alan yazın taraması yapılmıştır. Çalışmanın araştırma kısmında verileri toplamak için anket yöntemi kullanılmış, ankette sorularının bir kısmı likert ölçeği kullanılarak, diğer kısmında ise çoktan seçmeli sorularla hazırlanmıştır. Araştırmada katılımcıları belirlemek için tesadüfi örnekleme türlerinden biri olan basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucu elde edilen veriler sosyal medya ortamlarında yanlış bilgi içeren haberlerin kullanıcılar üzerindeki etkisi üzerine bilgiler vermektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Haberde Gerçeklik, Yalan Haber, Sosyal Medyada Gerçeklik

## REALITY In The NEWS: An ANALYSIS On THE PERCEPTION OF REALITY In SOCIAL MEDIA

### Abstract

Today, as a means of getting news and information, the internet and especially social media platforms have become competing with traditional media. The development of communication technologies has led to changes in many areas of our lives. With this development, access to information has become easier and its cost has decreased. In addition, the amount of information produced has increased and the information has spread rapidly in the internet environments. However, this situation brought along the problem of controlling the accuracy of the information. The number of studies on misinformation and disinformation on social media has increased in the international literature in recent years. In our country, it is important to carry out studies to reveal the level of awareness and user practices in the society about news containing false information. In this context, the aim of this study is to look for an answer to this question: How is the reality perception of users towards news content shared on social media? Within the scope of the study, firstly, the issue of reality in the news and the phenomenon of fake news in social media were discussed. In the research part of the study, the questionnaire method was used to collect the data, some of the questions in the questionnaire were prepared using the Likert scale, and the other part with multiple choice questions. Simple random sampling method, one of the random sampling methods, was used to determine the participants in the study. The data obtained as a result of the study provide information on the effect of news containing false information on users in social media environments.

**Keywords:** Reality in News, Fake News, Reality in Social Media

<sup>1</sup> Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Niksar MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ORCID: 0000-0001-7398-3392, mahmutfevzi.cengiz@gop.edu.tr, Araştırma Makalesi

<sup>2</sup> Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Niksar MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ORCID: 0000-0002-6534-6892, ilknur.patan@gop.edu.tr, Araştırma Makalesi

## 1. GİRİŞ

Günümüzde bireylerin haber ve bilgiye ulaşmak için kullandığı televizyon, radyo gibi geleneksel mecraların yanında çevrimiçi haber mecraları ve sosyal medya platformları da tercih edilen temel araçlar arasına girmiştir. Özellikle son dönemde sosyal medya platformlarından olan Twitter, Facebook gibi ortamlarla birlikte anlık mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp da haber takibi yapmak ve bilgi edinmek için tercih edilen önemli mecralara dönüşmüştür. Bu sosyal medya platformlarını kullanan bireyler zamana ve mekâna bağlı kalınmaksızın bahsi geçen araçlar üzerinden yapılabilecek olası manipülasyonlara da açık hale gelmektedir. Çünkü insanların çoğu sosyal medya platformlarında erişim sağladığı haberlere, geleneksel medya araçlarında karşılaştığı haberlere oranla daha fazla inanmakta ve itibar ettiği bu haberleri kendi sosyal ağlarında paylaşıp dolaşıma sokmaktadır. Sosyal medya platformlarının hızlı yayılımı kolaylaştırması ve geniş kitlelere ulaşma avantajını sağlaması yanlış bilgi vermek ve yalan haber yaymak isteyenlerin başvurduğu bir araç olmasına zemin hazırlamıştır.

Bir haberin medyada nasıl kurgulandığı ve sunulduğu; hangi konuların öne çıktığı ve gündemde ne kadar yer edindiği, bilginin kapsamında nelerin bulunduğu veya nelerin bilginin haricinde tutulduğu, ortaya çıkan bakış açıları ve çıkar ilişkilerine göre mesajların nasıl şekillendiği bilginin veya haberin doğruluğunu etkilemektedir. Bilgi teknolojileri alanında baş döndürücü değişimlerin yaşandığı günümüzde devamlı olarak yeni gelişimlere tanıklık etmekteyiz. Gerçekliğin sunumu, mesajların çarpıtılması, ön yargılar ve çıkarlar doğrultusunda yanlış bilgilerin aktarılması gibi faktörler de bilginin kalitesi üzerinde etkili olmaktadır. Bilginin yayılım hızının arttığı günümüzde, bireyler ve toplum açısından, güvenilirliği düşük olan, doğruluğu kanıtlanmamış, provokasyon ve manipülasyon amacıyla yapılan yanlış bilgilendirilmeler son derece yanıltıcı sonuçlar doğurabilmektedir. Tam da bu noktada bireylerin sanal dünyada en fazla zaman geçirdikleri ortamların başında gelen sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma sokulan yanlış bilgi içeren haberler, doğruluğu değiştirilmiş ya da doğruluğu teyit edilmemiş içerikler büyük bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Greenslade, 2017).

Sosyal medya mecralarında yanlış bilgi içeren haberlerin yayılımı; Çin’de ortaya çıkan ve dünyaya hızla yayılan Kovid-19 salgını ile birlikte artış göstermiştir. 2 Şubat 2020’de Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından Kovid-19 infodemi “Infodemic” tanımı ortaya atılmıştır. Doğru olmayan yanlış ve yanıltıcı bilginin özellikle internet ortamında hızla yayılımının, sorunun çözümüne zarar verdiği konusu gündeme getirilmiştir. DSÖ tarafından infodemi “insanların ihtiyacı olduğunda güvenilir ve geçerli kaynakları bulmada zorluk yaşamasına neden olan -bazıları doğru bazıları değil- bilgi fazlalığı” olarak tanımlanmıştır (DSÖ, 2020). DSÖ, internet ortamlarında yayılan yanlış bilgi içeren haberleri azaltmak amacıyla Facebook, Twitter ve TikTok gibi sektörün önde gelen devleriyle ortak çalışmalar yürüterek sorunu çözmeye çalışmaktadır.

Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde sosyal medyada yanlış bilgi ve yalan haber konusunda yapılan araştırmaların sayısı son yıllarda artış göstermektedir. We Are Social’ın 2020 yılında yapmış olduğu araştırma Türkiye’nin sosyal medya ve mobil kullanım istatistiklerini ortaya koymaktadır. Bu

İstatistikler dikkate alındığında ülkemizde sosyal medya kullanıcısı 54 milyondur. Bu rakama göre Türkiye nüfusunun %64'ü sosyal medya kullanmaktadır.<sup>3</sup> Bu bilgiler doğrultusunda sosyal medyada dezenformasyon sorununun oldukça yaygın olduğu ülkemizde de bu tür çalışmaların sayısının artırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılan çalışmada “Sosyal medyada paylaşılan haber içeriklerine yönelik kullanıcıların gerçeklik algısı nasıl şekillenmektedir?” sorusuna yanıt aranmaktadır. Araştırma; sosyal medya platformlarında erişim sağladığımız haberlerin ve bilgilerin doğruluğunu araştırma ve gerçek bilgiye ulaşma yöntemlerini sorgulama, yanlış ve doğru haberi ayırt etme yöntemlerini araştırma noktasında farkındalık yaratması açısından da önem taşımaktadır. Bu noktada çalışmada elde edilen sonuçların iletişim ve halkla ilişkiler alanında çalışan ve araştırma yapan uzman ve akademisyenlere de katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

## 2. HABERDE GERÇEKLİK ALGISI

Bir iletişim olgusu olarak haber “gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler hakkında en son, en yeni ve ilgi çekici enformasyondur.” şeklinde tanımlanmaktadır (Dursun, 2004: 69). Tokgöz (2012) ise haberi “herhangi bir zamanda geçen olay, fikir ya da sorunun özetidir” şeklinde açıklamıştır. Haber, toplumsal yaşamda bireylerin bir kısmını ya da çoğunluğunu alakadar eden, belirli bir zaman diliminde gerçekleşen olayı, sorunu ya da düşünceyi aktaran ses, görüntü, metin veya bunların karışımından meydana gelen kodlardır. Aynı zamanda gündelik hayatta bizi bilgilendiren, eğiten, öğretici, eğlendiren, mutluluk veren ya da üzen içeriklerden oluşan bilgiler de haber olarak nitelendirilmektedir.

Gerçeklik bir haberde olması gereken en temel kriterdir. Gerçeklik, hayal edilen ve tasarlanan imgenin aksine, gerçekte var olan ve varlığı algı ve yorumlardan bağımsız olan olgulardır. Gerçeklik olgusu düşünceden ve tasarlanmış olandan bağımsız olarak varlık gösterir. Gerçeklik bilinçten bağımsız olarak varlık gösterir ve zihinsel bir tasarım ürünü değildir. Uyarıların algılanıp yorumlanmasında her zaman öznellik söz konusu iken, gerçeklikte görecelilik ve öznellik değil, nesnellik vardır. Doğruluk olgusu ise, var olan gerçekliğin olduğu gibi ortaya koyulması ve herhangi bir değişiklik veya çarpıtmaya uğratmadan aktarılmasıdır (Türk, 2014: 16). Sosyal yaşamda kişiler gerçeklik denen olguyu iki farklı biçimde algılar. İlki, kişinin kendisinin yaptığı yani öznel gözlemler sonucunda, ikincisi ise, anlatılanlar ve haber/bilgi yayıcıları tarafından aktarılan gerçeklik yoluyla. Kitle iletişim araçları, toplumsal hayatta bireylerin yaşam alanlarının ötesindeki dünyadan bilgi/haber almalarını sağlayan en önemli araçtır. Bireyler dış dünyayı kendilerine sunulan bilgi ve haberler vasıtasıyla görmekte, tanımakta ve öğrenmektedirler. Toplumsal yaşamda toplumun üyesi olan bireylere ulaşan bilginin kaynağı onların dünyaya ve yaşama ilişkin bakış açılarını şekillendirmektedir. Ancak sosyal yaşamda bir olaya veya olguya ilişkin haber, haberi alan ve dağıtanların ideolojik bakış açılarından geçerek diğer bireylere aktarılmaktadır. Bundan dolayı, haberi aktaranların kişisel düşünce ve değer yargılarını taşımaktadır. (Girgin, 2000: 109). Bundan dolayı medyada okuduğumuz, izlediğimiz veya dinlediğimiz içerikler gerçek değil gerçekliğin kurgulanan bir sunumu olarak karşımıza çıkmaktadır.

<sup>3</sup> We Are Social, Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri, 2020.

Haber üretim süreçlerinde bir haberin tarafsızlığa ve nesnellığe yakınlığı o haberin karşıt görüşlere yer verip vermediği ölçüsünde gerçekleşmektedir. Bu bakımdan haberler toplumsal gerçekliği yeniden inşa eden unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Dursun, 2004: 37). Genel olarak medya içeriklerini “haberler” ve “diğer şeyler” olarak ikiye ayırmak gerekmektedir. Sinema, dizi, reklam gibi diğer medya formatlarına benzer bir şekilde haberler de saf gerçeklikten ibaret olmayıp birileri tarafından seçilen ve gerçekliğin yeniden kurgulandığı formatlardır. Burada duyurulacak bir haberin seçimi, söylemi ve sunuluş şekli çok daha farklı bir gerçeklik alanı oluşturabilmektedir. İçeriğinde yanlış bilgi unsurları ve yalan içeren haberlerin dahi profesyonelce kurgulanıp uygun koşullarda sunulduklarında bireyleri ve kitleleri kendilerine inandırabildikleri bir gerçektir (Girgin, 2000: 103).

Bir düşüncenin, bir konunun ya da bir olayın gerçekçi niteliklere sahip olup olmadığına karar verebilmek için birtakım unsurlara dikkat edilmesi gerekmektedir. Medya mesajlarında aktarılan bilgilerin kalite açısından incelemeye tabi tutulması gerekmektedir. Bilgiye ve habere ulaşmanın bu kadar kolay olduğu bir çağda, bilginin veya haberin kalitesi ve gerçekliğini değerlendirmek giderek güçleşmektedir. Medya metinlerini tarafsız şeyler olarak düşünülmemelidir. Kamera açıları, tercih edilen fotoğraflar, metinlerin kaplamış olduğu alan, metinlerin puntosu, içeriklerin yayımlandığı yer gibi ögeler mesajların hazırlanma aşamasında olumlu ya da olumsuz bakış açılarının şekillenmesinde büyük rol oynamaktadır. Haberin gerçekliği değerlendirilirken şu sorulara cevap aranması gerekmektedir: Bilginin kaynağı güvenilir mi? Eğer öyleyse güvenilirliğinin dayanağı nedir? Mesajı üreten kimdir, çıkarları ve dünya görüşleri düşünüldüğünde kimlere daha yakın ve kimlere daha uzak konumdadır? Konuyla ilgili ulaşılabilecek alternatif bilgi kaynakları nelerdir? (Bilici, 2017)

Gazeteciler ve editörler eşik bekçiliği rolü ile geleneksel medyada yer alan bilgileri doğruluk ve güvenilirlik bakımından filtrelemektedir. Herkesin her şeyi görebildiği internet ortamlarında bireyler rastgele derlenmiş bilgiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu noktada medya mesajlarının doğru bir şekilde algılanıp yorumlanmasında bireylerim dijital okuryazarlık becerileri belirleyici olmaktadır.

### **3. SOSYAL MEDYADA YALAN HABER VE DEZENFORMASYON SORUNU**

Eski çağlardan bu yana dedikodu, söylenti ve yanlış bilgi içeren haberler farklı amaçlarla kullanılmış ve etkileri pek çok tartışmaya hatta kargaşalara zemin hazırlamıştır. Kitlel olarak yayılan yanlış bilgi içeren haberin (fake news) geçmişi, kitle iletişim araçlarının tarihi kadar eskidir. Gazetecilik tarihindeki ilk yalan haber örneklerinden biri, 1835 yılında dönemin önde gelen gazetelerinden olan New York Sun’ın yayınlamış olduğu “Great Moon Hoax” isimli haber serisidir (Allcott ve Gentzkow, 2017: 214). Yayımlanan haber serisinin içeriği ayda yarı insan yarı yarasa canlıların yaşadığı ve bu canlıların orada gelişmiş bir medeniyet kurduğu yönündedir. Ayrıca bu iddialar resimler ve ayrıntılı tasvirlerle altı makalelik bir seri halinde yayınlanmıştır. Söz konusu makalelerde yer alan bilgiler dönemin bilindik astronomlarından Sör John Herschel’in elde ettiği bulgularla ilişkilendirilmiştir. Ancak gerçekte Sör John Herschel’in kendisine atfedilen olaylarla ve kanıtlarla herhangi bir ilişkisi bulunmamaktadır. Haberlerin ilk defa ticari bir ürüne dönüştüğü varsayılan bu dönemde New York Sun gazetesi, ayda yarı insan yarı canlı yaşadığını öne sürdüğü bu yalan haberiyle büyük bir tiraj yakalamış ve uzun süre bu popülaritesini sürdürmüştür. Günümüzün bilimsel gerçeklik perspektifinden değerlendirildiğinde uydurma olduğu aşikâr olan bu

haber inandırıcı bulunması belki de gazete okurlarının naifliğiyle ilişkilendirilebilir. Bu durum diğer yandan dönemin koşulları dikkate alındığında pek de şaşırtıcı değildir (Taş ve Taş 2018: 186).

Yalan haber ve yanlış enformasyon ile ilgili tartışmalara hem yazılı basın geliştirdiği dönemlerde hem de elektronik kitle iletişim araçlarının geliştiği dönemlerde rastlanmıştır. Özellikle siyasi menfaat veya siyasi güç elde etmek için medyada yer alan haber içeriklerine yönelik yapılan müdahaleler, haber etiği ve medyada mülkiyet gibi sorunlarla birlikte tartışılmıştır. İnternetin ortaya çıkması ve yaygınlaşması ve özellikle 2000'li yıllar ile birlikte hayatımıza giren sosyal medya platformları bu durumu daha da karışık hale getirmiştir. İnternet ortamlarında ve özellikle kullanıcı merkezli içerik üretimini temel alan sosyal medya mecralarında üretilen bilgilerin doğrulanma işlemi ve editoryal süreçten geçme zorunluğu olmaksızın kullanıcılar tarafından geniş kitlelere aktarılması mümkün olmuştur (Allcott ve Gentzkow, 2017: 211).

Günümüzde yaşanan önemli değişimlerden biri de geleneksel medyanın gücünü ve yaygınlığını büyük ölçüde yeni medya ortamlarına kaptırıyor olmasıdır (Nielsen ve Graves, 2017). Sosyal medyanın önemli bir teknolojik gelişme olarak ortaya çıkışı propaganda amaçlı mesajların yayılma pratiklerini de derinden etkilemiştir. Propaganda kavramı ideolojilerin yayılması, yalan bilgi/haber, manipülasyon, dezenformasyon ve beyin yıkama gibi kavramlarla birlikte hatta bazen eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. (Türk ve Avcı, 2020). Özellikle yalan haberin yayılımı tartışmalarında sosyal medya mecraları öne çıkmaktadır. Sosyal medya mecralarında doğruluğu henüz kanıtlanmamış yanlış bilgi içeren haberlerin yayılma hızında artış yaşanmış, bu içerikler hem profesyonel içerik üreticiler hem de sıradan kullanıcılar aracılığıyla kısa sürede geniş kitlelere ulaşır hale gelmiştir. Bu süreçte kullanıcıların yalan haber, yanlış enformasyona karşı nasıl bir bakış açısına sahip olduğu, karşılaştıkları farklı enformasyon türlerine yönelik ayırtmayı yapma becerilerine yönelik sorular önem kazanmıştır. Nielsen ve Graves (2017), farklı ülkelerden İnternet kullanıcılarının yalan haber algısı üzerine yaptıkları çalışmalarında yalan haberlerin, “onu yayınlayan haber medyası, ona katkıda bulunan bazı politikacılar ve onu dağıtmaya yardım eden bazı platformların birleşimi tarafından yönlendirilen bir sorun” olarak ifade edildiği sonucuna ulaşmışlardır. Ancak kullanıcılar, propaganda ve reklama yönelik hazırlanan enformasyonu belirli ölçüde tanıyabilmektedir. Ancak haber süsü verilen yanlış bilgilerin ayırtımını kesin olarak yapamamaktadır. Kullanıcılar siyasi propaganda, sponsorluk, reklam gibi içerikleri, parodi metin ve yalan haberden daha çok haber olarak değerlendirmektedir (Nielsen ve Graves, 2017).

ABD'deki Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) tarafından yapılan bir araştırma sonucuna göre sosyal medya platformlarında yalan haberlerin doğru haberlere oranla altı kat daha hızlı yayıldığı ortaya konulmuştur. Araştırma ekibi, Twitter'da 2006-2016 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte toplam 126.000 haberin yayılımını incelemiştir. Doğruluğu kanıtlanmamış haberlerin sosyal medya platformlarında paylaşılma ihtimalinin doğru haberlere oranla daha fazla olduğu saptanmıştır. Araştırma kapsamında yayılımı incelenmiş olan haberlerin doğruluğu ve yanlışlığı altı farklı doğrulama platformu ile kontrol edilmiştir. İnternet ortamlarında yalan haber sorunu ülkemizde de gün geçtikçe üzerinde düşünülmesi gereken ciddi bir sorun haline gelmiştir. Öyle ki 2018 yılında Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü tarafından yayınlanan Dijital Haber Raporu'nda kamunun yalan haberden en çok şikâyet ettiği ülkeler sıralamasında Türkiye ilk sıralarda yer almaktadır. Reuters'in yapmış olduğu

araştırmaya Türkiye’den katılım sağlayan her iki kişiden birisi sosyal medya platformlarında yalan haberle karşılaştığını dile getirmektedir (Teyit, 2020).

Son yıllarda yalan haber ve dezenformasyonun önlenmesine yönelik olarak devletler ve devlet üstü kurumlar tarafından da sosyal medya platformlarına yönelik talepler gelmektedir. Bu talepler doğrultusunda sosyal medya platformları da daha fazla sorumluluk alarak bu mecralardaki yalan haber ve dezenformasyonu önlemeye yönelik adımlar attığı bilinmektedir. Bu konuda AB Komisyonu’nun sosyal medya platformlarında yalan haberlerle mücadeleyle ilgili 2019 yılı Nisan ayında yayınladığı aylık değerlendirme raporu oldukça dikkat çekicidir. Söz konusu raporda, Avrupa Parlamentosu (AP) seçimlerinden önce şeffaflığı arttırmak için Twitter, Facebook ve Google’ın yapmış olduğu çalışmalar takdir edilmiştir. Ayrıca sosyal medya platformlarında siyasal reklamların işaretlenmesinin olumlu bir tutum olduğu öne sürülen raporda yalan haber ve oluşturulan sahte hesaplarla daha çok mücadele edilmesi gerektiği belirtilmiştir (Güneş, 2020). Veri analiz şirketi olan Cambridge Analytica’nın, 2018 yılında milyonlarca Facebook kullanıcılarının kişisel verilerine izinsiz bir şekilde ulaşım sağlaması ve bu verileri seçimleri etkilemek amacıyla kullandığına dair suçlamalar büyük bir kriz yaşanmasına sebep olmuştur. Bu durum sosyal medya platformuna yönelik eleştirileri artırmıştır. Ayrıca söz konusu şirket 2016 ABD Başkanlık seçimlerinde Donald Trump’ın ekibiyle birlikte çalışmıştır (BBC, 2020).

Çin’in Wuhan kentinde 2019 yılının sonunda ortaya çıkan Kovid-19 salgını ile birlikte sosyal medya mecralarında yanlış bilgi içeren haberlerin yayılımı da artış göstermiştir. DSÖ tarafından 2 Şubat 2020’de pandemi döneminde artış gösteren yanlış bilgi ve haber sorunu infodemi “Infodemic” olarak tanımlanmıştır. Söz konusu dönemde doğruluğu kanıtlanmamış bilginin özellikle internet ortamlarında hızla yayılması pandemi sorunun çözüm sürecine zarar verdiği yönünde görüşlerin gündeme gelmesine sebep olmuştur. İnsanların teyit edilmemiş yalan bilgilerle paniğe kapılması bu sürecin kontrol edilmesini zorlaştırmıştır (DSÖ, 2020). Ülkemiz de bu konuda gerçekleştirilen çalışmalar söz konusu açıklamayı destekler niteliktedir. TRT Akademi’nin (2020) infodemi araştırmanın sonuçlarına göre Pandemi sürecinde korona virüsle ilgili bilgilere ulaşmak için katılımcıların %76’sı televizyon haberlerini, %42’si internet haber sitelerini, %32’si Sağlık Bakanlığı ve Bakanının verdiği bilgi ve haberleri, %24’ü ise Instagramı takip ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu haberleri daha çok geleneksel medya aracı olan televizyondan takip ettiklerini belirtse de en fazla yanlış haber/bilgi içerdiği düşünülen kanal sorgulandığında, genel olarak sosyal medya kanallarında daha fazla yanlış haber veya bilgiye maruz kaldıklarını belirtmişlerdir.

## 4. HABERDE GERÇEKLİK VE DİJİTAL OKURYAZARLIK BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYADA GERÇEKLİK ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Son yıllarda haber alma ve bilgi edinme aracı olarak geleneksel medyanın yanında sosyal medya platformları da bireyler tarafından tercih edilen mecralar haline gelmiştir. Ancak söz konusu erişilen bilgi ve haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği olduğunda sosyal medya platformları bazı soru işaretlerine neden olmaktadır. Çalışmanın amacı, bireylerin habere erişim sürecinde hangi araçları daha çok kullandıklarını, sosyal medyayı ne sıklıkta kullandıkları, sosyal medyada kimlerin paylaştıkları içeriklerin doğruluğuna daha çok güvendikleri ve sosyal medyada karşılaştıkları haberlerde gerçeklik algılarının nasıl oluştuğunu ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışmada “Sosyal medyada paylaşılan haber içeriklerine yönelik kullanıcıların gerçeklik algısı nasıl şekillenmektedir?” sorusuna yanıt aranmaktadır.

### 4.2. Araştırmanın Evren, Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 18 yaşından büyük bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle toplamda 540 katılımcı belirlenmiştir. Anketler internet ortamında bir ara yüz üzerinden katılımcılara ulaştırılmış sisteme IP sınırı koyularak her bir katılımcının anketi bir kez doldurması sağlanmıştır. Anket linkleri katılımcılara Facebook, Whatsapp ve email üzerinden ulaştırılmıştır.

### 4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada sayısal veriler esas alınacağı için, veriler nicel veri toplama yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada gerekli verileri toplamak için anket yöntemi kullanılmış, ankette sorularının bir kısmı likert ölçeği kullanılarak, diğer kısmında ise çoktan seçmeli sorularla hazırlanmıştır. Katılımcılardan edilen veriler SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Sciences) istatistik analiz programına girilmiş ve veriler değerlendirilirken sayı, ortalama ve yüzde gibi değerler kullanılmıştır.

Katılımcıları belirlemek için tesadüfi örnekleme türlerinden biri olan basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit rastgele örnekleme de denilen basit tesadüfi örnekleme yönteminde seçilen her birim tesadüfi olarak belirlenir. Burada evrendeki öğelerin örnekleme girme olasılığı birbirine eşittir ve bu yöntemde araştırmacının örnek seçme konusunda sistematik hataya düşme ihtimali düşüktür (Neuman, 2006: 214).

### 4.4. Araştırma Soruları

Araştırmanın ana problemi “Sosyal medyada paylaşılan haber içeriklerine yönelik kullanıcıların gerçeklik algısı nasıl şekillenmektedir?” sorusudur. Bu problem çerçevesinde tasarlanan araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

Katılımcılar:

A.S.1: Habere hangi kanallar üzerinden ulaşmaktadır?

A.S.2: Hangi kaynaklar üzerinden gelen haberleri daha güvenilir bulmaktadır?

A.S.3: Yanlış bilgi içeren habere hangi kaynaklarda ve ne sıklıkta rastlamaktadırlar?

A.S.4: Doğruluğunu teyit etmedikleri haberleri başkalarıyla paylaşıyorlar mı?

A.S.5: Hangi sosyal medya mecralarında daha sık haber ve bilgi paylaşımında bulunuyorlar?

A.S.6: Sosyal medyada kimlerin paylaştıkları haber veya bilgilere daha çok güveniyorlar?

#### 4.5. BULGULAR

##### 4.5.1. Katılımcıların Demografik Verileri

Araştırma kapsamında hazırlanan 540 adet anket web tabanlı bir ara yüz ile katılımcılara uygulanmıştır. Katılımcılardan elde edilen anket verileri SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Sciences) istatistik analiz programına girilmiş ve istatistiksel analizler yapılmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerinin frekans analizi sonuçları aşağıdaki Tablolar'da verilmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Cinsiyetlerini Gösteren Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde
<b>Erkek</b>	260	48,1
<b>Kadın</b>	280	51,9
<b>Toplam</b>	540	100

Tablo 1'de görüldüğü üzere katılımcıların %48,1 (260) erkek, 51,9'u (280) ise kadınlardan oluşmaktadır.

**Tablo 2:** Katılımcıların Yaşlarını Gösteren Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde
<b>18-25</b>	190	35,2
<b>26-35</b>	137	25,4
<b>36-45</b>	115	21,3
<b>46-55</b>	45	8,3
<b>56-65</b>	40	7,4
<b>65 üstü</b>	13	2,3
<b>Toplam</b>	540	100

Tablo 2'de görüldüğü üzere katılımcıların % 35,2'si (190) 18-25, % 25,4'ü (137) 26-35, % 21,3'ü (115) 36-45 yaşları arasındadır. Ayrıca katılımcıların %8,3'ü (45) 46-55, %7,4'ü (40) 56-65 yaşları arasındadır. Yaşı 65'in üzerinde olan kişilerin oranı ise yalnızca % 2,3 (13) olarak gerçekleşmiştir.



**Tablo 3:** Katılımcıların Eğitim Düzeylerini Gösteren Frekans Tablosu

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Üniversite</b>	277	51,3
<b>Lise</b>	110	20,4
<b>Ortaokul</b>	52	9,6
<b>Yüksek Lisans</b>	49	9,1
<b>İlkokul</b>	32	5,9
<b>Doktora</b>	20	3,7
<b>Toplam</b>	540	100

Tablo 3’de görüldüğü üzere katılımcıların %51,3’ü (277) lisans mezunudur. Ayrıca katılımcıların %24,3’ü (110) lise, %9,6’sı (52) ortaokul, %9,1’i (49) de yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların 3,7’si (20) ise doktora mezunudur.

**Tablo 4:** Katılımcıların Mesleklerini Gösteren Frekans Tablosu

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Öğrenci</b>	147	27,2
<b>Devlet Memuru</b>	119	22
<b>Diğer</b>	79	14,6
<b>İşçi</b>	65	12
<b>Ev Hanımı</b>	52	9,6
<b>Serbest Meslek</b>	47	8,7
<b>Emekli</b>	31	5,7
<b>Toplam</b>	540	100

Tablo 4’de görüldüğü üzere katılımcıların %27,2’si (147) öğrenci, %22’si (119) memur, %14,6’sı (79) diğer melek grupları, %12’si (65) işçi, %9,6’sı (52) ev hanımı, %8,7’si serbest meslek sahibi ve kalan %5,7’si (31) ise emeklidir.

**Tablo 5:** Katılımcıların Gelir Düzeylerini Gösteren Frekans Tablosu

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>2.500 – 4.000 TL</b>	177	33,8
<b>4.000-7.000 TL</b>	149	28,4
<b>2.500 TL'den Az</b>	87	16,6
<b>7.000-10.000 TL</b>	58	11,1
<b>10.000 TL Üstü</b>	53	10,1
<b>Toplam</b>	524	100

Tablo 5’de görüldüğü üzere bu soruya toplamda 524 kişi cevap vermiştir. Katılımcıların %33,8’i (177) 2.500-4.000 TL, %28,4’ü (149) 4.000-7.000 TL, %16,6’sı (87) 2.500 TL’den az, %11,1’i (58) 7.000-10.000 TL ve %10,1’ is (53) ise 10.000 TL üstü aylık hane halkı gelir grubunda bulunmaktadır.

**Tablo 6:** Katılımcıların Medeni Durumlarını Gösteren Frekans Tablosu

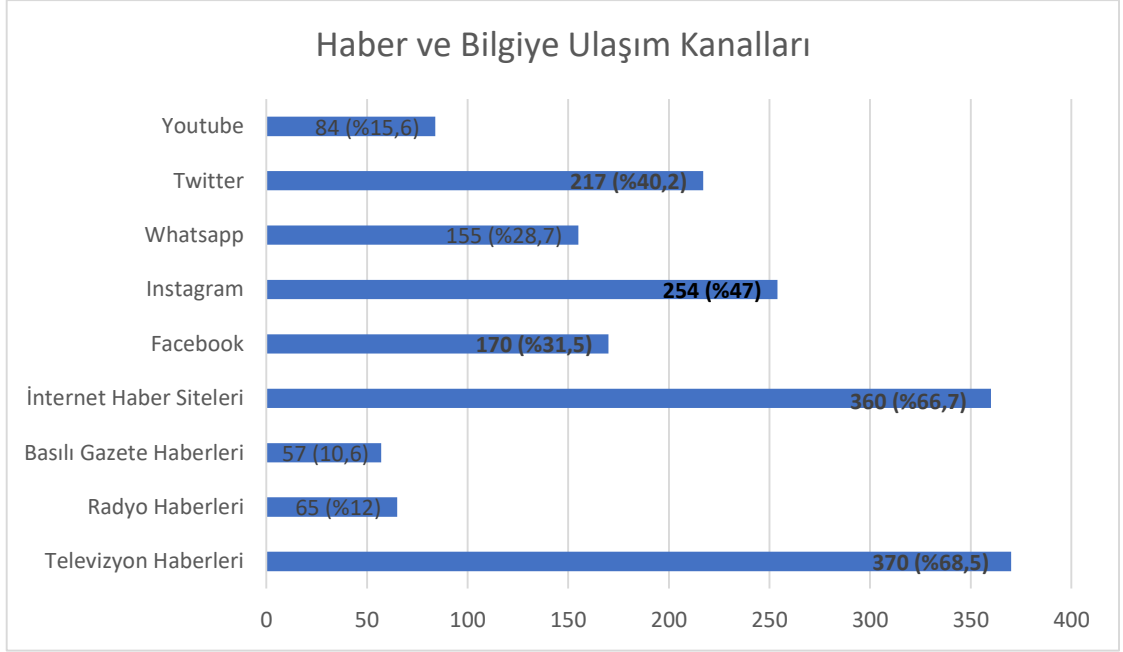
	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Eveli</b>	272	50,7
<b>Bekar</b>	264	49,3
<b>Toplam</b>	536	100

Tablo 6’da görüldüğü üzere bu soruya toplam 536 katılımcı yanıt vermiş olup katılımcıların %50,7’si (272) evli, %49,3’ü ise (264) bekarıdır.

#### **4.5.2. Haber Kaynaklarına Erişim ve Haber Kaynakları Güvenirlik Algısı**

Araştırmanın bu kısmında katılımcılara “A.S.1: Habere hangi kanallar üzerinden ulaşmaktadır?” sorusu bağlamında “Haber veya bilgiye en çok hangi kanallar üzerinden ulaşıyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 1:** Katılımcıların Haber ve Bilgiye Hangi Kanallardan Ulaştıklarını Gösteren Grafik Tablosu



Grafikte görüldüğü üzere katılımcıların %68,5'i (370) haber veya bilgiye ulaşımında televizyon haberlerini tercih ettiğini belirtmiş, ikinci olarak ise %66,7'si (360) internet haber sitelerini tercih ettiğini ifade etmiştir. Bu durum, geleneksel medyanın topluma haber ve bilgi dağıtımında halen etkisini ve gücünü koruduğunu ancak yeni medya ortamlarının haber veya bilgiye ulaşma tercihlerinde geleneksel medya ile yarışır hale geldiği sonucunu ortaya koymaktadır. İlk iki sırayı takiben katılımcıların haber veya bilgiye ulaşmada kullandıkları mecra tercihleri sırasıyla % 47 (254) Instagram, %40,2 (217) Twitter, %31,5 (170) Facebook, %28,7 (155) Whatsapp, % 15,6 (84) Youtube, % 12 (65) radyo haberleri ve son olarak %10,6 (57) basılı gazete haberleri şeklinde olmuştur. Grafikteki veriler dikkate alındığında basılı gazetelerin habere ulaşmada etkisini yitirdiği görülmektedir. Buna karşın internet haber siteleri basılı gazetelerin yerini almış olarak görünmektedir. Türkiye’de ve dünyada son dönemde basılı hayatına son veren gazetelerin sayısı da artmaktadır. Kâğıt ve baskı masraflarının artışı, reklam gelirlerinin düşmesi ve daha az sayıda insanın basılı gazeteyi belli bir ücret karşılığında satın almayı istemesi gazetelerin dijital ortamlara taşınmasına ortam hazırlamaktadır. Ayrıca internet ortamlarında bilgiye ve habere erişim bağlantı araçları ile (telefon, bilgisayar, tablet) yer ve zamandan bağımsız olarak kolayca ulaşılabilmesi daha çok insanın bilgi ve habere ulaşmada internet haber sitelerini tercih etmesine neden olmaktadır.

Araştırmanın bu kısmında katılımcılara “A.S.2: Hangi kaynaklar üzerinden gelen haberleri daha güvenilir bulmaktadır?” sorusu bağlamında “Aşağıdaki kaynaklardan gelen haber veya bilgileri ne kadar güvenilir buluyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 7:** Haber Kaynağı Güvenilirliğini Gösteren Frekans Tablosu

	Kesinlikle Güvenilmez		Güvenilmez		Az Güvenilir		Güvenilir		Kesinlikle Güvenilir		Toplam Ağırlıklı Ortalama	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Televizyon Haberleri	33	6,1	40	7,4	179	33,1	248	45,9	40	7,4	540	3,41
Radyo Haberleri	24	4,4	37	6,9	211	39,1	245	45,4	23	4,3	540	3,38
Basılı Gazete Haberleri	34	6,3	52	9,6	200	37	228	42,2	26	4,8	540	3,30
İnternet Haber Sitelere	34	6,3	81	15	318	58,9	98	18,1	9	1,7	540	2,94
Twitter	62	11,5	95	17,6	247	45,7	116	21,5	20	3,7	540	2,88
Whatsapp	73	13,5	145	26,9	256	47,4	61	11,3	5	0,9	540	2,60
Youtube	82	15,2	139	25,7	242	44,8	69	12,8	8	1,5	540	2,60
Instagram	84	15,6	144	26,7	250	46,3	58	10,7	4	0,7	540	2,54
Facebook	106	19,6	171	31,7	222	41,1	38	7	3	0,6	540	2,37

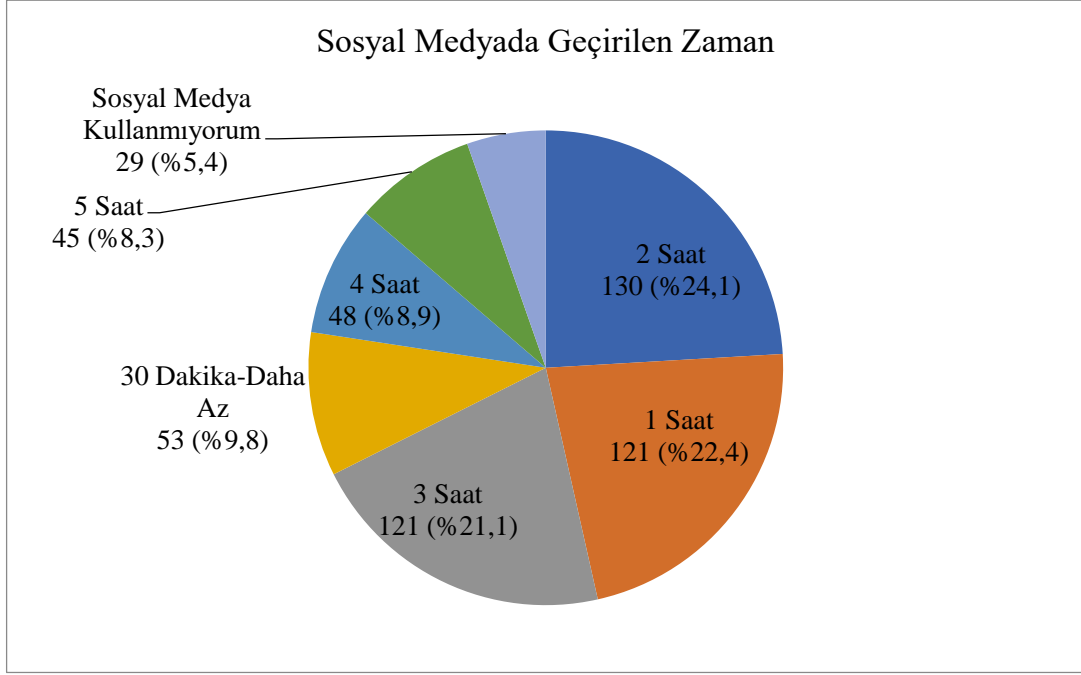
Tabloda görüldüğü üzere katılımcılar en çok (3,41) televizyon haberlerine güvendiğini belirtirken bunu radyo haberleri (3,38) ve basılı gazete haberleri (3,30) takip etmiştir. Bunu sırasıyla internet haber siteleri, Twitter, Whatsapp, Youtube, Instagram ve son olarak Facebook takip etmiştir. Burada katılımcıların geleneksel medya araçlarından edindikleri bilgi ve habere yeni medya ortamlarından edindikleri bilgi ve haberlerden daha fazla güvendikleri görülmektedir. Bu sonuçlar bir bakımdan toplumsal bir çelişkiyi de gözler önüne sermektedir. Katılımcılar radyo ve basılı kaynakları habere ulaşmada en az tercih ettikleri halde bilgi ve haberin güvenilirliği noktasında yeni medya ortamlarına oranla geleneksel medya ortamlarına hala çok güvenmektedir. Buna karşın sosyal medya platformlarında (Twitter, Whatsapp, Youtube, Instagram, Facebook) güven düzeyinin düşük olduğu saptanmıştır.

Yeni medya ortamlarında herkes hem bilgi ve haberin üreticisi hem de tüketicisi olmuştur. Günümüzde herkes eskiden sadece medya çalışanlarına, kurum ve kuruluşlara ve üretim firmalarına özgü olan içerik üretimi ve hedef kitlelere iletim faaliyetlerini sosyal medya üzerinden yapabilmektedir. Ancak sosyal medya platformlarında editöryal bir süreç ya da doğrulama işleminden geçme zorunluğu olmaksızın bilgi ve haberin herhangi bir kullanıcı tarafından üretimi ve daha geniş bir kitleye dağıtımı söz konusudur. Geleneksel medyada ise halen editöryal süreçlerin işlemesi ve bu mecraların RTÜK gibi denetleyici üst

yapılar tarafından denetime daha açık olması geleneksel medyayı yeni medya ortamlarına kıyasla bilgi ve haberin güvenilirliği noktasında daha kabul edilebilir kılmaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara “Günde ortalama kaç saat sosyal medyada vakit geçiriyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 2:** Katılımcıların Sosyal Medyada Geçirdikleri Zamanı Gösteren Grafik Tablosu

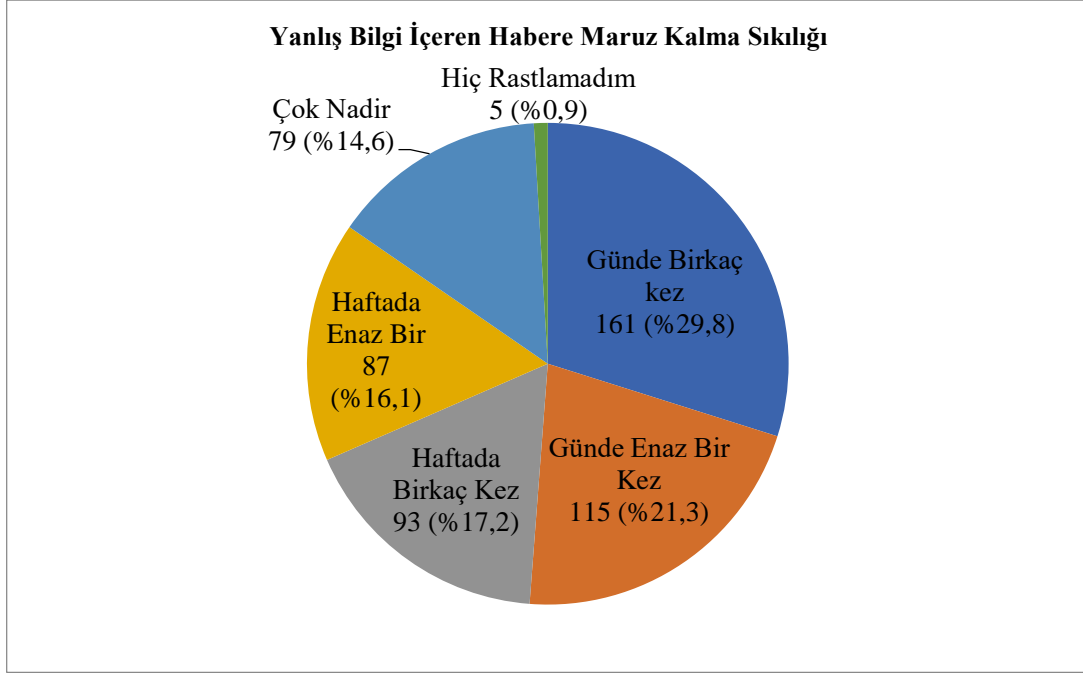


Grafik 2’deki bulgulara göre katılımcıların %62,4’ü (344) sosyal medyada günde 2 veya daha fazla zaman geçirdiğini ifade etmiştir. Burada katılımcıların %17,2’sinin (93) sosyal medyada 4 saat veya daha fazla zaman geçirdiğini belirtmesi de oldukça dikkat çekicidir. Buna karşın katılımcıların yalnızca %5,4’ü (29) sosyal medya kullanmadığını belirtmiştir. Günümüzde sosyal medya mecraları yalnızca haber alma ve bilgi edinme amacıyla değil aynı zamanda sosyalleşme, hoşça vakit geçirme ve alışveriş yapma gibi farklı amaçlarda daha fazla kullanılabilir hale gelmiştir. Ancak bu mecralardaki kullanıcı bazlı üretim ve kontrol mekanizmalarının eksikliği kullanıcıları manipülasyonlara da açık hale getirmektedir. Ayrıca son yıllarda sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar bu platformları yoğun bir şekilde kullanmanın bireylerde depresyona yol açtığını ve onların sosyal ortamlardan soyutlanmasına neden olduğunu da ortaya koymaktadır (Bavelier ve diğerleri, 2010).

#### 4.5.3. Yanlış Bilgi İçeren Habere Maruz Kalma ve Yayma

Araştırmanın bu kısmında katılımcılara “A.S.3: Yanlış bilgi içeren habere hangi kaynaklarda ve ne sıklıkta rastlamaktadırlar?” sorusu bağlamında “Medyada yanlış bilgiyi içeren haberlere ne sıklıkta maruz kalıyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

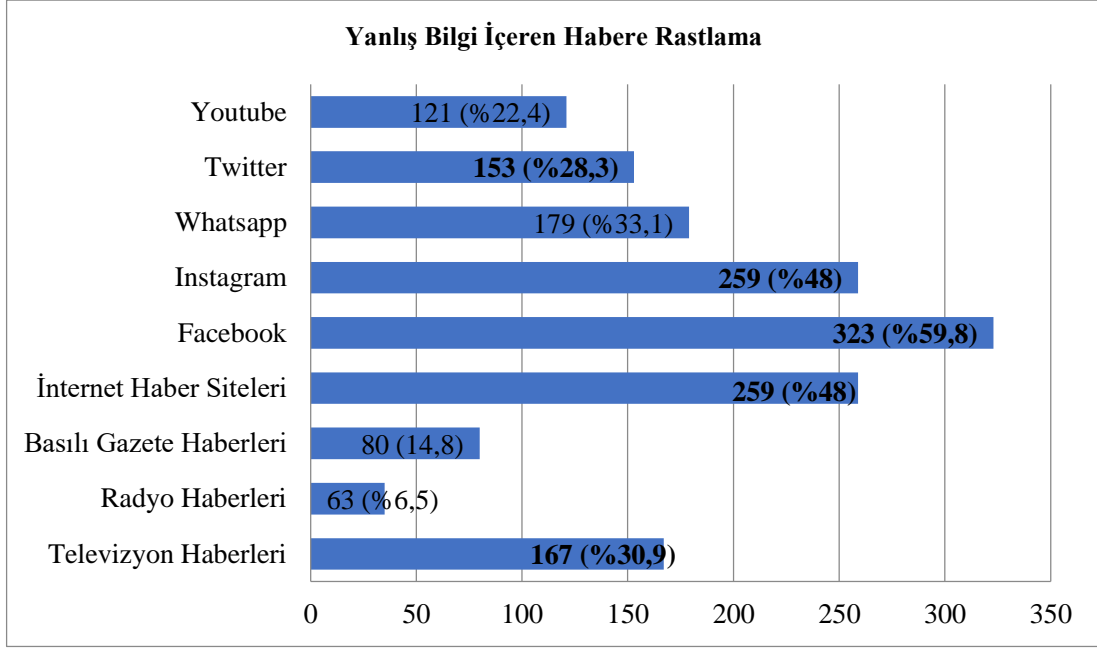
**Grafik 3:** Katılımcıların Yanlış Bilgi İçeren Habere Maruz Kalma Sıklığını Gösteren Grafik Tablosu



Grafik 3'teki bulgulara göre katılımcıların %29,8'i (161) günde birkaç kez, %21,3'ü (115) günde en az bir kez, %17,2'i (93) haftada birkaç kez, %16,1'i (87) ise haftada en az bir yanlış bilgiyi içeren habere maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %14,6'sı (79) çok nadir olarak medyada yalan habere maruz kaldığını belirtirken yalnızca %0,9'u (5) hiç yanlış bilgi içeren habere maruz kalmadıklarını ifade etmişlerdir. Grafikteki sonuçlar dikkate alındığında katılımcıların tamamına yakının farklı sıklıklarda da olsa yanlış bilgi içeren habere maruz kaldığını göstermektedir. Nitekim son yıllarda yapılan çalışmalar da Türkiye'nin yalan haber konusunda karnesinin oldukça kötü olduğunu ortaya koymaktadır. Reuters'in 2018 yılı Dijital Haber Raporu'na (Journalism Digital News Report) göre Türkiye raporda incelenen 37 ülke arasında en fazla yalan habere maruz kalınan ülke olarak birinci sırada yer almaktadır (Teyit: 2020).

Araştırmanın bu kısmında katılımcılara "A.S.3: Yanlış bilgi içeren habere hangi kaynaklarda ve ne sıklıkta rastlamaktadırlar?" sorusu bağlamında "Medyada yanlış bilgi içeren haberlere en çok hangi kaynaklarda rastlıyorsunuz?" sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

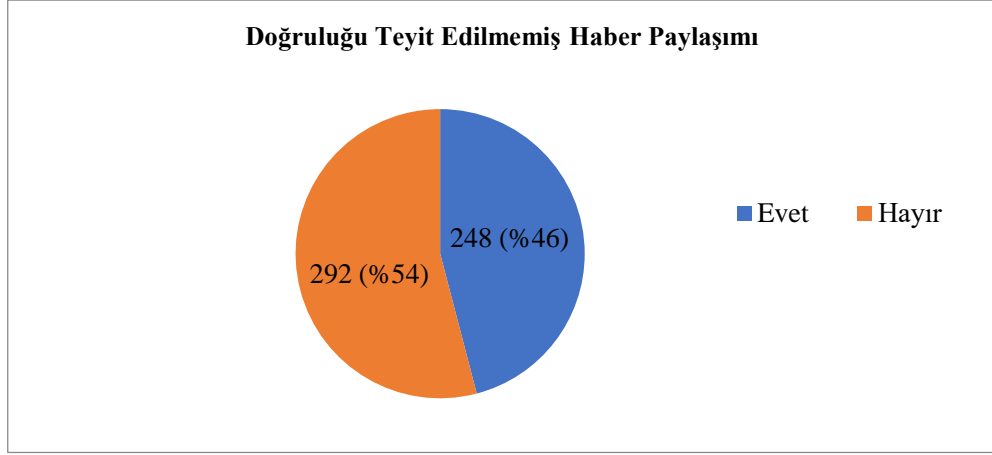
**Grafik 4:** Katılımcıların En Çok Hangi Medya Kanallarında Yanlış Bilgi İçeren Habere Rastladıklarını Gösteren Grafik Tablosu



Grafik 4'te görüldüğü üzere katılımcıların %59,8 (323) oran ile yanlış bilgi içeren habere Facebook'ta rastladıklarını belirtmişlerdir. Bunu sırasıyla %48'er (259) oranlarla Instagram ve internet haber siteleri, %31,1 (179) Whatsapp, %30,09 (167) televizyon haberleri, %28,3 (153) Twitter, %22,4 (121) Youtube, %14,8 (80) basılı gazete haberleri ve son olarak %6,5 (63) radyo haberleri takip etmiştir. Bu sonuçlar dikkate alındığında katılımcıların genel olarak yeni medya ortamlarında geleneksel medyaya oranla yanlış bilgi içeren habere daha fazla maruz kaldıkları görülmektedir. Özellikle yanlış bilgi içeren haberlere maruz kalmada Facebook başı çekmektedir. Katılımcıların yarıdan fazlası Facebook üzerinde yalan haber veya yanlış bilgi ile karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Bu noktada yanlış habere maruz kalma ile haber kanallarının güvenilirliği arasında doğrudan bir ilişki olduğu gözükmemektedir. Buradaki bulgular ile Tablo 7'deki bulgular karşılaştırıldığında geleneksel medya araçlarında (televizyon, radyo ve basılı gazete) yeni medya ortamlarına (Facebook, Instagram, Whatsapp) kıyasla yanlış bilgi içeren habere daha az maruz kaldığı ve bu nedenle de geleneksel medyaya olan güvenin daha fazla olduğu söylenebilir.

Araştırmanın bir diğer amacı ise kullanıcıların sosyal medya platformlarında karşılaştıkları haber ve bilgileri paylaşmadan önce doğruluğu konusunda ne ölçüde araştırma yaptıklarını incelemektir. Araştırmanın bu kısmında katılımcılara "A.S.4: Doğruluğunu teyit etmedikleri haberleri başkalarıyla paylaşıyorlar mı?" sorusu bağlamında "Sosyal medya üzerinde gördüğünüz bir haberin ya da bilginin doğruluğunu teyit etmeden başkaları ile hiç paylaştığınız oldu mu?" sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 5:** Katılımcıların Doğruluğunu Teyit Etmedikleri Haberlerin Paylaşım Oranını Gösteren Grafik Tablosu

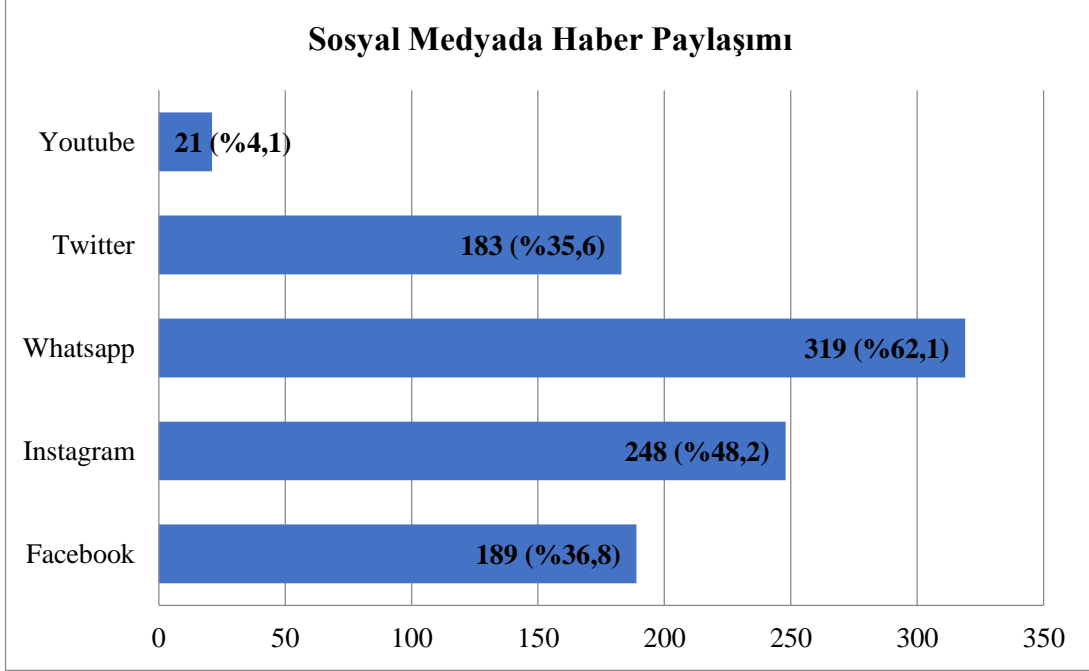


Grafik 5'teki bulgular incelendiğinde katılımcıların %54'ü (292) doğruluğunu teyit etmedikleri bir haberi sosyal medyada paylaşmadıklarını belirtirken %46'sı (248) ise teyide gerek duymadan haber veya bilgileri paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Burada katılımcıların yarıya yakınının sosyal medyada gördükleri haberleri diğer kaynaklardan değil kendi mantık süzgeçlerinden doğrulama eğiliminde olduklarını göstermektedir. Katılımcıların yarıya yakınının ortaya koyduğu bu yaklaşım sosyal medya ortamlarında yanlış bilgi veya haberlerin dolaşımının neden bu kadar yaygın olduğu konusunda bazı ipuçları vermektedir.

Araştırmanın bu kısmında katılımcılara "A.S.5: Hangi sosyal medya mecralarında daha sık haber ve bilgi paylaşımında bulunuyorlar?" sorusu bağlamında "Aşağıdaki sosyal medya mecralarından hangilerinde haber paylaşımında bulunursunuz?" sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.



**Grafik 6:** Katılımcıların Hangi Sosyal Medya Mecralarında Haber Paylaşım Yaptıklarını Gösteren Grafik Tablosu



Grafik 6'daki bulgulara göre katılımcıların %62,1 (319) Whatsapp üzerinden bilgi ve haber paylaşımında bulunduğunu belirtmişlerdir. Bunu sırasıyla %48,2 (248) Instagram, %36,8 (189) Facebook, %35,6 (183) Twitter ve son olarak %4,1 (21) Youtube takip etmiştir. Son yıllarda kişisel mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp aracılığıyla haber paylaşımının tüm dünyada yaygınlığı artmaktadır. Ancak Whatsapp gibi mesajlaşma uygulamalarının yanlış bilgi yayılmasındaki payını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Özellikle kriz ve belirsizlik dönemlerinde Whatsapp üzerinden yanlış bilgi içeren haberlerin dolaşımının arttığı gözlemlenmektedir. Yine grafikteki bulgulara göre katılımcıların yarıya yakını Instagram üzerinden paylaşımında bulunduğunu ifade etmişlerdir. Özellikle gençler arasında Instagram kullanımının yaygınlığı gün geçtikçe artmaktadır. Ancak bu mecradaki kullanıcı bazı içerik paylaşımının yaygınlığı kullanıcıların yanlış bilgi içeren haberlerle karşılaşma ihtimalini de artırmaktadır.

Çalışmada sosyal medya üzerindeki katılımcıların kişisel ve kurumsal bilgi ve haber kaynaklarından aldıkları haberlere olan güven düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın bu kısmında "A.S.6: Sosyal medyada kimlerin paylaştıkları haber veya bilgilere daha çok güveniyorlar?" sorusu bağlamında katılımcılara bazı önermelerde bulunulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 8:** Katılımcıların Kimlerin Paylaştığı İçerikleri Güvenilir Bulduklarını Gösteren Frekans Tablosu

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Toplam	Ağırlıklı Ortalama
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sosyal Medyada Resmi Kurum veya Kuruluşların Paylaştığı Haber veya Bilgilerin Doğruluğuna Güvenirim	45	8,3	49	9,1	128	23,7	194	35,9	110	20,3	526	3,52
Sosyal Medyada Gazetecilerin Paylaştığı Haber veya Bilgilerin Doğruluğuna Güvenirim	42	7,8	122	22,6	241	44,5	104	19,2	16	3	528	2,87
Sosyal Medyada Arkadaşlarımın Paylaştığı Haber veya Bilgilerin Doğruluğuna Güvenirim	51	9,4	112	20,7	275	50,8	80	14,8	10	1,8	528	2,78
Sosyal Medyada Siyasi Parti Liderlerinin veya Siyasi Parti Mensuplarının Paylaştığı Haber veya Bilgilerin Doğruluğuna Güvenirim	73	13,5	117	21,6	247	45,7	72	13,3	15	2,8	524	2,70
Sosyal Medyada Sanatçıların Paylaştığı Haber veya Bilgilerin Doğruluğuna Güvenirim.	68	12,6	169	31,2	228	42,1	49	9,1	10	1,8	524	2,55

Tablo 8'deki bulgulara göre katılımcılar en çok "Sosyal Medyada Resmi Kurum veya Kuruluşların Paylaştığı Haber veya Bilgilerin Doğruluğuna Güvenirim" önermesine katılım göstermişlerdir. Bu önermenin dışındaki diğer önermelere katılımcıların azınlığının katılım gösterdiği görülmektedir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre katılımcılar kurumsal kaynaklardan yapılan bilgi ve haber paylaşımlarına kişisel kaynaklardan yapılan bilgi ve haber paylaşımlarından daha fazla güvendiği sonucu çıkmaktadır. Araştırma bulguları katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyada gazetecilerin, siyasi parti

liderlerinin, arkadaşlarının ve sanatçıların paylaştığı bilgi veya haberlerin doğruluğuna tam olarak güvenmediklerini ortaya koymaktadır. Ancak katılımcılar kendilerine sunulan kişisel bilgi kaynakları arasında en çok gazetecilerin sosyal medyada paylaştığı bilgi ve haber içeriklerinin doğruluğuna güvendiklerini ifade etmişlerdir. Sosyal medyanın kullanıcı bazlı içerik üretimine dayanan yapısı bu ağlarda içerik üretimini devasa boyutlara taşımıştır. Her gün bu mecralarda milyarlarca yeni içerik üretilip dağıtılmaktadır. Bu noktada katılımcıların profesyonellerce üretilen haberlere ve tanınmış gazetecilerin paylaşımlarına olan güvenin diğer kişisel bilgi kaynaklarına kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmada elde edilen bir diğer dikkat çekici bulgu ise katılımcılar kendilerine sunulan kişisel bilgi kaynaklarından en az sanatçıların paylaştığı bilgi veya haberlerin doğruluğuna güvendikleri sonucudur.

Sosyal medyanın kimi bireyler üzerinde olumlu bir izlenim oluştururken bazıları üzerinde de olumsuz kanaatler oluşturmaktadır. Sosyal medya mecraları kullanıcılara çevresiyle daha çabuk iletişim kurma, bilgiye kolay ulaşma, kendini ifade etme, dünyada olup biteni görme, kendi gibi beğenileri ve hobileri olan insanlarla karşılaşma olanakları sunmakta ve bu gibi nedenlerle kimi bireyler sosyal medyaya hakkında olumlu düşünceler taşımaktadır. Ancak buna karşın, sosyal medya ortamlarında mahremiyetin zedelenmesi, ırkçılık ve ayrımcılık söylemleri, siber zorbalık, siber taciz, kişisel verilerin rızasız olarak kullanılması ve kullanıcıların manipülasyona açık olması gibi nedenler sosyal medya ile ilgili toplumda olumsuz kanaatlerin oluşmasına sebep olmaktadır. Araştırmanın bu kısmında katılımcıların sosyal medyaya bakış açılarını ölçmeye yönelik katılımcılara bazı önermelerde bulunulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 9:** Katılımcıların Sosyal Medyaya İlişkin Bakış Açılarını Gösteren Frekans Tablosu

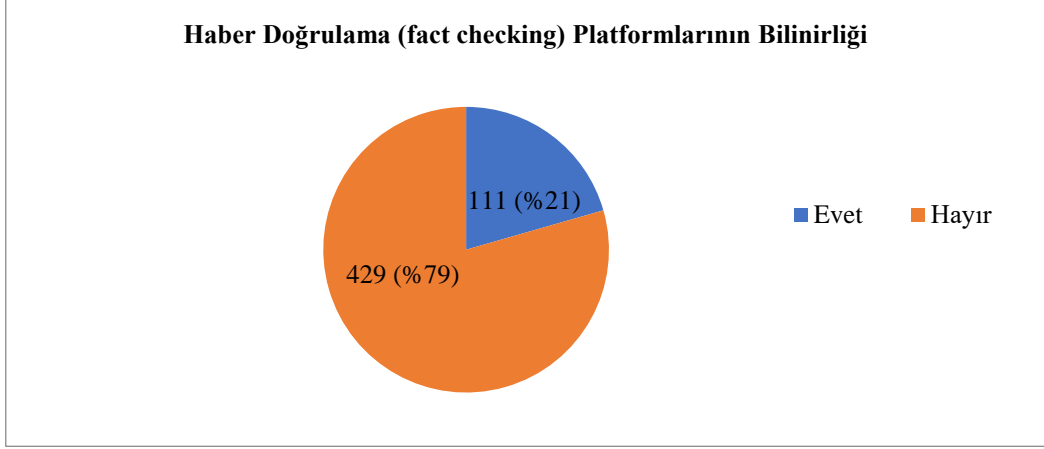
	Kesinlikle Katılmıyor		Katılmıyor		Kararsız		Katılıyor		Kesinlikle Katılıyor		Toplam	Ağırlıklı Ortalama
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sosyal Medyada Yalan Haber Yayanlar Cezalandırılmalıdır	65	12	48	8,9	78	14,4	148	27,4	201	37,2	540	3,69
Sosyal Medyada Karşılaştığım Bilgi ve Haberlere Şüphelerle Yaklaşıyorum	44	8,1	54	10	120	22,2	227	42	95	17,6	540	3,51
Sosyal Medya Bir Manipülasyon Aracıdır	67	12,4	64	11,8	177	32,7	154	28,5	78	14,4	540	3,21

Sosyal Medyada Yer Alan Bilgi ve Haberler Güvenilmezdir	38	7	84	15,5	229	42,3	140	25,9	49	9,1	540	3,14
Sosyal Medyada Yer Alan Haberler Gerçektir	127	23,5	182	33,6	207	37,3	21	3,9	8	1,5	540	2,26
Sosyal Medya Yer Alan Haberler Tarafsızdır	159	29,4	210	38,8	142	26,3	23	4,3	7	1,3	541	2,09

Tablo 9'daki bulgulara göre katılımcılar en çok "Sosyal Medyada Yalan Haber Yayanlar Cezalandırılmalıdır" önermesine katılım göstermişlerdir. Bunu sırasıyla "Sosyal Medyada Karşılaştığım Bilgi ve Haberlere Şüpheyile Yaklaşırım" , "Sosyal Medya Bir Manipülasyon Aracıdır" ve "Sosyal Medyada Yer Alan Bilgi ve Haberler Güvenilmezdir" önermeleri takip etmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların çoğunluğu sosyal medyadaki haberlere güvenmediği, sosyal medyada karşılaştığı bilgi ve haberlerin doğrulandan şüphe duyduğu ve sosyal medyayı bir manipülasyon aracı olarak gördüğü görülmektedir. En önemlisi de katılımcılar sosyal medya üzerinden yalan haber yayanların cezalandırılması gerektiğini düşünmektedir. Buna karşın "Sosyal Medyada Yer Alan Haberler Gerçektir" ve "Sosyal Medya Yer Alan Haberler Tarafsızdır" önermelerine katılımcıların azınlığı katılım göstermiştir.

Sosyal medya mecralarında yanlış bilgi, yalan haber ve dezenformasyonla mücadele konusunda "fact-checking" yani "haber doğrulama" platformları bilgi ve haberin teyidi konusunda alternatif bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu platformlar genel olarak internet siteleri ve sosyal medya organlarında üretilen ve paylaşılan haber, içerik ve iddiaların doğruluğunu araştırarak teyidini gerçekleştirmektedir. Batı ülkelerinde gün geçtikçe sayısı ve kullanıma oranı artan bu organizasyonlar ülkemizde de gelişme göstermeye başlamıştır. Araştırmanın son kısmında katılımcıların haber doğrulama (fact checking) platformlarına ilişkin farkındalıkları ve kanaatleri sorgulanmıştır. Bu bağlamda katılımcılara ilk olarak "Haber doğrulama (fact checking) platformlarını duydunuz mu?" sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

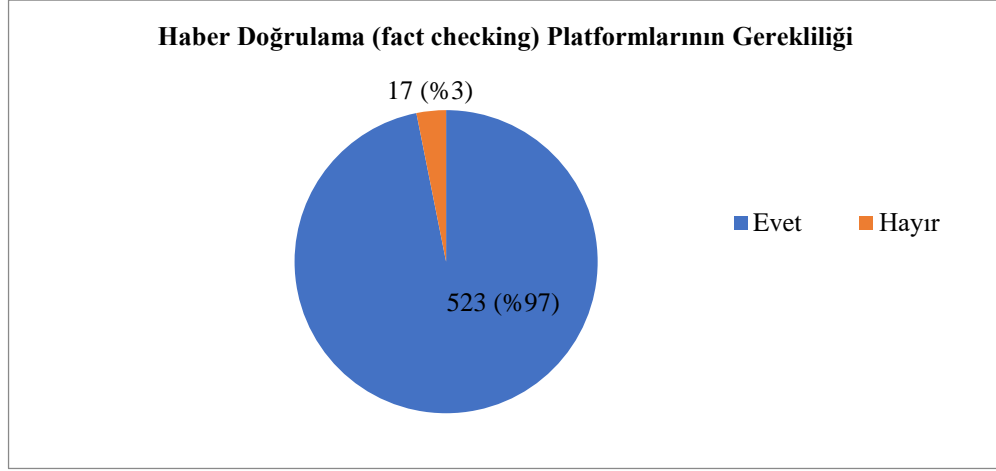
**Grafik 7: Haber Doğrulama (fact checking) Platformlarının Bilinirliğini Gösteren Grafik Tablosu**



Grafik 7'deki bulgulara göre katılımcıların %79'u (429) haber doğrulama (fact checking) platformları duymadıklarını ifade etmiş buna karşın yalnızca %21'i (111) bu organizasyonlara ilişkin bilgi sahibi olduğunu ifade etmiştir. Özellikle son yıllarda ortaya çıkan haber doğrulama platformları kullandıkları çeşitli yöntemlerle kullanıcıların doğru bilgiye ulaşmasına yönelik çalışmalar yürütmektedir. Doğruluğu kanıtlanmamış olan şüpheli bilgilerin daha fazla yayılmasına engel olunması konusunda katkı sağlamaktadır.

Duke Reporters' Lab tarafından 2017 yılında yapılan araştırmada 114 ülkede 47 doğrulama platformunun bulunduğu ve son yıllarda belirgin bir artış sergilendiği belirtilmiştir. Bu tür girişimlerin en çok Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunduğu ifade edilen araştırmada, özellikle seçim yıllarında doğrulama platformlarının sayısında artış olduğu vurgulanmaktadır. Doğrulama platformlarının kıtalara göre dağılımını da içeren araştırma verilerine göre Afrika kıtasında 5, Asya'da 9, Avustralya'da 1, Avrupa'da 39, Kuzey Amerika'da 50 ve Güney Amerika'da 10 girişim faaliyet göstermektedir (Stencel, 2017). Ülkemizde de son yıllarda bu tür organizasyonların sayısının arttığı görülmektedir. Araştırmada son olarak katılımcılara "Haber doğrulama platformlarının gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?" sorusu sorulmuş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

**Grafik 7:** Haber Doğrulama (fact checking) Platformlarının Gerekliliğini Gösteren Grafik Tablosu



Grafik 7'deki bulgulara göre katılımcıların %97'si (523) haber doğrulama (fact checking) platformlarının gerekli olduğunu düşünmektedir. Bu sonuçlara göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu doğrulama (fact checking) platformları hakkında bilgi sahibi olmasa da tamamına yakını bu platformların gerekli olduğunu düşünmektedir. Son zamanlarda yeni medya ortamları olarak kabul edilen internet ortamlarında yalan haber, yanlış veya gerçekliği ile oynanmış bilgi ve dezenformasyonun yayılması konusundaki artış önemli bir sorun haline gelmektedir. Bu doğrultuda internet ortamlarındaki enformasyonun doğrulanmasına yönelik araçlar, uygulamalar ve platformların sayısı artmaya başlamıştır. İnternet ortamlarında dolaşan yalan bilgi ve dezenformasyonun önlenmesinde son yıllarda alternatif bir çözüm yöntemi olarak doğrulama platformları ön plana çıkmaktadır. Toplumun büyük bir kesimini ilgilendiren önemli konulara yönelik enformasyonun yeni medya platformlarında paylaşılmasından önce kaynağın güvenilirliği, sunulan bilginin, görselin ve içeriğin doğruluğu üzerine araştırmalar yapmak ve bunu destekleyecek uygulamaları tanımak son derece önemlidir. Bu noktada haber doğrulama (fact checking) platformları sosyal medya mecralarında karşılaşılan bilgi ve haberlerin doğruluğunu teyit etme konusunda alternatif bir çözüm olarak değerlendirilebilir.

## 5. SONUÇ

Sosyal medya mecralarının kullanıcı merkezli içerik üretimi ve etkileşime açık veri gibi ayırt edici özellikleri sayesinde kullanıcılar haberin hem üreticisi hem de tüketicisi olmuşlardır. Bu ortamlarda bireyler bilgi ve haber içeriklerine hızlı ve kolayca ulaşabilmekte ve aynı zamanda hemfikir oldukları bilgi ve haber içeriklerini çevrelerine de yayabilmektedirler. Ancak sosyal medya mecralarından anlık olarak ulaştıkları bilgi ve haberlerin doğruluğunu ve geçerliliğini kontrol etmeden hızlıca yayıp etkileşim sayılarını artırmak isteyen kullanıcılar, istemeden de olsa bu ortamlardaki yanlış bilgi içeren haber içeriklerinin yayılımının artmasına aracılık etmektedirler. Nitekim sosyal medya mecralarındaki yanlış bilgi içeren haberlerin yoğunluğu kullanıcıların daha fazla yanlış bilgi içeren haberlere maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu durum bireylerin yanlış ve doğruyu ayırt etme becerisini zorlaştırmaktadır.

Çalışma da elde edilen bulgulara göre katılımcıların bilgi ve habere erişim tercihlerinde geleneksel medya kaynaklarından televizyon haberciliği halen zirvedeki yerini korumaktadır. Ancak internet haber siteleri, Instagram, Twitter, Facebook gibi yeni medya kaynaklarının geleneksel medya kaynaklarıyla yarışır hale geldiği görülmektedir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle bireyler telefon, tablet ve dizüstü bilgisayarlarından yer ve zamandan bağımsız olarak kolayca ulaşılabilirliği daha çok insanın bilgi ve habere ulaşmada yeni medya ortamlarını tercih etmesine neden olmaktadır. Ancak konu haber kaynaklarının güvenilirliğine geldiğinde katılımcıların geleneksel medya kaynaklarından (televizyon haberleri, radyo haberleri, basılı gazete haberleri) edindikleri bilgi ve habere yeni medya kaynaklarından (Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Youtube, İnternet Haber Siteleri) bilgi ve haberlerden daha fazla güvendikleri görülmektedir. Sosyal medya mecralarında kullanıcı merkezli içerik üretimi, editoryal süreçlerin olmaması ve kontrol mekanizmalarının yetersizliği gibi nedenler bu mecralarda yanlış bilgi içeren haberlerin yoğunluğunu ve yayılımını artırmaktadır. Geleneksel medyada ise halen editoryal süreçlerin işlenmesi ve denetim mekanizmalarının kontrolleri geleneksel medya haber kaynaklarını yeni medya kaynaklarından bilgi ve haberin güvenilirliği noktasında daha kabul edilebilir kılmaktadır. Nitekim çalışmada elde edilen sonuçlar da bu durumu kanıtlamaktadır. Katılımcılar yanlış bilgi içeren haberlere geleneksel medya kaynaklarına kıyasla yeni medya kaynaklarında daha sık rastladıklarını ifade etmişlerdir. Bu noktada yanlış bilgiye en çok Facebook'ta rastlanıldığı görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlası Facebook üzerinde yalan haber veya yanlış bilgi ile karşılaştıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmada katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları bilgi ve haberleri paylaşmadan önce ne ölçüde araştırma yaptıkları sorgulanmış ve katılımcıların yarıya yakınının sosyal medyada paylaştıkları bilgi ve haberlerin doğruluğunu teyit etmeden paylaştıkları görülmüştür. Katılımcıların yarıya yakınının ortaya koyduğu bu yaklaşım sosyal medya ortamlarında yanlış bilgi veya haberlerin dolaşımının neden bu kadar yaygın olduğu konusunda bazı ipuçları vermektedir. Burada katılımcıların hangi sosyal paylaşım platformlarında daha sık paylaşım yaptığı incelendiğinde çoğunluğunun Whatsapp üzerinden bilgi ve haber paylaşımında bulunduğunu belirlenmiştir. Bunu sırasıyla Instagram, Facebook, Twitter ve son olarak Youtube takip etmiştir. Son yıllarda kişisel mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp aracılığıyla haber paylaşımının tüm dünyada yaygınlığı artmaktadır. Ancak Whatsapp gibi anlık mesajlaşma uygulamalarının yanlış bilgi yayılmasındaki payını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Özellikle kriz ve belirsizlik dönemlerinde Whatsapp üzerinden yanlış bilgi içeren haberlerin dolaşımının arttığı gözlemlenmektedir.

Çalışmada sosyal medya üzerindeki katılımcıların kişisel ve kurumsal bilgi ve haber kaynaklarından aldıkları haberlere olan güven düzeyleri sorgulanmış ve kurumsal kaynaklardan yapılan bilgi ve haber paylaşımlarına kişisel kaynaklardan yapılan bilgi ve haber paylaşımlarından daha fazla güvendiği sonucu ortaya konmuştur. Katılımcılar sosyal medyada devletin resmi kurumlarından yapılan bilgi ve haberlere kişisel kaynaklardan paylaşılan bilgi ve haberlere kıyasla daha fazla güvenmektedirler. Ayrıca katılımcılar kişisel bilgi kaynakları arasından en çok gazetecilerin sosyal medyada paylaştığı bilgi ve haber içeriklerinin doğruluğuna güvendiklerini ifade etmişlerdir. Buna karşın katılımcılar kendilerine sunulan kişisel bilgi kaynaklarından en az sanatçıların sosyal medyada paylaştığı bilgi ve haberlerin doğruluğuna güven duymaktadırlar.

Sosyal medya mecraları toplumda kimi bireyler üzerinde olumlu bir izlenim oluştururken bazıları üzerinde de olumsuz kanaatler oluşturmaktadır. Araştırmada katılımcıların sosyal medyaya bakış açılarını ölçmeye yönelik katılımcılara bazı olumlu ve olumsuz önermelerde bulunulmuş ve katılımcıların bu önermelere katılım düzeyleri sorgulanmıştır. Bu sonuçlara göre katılımcıların çoğunluğu sosyal medyaya ilişkin olumsuz önermelere katılım göstermişler ve sosyal medyada gördükleri haberlere güvenmediklerini, sosyal medyada karşılaştıkları bilgi ve haberlerin doğrulandan şüphe duyduklarını ve sosyal medyayı bir manipülasyon aracı olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcıların büyük bir çoğunluğu sosyal medya üzerinden yalan haber yayanların cezalandırılması gerektiğini düşünmektedir. Buna karşın katılımcılar çoğunluğu sosyal medyaya ilişkin olumlu önermelere katılım göstermemiş ve sosyal medyada yer alan bilgi ve haberlerin doğru ve tarafsız olmadığı yönünde düşündüklerine ilişkin tavır ortaya koymuşlardır.

Haber doğrulama platformları sosyal medya mecralarında yanlış bilgi, yalan haber ve dezenformasyonla mücadele konusunda alternatif bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda araştırmada katılımcıların bu tür platformlara ilişkin farkındalıkları sorgulanmış ve katılımcıların büyük çoğunluğunun (%79) bu organizasyonlara ilişkin bilgi sahibi olmadığı görülmüştür. Buna karşın katılımcıların tamamına yakını (%97) sosyal medya mecralarındaki dezenformasyonla mücadelede haber doğrulama platformların gerekli olduğunu düşünmektedir. Son yıllarda internet ortamlarındaki yanlış bilgi ve haberlerin doğrulanmasına yönelik olarak haber doğrulama platformların sayısı dünyada ve ülkemizde artmaya başlamıştır. Haber doğrulama platformları katılımcılar tarafından sosyal medya mecralarında karşılaşılan bilgi ve haberlerin doğruluğunu teyit etme konusunda alternatif bir çözüm olarak görülmektedir. Araştırmada katılımcıların büyük çoğunluğu haber doğrulama platformları hakkında bilgi sahibi olmasa da katılımcıların tamamına yakını söz konusu organizasyonların internet ortamlarındaki bilgi kirliliği ve dezenformasyonla mücadelede gerekli olduğunu düşünmektedir.

## KAYNAKÇA

Allcott, H. ve Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–236

BBC (2020). Facebook Skandalı '87 Milyon Kullanıcıyı Etkiledi'. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43649116> (Erişim Tarihi 10.11.2020)

DSÖ (2020). Coronaviruse Report. [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010\\_6](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010_6). (Erişim Tarihi: 25.11.2020)

Bavelier, D., Green, C. S. & Dye, W. M. G. (2010). Children Wired: For Better And Worse. *Neuron*, 67, 692-701

BİK (2020). Google'da Yalan Haber Dönemi Bitiyor. <https://www.bik.gov.tr/googleda-yalan-haber-donemi-bitiyor/> (Erişim Tarihi: 09.11.2020)

Bilici İ, E. (2017). *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi*, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara



- BTK (2020); Türkiye Haberleşme Raporu, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/turkiye-haberlesme-raporu-002.pdf> (Erişim Tarihi: 09.11.2020)
- Dursun, Ç. (2004). Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi. (S. Alankuş, Dü.) Ankara: Elips Kitap
- Girgin, A. (2000). Yazılı Basında Haber ve Habercilik "Etik"i. İnkılap Kitabevi, Ankara
- Greenslade, R. (2017). Facebook is trying to tackle fake news, but what should we do?. Web: <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2017/jan/26/facebook-is-trying-to-tackle-fake-news-but-what-should-we-do>. (Erişim Tarihi: 10.11.2020)
- Güneş (2020). AB'den Sosyal Medyaya 'Yalan Haber' Çağrısı, <http://www.gunes.com/teknoloji/abden-sosyal-medyaya-yalan-haber-cagrisi-975720> (Erişim: 15.11.2020)
- Neuman, W., L. (2006). Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar, Cilt:1, Desen Ofset, Ankara
- Nielsen, R. K. ve Graves, L. (2017). News You Don't Believe?: Audience Perspectives On Fake News, [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/201710/Nielsen%26Graves\\_factsheet\\_1710v3\\_FINAL\\_download.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/201710/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf) (Erişim Tarihi: 20.11.2020)
- Stencel, M. (2017). International Fact-Checking Gains Ground, Duke Census Finds. <https://reporterslab.org/international-fact-checking-gains-ground/> (Erişim Tarihi: 2011.2020)
- Taş O, ve Taş D.,(2018) Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu. İletişim, 186
- Teyit.Org (2020). Türkiye’de Sosyal Medya ve Yalan Haber: Sahadan Notlar. <https://teyit.org/turkiyede-sosyal-medyave-yalan-haber-sahadan-notlar/> (Erişim Tarihi: 11.11.2020)
- Teyit.Org (2020). Araştırma: Türkiye Sahte Habere En Çok Maruz Kalan Ülke. <https://teyit.org/turkiyede-sosyal-medyave-yalan-haber-sahadan-notlar/> (Erişim Tarihi: 19.12.2020)
- Tdk, (2020). Türk Dil Kurumu, [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c139f87976e71.58149581](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c139f87976e71.58149581) (Erişim Tarihi: 09.11.2020).
- Tokgöz, O. (2012). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları
- TRT Akademi (2020). TRT Akademi İnfodemi Araştırması Raporu, <https://trtakademi.net/wp-content/uploads/2020/08/TRT-Akademi-Infodemi-Arastirmasi-Raporu.pdf>. (Erişim Tarihi: 10.12.2020)
- Türk, M., S. (2014). Medyanın Gerçeklik İnşası ve Gerçeklik Algısı. Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi Yıl:5 / Sayı: 28 / Temmuz- Ağustos 2014 / Issn 1309–601x
- Türk, M. S. ve Avcı, Ö. (2020). "Yeni Medya ve Propaganda". H. Hülür ve C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (s.411-428). Ankara: Ütopya Yayınevi

## **KAMU KURUMLARINDA KARİZMATİK LİDERLİĞİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ÜZERİNE ETKİSİ; YALOVA İLİ ÖRNEĞİ\***

*Abdülhakim Bahadır DARI<sup>1</sup>*

*Olca KOÇ<sup>2</sup>*

### **Özet**

Yapılan bu tez çalışması, Yalova ilindeki 7 kamu kurumu içerisinde çalışan 152 kamu personeli üzerinde 40 sorudan oluşan bir anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın amacı kamu kurumu çalışanlarının örgüt kültürüne yönelik ve örgüt liderleri ile olan ilişkilerinin olumlu ve olumsuz yanlarının saptanmasıdır. Böylelikle çalışan verimliliğinin artırılması, örgüt içerisinde sosyal bağların geliştirilmesi, çalışanların kendi aralarında ve liderleri ile olan ilişkilerinin güçlendirilmesi, karizmatik liderliğin çalışanlar üzerinde bıraktığı etkilerin incelenmesi alanında kazanımlar sağlanması hedeflenmiştir. Anket çalışmamız SPSS programında faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçeklerinin “yüksek güvenilir” düzeyinde (>0,80) olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılanların Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçek ve boyutlarının ortalamalarına yer verilmiştir. Karizmatik Liderlik ölçeğinin boyutlarından en yüksek ortalama “Vizyon Belirleme” en düşük ise “Sıra Dışı Davranışlar Sergileme” boyuttur. Cinsiyete göre karizmatik liderlik ve örgütsel kültür algısı bağımsız t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin karizmatik liderlik ölçeği ve Çevresel Duyarlılık, Sıra Dışı Davranışlar Sergileme, Kişisel Risk Üstlenme boyutları cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır (p<0,05).

**Anahtar Kelimeler:** Kamu, Kamu Personeli, Liderlik, Karizmatik Liderlik, Örgüt

## **THE İMPACT OF CHARİSMATIC LEADERSHİPS İN GOVERNMENT İNSTUTIONS ON ORGANİSATİONAL CULTURE; SUCH AS YALOVA PROVINCE.**

### **Abstract**

This thesis study is a survey consisting of 40 questions, made on 152 public servant who work in Yalova province. The aim of this study determining positive and negative sides of relationship between public servants and their leaders and according to their culture. By doing this, it has been targeted increasing employee productivity, developing social ties, strengthening their relations with their leaders, investigating the impacts that leaders made on their employees. Our survey has been made on SPSS program. It has been implemented factor analysis, correlation and regression analysis. It has been given place to participants' demographic information. When the chart 2 has been analyzed, it is understood that organizational culture and charismatic leadership measurements, which are used in this research, are highly reliable (>0,80). It has been given place to participants' averages of their organizational culture, charismatic leadership measurement and extents. The highest average of scale extents is “ setting a vision”, and the lowest one is “ showing extraordinary attitudes.” According to gender, Charismatic leadership and organizational culture has been compared with detached T-test. When the results of research has been analyzed, it has been understood that students' charismatic leadership measurement and environmental consciousness, showing extraordinary attitudes, personal undertaking risk factors differentiate vary by gender statistically.( p <0,05)

**Keywords:** Public, Public Servant, Leadership, Charismatic Leadership, Organization.

\*Bu makale danışmanlığını Dr. Öğr. Üyesi Abdülhakim Bahadır Dari'nın yaptığı Olca Koç'un “Kamu Kurumlarında Karizmatik Liderliğin Örgüt Kültürü Üzerine Etkisi; Yalova İli Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Yalova Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi. İletişim ve Tasarım Bölümü, abdulhakim.dari@yalova.edu.tr Orcid: 0000-0003-3525-5823

<sup>2</sup> Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. İletişim ve Tasarım ABD.,olca.koc@yalova.edu.tr Orcid: 0000-0001-8269-2052

## 1. GİRİŞ

Tarih boyunca örgüt başarısını sağlayabilmek amacıyla liderlik vasfını diğer örgüt üyelerinden ayıran özellikler ve ortak noktalar üzerine sayısız araştırma yapılmıştır. Bu araştırmanın başında liderliği diğer örgüt üyelerinden ayıran farklılıklar gelmektedir. Bu bilgiler ışığında, değişen teknoloji ve çevre koşulları ile liderliğin temel özellikleri konusunda çok fazla kavrama ve liderlik tiplerine ulaşılmıştır.

Bu araştırmanın amacı, karizmatik liderlik ve örgüt kültürü arasındaki ilişkinin olumlu ve olumsuz yanlarının tespit edilmesi ve olumsuz noktaların giderilmesi için çözüm yollarının aranmasıdır. Örgüt faaliyetlerinin sürekliliği, çalışanlar ile örgüt arasında güçlü bağların oluşturulması gibi önem arz eden konularda karizmatik liderlik ve örgüt kültürünün önemli bir rolü vardır.

Çalışmamızın birinci bölümde, Örgüt kültürü üzerine araştırma yapılmıştır. Örgüt kültürü ilk kez neo-klasik dönemde karşımıza çıkmıştır. O dönemden beri çeşitli değişimlere ve gelişmelere uğrayarak günümüzde mükemmeliyetçi bir oluşuma doğru yönelmiştir. Bu süreçte gerek sosyoloji gerekse antropoloji alanları bu kavramla yakından ilgilenmiştir. Özellikle 1970'li yıllardan sonra araştırmacılar örgüt kültürü alanında çok kapsamlı çalışmalar yaparak adeta yeniden keşfetmişlerdir.

Günümüzde hızla değişen teknoloji, rekabet ortamlarının yaratılması, global düşünce gibi değişimlerin etkisiyle örgütler çalışanları ile güçlü bağlar kurmak istemekte, etkili ve doğru liderlik davranışları oluşturmak istemektedir. Bu değişimle birlikte artık geleneksel ve kalıp davranış modelleri yerini, yenilikçi liderlik modellerine bırakmışlardır. Değişen ve ilerleyen çağın dışında kalmamak, çalışanların duygu ve beklentilerine karşılı verebilmek, motive edici yaklaşımlar sunabilme ve örgüt kültürü misyonunu oluşturabilmek için önemli çalışmalar yapılmaktadır. Stratejik hedefler belirlenmektedir.

İkinci bölümde liderlik üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Liderler, kültürel faktörler belirlerken; içinde buldukları kültürün özelliklerini iyi analiz etmek, yol gösterici ve doğru kararlar almak, örgüt içi ve dış çevre ile olan ilişkileri iyi belirlemek, kültürel inanç ve bağlılıkları artırıcı eylemlere bulunmak zorundadır. Örgüt faaliyetlerinin en sistematik ve verimli bir şekilde ilerleyebilmesi için karizmatik liderlik ve örgüt kültürü ilişkisinin hedef ve politikalara uygun bir şekilde ilerletilmesi gerekmektedir.

Üçüncü bölümde karizmatik liderliğin kelime anlamı, ortaya çıkışı, örgüt kültürü üzerine etkileri, davranış kalıpları, karizmatik liderlik çeşitleri, olumlu ve olumsuz yanlarının belirlenmesi, hangi örgütlerde başarılı olduğu konusunda detaylı çalışma yapılmıştır.

## 2. KARİZMATİK LİDERLİK KAVRAMI VE TANIMI

Kelime anlamı olarak armağan anlamına gelen karizma; kahinlik, yenilikçilik, alimlik, tedavi edicilik gibi kavramları içerisinde barındırmaktadır. Bu gece sahip olan insanlar sıradan insanların aksine ilahi bir güce sahip olarak dünyaya gelmekte olduklarına inanılmaktadır. Max Weber, Allah'ın armağanı olarak kabul edilen karizmatik sözcüğünü sadece kurallar, kanunlar etrafında değil, bireyin kendi kişilik özelliklerinin bir eseri olan kahramanlık ve örnek davranışları ortaya koyan bir otorite olarak daha geniş ölçüde ele alıp değerlendirmiştir. (Güney, Davranış Bilimleri, 2013, s. 408)

Karizma terimi, liderlerin ön tanımını yapmak adına, gerek sosyoloji, gerek siyaset bilimi alanlarında incelenen ve bir liderde bulunması gereken en üst düzeyde kişisel becerilerin, etkileyciliğin, yaratıcı davranışların bir bütün halinde incelenmesine denir. Bu özellikler neticesinde, takipçiler liderlerini olağanüstü güçlere sahip kişiler olarak kabul eder ve emirlerini hiç sorgulama gereği duymadan yerine getirirler. (Güney, Davranış Bilimleri, 2013, s. 408)

Max Weber'e göre karizmatik liderlik kavramının ortaya çıkışı, ülkelerin savaş, devrim, darbe gibi yaşamış oldukları büyük sıkıntılar sonucunda meydana geldiğidir. Ülkelerin yönetim şekilleri olarak otoritelerinin sarsılmaları ve kanuni süreçlerinin zayıflamaları sonucunda karizmatik liderlik özelliklerine ihtiyaç duyulmaktadır. Meydana gelen bu olağanüstü durumlarda lider gücünü ispatlamaktadır. Karizmatik lider varlığını sürdürebilmesi için onu takip edenlerin liderlerini kabullenme, başarılarının sihirli bir güce dayanması, bir kurtarıcı olan süper güç niteliğinde algılanması ile yakından ilişkilidir. Bu liderlik özelliği devrimsel bir nitelik taşımaktadır. Takipçileri tarafından algılanan ve benimsene kavram, geleneksel yöntemleri devre dışı bırakan tüm insanlığı etkisi altına alabilen, olağanüstü bir güç ortaya koyabilen lider modelidir. (Güney, Davranış Bilimleri, 2013, s. 409)

### **2.1. Karizmatik Liderliğin Özellikleri**

Karizmatik liderlik konusunda tarih süresince yapılan araştırmalarda karizmatik lider, ileriye gören, ideolojik hedefler belirleyen, takipçilerinde güven hissi yaratan, etkin iletişim sağlayabilen, cesur, kahraman, kriz yönetimini çok iyi bilen, kitleleri etkisi altına alabilmek gibi üstün yeteneklere sahip olan kişidir. Bu tarz özellikleri ile yönetim şekli uygulayan lider, kısa sürede takipçilerini etkisi altına alarak, hayranlık beslemelerini sağlar. Karizmatik liderin bu güçlü yönlerini kullanarak hedef belirlemesinde, yenilikçi düşünceler ortaya atmasında astlar etkilenir ama hedefin gerçekleşmesinden çok liderin karizmatik duruşundan etkilenir. (Güney, Davranış Bilimleri, 2013, s. 411)

Bu alanda çalışma yapan birçok bilim insanının, karizmatik liderliğin meydana gelmesinde tarih ve sosyal ortamların etkili olduğu ile bazılarında ise lider ile takipçileri arasındaki ilişkinin önemli olduğu konusunda fikir ayrılıklarına düştükleri görülmektedir. Bu ayrışım sonrasında karizmanın ne sadece kişilik tabanlı nede içerik tabanlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Her iki olgu arasında ilişki bir bağ olduğu söylenmektedir. Karizmatik liderin var olma noktasında liderin kişisel özelliklerinden çok astlarının liderlerini nasıl değerlendirdikleri daha önem arz etmektedir. Karizmatik liderliğin ortaya çıkışında farklı görüşler ve tezler ortaya atılsa da liderin takipçileri üzerinde kişisel özellikleriyle çok derin izler bırakması ve büyük etkiler oluşturmaya var olan bir gerçekliktir. (Güney, Davranış Bilimleri, 2013, s. 412)

Yapılan çalışmalar sonucunda karizmatik liderin sahip olması gereken özellikler arasında başta kişilik özellikleri olmak üzere, duruş, davranış, jest, mimik, ses tonu gibi özelliklerin olması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, hitabet yeteneği yüksek, etkileyici konuşma, cesur ve risk içerikli kararlar alabilme, strateji ve vizyon sahibi olabilmek gibi önemli özellikler ortaya koymalıdır. (Günçavdı, 2017, s. 28)

#### **2.1.1. Vizyon Belirleme**

Karizmatik liderlik özelliklerinin incelenmesi üzerine birçok araştırmacı farklı tezler ortaya koymuştur. Bu alanda iz bırakan en önemli iki isim Conger ve Kanungodur. Bu iki isim bu konuda o kadar merkezi

araştırmalar yapmıştır ki vizyoner liderlik teorisi ortaya çıkmıştır. En önemli ayrıntılar bu konuda liderin gelecekle ilgili öngörü sahibi olması, gelecekle ilgili iş planları yapması ve gelecek başarısının temellerini şimdiden atmasıdır. Vizyoner lider yaptığı çalışmalarla takipçilerin motivasyonlarını artırıcı yönde adımlar atar. Takipçileri ile arasında empati kurarak, ortak bir hedef doğrultusunda ilerlemeyi amaç edinir. Vizyon örgütün başarısını arttırabilmek adına, örgütsel normların geliştirilmesine olanak sağlar. Bu sayılan hedeflerin gerçekleşmesindeki en önemli rolü ise yüksek risk alma durumu alır. (Gül & Çöl, 2003, s. 166)

### **2.1.2 Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık Gösterme**

Liderlik özelliklerinin arasında en önemli olan iki unsur vardır. Birincisi etkili bir iletişim modeli, ikincisi kuvvetli bir insan ilişkileri modeli. Bu iki unsur lideri, lider yapan en önemli parametredir. Etkili bir lider vizyonu takipçilerinin ihtiyaç ve isteklerine duyarlılık göstererek, amaçları arasında birinci sıraya koyan liderdir. Daha da önemlisi karizmatik liderliğin var olmasında önemli bir rol oynamaktadır. Üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme özelliği, bir liderin astlarının kişilik özelliklerini tanıyarak, onların istek ve ihtiyaçlarına en hızlı ve doğru bir şekilde karşılık vermesi eylemidir. Astlar liderleri tarafından değer verildiğini ve ihtiyaçlarının önemsendiğini hissettikleri anda verimlilikleri ve örgüte bağlılıkları daha da artacaktır. Karizmatik lider, astlarının ihtiyaç ve isteklerini karşıladıkça sosyal becerilerinin de geliştiğini saptayacaktır. (Gül & Çöl, 2003, s. 167)

### **2.1.3 Sıra Dışı Davranış Sergileme**

Karizmatik lider ile geleneksel lider arasındaki en önemli fark sıra dışı, yenilikçi, ezber bozan, cesur ve aktif davranışlar sergilemesidir. Hep aynı fikir akımı çevresinde dolanmak ve klasik kararlar almak karizmatik lider davranışlarına çok ters düşen davranışlardır. Karizmatik lider sergilemiş olduğu bu sıra dışı davranışları ile takipçilerinin gözünde imkansız başarılar, ulu bir kişilik olarak görülmesini sağlar. Sürekli değişim ve yenilik peşinde olan astlar liderlerinin bu yönü ile örgüt içi bağlılık ve güven duygusunu daha da artırır ve bu durum beraberinde başarıyı getirir. (Gül & Çöl, 2003, s. 167)

## **2.2 Örgüt Kültürünün Kapsamı ve Önemi**

Kültür kavramı daha çok sosyal bilimin yakından ilgilendiği bir alandır. Kişiler kültürel değerlerini yaratırken ihtiyaç duydukları maddi ve manevi değerleri analiz eder ve bu doğrultuda bir değer piramidi oluştururlar.

Antropolojik açıdan değerlendirildiğinde kişiler, ihtiyaç duydukları değerler zincirini oluştururken kendi aralarında belirledikleri grup üyeleri açısından neyin doğru veya yanlış olduğu neyin iyi ya da kötü olduğunu belirleyen sistematik geliştirmişlerdir. Bu gruplar mevcut durumu analiz ederken örf, adet, bilgi, kültür, yetenek gibi normlardan yararlanmışlardır. (Güney, Yönetim ve Organizasyon, 2007, s. 201)

Bir başka deyiş ile kültür ise insanoğlunun doğumundan başlangıcı ile başlayan ve tüm yaşamı boyunca mücadele içinde olduğu doğayla, kendisiyle, başka bireylerle farklı düşüncelerle verdiği savaşı, ön yargıları ve tutumları kültürlerin oluşmasında en önemli parametre taşıdır. İnsanların mücadele içerisinde vardıkları her bir sonuç kültürün bir parçasını oluşturmaktadır. Kişiler bu süreçte maddi ve manevi olmak üzere iki tip kazanım elde ederler. Maddi Kazanım; kişilerin yaşamsal gereksinimleri gidermek için elde ettikleri kazanımı simgeler. Manevi Kazanım ise; ahlak, dini duygular, hoşgörü gibi kazanımları simgeler.

İnsanların bu süreçte elde ettikleri kazanımlar bütünü ise bize kültürün kendisini armağan etmektedir. Kültür çok geniş bir yelpazeye sahip olduğu için birçok düşünür kendilerince kültürü tanımlamışlardır. Bunların başında Marx ve Taylor gelmektedir. Marx, kültürü insanoğlunun ve doğanın yarattıklarına karşılık olarak görürken, Taylor ise; içerisinde birden çok alışkanlıkları kapsayan bir bütündür ve gelecek nesillere aktarılması açısından son derece önem taşımaktadır. (Ekici, 2013, s. 75)

Sosyal bilimlerde kültürü, din, dil, gelenek, görenek, insan, toplum gibi olguların sentezlenmesi olarak almaktadır. Kültür içinde insanın olduğu her çevreyi ele alan bir olgudur yani bir grubu diğer gruptan ayıran en önemli sistemdir. Kültürü birkaç şekilde ele alıp tanımlamakta mümkündür. Bunlar;

Bir toplumu kendine has kimliğini ve yaşam tarzını oluşturan, örf, adet, gelenek gibi soyut, sanat, araç-gereç gibi somut kavramları bir arada açıklayan bir olgudur.

Farklı toplumların düşünce ve kültür şekillerini içinde barındıran bir alandır.

Kültür belirli örgütlerin kendi içlerinde oluşturdukları düşünce ve davranışlarını kuşaktan kuşağa aktaran bir bilgi sistemidir.

Kişilerin var olduğu örgütten öğrendiği ve geliştirdiği sosyal bir mirastır. (Sökmen, 2013, s. 57)

Örgüt kültürü ilk kez neo-klasik dönemde karşımıza çıkmıştır. O dönemden beri çeşitli değişimlere ve gelişmelere uğrayarak günümüzde mükemmeliyetçi bir oluşuma doğru yönelmiştir. Bu süreçte gerek sosyoloji gerekse antropoloji alanları bu kavramla yakından ilgilenmiştir. Özellikle 1970'li yıllardan sonra araştırmacılar örgüt kültürü alanında çok kapsamlı çalışmalar yaparak adeta yeniden keşfetmişlerdir. (Sökmen, 2013, s. 61)

Örgüt kültürü on temel özellik üzerinden değerlendirilmiştir. Bunlar (Sökmen, 2013, s. 62);

**Bireysel Katılım ve Teşebbüs:** Kişilerin örgüt içerisinde almış oldukları sorumluluk ve bağımsızlık özellikleri,

**Risk Teorisi:** Kişilerin örgüt içerisinde yaratıcılıklarını ortaya koyarak almış oldukları risk oranları,

**Yön:** Örgüt üyelerinin hedefleri ve beklemedikleri başarı oranları,

**Birleşme:** Örgüt içerisindeki departmanların koordineli bir şekilde çalışmaları,

**Yönetim Desteği:** Örgüt içerisindeki tepe yönetimin çalışmalar sırasında ya da çalışmalar dışında astlarıyla kurdukları güçlü iletişim şekilleri,

**Kontrol:** Örgüt içerisinde oluşturulan kurallar bütünü ve kontrol sistemi,

**Benlik:** Örgüt içerisinde çalışanların kendilerini örgütün ayrılmaz bir parçası gibi görmeleri ve sahiplenme durumları,

**Ödül Sistemi:** Çalışanların performansların ve verimlilikleri yükseltmek, sürekli motivasyonlarını yüksek tutmak amacıyla yapılan ödül, prizm, maaş zammı gibi jestler,

**Çatışma Toleransı:** Örgüt içerisinde yapılan eleştirilere karşı çalışanların kendilerini savunmaları için verilen bir hak,

**İletişim Kalıpları:** Örgüt içinde tüm çalışanların birbirleri ile ve üst yönetim ile kurdukları iletişim ölçütleri.

Örgüt kültürünün oluşumunu değerlendirdiğimiz zaman, örgütlenmenin sosyalizasyon aşamalarına, sosyal sistemleri içeren norm ve içeriklere dikkat çekmeliyiz. Her örgüt zaman içerisinde oluşumuna başlarken kendine özgü bir kurallar bütünü şeklinde ilerlemektedir. Yani kendine has, duygu, davranış, düşünce, ilke, içerik, renk, model, ruh meydana getirmektedir. Bu oluşturduğu normları dış çevreye aktarması ile örgüt kültürünü meydana getirmektedir (Sığrı & Gürbüz, 2014, s. 596).

Örgüt kültürünün oluşumunda birbirinden farklı ama birbiriyle çok fazla ortak yönleri olan kavramlar ortaya çıkmaktadır. Bunlar (Sığrı & Gürbüz, 2014, s. 596);

Örgüt içerisinde bireylerin hal, tavır ve davranışlarını belirleyen sistemler bütünü olması,

Örgüt bireyleri tarafından sorgulanmayarak genel kabul görmüş yazısız kurallar silsilesi olması,

Örgüt içerisinde var olan sorunların biran önce çözümlenme kavuşturulacağına inanılması,

Örgüt içerisine değer yargılarının dış çevreye aktarılmasında, sembol ve hikayelerden yararlanılması.

Örgüt kültürünün amaçları arasında bireylerin, ortak dil, düşünce ve inanç birliği oluşturarak dış dünyaya aynı çerçeveden bakabilmelerini, sosyalleşmelerini sağlamaktır. Örgüt içerisinde yaşanan sorunların en makul şekilde çözüme kavuşturulmasını, örgütün varlığının istikrarlı bir şekilde ilerlemesi sağlamak temel amaçları oluşturmaktadır. Örgütü kültürünü oluşturan çeşitli alt kültürler bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi örgütün ana temel oluşumunu sağlayan ve üyelerinin büyük bölümün faydalandığı “Egemen Kültür.” Bir diğeri ise; Örgütün alt kademelerinde yer alan bireylerin karşılaştıkları sorunlar ve edindikleri deneyimlerin aktarılmasını sağlayan “Alt Kültür” olarak karşımıza çıkmaktadır. (Sığrı & Gürbüz, 2014, s. 596)

### **2.3 Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü İlişkisi**

Karizmatik liderler, özgüvenleri yüksek, yenilikçi, farklılık yaratan, kararlı, aktif ve önder kişilerdir. Attıkları her adım, söyledikleri her söz ve düşünce yapılarıyla takipçilerine örnek olurlar. Vizyon sahibi olmaları ve hayat felsefeleri ile takipçilerini kolayca etkileri altına alabilme özelliklerine sahiptirler. Karizmatik liderde olması gereken davranış özellikleri şu şekildedir: (Avcı, 2019, s. 152)

Doğru ve gerçek vizyon sahibi olmak

Astlarıyla güçlü ve etkili bir iletişim kurmak

Cesur davranışlar sergileyerek, yüksek risk almak

Astlarına güven duygusu aşımak

Yaşam felsefesiyle astlarına önder olmak

Örgüt içerisinde birlik olma duygusunu var etmek

Takipçilerin düşüncelerini etkileyebilmek

Astlarına yetki vermek ve önemsemek

Karizmatik lider, astlarıyla iletişime geçerken slogan, metafor ve sembollerden yararlanırlar. Karizmatik lider, daha çok babacan ve iyimser bir yaklaşım biçimi kullanarak astlarını etkisi altına alır. Liderler, duruş, konuşma, hitap, etkileycilik, coşku ve üsluplarıyla takipçilerinin gözünde karizmatik bir hal alırlar. (Avcı, 2019, s. 153) Karizmatik liderlik alanında yapılan çalışmalarda, liderin sergilediği davranış ve özelliklerin gözlemlenebilir olduğu görülmektedir. (Güney, Davranış Bilimleri, 2013, s. 412)

Örgütlerin nasıl işlediklerini anlayabilmek için önce örgüt çevresini ve yapısını derinlemesine incelemek gerekir. Örgütü oluşturan her bir küçük yapının bile çok büyük roller üstlendiğini bilmeliyiz. Özellikle görev, işlev, fonksiyon ve hiyerarşik yapının nasıl düzenlendiği çok önemli bir faktördür. Örgüt kültürünün nasıl inşa edildiği konusunda önemli bulgular üzerine araştırma yapmak bu kültürü yakından tanımamıza olanak sağlayacaktır. (Aypay, 2014, s. 17)

Örgütlerin var olma nedeni olarak bireysel başarıdan daha çok grup başarısı gibi çeşitli faktörler yatmaktadır. Bu faktörlerin arasında bireylerin yalnız başlarına başaramayacakları işler olması, kişileri sosyal hayatta ihtiyaç duydukları sosyalleşme güdülerini, bireyin kendisini sosyal hayatta daha başarılı hissedeceği ortamların oluşturulması, tek bir alanda uzmanlaşmak istemesi gibi faktörler yer almaktadır. Örgüt ve örgüt kültürü birbirinden ayrı iki kavram olarak ele alınmaktadır. (Bolat, İnci Bolat, Aytemiz Seymen, & Erdem, 2014, s. 119)

Hayattaki her şeyin bir varoluş nedeninin olduğu gibi kültüründe bir varoluş nedeni vardır. Bunlar; dil, sembol, ideoloji, inanç, mit, ritüel olarak tanımlanmaktadır. Birçok düşünür örgüt kültürünü, yazılı olmayan kurallardan olan, toplumda genel kabul görmüş kurallar bütünü, ast-üst ilişkilerindeki önemli noktalar, insani ilişkilerde dikkat edilmesi gereken unsurlar, önyargılardan nasıl kurtulması gerektiği konularında bireye yardımcı olan bir işleyiş zinciri olarak nitelendirmektedirler. (Ekici, 2013, s. 78)

Örgüt kültürünün oluşum sürecinde öncelikli olarak kurucu diye nitelendirdiğimiz örgüte önderlik yapan kişiler başrolde oynamaktadırlar. Daha sonra öğrenme sürecine başlandığında örgütün diğer yapı taşları olan üyelerin dahil olması ile örgüt herkesin söz hakkının olduğu ortak bir payda haline gelmektedir. Bu şekilde örgüt iki grupta ele alınmaya başlamıştır. Bunlar (Ekici, 2013, s. 80);

### **Birinci grup;**

Liderlerin kontrol altına aldığı olaylar,

Liderlerin kriz yönetme şekilleri,

Öncülük etme ve yol gösterme

İşe alım süreçleri, iş bölümü, atama ve emeklilik süreçlerini ele alma.

### **İkinci grup;**

Örgüt yapısının oluşturulması ve içeriği,

Örgütsel işleyiş ve düzen,

Fiziksel ortamın hazırlanması,



Hikayeler, mitler, semboller,

Örgütsel inanış, ideoloji ve ayrıcalıklar.

Bütün örgütler kültürel kimliklerinin oluşmasında faydalandıkları kültürler kadar, farklı coğrafik bölgelerde ve farklı çalışma alanlarında var olan alt kültürlerden fazlasıyla yararlanmaktadır. Var olan bu alt kültürler üst kültürlerle paralel olarak gelişim göstererek, aynı değer yargılarından yararlanarak güçlenmektedirler ve böylece daha geniş kitlelere yayılmaktadırlar. Alt kültürle birlikte örgüt içerisinde karşıt kültürlerde yer almaktadır. Bu durum ise örgüt kültüründe çok farklı bir pencere açılmasına yol açar. Karşıt kültüre sahip olan çalışanlar örgüt içerisinde hüküm süren baskın kültüre eleştirel ve sorgulayıcı yaklaşarak yeni akımlar ve fikirlerin ortaya çıkmasında rol oynarlar. (Sökmen, 2013, s. 69)

Nasıl ki her örgütün kültürü aynı olmadığı gibi, kültürlerin amaç ve hedefleri de aynı değildir. Bir örgütün kültürü oluşturulmasında amaç ve hedefler çok önemli rol oynamaktadırlar. Örneğin; bir işletme sadece finansal kazanç için kurulurken, başka bir işletme sadece sosyal hizmet vermek için kurulmaktadır. Örgüt kültürü oluşturulurken bu hedefler baz alınarak şekillenmektedir. Sürekli değişen ve gelişen teknolojik çevreye ayak uydurabilmek için örgütlerin amaç ve hedefleri de değişmektedir. Zaman içerisinde değişen çevre gibi örgüt kültürü de değişim göstermektedir. (Güney, Yönetim ve Organizasyon, 2007, s. 214)

Bir örgütün var olmasında ki en büyük rolü kurucular, yöneticiler ve liderler oluşturmaktadır. Çünkü bir yönetici kendi inanç ve değer yargılarına uygun bir kültür profili oluşturacaktır. Zaten her örgüt yöneticilerin izlerini taşıyan birbirinde farklı değer yargıları ve kimliğe sahiptir. Örgütün temellerini oluşturan yapı taşı ise; kurucularının ortak kararlar almalarıdır. Örgüt kültürünün gelişme evresinde yöneticilerin ve liderlerin aldıkları stratejik kararlar örgütün kaderin tayin etmektedir. Bir örgütün değerlerinin oluşmasında; yöneticilerinin aldıkları kararlar, düşünce ve yönetim tarzları, hayat felsefeleri çok büyük önem arz etmektedir. Bir yönetici geçmiş başarıları ve deneyimleri ne kadar fazla, değer ve düşünce yapıları ne kadar gelişmiş ise, o örgüt kültürü yenilikçi ve orijinal bir kalıp içerisinde olacaktır. (Güney, Yönetim ve Organizasyon, 2007, s. 214)

Hızla değişen ve gelişen global hayata ayak uydurabilmek için, tüm sektörlerde olduğu gibi örgüt kültürünün gelişmesi için de teknolojik yapı çok büyük önem arz etmektedir. Nedeni; örgüt içerisindeki teknolojik yapının değiştirilmesine ne kadar zemin hazırlanırsa, örgüt kurullarındaki değişme ve gelişmede o kadar büyük olacaktır. Teknolojik değişimle beraber örgüt kültürünün içerisinde yer alan çalışanlarında duygu ve düşüncelerinde de çeşitli değişimler olacaktır. Kültür ve teknolojik yapı birbirinden ayrılamaz iki önemli olgudur. (Güney, Yönetim ve Organizasyon, 2007, s. 214)

### **3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI**

Tarihten bu yana, örgüt kültürünün oluşturulması, liderlik modelleri, karizmatik liderlik özellikleri alanlarında farklı çalışmalar yapılmıştır. Yayınlanmış makaleler ve tezlerde örgüt kültürü ve karizmatik liderlik vasıfları arasında olumlu etkileşimlerin olduğu çeşitli ölçekler ve veri analizleri ile saptanmıştır.

Duran (2017) Özel sektör çalışanların örgüt kültürü ve karizmatik liderlik özelliklerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi isimli çalışmasında; özel sektör çalışanların karizmatik liderlik özellikleri ile örgüt kültürü düzeylerini incelemektedir. Araştırmanın örneklemini, tesadüfi olarak seçilen İstanbul ilinde tekstil

ve metal sanayi, çalışanlarından 301 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada Karizmatik Liderlik Ölçeği ve Örgüt Kültürü Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise t testi ve F testi (Tek Yönlü Varyans Analizi) ve Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı tekniklerinden yararlanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda özel sektör çalışanların cinsiyetleri ile örgüt kültürü düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunamazken vizyon belirleme, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme boyutlarında kadın özel sektör çalışanların lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Eğitim seviyesi değişkenine bakıldığında lisans ve üstü olan çalışanların örgüt kültür düzeyi, lise eğitim düzeyine sahip olan çalışanlara göre anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca araştırma sonucunda örgüt kültürü ile üye ihtiyaçlarına duyarlılık, vizyon belirleme ile çevresel duyarlılık, vizyon belirleme ile kişisel risk arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Elde edilen bulguların örgüt kültürüne yönelik yapılacak çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Uğur (2017) Çalışanların örgüt kültürü ve liderlik tarzları arasındaki ilişkinin incelenmesi isimli çalışmasında; tekstil sektörü çalışanların liderlik tarzları ile örgüt kültürü düzeylerini incelemektedir. Araştırmanın örneklemini, tesadüfi olarak seçilen Bursa ilinde tekstil çalışanlarından 311 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada Liderlik Yaklaşımları Ölçeği ve Örgüt Kültürü Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise t testi ve Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı tekniklerinden yararlanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda Kadın çalışanların örgüt kültürü algıları erkek çalışanlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Vizyoner, Demokratik liderlik ve Güçlendirici liderlik tarzlarında evli çalışanlar lehine anlamlı sonuçlar bulunurken, Karizmatik liderlik tarzında ise tam aksine bekarlar lehine anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Örgüt kültürü ile Demokratik Liderlik ve Güçlendirici Liderlik arasında ise pozitif anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Elde edilen bulguların liderlik ve örgüt kültürüne yönelik yapılacak çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Bayyurt ve Kılıç (2017) Liderlik Tarzının Örgüt Bağlılığına Etkisi isimli çalışmasında; Bir Hastane Araştırmasında; Günümüzde kurumlar yalnızca görevine endeksli yöneticilere değil, aynı zamanda liderlik yeteneğini ön plana çıkaran, entelektüel sermayeye ve yeniliğe önem veren, hizmet alan ve hizmet verenlerin beklentilerini daha iyi karşılamaya çalışan, örgütünü bu doğrultuda şekillendirmeye cesaretli ve kararlı davranan liderlere ihtiyaç duymaktadır. Örgütsel bağlılık çalışanların örgüte olan sadakatlerinin ifadesidir ve ürün ve hizmet kalitesini artırması açısından önemlidir. Liderlik tarzı örgütsel hedef ve amaçlara ulaşmada ve çalışanların etkin çalıştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı liderlik tarzının çalışanların örgütsel bağlılığına etkisini incelemektir. Bulgular liderlik tarzı ile Allen ve Meyer'in tanımladığı örgütsel bağlılığın her üç alt boyutu, duygusal, normative ve devam bağlılığı arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır.

Günçavdı (2017) Karizmatik Liderlik: Alan Yazın Taraması isimli çalışmasında; İnsanların oluşturduğu toplumsal örgütlerde var olan liderlik kavramı ile ilgili günümüze kadar birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar doğrultusunda çeşitli liderlik türlerinin olduğu görülmüştür. Bu liderlik türleri arasında zaman geçtikçe oluşan yeni anlayışlar kapsamında yeni liderlik türlerinden bahsedilmiştir. İşte bu modern liderlik türlerinden biri de Conger, Kanungo ve Menon'un düşüncesine göre dönüşümsel liderliğin sahip olabileceği en kusursuz şekli olarak gördüğü karizmatik liderlik olmuştur. Sistem yaklaşımının gelişmesi,

küreselleşme ve küreselleşmenin sonuçları 1980li yıllardan sonra karizmatik liderlikle ilgili çalışmaların artmasına yol açmıştır. Bu çalışmada liderlikte yeni kuramlardan karizmatik liderlik kuramı incelenecektir.

#### **4. ARAŞTIRMA**

##### **4.1 Araştırmanın Konusu**

Çalışmanın konusu, hızla değişen teknoloji, yenilikler ve rekabet ortamında örgüt kültürü oluşturulurken, örgüt üyelerin daha sağlıklı bir ortamda çalışabilmeleri için, verimliliklerinin artırılması amacıyla izledikleri yolların belirlenmesidir. Bu yollar belirlenirken sadece örgüt çalışanlarının çabası değil liderlerinin sergilemiş olduğu tutum ve davranışlarının da önemi üzerinde durulmuştur. Örgüt çalışanları ile karizmatik liderlik vasıflarının nasıl bir etkileşim halinde olduğu, beklenti ve isteklerinin karşılanma biçimleri ve iyileştirme yollarının saptanması bu çalışmanın en önemli unsurudur. Yöneticilerin astları üzerinde iş eğilimli mi yoksa emir verme eğilimli mi oldukları üzerine odaklanılmıştır. Karizmatik liderlik modelinin ortaya çıkma nedeni, kitleler üzerin ünlü bir spiker ya da oyuncunun etki yaratması değil, duruş, hayat felsefesi, hayati değerleri ile insanlar üzerinde değiştirici ve tamamlayıcı etkiler yaratan liderin var olmasını gerçekleştirmektir. Bu alanda yapılan tüm çalışmalarda karizmatik lider özellikleri taşıyan kişilerin gözlenebilir ve açıklanabilir tavırlar ortaya koydukları anlaşılmıştır. Karizmatik lider, geleneksel siyasal sistemden, modern siyasal sisteme geçiş aşmasında var olan tabuları yıkarak, yerine daha yaratıcı ve etkili değerler zinciri koyarak varlığını sürdürmeye devam eder. Ölçüt olarak karizmatik lider ortaya koyduğu başarı ve sonuçların kurumsal yapı üzerinde ne kadar etki bıraktığı ve ne kadar ses getirdiği üzerinde yoğunlaşmaktadır.

##### **4.2 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu araştırmanın amacı, kamu kurumlarında çalışan bireylerin örgüt kültürü ile aralarında nasıl bir bağ kurulduğunun, liderlerinden beklendiklerinin neler olduğunun, psikolojik, yönetsel, örgütsel açıdan nasıl bir çerçeve çizdiğinin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda liderin yaklaşım şekli, davranış modeli, olumlu ve olumsuz yanları, kamu çalışanlarının örgüt kültüründen ve liderlerinden beklentileri mercek altına alınarak çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır.

Son yıllarda çalışma hayatında, özellikle de kamu alanında karizmatik liderlik özellikleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişki konusunda yeterince akademik çalışma yapılmamış ve bu alanda boşluklar meydana gelmiştir. Tezimizin amacı, liderlik özellikleri ve karizmatik liderliğin kamu çalışanları üzerinde bıraktığı etkiler, beklentiler ve iyileştirilmesi gereken hususlardır.

Araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve yöntemi belirlenerek, Yalova ili içerisinde kamu kurumları arasından; KOSGEB Yalova İl Müdürlüğü, Yalova Sanayi İl Müdürlüğü, Yalova Üniversitesi, Yalova Ticaret ve Sanayi Odası, Yalova Belediyesi, Yalova Sağlık İl Müdürlüğü, Yalova Tapu ve Kadastro İl Müdürlüğünde çalışan kamu personelleri üzerinde toplam 40 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Covid19 salgını nedeni ile kamu kurumlarında yeteri kadar tam zamanlı çalışana ulaşılamadığı için anket uygulaması istenilen rakamlara ulaşılamamıştır.

#### 4.3 Araştırmanın Hipotezleri

- 1) Örgüt kültürünün hedeflenen başarılarla ulaşabilmesinde, karizmatik liderlik özelliklerinden vizyon belirleme ile önemli bir duyarlılık ilişkisi vardır.
- 2) Örgüt verimliliğinin artma ile karizmatik liderin kişisel risk üstlenmesi arasında bir etkileşim söz konusudur.
- 3) Karizmatik liderin mevcut durumunu koruyabilmesi ve statükoyu sürdürebilmesi ile örgüt üyelerinin beklentileri arasında negatif bir ilişki söz konusudur.
- 4) Örgüt üyelerinin, daha sağlıklı ve huzurlu bir ortamda çalışabilmeleri ile karizmatik liderin duyarlılık göstermesi arasında çok önemli bir ilişki söz konudur.

#### 4.4 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, Yalova ilinde kamu çalışanlarının, buldukları örgüt kültürünü içerisinde mevcut durum değerlendirmesi yapabilmesi, beklenti ve şikayetlerinin saptanması, liderlerinden bekledikleri tutum ve davranışları ölçebilmek adına 20 sorudan oluşan toplam 2 anket formu oluşturulmuştur. Anket formunda; eğitim, yaş, hizmet yılı, cinsiyet, gelir, medeni durum belirlenmesi istenmiştir. Anketimizde 5’li Likert Tipi Ölçek kullanılmıştır. Bunlar;

- 1) Kesinlikle Katılmıyorum
- 2) Katılmıyorum
- 3) Fikrim Yok
- 4) Katılıyorum
- 5) Kesinlikle Katılıyorum

#### 4.5 Araştırmanın Analizi ve Bulguları

Anket çalışmamız SPSS programında faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçeklerinin “yüksek güvenilir” düzeyinde ( $>0,80$ ) olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılanların Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçek ve boyutlarının ortalamalarına yer verilmiştir. Karizmatik Liderlik ölçeğinin boyutlarından en yüksek ortalama “Vizyon Belirleme” en düşük ise “Sıra Dışı Davranışlar Sergileme” boyutudur. cinsiyete göre karizmatik liderlik ve örgütsel kültür algısı bağımsız t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin karizmatik liderlik ölçeği ve Çevresel Duyarlılık, Sıra Dışı Davranışlar Sergileme, Kişisel Risk Üstlenme boyutları cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır ( $p<0,05$ ).

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Bilgileri

	Özellikler	N	%
Cinsiyet	Erkek	102	67,1
	Kadın	50	32,9
Medeni Durum	Bekar	22	14,5
	Evli, Çocuksuz	19	12,5
	Evli, Çocuklu	99	65,1
	Dul(Eşi Ölmüş)	8	5,3
	Boşanmış	4	2,6
Yaş	20-29 Arası	35	23,0
	30-39 Arası	59	38,8
	40-49 Arası	44	28,9
	50 ve Daha yukarı	14	9,2
Gelir Durumu	Çok Düşük	3	2,0
	Düşük	9	5,9
	Orta	96	63,2
	İyi	43	28,3

Tablo 1’de katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde katılımcıların önemli bir bölümü erkek, evli, lisansüstü mezunu ve gelir durumu orta seviyededir. Ayrıca katılımcıların %38,8’i 30-39 yaş arasında ve %37,5’i 1-5 yıl arasında mesleki tecrübeye sahiptir. Bunun yanı sıra katılımcıların %30,9’u 2 çocuğa sahiptir.

**Tablo 2:** Güvenirlilik Analizi

	Madde Sayısı	Cronbach’s Sayısı
Alpha	20	.872
Örgüt Kültürü Ölçeği	20	.816

Tablo 2’de araştırmada kullanılan Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçeklerinin güvenilirlikleri gösterilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde araştırmada kullanılan Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçeklerinin “yüksek güvenilir” düzeyinde (>0,80) olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 3:** Araştırmada Kullanılan Ölçek ve Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Örgüt Kültürü	152	3,7490	,64601	-1,045	1,029
Karizmatik Liderlik	152	3,7964	,69908	-,554	1,460
Vizyon Belirleme	152	4,1329	1,18934	1,519	1,564
Çevresel Duyarlılık	152	3,8520	,81397	-1,297	1,403
Sıra Dışı Davranışlar Sergileme	152	3,4803	,86377	-,638	,618
Kişisel Risk Üstlenme	152	3,4956	1,01351	-,654	-,114
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık Gösterme	152	3,8026	1,22841	1,342	1,994
Statükoyu Sürdürmeme	152	3,7599	1,04370	-1,007	,358

Tablo 3'te araştırmaya katılanların Örgütsel Kültür ve Karizmatik Liderlik ölçek ve boyutlarının ortalamalarına yer verilmiştir. Karizmatik Liderlik ölçeğinin boyutlarından en yüksek ortalama "Vizyon Belirleme" en düşük ise "Sıra Dışı Davranışlar Sergileme" boyutudur. George ve Mallery (2010) göre; çarpıklık ve basıklık değerleri +2,0 ile -2,0 arasında Tabachnick ve Fidell (2013) göre; +1,5 ile -1,5 arasında olursa ölçeğin normal dağıldığını ve parametrik testlerin daha geçerli ve güvenilir sonuçlar vereceğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda araştırmada kullanılan ölçek ve boyutlarının basıklık ve çarpıklık değerleri +2,0 ile -2,0 arasında olduğu için çalışmada parametrik testler olan bağımsız t-testi, pearson korelasyon ve regresyon analizi yöntemleri kullanılmıştır.

**Tablo 4:** Cinsiyete Göre Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Kültür Algısının Karşılaştırılması

Ölçek ve Boyutlar	Gruplar	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Örgüt Kültürü	Erkek	102	3,8059	,54215	1,557	,121
	Kadın	50	3,6330	,81225		
Karizmatik Liderlik	Erkek	102	3,9059	,61517	2,821	,005
	Kadın	50	3,5730	,80630		
Vizyon Belirleme	Erkek	102	4,2471	1,23422	1,701	,091
	Kadın	50	3,9000	1,06618		
Çevresel Duyarlılık	Erkek	102	3,9510	,67673	2,168	,032
	Kadın	50	3,6500	1,01770		
Sıra Dışı Davranışlar Sergileme	Erkek	102	3,6157	,82279	2,824	,005
	Kadın	50	3,2040	,88755		
Kişisel Risk Üstlenme	Erkek	102	3,6242	,97117	2,264	,025
	Kadın	50	3,2333	1,05678		
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık Gösterme	Erkek	102	3,9052	1,28918	1,476	,142
	Kadın	50	3,5933	1,07600		
Statükoyu Sürdürmeme	Erkek	102	3,8088	,94671	,825	,411
	Kadın	50	3,6600	1,22241		

Tablo 4'te cinsiyete göre karizmatik liderlik ve örgütsel kültür algısı bağımsız t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin karizmatik liderlik ölçeği ve Çevresel Duyarlılık, Sıra Dışı

Davranışlar Sergileme, Kişisel Risk Üstlenme boyutları cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır ( $p < 0,05$ ). Başka bir ifade ile erkeklerin kadınlara göre karizmatik liderlik ölçeği ve Çevresel Duyarlılık, Sıra Dışı Davranışlar Sergileme, Kişisel Risk Üstlenme boyut ortalamaları daha yüksektir. Buna karşın karizmatik liderlik ölçeği ve Vizyon Belirleme, Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık Gösterme, Statükoyu Sürdürmeme boyutları anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır ( $p > 0,05$ ). Bunun yanı sıra cinsiyete göre örgütsel kültür algısı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ( $p > 0,05$ )

Tablo 5: Karizmatik Liderlik ile Örgüt Kültürü Arasındaki İlişki

	Örgüt Kültürü
Karizmatik Liderlik	,587**
Vizyon Belirleme	,489**
Çevresel Duyarlılık	,472**
Sıra Dışı Davranışlar Sergileme	,414**
Kişisel Risk Üstlenme	,339**
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık Gösterme	,257**
Statükoyu Sürdürmeme	,337**

\*\* %1 güven seviyesinde anlamlılığı gösterir.

Tablo 5'te karizmatik liderlik ile örgüt kültürü arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları incelediğinde karizmatik liderlik ile örgüt kültürü arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır ( $p < 0,005$ ). Başka bir ifade ile karizmatik liderlik ölçeğinin Çevresel Duyarlılık, Sıra Dışı Davranışlar Sergileme, Kişisel Risk Üstlenme, Vizyon Belirleme, Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık Gösterme, Statükoyu Sürdürmeme boyut ortalamaları arttıkça örgüt kültürü algısı da artmaktadır.

**Tablo 6:** Karizmatik Liderliğin Örgüt Kültürü Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaşmamış		Standartlaşmış		
	Katsayılar		Katsayılar		
	B	Std. Hata	Beta	T	Sig.
(Sabit)	1,688	,236		7,163	,000
Karizmatik Liderlik	,543	,061	,587	8,891	,000
Sig.			0,000		
F			79,051		
R2			0,341		

Tablo 6’da karizmatik liderliğin örgüt kültürü üzerindeki etkisi regresyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçlar incelendiğinde karizmatik liderliğin örgüt kültürü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki yaptığı anlaşılmaktadır ( $p < 0,05$ ). Başka bir ifade ile karizmatik liderlik algısı arttıkça örgüt kültür algısı da artmaktadır. Örgüt kültürü algısında değişiklerin %34,1’i karizmatik liderlik algısı ile açıklanmaktadır.

## 5. SONUÇ

Tarihten bu yana insanoğlu sosyal hayatın ve iş hayatının devamlılığı için sürekli örgütlenme ihtiyacı duymuştur. Bu doğrultuda örgüt yönetiminin sağlıklı ilerleyebilmesi için bütün liderlik özelliklerini taşıyan bir lider tarafından yönetilmek istenmiştir. Bu lider herkesten farklı olan özellikleri ile öne çıkarak örgüt kültürü ve örgüt üyelerinin geleceği için risk ve sorumluluk üstlenerek karar alır ve uygular.

Günümüzde ise küresel dünyanın etkisine giren toplumlar, hızla büyüme, gelişme, rekabet ortamı, geleneksel yapının dışına çıkma isteği, ekonomilerinin gelişme isteği, güçlü iletişim ağları kurma düşüncesi, örgüt koşullarının iyileştirilmesi çabaları ve farklı yönetim tarzları ihtiyacı amacıyla küresel dünyanın gerisinde kalmak istememekte bunun sonucu olarak da karizmatik liderlik ihtiyacı hızla önem kazanmaktadır. Çağın gerisinde kalmamak için hem örgüt üyeleri hem de karizmatik liderlik vasfı taşıyan liderler sürekli kendilerini geliştirmek ve ilerlemek adına büyük çabalar sarf etmektedirler.

Örgüt kültürlerinin güçlenmesi ve ayakta kalabilmesi için liderin, risk alma yönü güçlü, statüko peşinde olmayan, vizyoner, geniş kitleleri etkisi altına alabilecek güçte, cesur, örgüt üyelerinin istek ve ihtiyaçlarına duyarlılık gösterebilen, takipçilerine rol model olabilecek niteliklere sahip kişiler olması gerekmektedir.

Örgüt kültürünün bileşenlerini oluşturan; normlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar ancak karizmatik liderlik vasıflarıyla bir araya gelirse güçlü bir yapı elde edilecektir. Var olan örgüt kültürünün gelecek nesillere aktarılması için ise gerekli olan şey dil, semboller ve işaretlerdir. Tüm bu normların bir araya gelmesi ile karizmatik liderlik vasıfları etkin rol oynayarak örgüt kültürün istenilen başarılarla ulaşması sağlanacaktır. Bu noktada en önemli parametre, örgüt kültürünün hedefleri ile örgüt üyelerinin ve karizmatik liderin hedeflerinin aynı doğrultuda ilerlemesidir.



Ayrıca üzerinde durduğumuz önemli bir diğer hususta; karizmatik liderlik vasfının sadece kişide doğuştan var olan bir özellik mi olduğu yoksa bu özelliğin sonradan eğitim ile mi kazanıldığı konusudur. Yaptığımız araştırmada, karizmatik liderlik vasıflarının hem doğuştan gelen vasıfları taşıdığı, hem de sonradan edinilen eğitim ile geliştirildiğidir. Bu iki kavram birbirine sıkı sıkıya bağlıdır. Biri olmadan diğeri çok fazla önem taşımamaktadır. Buna konuya vereceğimiz en iyi örnek ise Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'tür.

Yapmış olduğumuz bu çalışmada, ilk bölümde kültürün tanımı, örgüt kültürünün oluşturulması ve geliştirilmesi konusunda bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde liderlik kavramının ortaya çıkış tarihçesi liderlik çeşitleri, liderlik teorileri hakkında bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde karizmatik liderliğin var oluş şekli, karizmatik liderliğin özellikleri, örgüt kültürü ve karizmatik liderlik vasıflarının ortak paydaları üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise, araştırmamızın amacı, önemi, konusu, yöntemi ve analiz sonuçları ele alınmıştır.

Tez çalışmamız, Yalova ilindeki 7 kamu kurumu içerisinde çalışan 152 kamu personeli üzerinde 40 sorudan oluşan bir anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın amacı kamu kurumu çalışanlarının örgüt kültürüne yönelik ve örgüt liderleri ile olan ilişkilerinin olumlu ve olumsuz yanlarının saptanmasıdır. Böylelikle çalışan verimliliğinin artırılması, örgüt içerisinde sosyal bağların geliştirilmesi, çalışanların kendi aralarında ve liderleri ile olan ilişkilerinin güçlendirilmesi, karizmatik liderliğin çalışanlar üzerinde bıraktığı etkilerin incelenmesi alanında kazanımlar sağlanması hedeflenmiştir. Anket çalışmamız SPSS programında faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır.

Yapılan bu anket çalışması ile ortaya çıkan sonuç örgüt kültürü ile karizmatik liderlik arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Örgüt kültürünün güçlenebilmesi için çalışanların öngörüsü yüksek, cesur, vizyoner, üyelerin ihtiyaçları ile yakından ilgili, değişime ve gelişime açık liderlere ihtiyaç duymaktadırlar.

Yapılan çalışma ile meydana gelen başka bir husus ise; örgüt içerisinde karizmatik liderlik vasıfları etkili bir şekilde hissettirilirse buna bağlı olarak çalışanların örgüt kültür algısı ile örgüt bağlılıklarının da artacağı hususudur. Böylelikle çalışan kendinin örgütün bir parçası olduğunu hissederek örgüt içerisindeki başarılarını arttıracaktır.

## KAYNAKÇA

Arıkboğa, Ş. (2013). *Yönetim Becerileri*. İstanbul: Der Yayınları.

Avcı, A. (2019). Örgütsel Değişim ve Örgüt Yönetiminde Karizmatik Liderlik ve Eleştirel Bir Bakış. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi*, 148-157.

Aypay, A. (2014). *Örgütler ve Yapıları*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Bakan, İ., & Büyükbeşe, T. (2010). Liderlik Türleri ve Güç Kaynaklarına İlişkin Mevcut ve Gelecek Durum Karşılaştırılması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırma Dergisi*, 73-84.

Bolat, T., İnci Bolat, O., Aytemiz Seymen, O., & Erdem, B. (2014). *Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Bozkır, T. (2018). Üniversite Öğrenci Topluluklarında Karizmatik Liderliğin Öğrenci Motivasyonuna Etkisi. *Üniversite Öğrenci Topluluklarında Karizmatik Liderliğin Öğrenci Motivasyonuna Etkisi*. Konya: KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

- Çetin, N. (2008). Kuramsal Liderlik Çözümlemelerinin Işığında, Okul Müdürleri ve Eğitilebilir Durumsal Liderlik Özellikleri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 76.
- Doğan, S. (2007). *Vizyona Dayalı Liderlik*. İstanbul: Kare Yayınları.
- Ekici, K. M. (2013). *Yönetim Becerileri*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Gül, H., & Çöl, G. (2003). Atıf Teorisinde Belirlenen Karizmatik Liderlik Özelliklerinin Üçlü Örgütsel Bağlılık Modeliyle İlişkileri Üzerine Bir Araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 164-184.
- Günçavdı, G. (2017). Karizmatik Liderlik; Alan Yazın Taraması. *İJHAR INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND ART RESEARCHES*, 21-34.
- Güney, S. (2007). *Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güney, S. (2010). *Liderlik*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güney, S. (2012). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güney, S. (2013). *Davranış Bilimleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güney, S. (2015). *Liderlik*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Işık İnan, Ö., & Serinkan, C. (2020). Liderlik Yaklaşımları ve Spor Yönetiminde Liderlik. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 308-332.
- Owen, H., Hodgson, V., Gazzard, N., & Çelik, M. (2011). *Liderlik Elkitabı*. İstanbul: Optimist Yayıncılık.
- Özkalp, E., & Kirel, Ç. (2011). *Örgütsel Davranış*. Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Özkalp, E., & Kirel, Ç. (2013). *Örgütsel Davranış*. Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Sabuncuoğlu, Z., & Vergililer Tüz, M. (2013). *Örgütsel Davranış*. Bursa: Aktüel Yayınları.
- Sığır, Ü., & Gürbüz, S. (2014). *Örgütsel Davranış*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Soy, S. (2018). Kriz Yönetiminde Karizmatik Liderliğin Önemi. *Kriz Yönetiminde Karizmatik Liderliğin Önemi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı.
- Sökmen, A. (2013). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, N. (2010). *Lider Sızsınız*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Taslak, S. (2008). Göreve İlişkin Çatışmalarda Etkileşimci ve Dönüşümcü Liderlik Üzerine Etkisel Bir Değerlendirme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 121-144.
- Tuğ Kızıltoprak, A. A. (2018, Kasım). Türk Siyasetin Karizmatik Liderlik ve Recap Tayip ERDOĞAN. *Türk Siyasetin Karizmatik Liderlik ve Recap Tayip ERDOĞAN*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı.
- Yılmaz, M. (2018). Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi. *Karizmatik L*

# KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN YAŞAM İKSİRİ OLARAK REKLAM

Aykut GÖKTEKİN\*

## Özet

Çevremizin ekranlarla çevrili olduğu bugün, özellikle medya aracılığıyla reklamlar her yerde karşımıza kolaylıkla çıkmaktadır. Etrafımız reklam imajlarıyla sarılmış, adeta bu imajların kuşatması altındayız ve reklamlar bize onları görmezden gelme gibi bir seçenek dahi bırakmamakta. Görmezden gelinemeyen bu reklam bombardımanı Adorno ve Horkheimer'a göre kültür endüstrisinin yaşam iksiridir. Kapitalist sistemin devamını sağlamada, kitleleri uyuşturmada çok kullanışlı bir araç olarak görülen kültür endüstrisi içinde reklamlar olmazsa olmaz konumundadır. Kültür endüstrisi, aydınlanmanın yıkmaya çalıştığı mitlerin yerine kendi mitlerini getirmiştir. Böylelikle yok edildiği düşünülen mitler tekrardan dolaşıma girmiştir. Mitlere dikkat çeken bir diğer isimde Roland Barthes olmuştur. Barthes modern mitlerin, yeni dünya sisteminin tüketim odaklı değerlerini meşrulaştırmak amacıyla olduğu fikrini benimser. Reklamın sunduğu haz vaadi, güç vaadi, güzellik vaadi dolaşımdaki mitlerin birer yansımasıdır. Mitler aracılığıyla bu vaatler tüketicide daha güçlü bir etki bırakmaktadır. Çalışma kapsamında reklamlarda güç ve erkeklik vaadi olarak otomobil reklamı çözümlenmesi yapılmıştır. Yeni Nissan Qashqai reklamı göstergebilim yöntemde çözümlenerek Barthes'in mit düzeyi yaklaşımı esas alınmıştır. Reklamın sunduğu güç vaadi, erkeklik vaadi gibi vaatler hangi mitler üzerinden verilmektedir ve bu mitler nasıl kullanıldığı çalışmanın ana evrenini oluşturmaktadır. Böylelikle hem Adorno ve Horkheimer'in hem de Barthes'in işaret ettiği mitler bu reklam çözümlenmesiyle saptanmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür Endüstrisi, Reklam, Göstergebilim

## ADVERTISING THE CULTURAL INDUSTRY AS A POTION OF LIFE

### Abstract

We are surrounded by advertising heavily, hence advertisements no longer give us a choice of not seeing or hearing them. This inevitable bombardment of advertising, which cannot be ignored, according to Adorno and Horkheimer is the elixir of life of the culture industry. Advertisement as a very useful tool for keeping and maintaining the capitalist system alive and numbing the masses is an essential element of the cultural industry. The cultural industry has replaced its own myths with the ones which were supposed to be collapsed by the enlightenment. Thus, the myths that were thought to have been destroyed were put back into circulation all over again. Another name that drew attention to myths was Roland Barthes. Barthes takes the idea that modern myths work to legitimize the core values of the new world system for consumption. The promise of pleasure, the promise of power and the promise of beauty offered by the advertisements are reflections of the myths in circulation. These promises make stronger impressions and bounds on the consumers through myths. Automobile advertisement analysis was made as the promise of strength and masculinity in the advertisements within the scope of this study. The new Nissan Qashqai advertisement was analyzed in the semiotic method and Barthes' myth level approach was taken as a basis. Main coverage of this study is consist of exploring promises such as power and masculinity offered by advertising through certain type of myths and how those myths are being applied. Consequently, the myths pointed out by both Adorno and Horkheimer and Barthes were aimed to be determined by analyzing this advertisement.

Keywords: Culture Industry, Advertising, Semiotics

---

\* Giresun Üniversitesi, Öğretim Görevlisi

## 1. GİRİŞ

Çevremizin ekranlarla çevrili olduğu bugün, özellikle medya aracılığıyla reklamlar her yerde karşımıza kolaylıkla çıkmaktadır. Salt ekranlarla da sınırlı kalmayan reklamlar çok büyük bir etkileme gücüne sahiptir. Etrafımız reklam imajlarıyla sarılmış, adeta bu imajların kuşatması altındayız ve reklamlar bize onları görmezden gelme gibi bir seçenek dahi bırakmamakta. Reklam imgesi kadar sık karşılaştığımız başka bir imge olmadığını belirten Berger'e (1986: 129) göre "İnsan bu mesajları aklında tutabilir ya da unutabilir; ama gene de okumadan, görmeden edemez".

Görmezden gelinemeyen bu reklam bombardımanı Adorno ve Horkheimer'a (2014: 215) göre kültür endüstrisinin yaşam iksiridir. Kapitalist sistemin devamını sağlamada, kitleleri uyuşturmada çok kullanışlı bir araç olarak görülen kültür endüstrisi içinde reklamlar olmazsa olmaz konumundadır. Adorno ve Horkheimer'ın (2014: 20) aydınlanmanın gelmiş olduğu noktanın sonucu olarak gösterdikleri kültür endüstrisi, aydınlanmanın yıkmaya çalıştığı mitlerin yerine kendi mitlerini getirmiştir. Böylelikle yok edildiği düşünülen mitler tekrardan dolaşıma girmiştir. Mitlere dikkat çeken bir diğer isimde Roland Barthes olmuştur. Barthes (2014: 218) "mitler" çalışmasında yananlamı mit ve ideoloji ile ilişkilendirmiştir. Tarihsel bir mit analizi yaparak modern mitlerin, yeni dünya sisteminin tüketim odaklı değerlerini meşrulaştırmak amacıyla olduğu fikrini benimser (Horzum, 2011: 31). Özellikle reklamlar yeniden dolaşıma giren mitlerin en önemli dolaşım aracı olmuşlardır.

Hem Adorno ve Horkheimer, hem de Barthes mit kavramına dikkat çekmiş ve mitlerin meşrulaştırıcı yönünü vurgulamışlardır. Bu çalışmada da hakim ideolojisinin devamlılığına hizmet eden dolaşımdaki mitlerin, reklamlar aracılığıyla nasıl aktarıldığı belirlenmeye çalışılacaktır. Öncelikle Adorno ve Horkheimer'ın Aydınlanmanın Diyalektiği çalışması temelinde kültür endüstrisi kavramına odaklanılarak, endüstrilerin ürettiği kültür odağında reklamların rolü ve ürettiği mitler üzerinde durulacaktır. Kültür endüstrisinin vazgeçilemez bir enstrümanı olan reklamlar, üretilen mitlerin en önemli dolaşım kaynağı olarak görülmektedir. Kültür endüstrisinin sunduğu sonsuz haz vaadi, reklamlar aracılığıyla sürekli tekrarlanmaktadır. Aslında tekrarlanan egemen sistemi meşrulaştırma aracı olan mitlerdir.

Reklamların sunduğu haz vaadi, güç vaadi, güzellik vaadi dolaşımdaki mitlerin birer yansımasıdır. Mitler aracılığıyla bu vaatler tüketicide daha güçlü bir etki bırakmaktadır. Çalışma kapsamında reklamlarda güç ve erkeklik vaadi olarak otomobil reklamı çözümlemesi yapılacaktır. Otomobiller günümüz toplumunun en önemli göstergelerinden birisidir. Salt bir araç olmanın ötesinde çok daha başka anlamlar taşımaktadır. Hızın başat aktör olduğu günümüzde, sahibine sağladığı prestij, güç ve güven duygularıyla insanların çoğunlukla ilk sahip olmak istedikleri nesnelere başında gelmektedir. Otomobil reklamları da çoğunlukla bu arzuları ön plana çıkararak, hız vaadi, güç vaadi, erkeklik vaadi sunmaktadır. Bu çalışmada ele alacağımız reklam bu vaatlerin toplamı olarak görebileceğimiz yeni Nissan Qashqai reklamıdır. Bu reklamı seçmemizin ana nedeni özellikle son yıllarda tüm dünya ile birlikte Türkiye'de giderek yükselen oranda artan SUV satışlarıdır. Türkiye'de 2019-2020 yılında tüm satışların %25'i SUV modellerden oluşmuştur (Sözcü, 2020). Türkiye'de Jip olarak adlandırılan J segmentindeki 4 çeker arazi araçları günümüzde çeşitli değişimler geçirerek şehir kullanımına adapte edilmiştir. Sport utility vehicle kelimesinin kısaltması olan SUV şehire uyarlanmış J segmenti olarak görülebilir. Türkiye'de 2019 yılında SUV segmentinde en fazla

satılan araç Nissan Qashqai olmuştur (Sabah, 2019). Türkiye’de art arda en çok satan SUV modeli olan Qashqai 2017 yılında dış tasarımında değişiklikler yaptığı yeni kasasını çıkarmış ve bunu bir reklamla duyurmuştur. Bu reklamın sunduğu vaatler ve kullandığı mitler bu çalışmanın inceleme konusunu oluşturmaktadır.

Çalışmada, özellikle televizyon reklamları için oldukça etkin bir çözümleme olanağı sunan göstergebilim yöntemi kullanılmıştır. Televizyon reklamları görüntü ve sesin yanı sıra yazı ve bazen şekillerle çok katmanlı ve karmaşık bir gösteren dizgesine sahiptir. Bu çok katmanlı ve karmaşık bir gösteren dizgesinin yanı sıra televizyon reklamlarının sahip olduğu devinim inceleme için göstergebilimsel çözümleme yöntemini seçmeyi gerekli kılmıştır (Boztepe, 2018: 32). Göstergebilim yöntemde Barthes’ın mit düzeyi yaklaşımı bizim elde etmek istediğimiz sonuçlara ışık tutacaktır. Reklamın sunduğu güç vaadi, erkeklik vaadi gibi vaatler hangi mitler üzerinden verilmektedir ve bu mitler nasıl kullanıldığı çalışmanın ana evrenini oluşturmaktadır. Böylelikle hem Adorno ve Horkheimer’in hem de Barthes’ın işaret ettiği mitler bu reklam çalışmasıyla saptanmaya çalışılacaktır.

Sırasıyla önce kültür endüstrisi kavramı ele alınacak sonrasındaysa Barthes’ın göstergebilim yöntemi incelenecektir. Bu bilgiler ışığında yapılacak otomobil reklamı çözümlemesiyle, günümüz toplumundaki mitlerin işleyişi açıklanmaya çalışılacaktır.

## 2. ENDÜSTRİLER TARAFINDAN ÜRETİLEN KÜLTÜR

Kültürün bir endüstri ürününe dönüşmesi ve bu ürünün kitleleri kontrol etmede bir araç olarak kullanılması bir çok sosyal bilimcinin dikkatini çekmiştir. Özellikle sanayi devriminden sonra seri üretim anlayışı, sanayi mamulleriyle birlikte kültür için de uygulanır olmuştur. Gelişen teknolojinin getirdiği yeniliklerin sonucunda kitle iletişim araçları, üretilen endüstriyel kültürün en önemli araçları olmuştur.

Kültürün metalaşması, endüstriyel üretimi ‘kültür endüstrisi’ ifadesiyle kavramsallaştırılmıştır. Kültür endüstrisi kavramını ilk kez 1947 yılında basılan Adorno ve Horkheimer’in birlikte yazdıkları Aydınlanmanın Diyalektiği kitabında kullanılmıştır. Adorno (2011:109) kültür endüstrisi kavramını özellikle seçtiklerini belirtir. Bu kavramla kitle kültürü dışında bir şey ifade etmeye çalıştıklarını söyler. Yazarlar özellikle kültür ve endüstri gibi ilk bakışta oldukça zıt iki ayrı kavramı bir araya getirerek, endüstrileşen kültürün ticari bir meta haline dönüştürüldüğünü ifade etmeye çalışmışlardır. Adorno ve Horkheimer’a göre hayatın her alanı, kültür endüstrisi tarafından metalaştırılmakta ve böylelikle hâkim ideoloji hem ekonomik hem de ideolojik olarak kitlelerin bilincinde yeniden üretilmektedir (Kara, 2014: 52). Kitleleri kontrol etmede önemli bir araç olan kültür endüstrisi insanlığın geçirmiş olduğu aydınlanma sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Aydınlanmanın Diyalektiği kitabında yazarlar bu süreci açıklamaya çalışmıştır.

Aydınlanma, yazarlar tarafından insanların korkularından arınması ve efendi konumuna gelmeleri olarak ifade edilmiştir. Aydınlanmanın ortadan kaldırmaya çalıştığı; özgün mitoloji, insanları köleleştirdiğine inanılan eski düzen ve bu düzene ilişkin din öğretisiydi (Adorno, Horkheimer, 2014: 20) Ama insanlığı eski düzenden kurtararak özgürleştirici olduğu kabul edilen aklın düzenine sokma gayreti düşünüldüğü çok daha ileri gitmiştir. Düşünürler zincirlerinden kurtulan aklın, sınır ve engel tanımaz bir güce dönüşmüş olduğunu savunmuşlardır (Kocaoğlu, 2018: 169). Aydınlanmanın bir sonucu olarak görülen doğaya

hükmetme amacı insanlar arasındaki ilişkiye de yansımıştır. Adorno ve Horkheimer (2014: 21) ‘insanların doğadan öğrenmek istediği şey doğaya ve insanlara tümüyle egemen olmak üzere doğayı kullanabilmektir’ diyerek ilerlemenin asıl hedefini belirtmişlerdir. Aydınlanmanın doğa anlayışının temelindeki tahakkümcü anlayışı toplumsal alana da taşınarak modern toplum da buna benzer bir düzenlenmenin ve mühendislik faaliyetinin konusu olacak alan olarak kabul edilmektedir. Yani bu anlayışa göre insan kontrol edilebilir ve dizayn edilebilir bir nesne olarak görülmektedir.

Yazarlar kültür endüstrisini bu dizayn etmenin en etkili aracı olarak görmektedirler. Hiçbir şey ondan kaçamaz veya dışarıda kalmaz. Kültür endüstrisi düzeni insanın şeyleşmesi üzerine kurulmuştur. Birey önemsiz, görünmez ve benzeşiktir. “Uyum sağlamayan herkes ekonomik acizliğe mahkum edilir ve bu mahkûmiyet, garip münzevilerin zihinsel erksizliğinde sürdürülür. İnsan bir kez işleyen sistemin dışına atıldı mı onu yetersizlikle suçlamak kolaydır.” (Adorno, Horkheimer, 2014: 178). Kültür endüstrisi sistemi despotiktir ve bireyi yabancı görür. Onu önemsizleştirerek her boyutuyla şeyleştirir. Dellaloğlu (2003: 21) bu durumu şöyle özetler:

“Modern insan için özgürlüğün ve kendilik bilincinin bedeli çok ağır olmuştur. Benjamin'in diliyle söylersek, modern dönemde insan halesini yitirmiştir. İnsan teki, özgünlüğünü, biricikliğini kaybetmiştir. Mekanik yeniden üretim çağında her özne bir diğerinin aynısıdır. Aynı şeyleri yiyen, aynı şeyleri içen, aynı şeyleri dinleyen, aynı şeyleri seyreden özneler aynı şeyleri düşünmeye, aynı şeyleri hissetmeye başlamıştır. Herkes aynıdır. Herkesin aynı olduğu yerde kimse kalmamıştır. Özne bitmiştir, tükenmiştir.”

Adorno ve Horkheimer otomobilleri, bombaları ve filmleri aynı kategoride gösterir, bütün bunlar her şeyi aynı düzeye indirgeyen bir yapının parçalarıdır. Yazarlar kültür alanında bir tekel yapıdan söz eder ve bunun sonucunda da kültürün tek tipleştirildiğini vurgulamışlardır. İlerleyen teknoloji ile birlikte endüstri ve kültür iç içe geçmiş ve böylelikle bu durum kültürün bozulmasında önemli rol oynamıştır. Kapitalizmle bütünleşen kültür endüstrileri asıl olarak medya şirketleri ve eğlence firmalarıdır. Eğlence ürünlerinin üretiminden dağıtımına ve tüketimine kadar tüm süreçler büyük şirketler tarafından kontrol edilir. Asıl amacı kar elde etmek olan bu şirketler tüketiciyi oyalamakta, var olan egemen sistemi yeniden üretmektedir (Yaylagül, 2017: 101). Yani sinema, radyo ve basın, kısaca kitle iletişim araçları aydınlanma düşüncesini yaymak yerine varolan egemen ideolojinin kitlelere yayılmasını sağlar. Bu bağlamda reklamcılık da bu yeni endüstrileşmiş kültürün önemli ve değişmez bir parçası olmuş, kitleri yönetmede ve yönlendirmede önemli bir güç haline gelmiştir.

Yazarlar, reklamın kültür endüstrisinin yaşam iksiri olduğunu vurgularlar. Kültür endüstrisi tüketiciye daimi haz vaat eder. Bir metaya dönüşmüş ürünün vaat ettiği haz, durmaksızın salt bir vaade indirgendiği için ve bu haz doyuma ulaştırılamadığı için sonunda keyif verememekten ötürü reklama ihtiyaç duymaktadır. Yazarlar rekabetçi toplumda reklamın olumlu bir araç olabileceğini belirtmiştir. Rekabetçi toplumda reklam, tüketiciye ürünü tanıtarak, yol göstererek, daha işe yarar, tüketicinin haberdar olmadığı başka tedarikçilerin mallarını ilgili tüketiciye ulaştırmasına ve satabilmesine yardımcı olmaktadır. Ancak günümüz toplumlarında “reklam yukarıdaki özelliğinden bambaşka bir yerde durmaktadır. Serbest pazarın sonunun geldiği günümüzde reklamın arkasında sistemin egemenliği gizlenmektedir ve tüketicileri büyük

endüstriyel birliklere zincirleyen bağları daha da güçlendirmektedir” (Adorno, Horkheimer, 2014: 215). Reklamın artık olumlu bir işlevi yoktur ve sadece sunulan haz vaadinin önemli bir aracıdır. Reklamcılık bugün artık engelleyici bir araç, negatif bir ilke haline gelmiştir. Onun damgasını taşımayan, süzgecinde geçmeyen her ürün ekonomik olarak şüphelidir. Ürünler düşünceler her şey reklamlarla birbirine karışmıştır. Bir siyasi söylevdeki ses bir sonraki ürünün sesi olabilmektedir. Reklamın sağladığı bu karmaşa ile insanları gerçeği görmeleri engellenir ve gerçeklik yok edilir (Kızılcılık, 2013: 455).

Kültür endüstrisinin montaj niteliğindeki üretim tarzının sonucu olarak, ürünlerinin standart ve kontrollü üretim tarzı, ürünleri reklam için zaten elverişli kılmaktadır. Yine bu bağlamda reklamlar, tüm çirkinlikleri örtmede kültür endüstrisinin yapısı gereği işlevseldirler. Tüketiciler, kültür endüstrisinin çıktıları olan bu mekanik-standart ürünlerin aslında ne olduklarını bilmekle birlikte, yine de bu ürünlere sahip olamaya kendilerini mecbur hissederler.

“Reklam ve kültür endüstrisi hem teknik hem de ekonomik olarak birbiriyle kaynaşır. Her ikisinde de aynı öge sayısız yerde görünür ve aynı kültür ürününün mekanik yinelenmesi, aynı propaganda sloganının durmadan yinelenmesiyle aynı şeydir. Etkili olma buyruğu altında teknik psiko-teknîğe, yani insan davranışlarını idare etmeye dönüşür. Her ikisinde de hem çarpıcı hem bildik, hem hafif hem akılda kalıcı, hem ustalıklı hem de basit olma normu geçerlidir; her şey kafası dağınık ya da dirençli olduğu düşünülen müşteriye alt etmek içindir (Adorno, Horkheimer, 2014: 215).”

Reklam, günümüz tekel koşullarında anlamını yitirerek anlamsız bir görünüm aldıkça, kültür de bir o kadar her şeye gücü yeter hale gelir. Başta tv yayıncılığının olmak üzere, ancak reklam ajanslarının talep ettiği yüksek fiyatları sürekli ödeyebilenler, yani ancak zaten işin içinde olanlar ya da bankaların ve endüstri sermayesinin kararıyla uygun bulunanlar, satıcı olarak sözde pazara ayak basabilir (Adorno, Horkheimer, 2014: 216). Reklam sektöründe bile ancak kültür endüstrisinin bir dışlısıysanız kendinize yer bulabilirsiniz. Ürünün içeriğinden çok biçimi ve endüstriye bağlılığı ön plandadır.

Tüm bu bilgilerden hareketle özetlersek; reklamın bireyleri manipüle eden onları düzenin içinde tutan bir propaganda aracı gibi işlev gördüğü söylenebilir. Çünkü reklam propagandanın teknikleri sayılabilecek teknikler kullanmakta ve teknikler sayesinde toplumda belirli mesajların ve düşüncelerin benimsenmesini sağlamaktadır. Reklam, kültür endüstrisinin önemli bir parçası olarak, propaganda benzeri ikna edici tekniklerle toplumda tüketim ideolojisinin yayılmasında etkin bir rol almaktadır (Elmasoğlu, 2017: 38). Böylece reklam ürünün piyasaya tanıtılmasından ziyade hakim sistemin devamlılığını sağlayan araç konumundan çıkamamaktadır.

### 3. GÖSTERİLENİN ARDINDAKİ ANLAM

Kültür endüstrisinin yaşam iksiri olarak kabul gören reklamların temel işlevlerinden birinin var olan ideolojinin sürekliliğini sağlamak olduğu yukarıda vurgulanmıştır. Bu işlevi yerine getirmedeki en önemli aracı mitlerdir ve mitler yardımıyla ideoloji yeniden üretilir. Gösterilenin ardındaki anlama işaret eden mit seviyesini anlamak için göstergebilime ve Roland Barthes’ın çalışmalarına bakmak yerinde olacaktır.

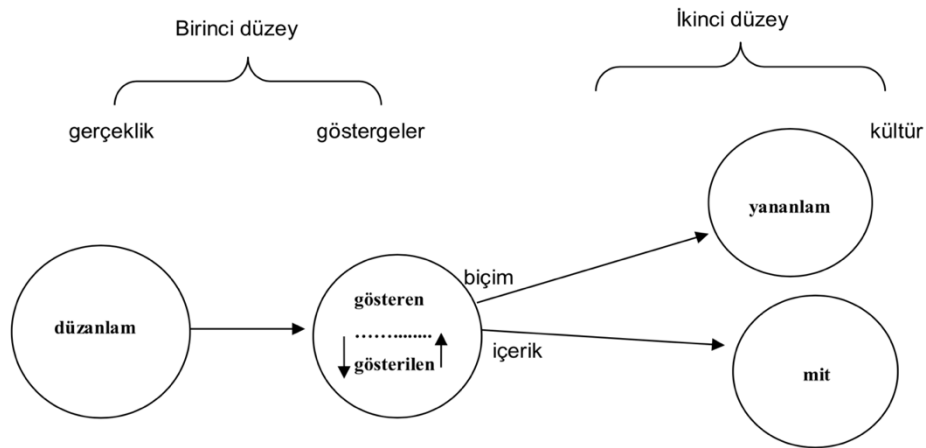
Göstergebilim, kabaca ‘göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılması’ olarak tanımlanabilir (Fiske, 2003: 62). Bu alanın en önemli isimlerinden biri olan Barthes göstergebilimin konusunu şöyle özerler: göstergebilimin konusunu, “tözü ne olursa olsun, sınırları ne olursa olsun, her türlü göstergeler dizgesidir: Görüntüler, el-kol-baş hareketleri, ezgili sesler, nesnelere ve törenlerde, protokollerde ya da gösterilerde görülen bu tözlerin karmaşaları, "diller" oluşturmasalar da, en azından anlamlandırma dizgeleri oluştururlar” (Barthes, 1996: 23). Göstergebilim bu anlamlar dizgesini açıklamaya çalışmaktadır.

Fiske (2003: 62), göstergebilimin üç temel çalışma alanı olduğunu söyler :

1. Gösterenin kendisi: Gösterge çeşitleri, bu göstergelerin taşıdıkları anlamlar ve göstergelerle göstergeleri kullanan insanlarla ilişkileri bu çalışma alanını oluşturur.
2. İçinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler: Bu alan, toplumun ya da kültürün ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilen kodları, bu kodların dolaşımı için düzenlenen iletişim yollarını konu edinir.
3. Kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültür: Kodlar çoğu zaman kültürün kendi varoluşunun bir yansımasıdır. Kültür, bu kodların ve göstergelerin kullanımıyla doğrudan ilişkilidir.

Gösterge, gösteren ve gösterilen göstergebilimin temel kavramlarıdır. “Gösterge, genel olarak, kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb. olarak tanımlanır” (Rifat, 2009: 11). Gösterge, bir gösteren ve bir gösterilen dizgesiyle kuruludur. Gösterenler dizgesi anlatım dizgesidir, açık olan üzerinden anlamlandırılır, gösterilenler dizgesi ise içerik düzlemini oluşturur (Barthes, 1979: 31). Barthes’ın Hjelmslev’den aldığı bu kavramlar yanında onun göstergebilimsel incelemelerinin asli unsurları düzenlam ve yan anlamdır.

**Şekil 1.** Barthes’ın iki anlamlandırma düzeyi. Birincinin gösterge sistemi, ikinci düzeyde kültürün değer sistemi içine yerleştirilmiştir (Fiske, 2003: 120).



Barthes’ın kendi kuramının merkezinde anlamlandırmanın iki düzeyden oluştuğu düşüncesi yer almaktadır. “Şekil 1”de görüldüğü üzere anlamlandırmanın birinci dizgesi düzenlam; birinci dizgeyi içine alan ikinci dizge de yan anlam düzlemini oluşturur (Barthes, 1993, 69). Anlamlandırmada birinci düzey olan düzenlam, gösterenin açık olan göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ifade eder. Düzenlam, gösterenin ortak duysal, bilinen açık anlamına gönderme yapar. Anlamlandırmanın ikinci düzeyi olan yan anlam ise, ortak



açık anlamın ötesinde göstergenin, tüketicilerin ya da kullanıcıların duygularıyla, kültürel değerleriyle hatta gelenekleriyle bulunduğu meydana gelen etkileşimi betimlemektedir. Barthes'a göre, bu etkileşimden meydana gelen yananlamdaki en önemli etmen, ilk düzeydeki gösterendir. Çünkü ilk düzeyin göstereni ikinci düzeyi ifade eden yananlamın göstergesidir (akt. Fiske, 2003: 116).

Barthes'ın kuramsal yaklaşımının bir diğer önemli unsuru ikinci düzeydeki yananlamın ortaya çıkardığı "mit" seviyesidir. Fiske'in tanımıyla "mit bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümünü açıklamasını ya da anlamasını sağlayan bir öyküdür" (2003: 118). Barthes, mit kavramını farklı şekilde ele almaktadır. Ona göre, mit bir şey üzerinde düşünme, onu kavramlaştırma ya da anlamının kültürel yoludur (akt. Fiske, 2003: 118). Barthes, miti toplumun süreç içinde benimsediği birbirileriyle ilişkili kavramlar, duygular ve anlamlar zinciri olarak düşünür.

Mitsel kavramlarda değişmezlik diye bir şeyin olmadığını söyleyen Barthes, mitlerin "oluşabilir, bozulabilir, dağılılabılır, tümüyle silinebilir" olduklarını vurgular (Barthes, 2014: 189). Örneğin, son yıllarda kadın haklarının üzerinde durulması, kadının sosyal ve ekonomik alanda daha görünür olmasıyla, çalışan başarılı kadın miti kullanılmaya başlanmıştır. Barthes ile mitler, ait olduğumuz, her gün içinde yaşadığımız kültürün göstergebilimsel bir olgusu şeklinde ele alınmıştır (Yengin, 2012: 16). Barthes'ın dikkat çektiği bir diğer olgu, mitlerin tarihi doğallaştırmak gibi bir ana işleve sahip olduğudur. Mitler aslında belirli tarihsel dönemlerde egemen olmuş sınıfların ürünüdür. "Mitlerin yaydıkları anlamlar bu tarihi beraberlerinde taşırlar, ancak mit olarak işleyebilmeleri için yaydıkları anlamların tarihsel ya da toplumsal değil doğal olduğunu vurgulamaları gerekmektedir. Mitler kendi kökenlerini ve dolayısıyla siyasal ve toplumsal boyutlarını gizemli hale getirirler ya da gizlerler" (Fiske, 2003: 123).

Barthes, kapitalist toplumlardaki dolaşımda olan çağdaş mitlerin analizini yapar ve bu konuda net bir görüş ortaya atar. Bu çağdaş mitler kapitalist sistemin var olan temel değerlerini meşrulaştırma işlevi görür. Yani yeme-içme, barınma, ulaşım, hatta tüm yaşam tarzı gibi gösterge sistemlerinin arkasında başka bir adlandırma boyutu olduğunu, 'mit' olarak adlandırılan bu adlandırma sistemi tarafından yönlendirildiğini ileri sürer. (Yengin, 2012: 16). Kitle iletişim araçları ideolojilerini meşrulaştırmak ve doğal bir görünüm vermek için mitleri ikincil anlam sistemleri olarak yaratmaktadırlar. Mit düzeyi kitle iletişim araçları vasıtasıyla iletilmek istenen mesajın ideolojik anlamını doğallaştırıp, masumlaştırmaktadır (Kükre, 2010: 30). Reklamın da bir gösterge sistemi olduğunu ve bu gösterge sisteminin, "mit" olarak adlandırdığı başka bir anlamlandırma sistemi tarafından yönlendirildiğini öne süren Barthes'ın çağdaş mitler konudaki düşünceleri şöyle özetlenebilir:

"...bu mitler kapitalist sistemin temel değerlerini meşrulaştırmak üzere işlev görür, bu değerleri doğallaştırır. Bireyler, mitin içindeki birbiriyle ilintili kavramların anlamının farkında olabilirler, ancak mitsel niteliğinden haberdar değildirler, mit kendi işleyişini gizler. Mit, bir dil biçimidir, dil ise sınıf temellidir (Barthes, 1990:124)."

Kültür endüstrisinin en önemli araçlarından biri olan reklamlar da göstergebilimsel çalışmalarda sıklıkla kullanılmıştır. Her reklamı bir bildiri olarak gören Barthes (1993: 157.) reklamlara nasıl uygulanacağını şu şekilde açıklar:

“Gerçekten de reklamın bir çıkış kaynağı (piyasaya sürülen ve övülen ürünün ait olduğu firma), bir alış noktası (halk) ve bir aktarım kanalı (yani reklam iletme aracı denilen şey) vardır. Bildirilerin bilimi günümüzde gündemde olduğuna göre, reklam bildirisine, bize çok yeni olarak dilbilimden gelen çözümleme yöntemini uygulamaya çalışabiliriz. Bunun için, incelemek istediğimiz nesneye içkin bir konumu benimsemek, yani bildirinin çıkarılması ya da alınmasıyla ilgili her çeşit gözlemi isteyerek bir yana bırakmak ve doğrudan doğruya bildirinin düzeyine yerleşmek gerekir: Bir reklam metni, anlamsal açıdan, yani bildirişim açısından nasıl oluşmuştur (bu soru, görüntü için de geçerlidir ama o zaman çözümü çok daha güçtür)?”

Barthes’a göre reklamlar iki bildiri içerir ve bu ikilik reklam dilini oluşturan yapının kendisidir. Reklamdaki birinci bildiri düzenlam bildirisidir ve bu birinci düzeyde, yorumsuz açık olan gösterenler bütünü anlamlandırılır. İkinci bildiri ise yananlam bildirisidir. Birinci bildirideki düzenlam bir çeşit kopma, uzaklaşma hareketiyle ikinci bildirinin basit bir göstereni durumuna gelir. Bu tek gösterilen neredeyse bütün reklamlardaki bildirinin temelini oluşturur: yani ilan edilen ürünün mükemmelliği... Bu ikinci gösterilen tüketici tarafından algılandığı anda, reklamın yapılmasındaki amaca da ulaşılmış olur. (Barthes, 1993: 158). Barthes, televizyon izlerken, gazete okurken, sinemaya gidildiğinde ya da satın alınan bir ürünün ambalajı incelenirken, her zaman sadece yananlamsal bildirimler aldığımızı ve algıladığımızı vurgulamaktadır. Sonra şu soruyu sorar “Neden ikili bir bildiriye başvurmadan, yalnızca şu ürünü Satın Alın denmez?”(Barthes, 1993: 159-160):

“Bu soruya kuşkusuz, düzenlam, kanıtları geliştirmeye, kısacası ikna etmeye yarar diye bir yanıt verilebilir (bu belki de reklamcıların fikridir); ama büyük bir olasılıkla (ve anlambilimin olanaklarına da daha uygun olarak), birinci bildiri, ikinci bildiriye daha ustaca ve daha ince bir biçimde *doğal kılma*'ya yarar: İkinci bildirinin çıkarıcı amacını, ileri sürdüğü savın nedensizliğini, göz korkutucu sertliğini ortadan kaldırır.”

Kısaca anlama sürecinin ikinci düzeyinde yani yananlamdaki mit seviyesinde mesaj yumuşatılır ve normalleştirilir. Böylece reklam, egemenliği altına aldığı mitler (tüketince mutlu olan, gülümseyen, kendini daha çekici ve daha güçlü hisseden erkek/kadın imgeleri) üzerinden, bireye tükettikçe yaşayacağı hazları vadederek, kitle üzerinde metanın ideolojisini tesis etmeye çalışmaktadır. Sonuç olarak reklamlar, mitler üzerinden çeşitli anlamlar kurmakta ve reklamlardaki yan anlamların taşıdığı ideoloji yoluyla bireylerin düşünsel dünyasına etkide bulunmaktadır.

#### 4. REKLAMLARININ GÖSTERDİKLERİ

Otomobil sadece basit bir ulaşım aracı olarak görülemez. Ona atfedilen anlam bunun çok ötesindedir. Lefebvre otomobil için “Kral-Nesne'dir, Kılavuz-Şey'dir” der. Bu üstün nesnenin, ekonomiden sosyal yaşama ve söyleme kadar birçok farklı alanda çok sayıda davranışı etkilediğini vurgular (Lefebvre, 2007: 115). Otomobili bugünün büyük gotik katedrallerine benzeten Barthes, bilinmedik sanatçılar tarafından tutkuyla tasarlanmış bu araçların halk tarafından adeta büyümlü bir nesne gibi görünmesine ve ona sahip olma isteğine dikkat çekmektedir (Barthes, 2014: 138). Otomobilin olduğu şey ile oluşturduğu imge arasında böyle büyük bir fark bulunmaktadır. Günümüzde büyük bir çoğunluk tarafından ulaşım aracından ziyade bir haz nesne gibi görülmektedir.

Otomobil, diğer tüketim mallarından oldukça farklıdır. Öncelikli sergilenebilir ve kullanıcıyı sergiler. Sergilenebilecek farklı ortamlara gidebilmesi özelliği sayesinde kıyaslanma imkânı tanır. Antropolojik (grup sembolizmi) algılamışta statü, gücün ve zenginliğin göstergesi olan otomobil; politik algılamışta özgürlük ve özelliğin simgesi haline gelir. Psikolojik algılamışta kendine güveni sağlar. Ekonomik anlayışta ise rahat ve ekonomik bir yolculukla özdeşleştirilir. Bu çoklu anlam yapısı onu klasik tüketim ürünlerinden ayırır. Sahibinin toplumsal konumunu otomobilin simgeleme işlevi ile satın alınabilir bir hale getirmektedir. Otomobilin sunduğu bu statü sağlama işlevi bireyleri daha üst modele sahip olmaz arzusuyla yönlendirmektedir. (Güneş, 2012: 215-217). Özgürlük ve haz vaadi doyuma ulaşmasa bile yeni bir modelle bu vaat diri tutulur. Haz yok olmaya başladığında yeniden ambalajlanan ürünler kültür endüstrisi tarafından tüketiciye sunulur. Böylelikle sonsuz haz vaadi döngüsü devam ettirilir.

Tüketim kültürünün otomobilin asli işlevinin dışında tekrar tekrar yüklediği yeni imgeler, özgün benlik ve farklı bir üslup arayışı içinde olan bireyi etkilemekte, bu da tüketimde sürekliliği sağlamaktadır. Reklamlar, otomobilin kullanım değerlerinden çok fetiş değerini ön plana çıkararak otomobile güç, arzu, güzellik, egzotizm, doyum, bilimsel ilerleme ve sahip olunarak elde edilecek daha iyi hayat imgeleri eklerler. Otomobil bireye kendisine sahip olunmasının zorunluluk olduğunu dayatır aksi durumda bireyi ilkel kalmakla, “dışarıda kalmakla” tehdit eder (Güneş, 2012: 216). Dışarıda kalma korkusu kültür endüstrinin toplumu kontrol için kullandığı araçlardan biridir. Kimse dışarıda kalmayı göze alamaz. Tüm toplum bütünleştirilip tek tipleştirilmelidir.

Görüldüğü gibi otomobil sadece bir ulaşım aracı olarak görülmemekte ve içerdiği yananamlar, reklamlar aracılığı ile sürekli tekrarlanmaktadır. Türkiye’de sınıfının en çok satan aracı Nissan Qashqai reklamını Barthes’ın göstergebilimsel yöntemiyle inceleyerek tekrarlanan bu mitler belirlenmeye çalışılacaktır. Mavi renkte bir aracın zorlu şehir yollarında performansını izlediğimiz reklamda ekrana gelen yazılarla aracın özellikleri sıralanmaktadır. Yenilenen dış tasarımı ve sağladığı bir çok teknolojik imkan reklam aracılığıyla iletmeye çalışılmaktadır. Bununla birlikte sınıfında en çok satan araç olma özelliği ‘lider duruşu’ sloganıyla vurgulanmıştır.

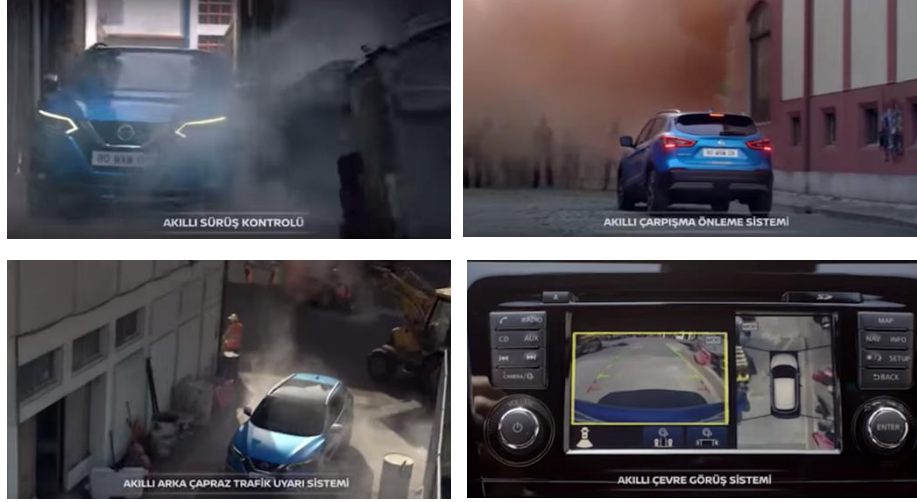
**Resim 1:** Nissan Qashqai reklamının başlangıç sekansı



Reklamın başlangıç sekansındaki gösterenlere bakacak olursa ilk dikkat çeken şey mavi renk olmaktadır. Düzenlamıyla bakacak olursa ilk sekansta mavi renkli bir aracı erkek sürücü sürmektedir. Barthes her zaman metinlerin bir de yananlamı olduğunu belirtmiştir. Görsellerin yananlamına bakıldığında mavinin teknoloji ve özgür ruhu çağrıştırdığı görülen ilk saptamadır. Günümüzde artık özellikle bilim kurgu filmlerinde hakim renk mavidir ve teknoloji mavi ile simgelenmektedir. Böylelikle yeni aracın çok daha teknolojik olduğu ilk kareden iletilmektedir. Ayrıca mavi kırmızı ile birlikte en dikkat çeken renktir. Bunun

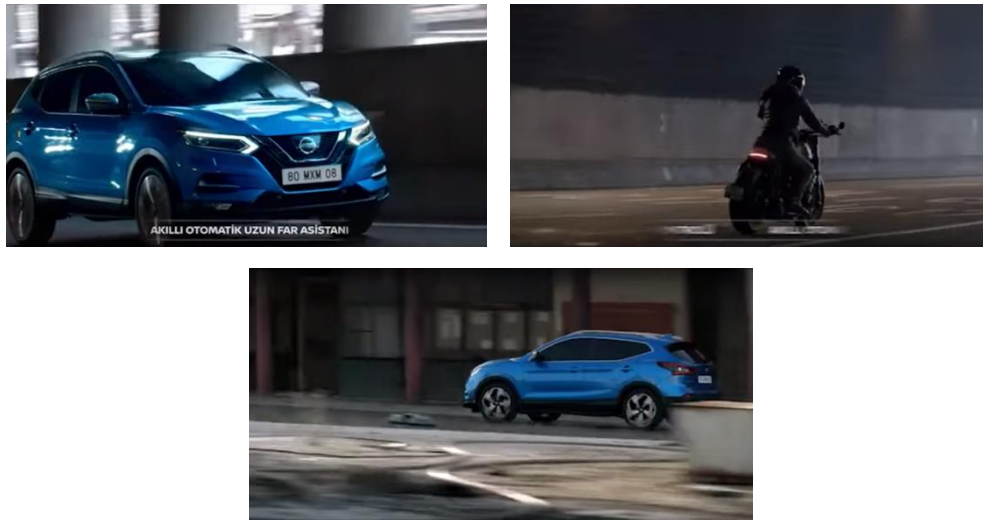
için çoğu uyarıcı ışıklandırmada kırmızı ile mavi de kullanılmaktadır. Mavi renkteki araç daha fazla dikkat çekmektedir. Böylelikle bu aracın sürücü toplum içinde her zaman fark edilebilir, göz önünde bulunabilir. Ayrıca mavi renk için erkek rengi de denilebilir. Özellikle yeni doğan erkek çocuklara mavi ağırlıkta kıyafetler alınır. Burada sürücüyü birlikte erkekliğe bir gönderme vardır. Reklamın sunduğu erkeklik vaadi, renk tercihiyle güçlendirilmiştir.

**Resim 2:** Aracın sunduğu teknolojik imkanlar



Bu sekanstaki gösterenleri çeşitli açılardan yolda ilerleyen araç planlarıdır. Düzenlamıyla tozlu yolda çeşitli manevralarla ilerleyen araç görünmektedir. Anlam seviyesinin ikinci düzeyi yananlamda ise şehir adeta bir araziye dönüşmüştür ve böyle zorlu bir yolda ilerleyebilmek için her türlü teknolojik imkanın olduğu bu araca ihtiyaç vardır. Sürücü karşısına çıkan her türlü engeli aracın sağladığı akıllı teknolojiyle kolayca aşabilmektedir. Ayrıca ekrandaki yazılarla aracın sağladığı teknolojik imkanlar tekrar vurgulanmaktadır. J segmenti araçların normal şartlarda araziler için tasarlandığını ama artık günümüzde şehirli SUV kavramıyla birlikte hızla artış gösteren bir satış grafiği ile şehiriçi kullanımda da tercih edilir olduğunu daha önce belirtmiştik. Burada da bir şantiye alanına dönmüş şehirde en konforlu ve güvenli ulaşımın bu araçla sağlanabileceği vurgulanmaktadır.

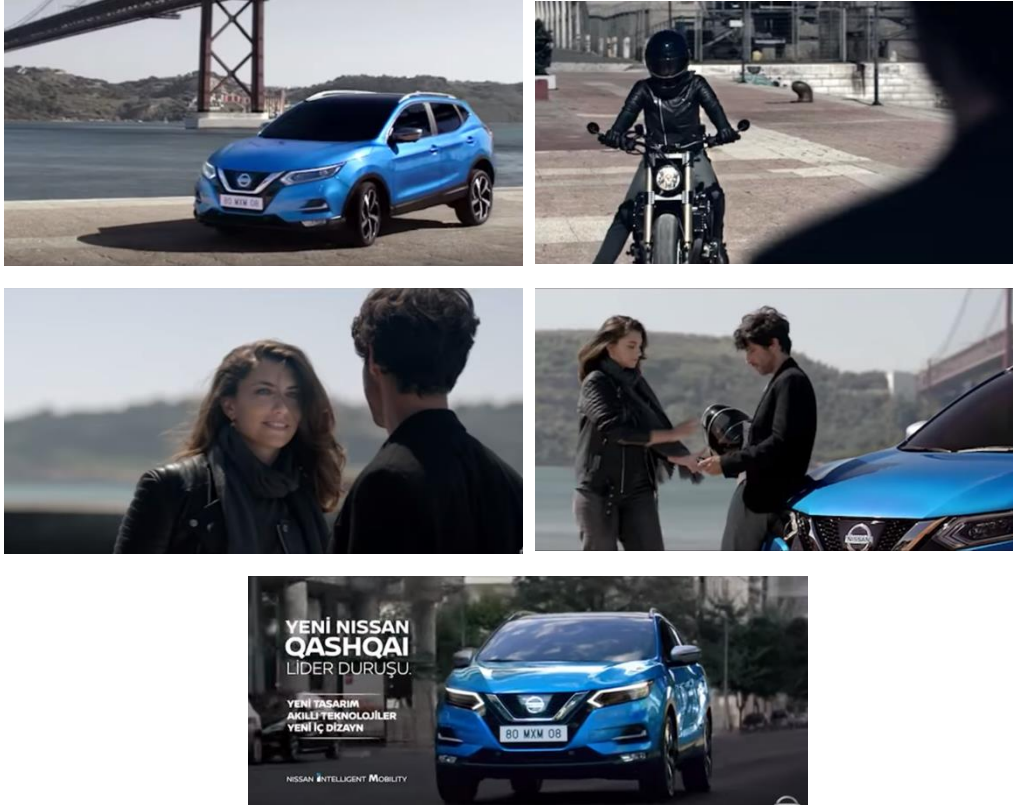
**Resim 3:** Rekabet ve hız reklamda işlenen diğer temalardır



Reklamda işlenen ana hikayelerden birisi aracın bir motosikletle yarışta rekabette olduğu hissidir. Paralel kurguyla bu hissiyat güçlendirilmiştir. Bu sekanstaki gösterenlere baktığımızda düz anlamıyla kendi yolunda ilerleyen otomobil ve motosikleti görmekteyiz. Yananlamdaysa rekabet ve yarış hissi bu sekansın taşıyıcısı olmuştur. Burada Qashqai'nin de tıpkı bir motosiklet gibi hızlı atak ve aynı zamanda özgürlük sağlayan bir araç olduğu anlatımı vardır. Tüm bunların yanında motosikletten farklı olarak son derece konforlu ve güvenli bir ortamda bu hazları sağlayabilmektedir. Her şeyin baş döndürücü bir hızlı ilerlediği bu zamanlarda bu hıza yetişmek için ihtiyacınız olan tek şeyin bu araç olduğu vurgusu görülmektedir. Hız çoğu zaman güç ile de açıklandığı için otomobilin gücüne de gönderme yapmaktadır.

Günümüzde geride kalmanın oyun dışı kalmakla eşdeğer olduğu, herkesin daha ileriye ulaşmayı hedef olarak gördüğü bir gerçektir. Bu sekansta da rekabet edip öne geçme vurgusu vardır. Aracın sağladığı güven güç ile birleşerek sürücüsünün her türlü engeli aşmasını ve hedefine ulaşmasını sağlamaktadır. Rakiplerinin avantajlı gibi görünmesinin bir önemi yoktur. Çünkü bu araç hepsini bertaraf etmeye yeterli gelecektir.

**Resim 4:** Reklamın final sekansı



Reklamın bu son sekansında mini hikaye sonuca erer ve otomobil sürücüsüyle motosiklet sürücüsü karşılaşır. Bu sekansta otomobil, motosiklet ve iki yetişkin kadın-erkek gösterenler olarak öne çıkmaktadır. Motosiklet sürücüsünün kadın olduğu ve erkek ile kadının birbirine kur yaptıkları düzenlamda belirlenecek unsurlardır. Yananlamda ise seksi asi ve özgür kadın imgesi hemen farkedilir. Erkek kendinden emin bir şekilde kadının kendine gelmesini bekler. İkili arasındaki çekim bakışmalarla yansıtılır. Bu esnada reklamdaki dış sestem 'Seni heyecanlandıran yeni tasarımı ve akıllı teknolojileriyle yeni Nissan Qashqai' metni duyulur. Buradaki ikili arasındaki cinsel yakınlıktan doğan heyecanla otomobilin sağladığı

heyecan eşleştirilmiştir. Erkek gücü ve karizmasıyla kadını etkilediğini düşünürken, kadın son anda anahtarları erkekten alarak otomobili tercih ettiğini görmekteyiz. Qashqai tıpkı güçlü ve karizmatik bir erkek gibi cazibesıyla kadını etkilemiştir. Reklamın son planında (packshot) yolda ilerleyen otomobil görünür. Bu planda gösterenler otomobil ve yazılardır. ‘Yeni Nissan Qashqai lider duruşu’ yazısıyla, pazar lideri otomobilin yeni dış tasarımına vurgu yapılmaktadır. Hemen bu yazıların altında otomobildeki yenilikler sıralanmıştır. Böylece tek planda otomobil tekrardan tanıtılmıştır.

Barthes reklamlarda bulunan yananamların çok sayıda miti de içerdiğini söylemektedir. Bu reklamda da teknoloji miti, güç miti, cinsellik miti, rekabet miti, hız miti yananamların içinde işlenmektedir. Özellikle teknoloji miti aracın rengiyle ve aksesuarlarıyla ön planda kullanılmıştır. Sürekli yenilenen ve ilerleyen teknolojiyle birlikte insanların bunlara sahip olma gerekliliği de reklamlar aracılığıyla tekrarlanmaktadır. En teknolojiğine en yenisine sahip olma isteği bir tüketim alışkanlığına dönüştürülmüştür. Artık insan, uzantısı olan teknoloji ile tek tipleştirilmekte, yalnızlaştırılmakta ve kalabalıkta ayrılaştırıldığı halde farklı olduğuna inandırılmış bir hale getirilmektedir (Yengin, 2012: 15). Otomobilin sağladığı statü ile insanların diğerlerinden farklılaşma isteği reklam aracılığıyla desteklenmektedir

Güç, hız ve cinsellik miti reklamda iç içe kullanılmıştır. Otomobilin zorlu yollarda hızla ilerlemesi onun gücünün bir göstergesidir. Çoğu zaman otomobilin sunduğu hız, günümüz toplumlarının bir fetişi olarak ilerleme ve dinamizm, iktidar olma, güç göstergesi ve neredeyse tapınılacak bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Güneş, 2012: 217). Bununla birlikte erkekle arabanın eşdeğer oluşu ona yüklenen cinsel anlamlar güç mitiyle birleşmektedir. Motosiklet sürücüsü kadın, erkeğe arzuladığı bir cinsel nesne gibi yaklaşırken son anda arabayı tercih etmesi aynı zamanda otomobilin kadınları da peşinden koşturacak bir nesne olarak sunulmasına olanak sağlamaktadır. Bu araca sahip olduktan sonra kadınlar konusunda da çok şanslı olacaksınız söylemi adeta gizli bir slogan gibidir.

Barthes’ın (1993: 159-160) reklamlarda neden ikili bildiri bulunduğu yani sorusuna verdiği cevap gibi mitler verilecek mesajları yumuşatmakta ve doğallaştırmaktadır. Böylelikle tüketim ihtiyacı meşrulaştırılmakta ve reklam amacına ulaşmaktadır.

“...mitlerin amacı dünyayı kımıldatmaktır: mitlerin iyelik hiyerarşisini kesinlikle belirlemiş evrensel bir ekonomiyi esinlemeleri, ona öykünmeleri gerekir. Böylece, her gün ve her yerde, mitler insanı durdurur, onu kendi yerine yaşayan, içine yerleşmiş, kocaman bir asalak gibi kendisini boğan, etkinliklerine içinde ancak dünyayı kımıldatmadan acı çekmesine izin verilen daracık sınırlar çizer... (Barthes, 2014: 218)”

Qashqai reklamında da görüldüğü üzere kültür endüstrisinin bir aracı olan reklam bizi her seferinde daha yenisine ve daha iyisine çağırır. Çünkü her zaman daha yenisi ve daha iyisi vardır. Tüketimin devamlılığı ve tüketimle toplumu kontrol mekanizmaları için bu çağrı sürekli tekrarlanmalıdır. Reklamlardaki mitler aracılığıyla yapılan bu çağrı yumuşatılmakta ve asıl niyeti gizlenmektedir.

## 5. SONUÇ

Kültür endüstrisinin tek tipleştirdiği, benzeştirdiği birey yine kültür endüstrisinin yaşam iksiri olan reklamlarla pazarlanan ürünleriyle kimlik bulma, farklılaşma amacındadır. Bu farklı olma arayışı

benzeşmeyi daha da artırmaktadır. İnsanlar bir ürünü alırken salt kullanmak için değil, reklamında oynayan ünlü oyuncular gibi yada doğrudan reklam karakterleri gibi olmak, reklamın sunduğu yaşam standardına sahip olamasa bile sahipmiş gibi hissetmek için satın almaktadır. Başka deyişle kişiler, reklamlardaki ikincil düzey olan yanlama kapılarak tüketim için daha fazla istek duyarlar. Ürün, doğrudan kullanım faydasından çok çeşitli mitlerle duygulara seslenecek şekilde tanıtılmaktadır. Karmaşık göstergeler dizgesinden meydana gelen reklamlarda, ürün üzerinden yeni arzular yaratmakta ve bu arzuları tatmin için ancak reklamdaki markayı yada ürünü almakla tatmin sağlanacağı anlamını yaratmaktadır. Bu tatmin duygusu da her zaman bir vaat olarak sürdürülmektedir.

Ele aldığımız otomobil reklamında da bu vaat döngüsü görülmektedir. Ulaşım aracı niteliğinin dışında bir haz nesnesi gibi görülen otomobil çeşitli mitlerle duygulara hitap etmektedir. Verilen mesajın keskinliğini kıran mitler reklamların arzulara seslenmesine yardımcı olmaktadır. Böylelikle ürünün satışından önce vaat satışı gerçekleşir. Qashqai reklamındaki teknoloji miti, en teknolojiğine sahip olma isteğine işaret etmektedir. İnsanlar gelecek her yeni bir teknolojinin kendileri için daha iyi olacağı düşüncesine inanmaktadırlar. Aynı şekilde reklamın işaret ettiği cinsel dürtüler insanın en ilkel duygularına işaret etmektedir. Karşı cinsten iki insanın bir birine karşı duyduğu istek bir insanla bir otomobil düzeyine indirgenmiştir. Bu durum kültür endüstrisinin her şeyi aynı düzeye indirgeyip benzeştirmesinin reklama yansımalarıdır.

Bugünü sınır tanımayan aydınlanmanın geldiği son nokta olarak gören Adorno ve Horkheimer ilerleyen bilimin toplumu kültür endüstrisiyle tahakküm altına aldığını vurgular. Mitleri yenmek için yola çıkan bilim kendi mitlerini yaratmıştır. Barthes'ın da dikkat çektiği gibi bu mitlerin nihai amacı mevcut düzeni meşrulaştırmaktır. Özellikle reklamlar aracılığıyla tüketim çıkmazına sokulan toplum her türlü boşluğu daha fazla tüketerek doldurmaktadır. Bu tüketim yoğunluğundaysa sisteme karşı gelme ya da ona katılmama gibi bir seçeneği bulunmamaktadır. Nihayetinde pozitif bilimle aydınlığa kavuştuğunu, zincirlerinden kurtulduğunu düşünen insanlık yeni bir tahakküm altına girmiştir. Doğayı anlamak için mitleri orta çıkararak insanlık, aslında aydınlanmayla yeni mitler yaratmıştır. Son kertede Adorno ve Horkheimer'in (2014: 16) vurguladığı gibi "mit zaten Aydınlanmadır ve; Aydınlanma mitolojiye geri dönmektir".

#### KAYNAKÇA

ADORNO, Theodor, HORKHEİMER, Max. Aydınlanmanın Diyalektiği. Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2014

ADORNO, Theodor. Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi. İletişim Yayınları, İstanbul, 2011

BARTHES, Roland. Çağdaş Söylenler. Metis Yayınları, İstanbul, 2014

BARTHES, Roland. Göstergibilim İlkeleri. Kültür Bakanlığı, Ankara, 1979

BARTHES, Roland. Göstergibilimsel Serüven. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1993

BERGER, John. Görme Biçimleri. Metis Yayınları, İstanbul, 1986

BOZTEPE, Veli. Televizyon Reklamlarının Toplumsal İşlevleri Üzerine Göstergibilimsel Bir Çözümleme: Toyota Hibrit Örneği. eKurgu. ISSN-1309-3487 Cilt: 26 Sayı: 1 Makale: 3 Ocak, 2018

DELLALOĞLU, Besim. Bir Giriş: Adorno Yüz Yaşında. Cogito Dergi, sayı 36, 13-36. Yaz, 2003

ELMASOĞLU, Kamile. Tüketim Kültüründe Etkili Bir Araç Olarak Reklamın İşlevlerine Dair Genel Bir Değerlendirme. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, cilt 2-4, 27-42, 2017

FİSKE, John. (2003), İletişim Çalışmalarına Giriş. Bilim ve Sanat, Ankara, 2003.

GÜNEŞ, Serkan. (2012). Türk Toplumunu ve Otomobil. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25, 213-230. Mayıs, 2012

HORZUM, Işıl . (2011). Reklamlarda İşlenen Modern Mitler Ve Yeşil Mitin Göstergibilimsel İncelemesi. Humanities Sciences , 6 (1) , 29-41 .

KARA, Tolga. Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Medya Ürünleri: Eleştirel Yaklaşım. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication , 4-1. Ocak, 2014

KIZILÇELİK, Sezgin. Frankfurt Okulu. Anı yayıncılık, Ankara, 2013

KOCAOĞLU, Mehmet. Aydınlanmayı Yeniden Düşünmek: Horkheimer ve Adorno. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16 3, 159-180. Eylül, 2018

KÜKRER, Özlem. Reklamda Mitler ve Anlam. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 13, 25-43. 2010

LEFEBVRE, Henri. Modern Dünya'da Gündelik Hayat. Metis Yayınları, İstanbul, 2007

RİFAT, Mehmet. Göstergibilimin ABC'si. Say Yayınları, İstanbul, 2009

YAYLAGÜL, Levent. Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Dipnot Yayınları, Ankara, 2010

YENGİN, Didem. Mekanikleşen Birey: Arçelik Örneğinin R. Barthes'a Göre Çözümlemesi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2-1. Ocak, 2012

<https://www.sabah.com.tr/galeri/otomobil/turkiyede-en-cok-satan-suv-modelleri>

<https://www.sozcu.com.tr/2020/otomotiv/otomobil-ve-hafif-ticari-arac-pazari-2019-yilinda-azaldi-5547139/>



# BAZI SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN SOSYAL DAMGALANMA (STİGMA) DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ BANDIRMA ÖRNEĞİ

Özay Nuri AKSOY<sup>1</sup>

Enes KÖSE<sup>2</sup>

## Özet

Literatür incelendiğinde sosyal yaşam içerisinde pek çok nedenle farklı olduğu düşünülen kişiye karşı hissettirilen ya da hissedilen değersizlik duygusu damgaya sebep olacağı vurgulanır. Toplumsal açıdan damgalanma çevremizde bulunan kişileri, sıfatlarla sosyal açıdan gruplara ve kategorilere ayırdığımız, her kategori için de bir insan imajı hayalimizde oluştuğu ve o kategoriden karşılaştığımız herkese aynı özellikleri atfettiğimiz belirtilir. Bu araştırmanın amacı, Bandırma geneli psikolojik damgalama eğilimini dört faktör ile ölçmektir. Birinci faktör olan ayrımcılık ve dışlama, ikinci faktör etiketleme, üçüncü faktör psikolojik sağlık, dördüncü faktör önyargıdır. Araştırmaya gönüllü 180 kişi ( 86 kadın, 94 erkek) katılmıştır. Katılımcıların yaşları 18 ile 43 arasında değişmektedir. Veri toplama aracı olarak Yaman ve Güngör (2013) tarafından geliştirilen Damgalama Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonuçları cinsiyet açısından anlamlı bir farklılığa ulaşamamıştır. Fakat damgalanma ölçeğinin ayrımcılık - dışlama, etiketleme, psikolojik sağlık, önyargı alt puanlarının demografik değişkenler olan yaş, medeni durum, eğitim, meslek durumu ve gelir açısından anlamlı veriler elde edilmiştir. Damgalanma ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmaların genellikle psikiyatrik hastalar üzerinde gerçekleştirildiği gözlenmiştir. İncelenen literatür de Bandırma ilçe açısından bir araştırmanın yapılmamış olması literatüre katkı sağlayacaktır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar Bandırma ölçeğinde veri sağlaması açısından önemlidir. Araştırma sonuçları literatür eşliğinde tartışılmış ve damgalamayı azaltmaya yönelik öneriler sunulmuştur.

*Anahtar Kelimeler:* Damgalanma, Stigma, Ayrımcılık, Dışlama, Önyargı

## INVESTIGATION OF SOCIAL STIGMA LEVELS IN TERMS OF SOME SOCIO-DEMOGRAPHIC VARIABLES BANDIRMA EXAMPLE

### Abstract

*When the literature is examined, it is emphasized that the feeling of worthlessness felt or felt towards a person who is thought to be different for many reasons in social life will cause a stigma. Social stigma is stated that we divide the people around us into groups and categories socially with adjectives, a human image for each category is formed in our imagination, and we attribute the same characteristics to everyone we encounter from that category. The aim of this study is to measure the psychological stigmatization tendency of Bandırma in general with four factors. The first factor is discrimination and exclusion, the second factor is labeling, the third factor is psychological health, and the fourth factor is prejudice. 180 volunteers (86 women, 94 men) participated in the study. Participants' ages range from 18 to 43. The Stigma Scale developed by Yaman and Güngör (2013) was used as the data collection tool. The research results could not find a significant difference in terms of gender. However, significant data were obtained in terms of demographic variables of the discrimination-exclusion, labeling, psychological health, prejudice sub-scores of the stigma scale, age, marital status, education, occupational status and income. When the literature on stigmatization was examined, it was observed that studies were generally carried out on psychiatric patients. The fact that no research has been conducted in the studied literature in terms of Bandırma district will contribute to the literature. The results obtained from the research are important in terms of providing data in Bandırma scale. The results of the research were discussed in the light of the literature and suggestions for reducing stigmatization were presented.*

*Keywords:* Stigma, Discrimination, Exclusion, Prejudice, Bandırma

<sup>1</sup>ozaynuriaksoy@msn.com, 0000-0001-8210-8362

<sup>2</sup>koseenes2005@gmail.com, 0000-0003-0149-7760

## 1.GİRİŞ

Damga (stigma) kavramı, Bos ve ark (2013)' a göre sosyoloji alanında doğmuş olsa da; tıp bilimleri, sağlık bilimleri, kriminoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, örgütsel davranış alanlarında da kullanılmaya kısa sürede başlanmıştır.

Damgalanma kavramının birçok alanda kullanılmış olması bu kavramı da tanımlamayı zorlaştırmaktadır. Kelime kökeni olarak eski Yunanca'da yara iz anlamında kullanılmıştır.

Yunanlılar "stigma" ifadesini, kişinin varlığında olağan olmayan ve kötü olarak düşündükleri neyi varsa bunları ortaya koymaya yönelik bedensel işaret amacıyla kullanmışlardır. Bu işaretler kişinin bedenine kazılır ya da yakarak damgalanırdı. Bu izleri taşıyanların köle, suçlu veya hain olduklarının işareti sayılırdı. Hıristiyanlık dönemlerinde ise, ciltte ortaya çıkan "stigma"nın Tanrının merhameti olarak görülmüştür. Bedende ki bu tür yaraların fiziki bozuklukların bedene yansıma işareti olarak görülmüştür. Stigmanın çağımızda ki kullanım anlamına gelince diğerlerinden olumsuz anlamda farklı düşünülen ve rağbet gösterilmeyen bir kişi durumu söz konusudur. Goffman (1963) 'a göre günümüzde de anlam köküne yakın bir kullanımı söz konusudur. Aşağılanmanın ve kişinin değerini yitirmesi, rağbet görmemesi olarak nitelendirilmektedir. Yine Goffman (1963) e göre toplumsal olgu kapsamında, damgalanan kişi grupta ya da toplulukta "bütünün bir parçası, normal biri" olarak görülürken; lekeli ve sakat, dikkate alınmayacak kadar değeri düşük konuma indirgenmektedir. Soygür ve Özalp (2005)'e göre de kişilerin veya grupların toplumca 'normal' sayılan sınırların dışında olan utandırılması gereken durumun varlığı nedeniyle yaftalama, etiketleme ve kara lekeyi ifade ettiği vurgulanmıştır. Goffman (1963) tarafından damgalama yapılan kişinin adının kötüye çıkması ve utanç verici değer yüklenmesi sonucu, normal sayılanlar ve damgalananlar arasında sosyal sınırların çizildiğini belirtir. Goffman (1963)'e göre damgalamaya uğrayan kişinin isminin önüne konan etiketten dolayı o kişiye daha az değer verilebilir. O kişinin daha az istenebilir hale gelmesine neden olabilir. Bu durum artık onu insan gibi görülmemesine neden olur. Damgalayan kişilerin gözünde bir eşya ya da "öteki" olabilir. Damgalama (stigmatizasyon) kavramı ve etiketleme kavramları Kocabaşoğlu ve Aliustaoğlu (2003) Bağ ve Ekinci (2005) İkişık (2008) tarafından eşanlamlı olarak kullanılmıştır. Yıldız ve ark (2012) tarafından ise hastalıkların birer etiket olduklarını bazı hastalıkların damgalamaya neden olduğu durumları vurgulayarak; etiketlemeyle damgalama arasında fark olduğunu söyler.

Tarihi süreçte tıbbi açıdan damgalamalarda sayıca fazla olarak yaşanmıştır. Toplumlara etkisi altına alan salgın hastalık zamanlarında ve ruhsal hastalıkların yoğun olduğu dönemlerde damgalama meyillinde olmuşlardır. Ruhsal hastalığı olanların Allah'ın gazabına uğradığı, kötü ruhların etkisi altında kaldıkları, topluma zararları dokunacakları düşüncesinde olmaları Geçtan (2012) Özyiğit, ve ark (2004) tarafından örnek olarak gösterilir.

Giddens (2000) tarafından sosyal yaşam içerisinde pek çok nedenle farklı olduğu düşünülen kişiye karşı hissettirilen ya da hissedilen değersizlik duygusu damgayı sebep olacağı vurgulanır. Bu nedenler psikojenik, toplumsal ve teknolojik olarak açıklanabilir: Psikojenik açıdan damgalamanın temelinde olumsuz inançlar ve önyargılar olduğu Bilge ve Çam (2010) tarafından, Damganın kaynak bulunduğu ilk zemin önyargı olduğu Oran ve Şenuzun (2008) tarafından vurgulanır. Yazarlara göre ruhsal hastalara gösterilen damgalayıcı tutumların alt yapısında onlara karşı duyulan korku ve öfke yer almaktadır.

Toplumsal açıdan damgalanmanın temelinde St.Clements University (2014) tarafından çevremizde bulunan kişileri, sınıflarla sosyal açıdan gruplara ve kategorilere ayırdığımız, her kategori için de bir insan imajı hayalimizde olduğu ve o kategoriden karşılaştığımız herkese aynı özellikleri atfettiğimiz belirtilir. Sınıflandırmalar, genellemelere ve çarpıtmalara sebep olurken; önyargıların da temelini oluşturduğu Sözen ve ark (2013) tarafından vurgulanır. Damgalamada kişisel farklılıklar sınıflandırılır, stereotipik biçimde ve bilişsel olarak “biz” ve “onlar” şeklinde ötekileştirme, ayırma, dışlama yaşanmaktadır. Üçok (2003) tarafından rekabetçilik beraberinde yapılacak iş konusunda öğrenilecek konuları fazlaştırmakta bunun da öğrenme işini zorlaştırdığına dikkat çeker. Bu durumun kişilerin iş bulabilmeleri için daha fazla niteliğe sahip olması gereğini dile getirir. Bunun beraberinde damgalamayı kolaylaştıran sebeplerden biri olarak görür. Kadioğlu ve Hotun Şahin (2015) Kültürü damgalamayı başlatan, toplumsal nedenlerinden biri olduğunu belirtir. Bireyin yaşadığı toplumun kültür ve gelenekleri, dini inançları, korkuları ve önyargıları kültür içinde harmanlanır. Teknolojik açıdan damgalanmanın temelinde Haghghat (2001) ve Kadioğlu ve Hotun Şahin (2015) tarafından her geçen gün teknolojik gelişmelere bir yenilerinin eklenmesi, damgalayıcı nedenlerin artmasına sebep olduğu tespitinde bulunur. Yaşam alanında iletişim kanal sayısının çokluğu, yeni bir sinyal ve imajla karşılaşılması, damgalayıcı reklamlar, sinema görselleri, sosyal medya mesajları damgalamayı tetiklediği belirtilir.

## **2.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

### **2.1.Araştırma Modeli**

Araştırma da tarama modeli kullanılmıştır. Karasar (2005)’a göre tarama modeli, geçmişte ya da hala var olan durumları betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır.

Tarama araştırmaları Cohen ve ark (2007) göre betimleyici yapıya sahiptir. Nesnelerin, toplumların, kurumların yapı ve olay işleyişlerini tanımlama amacı taşır. Tarama tipi araştırmalarda örneklemden elde edilen verinin örnekleme temsil ettiği evrene ait genellemelerde bulunabileceğini belirtilir.

### **2.2.Evren ve Örneklem**

Bu çalışmanın evreni Bandırma ilçesinde yaşayanlardır. Araştırma örnekleme olasılığa dayalı örnekleme yönteminden basit tesadüfi örnekleme kullanılarak oluşturulmuştur. Araştırmanın örnekleme yöntem kapsamında seçilen 180 kişiden oluşmaktadır.

Anket Basit Tesadüfi Örneklem ile gerçekleştirilmiştir. Erkuş (2005) a göre, bireylerin benzer evren olması, sonlu, durağan ve birimlerine ulaşılabilen evren olduğu ve evrendeki her birimin örnekleme girme olasılığının eşit ve birbirinden bağımsız olduğu bir örnekleme ki bir seçimde, bu özelliklerden dolayı, sonuçlar evrene genelleştirilebilir

### **2.3.Araştırmanın Amacı**

Damgalanma ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmaların genellikle psikiyatrik hastalar üzerinde gerçekleştirildiği gözlenmiştir. İncelenen literatür de Bandırma ilçe açısından bir araştırmanın yapılmaması olması literatüre katkı sağlayacaktır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar Bandırma ölçeğinde veri sağlanması açısından önemlidir. Bandırma ölçeğinde damgalanma eğilimini araştırmak amaçlanmıştır.

Literatür taramasında konunun Bandırma ölçeğinde çalışılmamış olması araştırma sonuçlarını önemli ve anlamlı kılacaktır.

#### **2.4.Araştırmanın Varsayım ve Sınırlılığı**

Ankete katılanlar anket sorularını doğru ve kurallara uygun, içten ve samimi duygularla cevapladıkları varsayılmıştır. Seçilmiş örneklem evreni temsil ettiği varsayılmıştır. Kullanılan ölçeğin ölçmek istedikleri özellikleri ölçtüğü sorular olduğu varsayılmaktadır. Literatür taraması araştırma bakımından yeterlidir. Araştırma Balıkesir ili Bandırma ilçesi ile sınırlıdır. Araştırmanın örnekleme 18 yaş üstüne yöneliktir. Bu nedenle 18 yaş altındaki bireyler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

#### **2.5.Araştırmanın Hipotezleri**

Bireylerin sahip olduğu sosyo-demografik özellikler (Yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir seviyesi) ile ayrımcılık ve dışlama, etiketleme, psikolojik sağlık ve önyargı faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı çalışmanın hipotezini oluşturmaktadır.

#### **2.6.Veri Toplama Araçları**

**Damgalama Ölçeği:** Damgalama Ölçeği, Yaman ve Güngör (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek maddeleri 1-Kesinlikle katılmıyorum... 5-Tamamen Katılıyorum olmak üzere likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Likert tipi olduğundan ölçekten alınabilecek en düşük puan 22, en yüksek alınabilecek puansa 110'dur. Damgalama Ölçeği'nden 55 (2,5-orta değerle 22-madde sayısı çarpılmasıyla) puanın altında kalanların damgalama eğiliminin düşük olduğu üstünde olan kişilerinse damgalama eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir.

Damgalama Ölçeği 4 faktörden ve 22 maddeden oluşmaktadır. Birinci faktör olan Ayrımcılık ve Dışlama 6 maddeden oluşmaktadır. Bunlar ankette 10,17,18,19,20 ve 21.sorulardır. İkinci faktör etiketleme 6 maddeden oluşmaktadır. Bunlar ankette 3, 4,5,7,8 ve 9.sorulardır. Üçüncü faktör Psikolojik Sağlık 5 maddeden oluşmaktadır. Bunlar ankette 11,12,13,16,ve 22. sorulardır. 4. faktör Önyargı 5 maddeden oluşmaktadır. Bunlar ankette 1,2,6,14 ve 15. sorulardır.

**Kişisel Bilgi Formu:** Kişisel bilgi formu, araştırmacı tarafından katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durumunu tespiti ilişkin bilgilere ulaşabilmek için hazırlanmıştır. Literatür incelemesi sonucu ve anılan ölçek de referans alınarak sorular oluşturulmuştur.

#### **2.7.Verilerin Analizi**

Veriler SPSS 24 analiz programı ile gerçekleştirilmiştir. Damgalama Ölçeği toplam puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere bağımsız grup t testi, Damgalama ölçeği toplam puanlarının yaş, medeni durum, çalışma durumu ve gelire göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere ise tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda  $p < 0.05$  değerine göre anlamlılık vurgusu yapılmıştır.

### 3.BULGULAR

#### 3.1.Normallik Kontrolü

Ölçek verilerinin istatistik açısından uygunluğu için verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Histogram ve Q-Q Plot grafikleri incelenmiştir. Eğrinin simetrik dağılım gösterdiği görülmüştür. Toplam puana ait merkezi eğilim ölçüleri Tablo 1’de verilmiştir.

*Tablo 1. Damgalama Ölçeği Toplam Puana Ait Merkezi Eğilim Ölçüleri*

Boyutlar	$\bar{x}$	Medyan	Mod	Çarpıklık	Basıklık
Ayrımcılık ve Dışlama	.24	.17	.18	.882	-.134
Etiketleme	2.59	2.66	2.50	.195	-.255
Psikolojik Sağlık	2.46	2.00	1.80	-.854	-.418
Önyargı	.46	.47	.64	-.549	-.656

Verilerin normal dağılımının kontrolü için, Kline (2011) belirttiği basıklık ve çarpıklık değerleri ölçüt alınmıştır. Büyüköztürk (2011) araştırmasında da çarpıklık katsayısının 1, -1 sınırları içerisinde olmasının puanları normal dağılımdan sapma göstermediği şeklinde yorumlar. Araştırma bulgularında aritmetik ortalama, medyan ve mod’un birbirine de yaklaşmış olması dağılımı normal durumdan uzaklaşmadığının ölçütü olarak değerlendirir. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının 1 ile -1 arasında olması verilerin normal dağılım gösterdiğine yönelik kanaat oluşmuştur.

#### 3.2.Demografik Bulgular

*Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular*

Cinsiyet	<i>f</i>	%
Kadın	86	47.8
Erkek	94	52.2
<b>Yaş Grubu</b>		
18-22	34	18.9
23-27	28	15.6
28-32	22	12.2
33-37	31	17.2
38-42	41	22.8
43 üstü	24	13.3
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	48	43.3
Bekar	100	55.6
Boşanmış	2	1.1

<b>Eğitim Durumu</b>		
İlkokul	2	1.1
Ortaokul	2	1.1
Lise	92	51.1
Üniversite	78	43.3
Lisansüstü	6	3.3
<b>Meslek</b>		
Kamu Kurumu Çalışanı	83	46.1
Özel Sektör Çalışanı	60	33.3
Üniversite Öğrencisi	13	7.2
Serbest Meslek Sahibi	7	3.9
Ev Hanımı	10	5.6
Çalışmıyor	7	3.9
<b>Gelir</b>		
1000 TL den az	5	2.8
1001- 2000 TL	12	6.7
2001-3000 TL	34	18.9
3001- 4000 TL	77	42.8
4001 -5000 TL	22	12.2
5000 Üstü	30	16.7

### 3.3.Damgalanma Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması:

Damgalanma Ölçek Puanlarının cinsiyete göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 3’de sunulmuştur.

**Tablo 3. Damgalanma Ölçek Alt Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	SS	t	p
Ayrımcılık ve Dışlama	Kadın	86	.22	.19	-1.18	.23
	Erkek	94	.26	.17		
Etiketleme	Kadın	86	2.57	.83	-.294	.76
	Erkek	94	2.61	.81		
Psikolojik Sağlık	Kadın	86	2.43	.99	-.431	.66
	Erkek	94	2.49	.89		
Önyargı	Kadın	86	.46	.17	.125	.90
	Erkek	94	.49	.18		

\*p< .05 anlamlı

Tablo 3’de görüldüğü gibi, Damgalanma Ölçeği Alt Puanları olan Ayrımcılık ve Dışlama ( $t(178)=.23, p>.05$ ), Etiketleme ( $t(178)=.76$ ), Psikolojik Sağlık ( $t(178)=.66, p>.05$ ), Önyargı ( $t(178)=.90, p>.05$ ) cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

### 3.4. Damgalanma Ölçek Alt Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

**Tablo 4. Damgalanma Ölçeği ve Alt Puanları olan Ayrımcılık ve Dışlama, Etiketleme, Psikolojik Sağlık, Önyargının Yaş Duruma Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	N	$\bar{x}$	SS	ANOVA Sonuçları						Fark
					Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	
Ayrımcılık ve Dışlama	(a)18-22	34	.14	.08	<b>G.Arası</b>	1.34	5	.269			
	(b)23-27	28	.16	.11	<b>G.İçi</b>	4.83	174	.028			c>a
	(c)28-32	22	.35	.24	<b>Toplam</b>	6.18	179				d>a
	(d)33-37	31	.36	.21					9.679	.000*	e>a
	(e)38-42	41	.26	.17							
	(f)43 üstü	24	.18	.12							
	<b>Toplam</b>	<b>180</b>	<b>.24</b>	<b>.18</b>							
Etiketleme	(a)18-22	34	2.24	.60	<b>G.Arası</b>	16.69	5	3.34			
	(b)23-27	28	2.50	.51	<b>G.İçi</b>	104.30	174	.599			d>a
	(c)28-32	22	2.67	1.12	<b>Toplam</b>	121.00	179				e>a
	(d)33-37	31	3.03	1.09							
	(e)38-42	41	2.81	.53					5.57	.000*	
	(f)43 üstü	24	2.18	.68							
	<b>Toplam</b>	<b>180</b>	<b>2.59</b>	<b>.82</b>							
Psikolojik Sağlık	(a)18-22	34	1.88	.53	<b>G.Arası</b>	42.81	5	8.56			
	(b)23-27	28	1.90	.35	<b>G.İçi</b>	115.61	174	.664			d>a
	(c)28-32	22	3.00	1.01	<b>Toplam</b>	158.42	179				e>a
	(d)33-37	31	3.18	.98					12.88	.000*	f>a
	(e)38-42	41	2.46	.97							
	(f)43 üstü	24	2.53	.77							
	<b>Toplam</b>	<b>180</b>	<b>2.46</b>	<b>.94</b>							
Önyargı	(a)18-22	34	.55	.13	<b>G.Arası</b>	1.26	5	.253			
	(b)23-27	28	.57	.14	<b>G.İçi</b>	4.71	174	.027			a>c
	(c)28-32	22	.38	.14	<b>Toplam</b>	5.98	179				a>d
	(d)33-37	31	.35	.17							a>f
	(e)38-42	41	.48	.20					9.34	.000*	
	(f)43 üstü	24	.39	.13							
	<b>Toplam</b>	<b>180</b>	<b>.46</b>	<b>.18</b>							

\*p<.05 anlamlı

Tablo 4’de anlamlandırmayı kolaylaştırmak için ve grupların tabloda kolay yorumlanması için yaş gruplarına a, b, c, d, e harfleriyle isimlendirilmiştir. Bu bağlamda; (a)18-22, (b)23-27, (c)28-32, (d)33-37, (e)38-42, (f) ise 43 üstü olarak isim verilmiştir. ANOVA sonuçlar tablosunda fark kısmında belirtilmiştir.

Ayrımcılık ve Dışlama ile yaş grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=9.679$  ve  $p<.05$ ). Puanların yaş değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere Post Hoc Testlerinden Tukey testi kullanılmıştır.

Ayrımcılık ve Dışlama boyutu bakımından, (a)18-22 yaş grubu ile (c) 28-32 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 28-32 ( $\bar{X}=3.35$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=1.14$ ) yaş grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $c>a$ ). (d)33-37 yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). (d)33-37 ( $\bar{X}=3.36$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=1.14$ ) yaş grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>a$ ). (e)38-42 yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). (e)38-42 ( $\bar{X}=2.26$ ) yaş grubunun 18-22 ( $\bar{X}=1.14$ ) yaş grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. ( $e>a$ )

Etiketleme ile yaş grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=5.57$  ve  $p<.05$ ). (d)33-37 yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 33-37 ( $\bar{X}=3.03$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=2.24$ ) yaş grubuna göre Etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>a$ ). (e)38-42 yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 38-42 ( $\bar{X}=2.81$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=2.24$ ) yaş grubuna göre Etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $e>a$ ).

Psikolojik Sağlık ile yaş grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=12.88$  ve  $p<.05$ ). (d)33-37 yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 33-37 ( $\bar{X}=3.18$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=1.88$ ) yaş grubuna göre Psikolojik Sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>a$ ). (e)38-42 yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 38-42 ( $\bar{X}=2.46$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=1.88$ ) yaş grubuna göre Psikolojik Sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $e>a$ ). (f)43 üstü yaş grubu ile (a)18-22 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). (f)43 üstü ( $\bar{X}=2.53$ ) yaş grubunun, 18-22 ( $\bar{X}=1.88$ ) yaş grubuna göre Psikolojik Sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $f>a$ ).

Önyargı ile yaş grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=12.88$  ve  $p<.05$ ). (a)18-22 yaş grubu ile (c)28-32 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 18-22 ( $\bar{X}=1.55$ ) yaş grubunun, 28-32 ( $\bar{X}=3.38$ ) yaş grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $a>c$ ). (a)18-22 yaş grubu ile (d)33-37 yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 18-22 ( $\bar{X}=1.55$ ) yaş grubunun, 33-37 ( $\bar{X}=3.35$ ) yaş grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $a>d$ ). (a)18-22 yaş grubu ile (f)43 üstü yaş grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 18-22 ( $\bar{X}=1.55$ ) yaş grubunun, (f)43 üstü ( $\bar{X}=3.39$ ) yaş grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $a>f$ ).



### 3.5.Damgalanma Ölçek Alt Puanlarının Medeni Hal Durumuna Göre Karşılaştırılması

**Tablo 5. Damgalanma Ölçeği ve Alt Puanı olan Önyargı ve Etiketlemenin Medeni Hal Durumuna Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	N	$\bar{X}$	SS	ANOVA Sonuçları						Fark
					Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	
Önyargı	(a) Evli	78	.41	.17	<b>G.Arası</b>	.302	2	.151	4.70	.01*	b>a
	(b)Bekar	100	.50	.18	<b>G.İçi</b>	5.68	177	.032			
	(c)Boşanmış	2	.48	.05	<b>Toplam</b>	5.98	179				
	<b>Toplam</b>	180	.46	.18							
Etiketleme	(a) Evli	78	2.47	.78	<b>G.Arası</b>	.3.95	2	1.97	2.99	.04*	b>a
	(b)Bekar	100	2.70	.83	<b>G.İçi</b>	117.05	177	.66			
	(c)Boşanmış	2	1.66	.70	<b>Toplam</b>	121.00	179				
	<b>Toplam</b>	180	2.59	.82							

\* $p < .05$  anlamlı

Tablo 6'da anlamlandırmayı kolaylaştırmak için ve grupların tabloda kolay yorumlanması için medeni hal gruplarına a, b, c harfleriyle isimlendirilmiştir. Bu bağlamda; (a)Evli, (b) Bekar, (c) Boşanmış olarak isim verilmiştir. ANOVA sonuçlar tablosunda fark kısmında belirtilmiştir.

Önyargı ile medeni hal grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F= 4.70$  ve  $p < .05$ ). Puanların medeni durum değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere Post Hoc Testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. (a)Evli grubu ile (b) Bekar grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p < .05$ ). Bekar ( $\bar{X} = .50$ ) grubunun, Evli ( $\bar{X} = .41$ ) grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $b > a$ ).

Etiketleme ile medeni hal grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F= 2.99$  ve  $p < .05$ ). Bekar ( $\bar{X} = 2.70$ ) grubunun, Evli ( $\bar{X} = 2.47$ ) grubuna göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $b > a$ ).

### 3.6. Damgalanma Ölçek Alt Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

**Tablo 6. Damgalanma Ölçeği ve Alt Puanı olan Ayrımcılık ve Dışlama, Etiketlemenin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	N	$\bar{X}$	SS	ANOVA Sonuçları						Fark	
					Var. K.	KT	Sd	KO	F	p		
Ayrımcılık ve Dışlama	(a)İlkokul	2	.03	.04	<b>G.Arası</b>	.61	4	.155				c>d
	(b)Ortaokul	2	.31	.35	<b>G.İçi</b>	5.56	175	.032				
	(c)Lise	92	.29	.19	<b>Toplam</b>	6.18	179		4.871	.001*		
	(d)Üniversite	78	.19	.16								
	(e)Lisans üst	6	.18	.10								
	<b>Toplam</b>		180	.24	.18							
Etiketleme	(a)İlkokul	2	2.50	.23	<b>G.Arası</b>	26.73	4	6.68				c>d
	(b)Ortaokul	2	2.83	.70	<b>G.İçi</b>	94.26	175	.539				
	(c)Lise	92	2.96	.61	<b>Toplam</b>	121.00	179		12.40	.000*		
	(d)Üniversite	78	2.17	.83								
	(e)Lisans üst	6	2.41	1.01								
	<b>Toplam</b>		180	2.59	.82							

\*p<.05 anlamlı

Tablo 6'da anlamlandırmayı kolaylaştırmak için ve grupların tabloda kolay yorumlanması için eğitim gruplarına a, b, c, d, e harfleriyle isimlendirilmiştir. Bu bağlamda; (a)İlkokul, (b)Ortaokul, (c)Lise, (d)Üniversite, (e)Lisansüstü olarak isim verilmiştir. ANOVA sonuçlar tablosunda fark kısmında belirtilmiştir.

Ayrımcılık ve Dışlama alt boyutuyla eğitim grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur (F)= 4.871 ve p<.05). Puanların eğitim değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere Post Hoc Testlerinden Tukey testi kullanılmıştır.

(c)Lise grubu ile (d)Üniversite grubu arasında bir fark tespit edilmiştir (p<.05). Lise ( $\bar{X} = .29$ ) grubunun, Üniversite ( $\bar{X} = .19$ ) grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir (c>d).

Etiketleme alt boyutuyla eğitim grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur (F)= 12.40 ve p<.05). (c)Lise grubu ile (d)Üniversite grubu arasında bir fark tespit edilmiştir (p<.05). Lise ( $\bar{X} = 2.96$ ) grubunun, Üniversite ( $\bar{X} = 2.17$ ) grubuna göre Etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir (c>d).

## 3.7. Damgalanma Ölçek Alt Puanlarının Meslek Durumuna Göre Karşılaştırılması

**Tablo7. Damgalanma Ölçeği ve Alt Puanı olan Ayrımcılık ve Dışlama, Etiketleme, Psikolojik Sağlık, Önyargının Meslek Durumuna Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	N	$\bar{X}$	SS	ANOVA Sonuçları						Fark
					Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	
Ayrımcılık ve Dışlama	(a)Kamu K.	83	.23	.16	<b>G.Arası</b>	.37	5	.147			
	(b)Özel Sek.	60	.29	.19	<b>G.İçi</b>	5.44	174	.031			c>b
	(c)Ünv. Öğr.	13	.31	.13	<b>Toplam</b>	6.18	179				
	(d)Serbest M	7	.42	.26					4.712	.000*	
	(e)Ev Han.	10	.17	.15							
	(f) Çalışmıyor	7	.12	.10							
	<b>Toplam</b>	180	.24	.18							
Etiketleme	(a)Kamu K.	83	2.67	.76	<b>G.Arası</b>	19.45	5	3.891			
	(b)Özel Sek.	60	2.72	.80	<b>G.İçi</b>	101.55	174	.584			a>c
	(c)Ünv. Öğr.	13	1.62	.38	<b>Toplam</b>	121.00	179				
	(d)Serbest M	7	3.21	1.19					6.667	.000*	
	(e)Ev Han.	10	2.40	.40							
	(f) Çalışmıyor	7	1.97	.77							
	<b>Toplam</b>	180	2.59	.82							
Psikolojik Sağlık	(a)Kamu K.	83	2.26	.86	<b>G.Arası</b>	17.67	5	3.534			
	(b)Özel Sek.	60	2.72	.97	<b>G.İçi</b>	140.75	174	.809			b>a
	(c)Ünv. Öğr.	13	2.06	.85	<b>Toplam</b>	158.42	179				d>a
	(d)Serbest M	7	3.51	.71					4.369	.001*	
	(e)Ev Han.	10	2.62	1.08							
	(f) Çalışmıyor	7	2.22	.60							
	<b>Toplam</b>	180	2.46	.94							
Önyargı	(a)Kamu K.	83	.54	.16	<b>G.Arası</b>	1.18	5	.236			
	(b)Özel Sek.	60	.41	.18	<b>G.İçi</b>	4.80	174	.028			a>b
	(c)Ünv. Öğr.	13	.40	.20	<b>Toplam</b>	5.98	179				a>d
	(d)Serbest M	7	.29	.06					8.571	.000*	
	(e)Ev Han.	10	.34	.15							
	(f) Çalışmıyor	7	.35	.15							
	<b>Toplam</b>	180	.46	.18							

\*p< .05 anlamlı

Tablo 7’de anlamlandırmayı kolaylaştırmak için ve grupların tabloda kolay yorumlanması için meslek gruplarına a, b, c, d, e, f harfleriyle isimlendirilmiştir. Bu bağlamda; (a)Kamu Kurumu çalışanı, (b)Özel sektör çalışanı, (c)Üniversite Öğrencisi, (d)Serbest Meslek, (e)Ev Hanımı, (f) Çalışmıyor olarak isim verilmiştir. ANOVA sonuçlar tablosunda fark kısmında belirtilmiştir. Puanların hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere Post Hoc Testlerinden Tukey testi kullanılmıştır.

Ayrımcılık ve Dışlama alt boyutuyla meslek grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur (F)= 4.712 ve p<.05). (c)Ünv. Öğr. grubu ile (b)Özel Sek. grubu arasında bir fark tespit edilmiştir (p<.05). Ünv. Öğr. ( $\bar{X}$ =.31) grubunun, Özel Sek. ( $\bar{X}$ =.39) grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir (c>b).

Etiketleme alt boyutuyla meslek grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F= 6.667$  ve  $p<.05$ ). (a)Kamu Kurumu çalışan grubu ile (c)Ünv. Öğr. grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). Kamu Kurumu çalışan ( $\bar{X} =2.67$ ) grubunun, Ünv. Öğr. ( $\bar{X} =1.62$ ) grubuna göre Etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $a>c$ ).

Psikolojik Sağlık alt boyutuyla meslek grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F= 4.369$  ve  $p<.05$ ). (b)Özel sektör çalışan grubu ile (a)Kamu Kurumu çalışan grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). Özel sektör çalışan ( $\bar{X}=2.72$ ) grubunun, Kamu Kurumu çalışan ( $\bar{X} =2.26$ ) grubuna göre Psikolojik Sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $b>a$ ). (d)Serbest Meslek grubu ile (a)Kamu Kurumu çalışan grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). Serbest Meslek ( $\bar{X}=3.51$ ) grubunun, Kamu Kurumu çalışan ( $\bar{X}=2.26$ ) grubuna göre Psikolojik Sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>a$ ).

Önyargı alt boyutuyla meslek grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F= 8.571$  ve  $p<.05$ ). (a)Kamu Kurumu çalışan grubu ile (b)Özel sektör çalışan grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). Kamu Kurumu çalışan ( $\bar{X}=.54$ ) grubunun, Özel sektör çalışan ( $\bar{X}=.41$ ) grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $a>b$ ). (a)Kamu Kurumu çalışan grubu ile (d)Serbest Meslek grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). Kamu Kurumu çalışan ( $\bar{X}=.54$ ) grubunun, Serbest Meslek ( $\bar{X}=.29$ ) grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $a>d$ ).

## 3.8.Damgalanma Ölçek Alt Puanlarının Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması

**Tablo 8. Damgalanma Ölçeği ve Alt Puanı olan Ayrımcılık ve Dışlama, Etiketleme, Psikolojik Sağlık, Önyargının Gelir Durumuna Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

$f$ , $\bar{X}$ ve $SS$ Değerleri		ANOVA Sonuçları									
Puan	Grup	$N$	$\bar{X}$	$SS$	Var. K.	$KT$	$Sd$	$KO$	$F$	$p$	Fark
Ayrımcılık ve Dışlama	(a)1000 TL az.	5	.06	.11	<b>G.Arası</b>	.693	5	.139			
	(b)1001-2000TL	12	.33	.24	<b>G.İçi</b>	5.48	174	.032			e>a
	(c)2001-3000TL	34	.22	.20	<b>Toplam</b>	6.18	179				d>f
	(d)3001-4000TL	77	.23	.15					4.395	.001*	
	(e)4001-5000TL	22	.36	.24							
	(f) 5001 ve üstü	30	.18	.09							
	<b>Toplam</b>	180	.24	.18							
Etiketleme	(a)1000 TL az.	5	2.03	.91	<b>G.Arası</b>	14.98	5	2.997			
	(b)1001-2000TL	12	2.58	1.32	<b>G.İçi</b>	106.02	174	.609			e>d
	(c)2001-3000TL	34	2.51	.74	<b>Toplam</b>	121.00	179				e>f
	(d)3001-4000TL	77	2.77	.59					4.919	.000*	
	(e)4001-5000TL	22	2.93	1.06							
	(f) 5001 ve üstü	30	2.07	.70							
	<b>Toplam</b>	180	2.59	.82							
Psikolojik Sağlık	(a)1000 TL az.	5	.200	.81	<b>G.Arası</b>	18.36	5	3.673			
	(b)1001-2000TL	12	2.96	1.19	<b>G.İçi</b>	140.05	174	.805			e>c
	(c)2001-3000TL	34	2.32	.79	<b>Toplam</b>	158.42	179				
	(d)3001-4000TL	77	2.29	.92					4.563	.001*	
	(e)4001-5000TL	22	3.18	.98							
	(f) 5001 ve üstü	30	2.44	.73							
	<b>Toplam</b>	180	2.46	.94							
Önyargı	(a)1000 TL az.	5	.36	.09	<b>G.Arası</b>	1.08	5	.218			
	(b)1001-2000TL	12	.34	.17	<b>G.İçi</b>	4.89	174	.028			d>b
	(c)2001-3000TL	34	.45	.16	<b>Toplam</b>	5.98	179				d>a
	(d)3001-4000TL	77	.54	.19					4.735	.000*	
	(e)4001-5000TL	22	.33	.12							
	(f) 5001 ve üstü	30	.44	.12							
	<b>Toplam</b>	180	.46	.18							

\* $p < .05$  anlamlı

Tablo 8'de anlamlandırmayı kolaylaştırmak için ve grupların tabloda kolay yorumlanması için gelir gruplarına a, b, c, d, e, f harfleriyle isimlendirilmiştir. Bu bağlamda; ((a)1000 TL az, (b)1001-2000TL, (c)2001-3000TL, (d)3001-4000TL, (e)4001-5000TL, (f) 5001 ve üstü olarak isim verilmiştir. ANOVA sonuçlar tablosunda fark kısmında belirtilmiştir. Puanların hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere Post Hoc Testlerinden Tukey testi kullanılmıştır.

Ayrımcılık ve Dışlama alt boyutuyla gelir grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4.395$  ve  $p<.05$ ).

(e)4001-5000TL gelir grubu ile (a)1000 TL az gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 4001-5000TL gelir ( $\bar{X}=36$ ) grubunun, 1000 TL az gelir ( $\bar{X}=06$ ) grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama

boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $e>a$ ). (d)3001-4000TL gelir grubu ile (f) 5001 ve üstü gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 3001-4000TL gelir ( $\bar{X}=2.23$ ) grubunun, 5001 ve üstü gelir ( $\bar{X}=1.18$ ) grubuna göre Ayrımcılık ve Dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>f$ ).

Etiketleme alt boyutuyla gelir grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4.919$  ve  $p<.05$ ). (e)4001-5000TL gelir grubu ile (d)3001-4000TL gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 4001-5000TL gelir ( $\bar{X}=2.93$ ) grubunun, 3001-4000TL ( $\bar{X}=2.77$ ) grubuna göre Etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $e>d$ ). (e)4001-5000TL gelir grubu ile (f) 5001 ve üstü gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 4001-5000TL gelir ( $\bar{X}=2.93$ ) grubunun, 5001 ve üstü gelir ( $\bar{X}=2.07$ ) grubuna göre Etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $e>f$ ).

Psikolojik Sağlık alt boyutuyla gelir grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4.563$  ve  $p<.05$ ). (e)4001-5000TL gelir grubu ile (c)2001-3000TL gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 4001-5000TL gelir ( $\bar{X}=3.18$ ) grubunun, 2001-3000TL gelir ( $\bar{X}=2.32$ ) grubuna göre Psikolojik Sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $e>c$ ).

Önyargı alt boyutuyla gelir grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4.735$  ve  $p<.05$ ). (d)3001-4000TL gelir grubu ile (b)1001-2000TL gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 3001-4000TL gelir ( $\bar{X}=1.54$ ) grubunun, 1001-2000TL gelir ( $\bar{X}=1.34$ ) grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>b$ ). (d)3001-4000TL gelir grubu ile (a)1000 TL az gelir grubu arasında bir fark tespit edilmiştir ( $p<.05$ ). 3001-4000TL gelir ( $\bar{X}=1.54$ ) grubunun, 1001-2000TL gelir ( $\bar{X}=1.36$ ) grubuna göre Önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir ( $d>a$ ).

#### 4.SONUÇ

Damgalanma Ölçeği Ayrımcılık ve Dışlama, Etiketleme, Psikolojik Sağlık, Önyargı alt boyutlarında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Yaş grupları ile ayrımcılık ve dışlama alt boyutu açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. 28-32 yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre, 33-37 yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre, 38-42 yaş grubu 18-22 yaş grubuna göre ayrımcılık ve dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. 33-37 yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. 38-42 yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. 33-37 yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre, 38-42 yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre, 43 üstü yaş grubu, 18-22 yaş grubuna göre psikolojik sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. 18-22 yaş grubu, 28-32 yaş grubuna göre, 18-22 yaş grubu, 33-37 yaş grubuna göre, 18-22 yaş grubu, 43 üstü yaş grubuna göre önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir.

Medeni hal grupları ile alt boyut olan önyargı ile istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur Evli grubu ile bekar grubu arasında bir fark tespit edilmiştir. Bekâr grubu, Evli grubuna göre, önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Etiketleme ile medeni hal grupları açısından istatistiksel açıdan Bekâr grubu, Evli gruba göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir.

Eğitim grupları ile ayrımcılık ve dışlama alt boyutuyla istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. Lise grubu ile üniversite grubu arasında bir fark tespit edilmiştir. Lise grubu, üniversite grubuna göre ayrımcılık ve dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Etiketleme alt boyutuyla eğitim grupları açısından istatistiksel açıdan da anlamlı farklılık bulunmuştur Lise grubu ile üniversite grubu arasında bir fark tespit edilmiştir. Lise grubu, üniversite grubuna göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir.

Meslek grupları ile ayrımcılık ve dışlama alt boyutuyla istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. Üniversite öğrenci grubu ile özel sektör çalışan grup arasında bir fark tespit edilmiştir. Üniversite öğrenci grubu, özel sektör çalışan grubuna göre ayrımcılık ve dışlama boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Meslek grupları ile etiketleme alt boyutuyla istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. Kamu Kurumu çalışan grubu, Üniversite öğrenci grubuna göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Meslek grupları psikolojik sağlık alt boyutuyla istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. Özel sektör çalışan grubu, Kamu Kurumu çalışan grubuna göre psikolojik sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Serbest meslek grubu, Kamu Kurumu çalışan grubuna göre psikolojik sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Meslek grupları önyargı alt boyutuyla meslek grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. Kamu Kurumu çalışan grubu, özel sektör çalışan grubuna göre önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Kamu Kurumu çalışan grubu, Serbest meslek grubuna göre önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir.

Gelir grupları ile etiketleme alt boyutuyla istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. 4001-5000TL gelir grubu, 3001-4000TL grubuna göre, 4001-5000TL gelir grubu, 5001 ve üstü gelir grubuna göre etiketleme boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Gelir grupları psikolojik sağlık alt boyutuyla istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. 4001-5000TL gelir grubu, 2001-3000TL gelir grubuna göre psikolojik sağlık boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir. Önyargı alt boyutuyla gelir grupları açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. 3001-4000TL gelir grubu, 1001-2000TL gelir grubuna göre, 3001-4000TL gelir grubu, 1001-2000TL gelir grubuna göre önyargı boyutunda daha çok damgalama eğiliminde olduğu söylenebilir.

Damgalanma ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmaların genellikle psikiyatrik hastalar üzerinde gerçekleştirildiği gözlenmiştir. Damgalanma kavramıyla ilgili il ya da ilçe geneli bir araştırmaya ulaşılamamış olması sonuçlarında literatür ile desteklenmesini zorlaştırmıştır.

## 5.KAYNAKÇA

- Bağ, B., & Ekinci, M. (2005). Sağlık Personelinin Ruhsal Sorunları Olan Bireylere Yönelik Tutumlarının Araştırılması. *Bağ, B. ve Ekinci, M., (2005), "Sağlık Personelinin Ruhsal Sorunları Olan Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 3(11), 107-127.*
- Bilge, A., & Çam, O. (2010). Ruhsal Hastalığa Yönelik Damgalama ile Mücadele. *TAF Preventive Medicine Bulletin, 71-78.*
- Bos, A. R., Pryor, J. B., Reeder, G. D., & Stutterheim, S. E. (2013). Stigma: Advances in Theory and Research. *Basic and Applied Social Psychology, 35(1), 1-9.*
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Cohen, L., Manion, L. Research methods in education.* London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education.* London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Erkuş, A. (2005). *Bilimsel Araştırma Sarmalı.* Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Geçtan, E. (2012). *Psikodinamik Psikiyatri ve Normaldışı Davranışlar.* İstanbul: Metis Yayınevi.
- Giddens, A. (2000). *Sociology (Sosyoloji)Giddens, A., (2000), Sociology (Sosyoloji), (Yay. Haz: H. Özel ve C. Güzel).* Ankara: Ayraç Kitabevi.
- Goffman, E. (1963). *GoffStigma: Notes On The Management of Spoiled Identity.* ABD: Prentice-Hall, Inc.
- Haghighat, R. (2001). A Unitary Theory of Stigmatisation. *British Journal of Psychiatry(178), 207-215.*
- İkişik, H. (2008). *Tıp Fakültesi Öğrencelerinde Şizofrenlere Yönelik Damgalamanın Değerlendirilmesi. Niteliksel Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Halk Sağlığı ABD.
- Kadioğlu, M., & Hotun Şahin, N. (2015). Kadioğlu, M. veStigmatizasyon (Damgalama) ve Kadın. *Sağlık ve Toplum, 25(3), 3-9.*
- Karaca, S., & Aşkın, R. (1995). Depresyonla Başaçıkma Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Düşünen Adam Dergisi, 8(3).*
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Keefe , F. J., Caldwell, D. S., Queen , K. T., Giil, K. M., Martinez, S., & Crisson, S. (1987). Pain coping strategies in osteoarthritis patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 55(2), 208-212.*



- Kocabaşoğlu, N., & Aliustaoğlu, S. (2003). Kocabaşoğlu N. ve Bir Kavram Olarak Stigmatizasyon. *Yeni Symposium*, 41(4), 190-192.
- Oran, N. T., & Şenuzun, F. (2008). Toplumda Kırılması Gereken Bir Zincir: HIV/AIDS Stigmatı ve Baş Etme Stratejileri. *İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Özyiğit, Ş., Savaş, H. A., Ersoy, M. A., Yüce, S. T., & Sertbaş, G. (2004). Hemşirelerin ve Hemşirelik Öğrencilerin Şizofreniye İlişkin Tutumları. *Yeni Symposium*, 42(3), 105-112.
- Soygür, H., & Özalp, E. (2005). Şizofreni ve Damgalanma Sorunu. *Türkiye Klinikleri J Int Med Sci*, 1(2), 74-80.
- Sözen, A., Özgür, T. B., Elçi, Ç., Bakır, P., Efil, H., & Özver, İ. (2013). Erişkin Yaşta Cinsel İstismara Uğramış Bireylerde İçselleştirilmiş Damgalama ve Psikopatoloji Arasındaki İlişki. *Journal of Mood Disorders*, 3(2), 64-69.
- St.Clements University. (2014). *Sosyal Psikoloji ve Modeller*. Ankara: St.Clements University Türkiye Yayınları.
- Üçok, A. (2003). Şizofreni Hastası Neden Damgalanır? *Klinik Psikiyatri, Ek 1*, 3-8.
- Yaman, E., & Güngör, H. (2013). Damgalama (Stigma) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(25), 251-270.
- Yıldız, M., Özten, E., Işık, S., Özyıldırım, İ. K., & Cerit, C. (2012). Şizofreni Hastaları, Hasta Yakınları ve Majör Depresif Bozukluk Hastalarında Kendini Damgalama. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 13, 1-7.

# TÜRKİYE'DE TURİST SAYISINI ETKİLEYEN MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER: 1990-2017 DÖNEMİ VAR ANALİZİ ÖRNEĞİ

*Doç. Dr. Oğuz ÖCAL<sup>1</sup>*

*Doç. Dr. Hakan KUM<sup>2</sup>*

*Baki ÖZSOLAK<sup>3</sup>*

## Özet

Turizm sektörü küreselleşen dünyada ülkelerin ekonomik büyüme, cari açıkları kapatma ve istihdam sağlama gibi makroekonomik göstergeleri üzerinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Çevresel kirliliğe sebep olmadan önemli kazançlar sağlamasıyla son dönemlerde oldukça ön plana çıkan bu sektör yerel kültürlerin yayılmasını da sağlamaktadır. Her ülke daha fazla turist çekmek ve daha fazla döviz geliri elde etmek için önemli bir rekabet içerisindedir. Bu sebeple turizm talebini ve turistlerin tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla vektör otoregresif modeli ile 1990-2017 dönemi arasında Türkiye'ye yönelik turist talebini etkileyen değişkenler analiz edilmiştir. Araştırmada turist sayısı, büyüme, net ihracat, enflasyon değişkenleri kullanılmıştır. Varyans ayrıştırması sonuçlarına göre turist sayısını en çok etkileyen iç dinamik enflasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Enflasyonu ve yurtiçi hasılayı da en çok turist sayısı etkilemektedir. Büyüme ve turist sayısı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Literatürde genellikle turizmin döviz getirisine ve ekonomik büyümeye olan katkısına odaklanılmaktadır. Ancak turizm talebini etkileyen iç dinamikler göz ardı edilmektedir. Turizm gelirlerinin artırılması için önemli olan temel konu turistlerin taleplerini etkileyecek faktörlerin belirlenmesidir. Bu faktörlerin bilinmesi durumunda gerçekçi politikalar oluşturularak turizm sektörü geliştirilebilir. Bu amaçla turist sayısını etkileyen değişkenler analiz edilmiş ve literatüre önemli bir katkı sağlanmıştır.

*Anahtar Kelimeler: Türkiye, Turizm, VAR Analizi, Zaman Serisi, Nedensellik*

## MACROECONOMIC FACTORS WHICH AFFECTS THE NUMBER OF TOURISTS IN TURKEY: FOR THE PERIOD OF 1990-2017 VAR ANALYSIS

### Abstract

*The tourism sector has a very important place in the globalized world on macroeconomic indicators of countries such as economic growth, closing current account deficits and providing employment. This sector, which has come to the forefront in recent times with its significant gains without causing environmental pollution, also ensures the spread of local cultures. Each country is in significant competition to attract more tourists and get more foreign currency revenue. For this reason, it is important to determine the factors affecting tourism demand and the preferences of tourists. For this purpose, variables affecting tourist demand for Turkey were analyzed between 1990 and 2017 with vector autoregressive model. In the study, the number of tourists, growth, net exports, inflation variables were used. According to the results of variant separation, the domestic dynamic that affects the number of tourists the most is inflation. Inflation and domestic product also affect the number of tourists the most. A two-way causality relationship has been established between growth and the number of tourists. The literature usually focuses on tourism's contribution to foreign currency return and economic growth. However, the internal dynamics affecting tourism demand are ignored. The main issue important for increasing tourism revenues is the determination of factors that will affect the demands of tourists. If these factors are known, the tourism sector can be developed by creating realistic policies. For this purpose, variables affecting the number of tourists were analyzed and a significant contribution was made to the literature.*

*Keywords: Turkey, Tourism, VAR Analysis, Time Series, Causality*

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, [oguzocal@kayseri.edu.tr](mailto:oguzocal@kayseri.edu.tr)

<sup>2</sup> Doç. Dr., Nevşehir HBV Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [hakan.kum@nevsehir.edu.tr](mailto:hakan.kum@nevsehir.edu.tr)

<sup>3</sup> Nevşehir HBV Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Dr. Öğrencisi, [baki.ozsolak@hotmail.com](mailto:baki.ozsolak@hotmail.com)

## 1. GİRİŞ

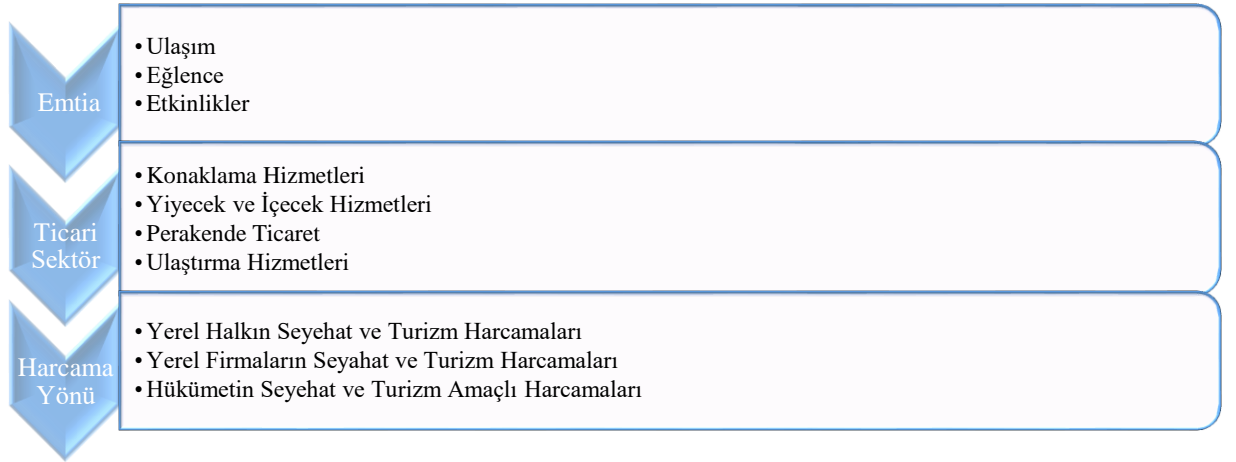
Turizm sektörü ülkelerin ekonomilerine pek çok alanda etki eden bir faktör olarak günümüzde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Turizm ekonomiye döviz katkısı sağlamasıyla birlikte hem büyüme hem de ödemeler dengesi üzerindeki iyileştirici etkilerinin yanı sıra bölgesel kalkınma ve bölgeler arasındaki rekabeti de iyileştiren bir etkidir. Diğer yandan turizm sektörü istihdam oluşturması ile işsizlik üzerinde de oldukça önemli katkı sunmaktadır. Uluslararası bir perspektiften bakıldığında zaman gelişmiş ekonomilerden, gelişmekte olan ekonomilere transfer edilen para ile birlikte ülkeler arasındaki yakınsamaya pozitif katkı sağlamaktadır (Bahar ve Bozkurt, 2010). Turizm sektörünün ekonomilere finansal katkısının yanında ülkelere sosyal olarak da pek çok katkıda bulunduğu görülmektedir. Öncelikle turizm sektörü çevre kirliliğine sebep olmaması açısından sürdürülebilir kalkınma ile birlikte ülkeler arasındaki kültürel etkileşimi sağlayan, fakirliği azaltan bir sektördür (Pata, 2020). Özellikle Türkiye’de 1980’lerden itibaren değişen ekonomiye bakış açısı ile değeri her geçen gün artmakta olan bu sektör dış ticaret açığının kapatılmasından, yeni iş kollarının oluşturulmasına ve istihdamın artırılmasına kadar pek çok makroekonomik değişkenin tetikleyicisi durumundadır (Bozgeyik ve Yoloğlu, 2015). UNWTO 2018 raporunda turizm sektörünün ülke ekonomileri arasında önemli bir rekabet oluşturduğu görülmektedir. Bu rapora göre 2017 yılında turistlerin en çok tercih ettiği ülke 87 milyon kişi ile Fransa’dır. Fransa’yı takiben 50 milyondan fazla turist tercih ettiği diğer ülkeler ise ABD, Çin, İspanya ve İtalya’dır. Türkiye ise yaklaşık 37 milyon turist ziyaret ettiği ülke olarak 8. sırada yer almaktadır. 2016 yılına göre turist sayısını %24,1 oranında arttırmayı başaran Türkiye sıralamada (2016 yılında 10. sırada) turistlerin tercih ettiği ülkeler arasında yükselmeye devam etmektedir.

Küreselleşen dünyada yaşanan gelişmeler turizm sektörünün ekonomik olarak önemini ortaya çıkarmaktadır. Sektörün ülkelerin döviz açıklarının kapatılmasındaki önemi göz ardı edilemeyecek kadar yüksektir. Döviz gelirininde elde edilmesinde önemli unsurlardan biri ülkeye gelen turist sayısıdır. Ne kadar çok turist ülkeye gelerek harcama gerçekleştirirse döviz geliri de o kadar çok artmaktadır (Özcan, 2015). Ödemeler bilançosunda turizm gelirleri ihracat ile aynı başlık altında yer almaktadır. Bu durum sektörün, ihracat gibi ülkenin ekonomisine döviz girdisi sağladığı ve yurtiçi hasılaya katkıda bulunduğu yani aynı fonksiyonu yerine getirdiği anlamına gelmektedir. Bunun yanında turizm gelirlerinin ihracata oranı Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB) verilerine göre 1963’de %2,1 iken 2002’de % 33,9’a kadar yükselmiştir. Dönem boyunca ekonomik kriz ya da siyasi kırımların olmadığı durumlarda ilgili oran genellikle artan bir seyir izlemiştir. 1960’lardan günümüze Türkiye’de turizm sektörünün yurtiçi gelir içerisindeki payı, 1963 yılında turizm gelirininde gayri safi yurtiçi hasılaya (GSYİH) oranı %0,1 iken bu oran 1980’de % 0,6’ya 2000’lerde ise % 2,9’a yükselmiştir 2015’de ise %6,2’lik bir oranla en yüksek seviyesine ulaşmıştır (TURSAB, 2018). Sektörel anlamda turizmi etkileyen pek çok sosyal, ekolojik ve ekonomik nedenler olmasına karşın bunlar arasında en önemli olanı ekonomik faktörlerdir. Sektörün gelir kaynağı olmasının nedeni, turistlerin yaptıkları harcamalar, harcama yapan turistleri etkileyen ekonomik faktörler ise döviz kurları, enflasyon, ekonomik büyüme gibi değişkenlerdir (Şen ve Şit, 2015).

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ortak problemlerinden biri yatırımların finansmanında kaynak bulmada karşılaştıkları zorluklardır. Aynı zamanda tasarruf oranlarının yetersizliği de bu durumda yatırımların artırılmasında önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu ülkelerde tasarruf açıklarının kapatılması üretim sektörünün geliştirilmesi için önem arz etmektedir. Bu açığın finansmanını sağlayan önemli kaynaklardan birisi kuşkusuz turizm sektörüdür. Sadece döviz getirisi değil daha ucuz hammadde imkânlarına ulaşılabilmesi ve dövizin maliyetinin azaltılması açısından da turizm geliri önemli bir kaynaktır. Bunun yanında sosyoekonomik gelişmeyi artırması, en az diğer sektörler kadar istihdam oluşturması bakımından da turizm sektörü görünen-görünmeyen birçok farklı sektörü etkilemektedir (Tandoğan ve Genç, 2016).

Turizm sektörünün ekonomik açıdan etkileri doğrudan ya da dolaylı olarak ortaya çıkmaktadır (Özcan, 2015). Ülkeye gelen ziyaretçilerin barınmaları, ulaşımının sağlanması, temel ihtiyaçlarının karşılanması vb. amacıyla birçok faaliyet bir arada yürütülmelidir. Turistlerin belirtilen ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetlere yönelik yapılacak harcamaları ile elde edilen gelirin bir kısmı yeniden bu hizmetleri sunanlar tarafından tüketim harcaması olarak ekonomiye dönmekte ve böylece bir döngü oluşmaktadır (Bahar, 2010).

#### Şekil 1: Turizm Sektörünün Ekonomiye Doğrudan Etkileri



**Kaynak:** Özcan, 2015.

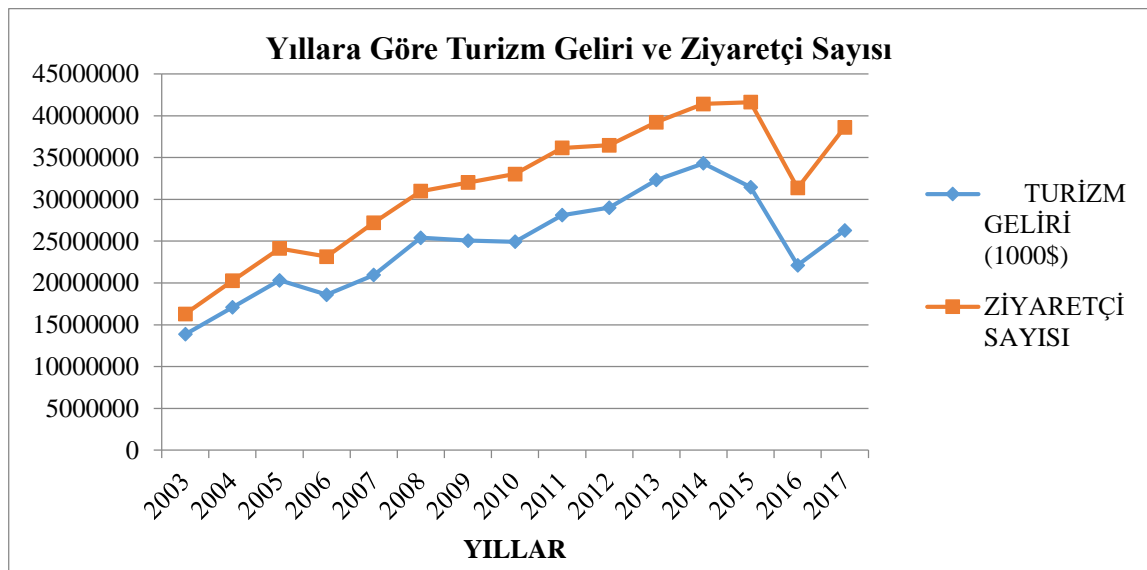
Şekil 1’de görüldüğü üzere çarpan etkisi mallar, sanayi ve harcama kaynağı şeklinde üç farklı doğrudan etkiye sahip olmaktadır. Bahar (2010) tarafından vurgulanan bu mekanizmanın etkisi üç sektörde farklı alt başlıkları ve bu şekilde ortaya çıkan etkiler de dolaylı olarak Gayri Safi Yurtiçi Hasılayı (GSYH) etkilemektedir.

**Şekil 2:** Turizm Sektörünün Ekonomiye Dolaylı Etkileri

**Kaynak:** Özcan, 2015.

Şekil 2’de turizm sektörünün dolaylı etkileri görülmektedir. Dolaylı etkiler doğrudan etkiler gibi ilk bakışta fark edilememekle birlikte bu iki etki birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Etkileşimde buldukları değişkenlerin daha fazla artmasına ya da azalmasına sebep olmaktadır. Bu şekilde, dolaylı etkilerin kılcal damarlar gibi ekonomideki ikinci, üçüncü ve hatta dördüncü alt sektörleri etkilediği söylenebilir. Örneğin rekreasyon hizmetlerinin turizm sektörünün gelişmesinden etkilenmesi sonucu mimari ve estetik kaygılar ortaya çıkmakta buna bağlı olarak bu alanda hizmet veren ekonomideki karar alıcıların artmasına ve üretim yapmasına sebep olmaktadır. İlk bakışta fark edilmese de turizm sektörü, giyim sektörünü bile dolaylı da olsa etkilemekte ve ekonomiye katkı sağlamaktadır.

Turizmin pek çok sektörde etkisi olmasının yanında genellikle ilk hesaplanan döviz getirisi olmuştur. Şekil 3 de görüleceği üzere Türkiye’de 2003’den 2017’ye kadar geçen süreçte turizm gelirleri genel anlamda istikrarlı bir biçimde artış göstermektedir.

**Şekil 3:** Türkiye’de Turizm Geliri ve Ziyaretçi Sayısının Yıllar İtibari ile Görünümü

**Kaynak:** TURSAB (2018) verilerinden elde edilmiştir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2017 Yılı Turizm Raporuna göre dünyada 1,323 milyon kişi turist olarak başka ülkeleri ziyaret etmiş olup, 2016 yılına göre 84 milyon kişi artmıştır. Tahmin edilen aksine 2016-2017 arasında turist sayısındaki en yüksek oranlı artış %9 ile Afrika bölgesinde olmuştur. Avrupa, Afrika’dan sonra %8’lik turist sayısı artışı ile ikinci sırada yer alırken, Amerika kıtası %3’lük bir artış ile son sırada yer almıştır. Dünyada en çok harcama yapan turistlerin vatandaşlık kriterine göre ise Çin 258 milyon dolar ile birinci sırada yer alırken, ardından Amerika 135 milyon dolar ile gelmektedir. Bu kritere göre sıralanan ilk beş ülke içerisinde diğerleri Almanya, İngiltere ve Fransa’dır. Türkiye aynı raporda 6. sırada yer almaktadır. Gelen turistlerin gerçekleştirdiği harcama ortalama olarak 861 dolardır (UNWTO, 2018). Türkiye her ne kadar dünyada ilk 10 ülke içerisinde yer alsada yapılan harcama diğer ülkelerde yapılan harcamalara oranla oldukça düşüktür. Dünya ekonomisinde çok büyük bir sektör olan turizm sektöründen Türkiye’de payını artırmanın yollarını bulmalıdır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2018 yılında yayınlanan istatistiklere göre 2016’dan 2017’ye turist sayısı %23,1 artarak 38 milyon 620 bin 346 kişi olarak gerçekleşmiştir. Turizm sektörünün her geçen gün gelişmeye başladığını gösteren bu istatistik olumlu olarak değerlendirilebilir (TÜİK, 2018).

Turizm sektörünün doğrudan ve dolaylı etkileri çerçevesinde sektörün makroekonomik değişkenlere etkileri şöyle açıklanabilir. Turizm sektörü öncelikle GSYH’yi etkilemektedir, ödemeler bilançosunda ihracat ile aynı başlık altında gösterilen turizm gelirleri ülkenin yurtiçi hasılasına pozitif etki etmektedir. Bu bakımdan turizm sektörünün en az ihracat kadar önemli olduğu ortadadır. Sosyal, siyasal ve ekonomik krizlerin göz ardı edildiği durumlarda turizm gelirlerinin ihracata oranının artan bir trend içerisinde olduğu Tablo 1’den gözlemlenebilir. Türkiye açısından turizm gelirlinin ihracata oranının artan oranlı seyri, döviz girdisinin daha fazla artmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda yukarıda açıklandığı gibi doğrudan ve dolaylı etkileri sayesinde turizm sektörü birçok alt sektöründe gelişmesine ve ülke ekonomisinde daha fazla önemli hale gelmesine de öncülük etmektedir.

**Tablo 1:** Türkiye’de Turizm Gelirlerinin GSYH’ye ve İhracat Gelirlerine Oranı (%)

Tarih	Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı
1996	3,2	25,7
1997	4,2	30,8
1998	2,9	28,9
1999	2,1	19,6
2000	2,9	27,5
2001	5,3	32,1
2002	5,4	33,9
2003	4,5	28,2
2004	4,4	25,2
2005	4,2	24,7

2006	3,5	19,7
2007	3,2	17,3
2008	3,4	16,6
2009	4,1	20,8
2010	3,4	18,3
2011	3,6	20,8
2012	3,7	19,2
2013	3,9	21,3
2014	4,3	21,8
2015	6,2	21,9
2016	2,6	15,5
2017	3,1	16,7

**Kaynak:** TURSAB (2018) verilerinden elde edilmiştir.

Turizm gelirlerinin ihracata olan oranının artmasının diğer pozitif etkilerinin yanı sıra elde edilen döviz ile birlikte dış ticaret açığının kapatılmasında da oldukça önemli bir yere sahiptir. Tablo 2 de görüleceği üzere 2001 yılında bu oran %133,63 olarak gerçekleşmiştir. Yıllara göre oranların sabit bir trend izlememesinin sebebi ithalat oranlarındaki dengesizlikler, küresel krizler, siyasi krizler ve sosyal nedenlerdir. Ancak 2008 küresel krizinin yaşandığı tarihte dahi %44,3 oranında gerçekleşerek dış ticaret açığının kapanmasında önemli bir rol oynamıştır.

**Tablo 2:** Türkiye’de Turizm Sektörünün Dış Ticaret Açığını Kapatmadaki Payı

YIL	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)
1996	20.402.178	7.970.722	39,07
1997	22.297.649	9.233.503	41,41
1998	18.947.440	8.878.840	46,86
1999	14.084.047	7.069.293	50,19
2000	26.727.914	9.990.841	37,38
2001	10.064.867	13.450.127	133,63
2002	15.494.708	15.214.514	98,19
2003	22.086.856	16.302.053	73,81
2004	34.372.613	20.262.640	58,95
2005	43.297.743	24.124.501	55,72
2006	54.041.498	23.148.669	42,83

2007	62.790.965	27.214.988	43,34
2008	69.936.378	30.979.979	44,3
2009	38.785.809	32.006.149	82,52
2010	71.661.113	33.027.943	46,09
2011	105.934.807	36.151.328	34,13
2012	84.066.659	36.776.645	43,75
2013	99.858.613	32.308.991	32,35
2014	84.508.918	34.305.903	40,59
2015	63.268.398	31.464.777	49,73
2016	55.995.686	22.107.440	39,48
2017	76.736.291	26.283.656	34,25

**Kaynak:** TURSAB (2018) verilerinden elde edilmiştir.

Ülkelerde turizm sektörüne yönelik oluşan farkındalık bu konunun Türkiye açısından önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Gelişmekte olan ülkeler sınıfında yer alan Türkiye’nin sahip olduğu ekolojik güzellikleri, sağlık turizmi, termal turizm ve kış sporları konusunda sahip olduğu potansiyel ile çok daha fazla turiste ev sahipliği yapma noktasında çok büyük avantajları vardır. Bu avantajların değerlendirilerek fırsata çevrilmesi büyük önem arz etmektedir. Çalışmada araştırma ve yayın etiğine uyularak ilk bölümünde turizm ve ekonomik değişkenler arasındaki ilişki Türkiye üzerinden ele alınacak, ikinci bölümde literatüre yer verilecek, üçüncü bölümde ise turist sayısını etkileyen üç makroekonomik değişken ile VAR analizi gerçekleştirilecek ve sonuç bölümü ile çalışma tamamlanacaktır.

## 2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm ve makro ekonomik değişkenler ile ilgili literatürde pek çok teorik ve ampirik çalışma mevcuttur. Bu bölümde literatür üç alt başlık şeklinde ele alınacak olup ilk alt başlık çok ülkeli, ikinci başlık tek ülkeli genel çalışmalar üçüncü alt başlık ise Türkiye üzerine yapılan çalışmaları içermektedir.

### 2.1. Çoklu Ülkeli Ampirik Literatür

Sokhanvar (2018) Avrupa bölgesi için yaptığı çalışmada doğrudan yabancı yatırımların (FDI) turizmi ve ekonomik büyümeyi hızlandırıp hızlandırmadığını panel veri metodu ile araştırmıştır. Turizm sektörünü dolaylı yoldan araştıran bu çalışmada 1995-2014 tarih aralığı için yurtiçi gelir, turizm geliri ve net doğrudan yabancı yatırımları değişken olarak kullanılmıştır. Çalışmada Bulgaristan ve İspanya ülkeleri için doğrudan yabancı yatırımların turizm sektörünü etkileyen en önemli değişken olduğu sonucuna varmıştır. Doğru ve Bulut (2018) Avrupa ülkeleri için yaptıkları panel veri araştırmasında ekonomik büyüme ile turizm arasında bir ilişki olup olmadığını araştırmışlardır. Elde ettikleri bulgular turizm gelişimi ve ekonomik büyüme arasında iki yönlü bir nedensellik olduğunu, her ikisinin de birbirini desteklediğini ortaya koymuştur. Martins vd. (2017) 1995-2012 tarihleri arasında kapsayan ve 218 ülke için gerçekleştirdikleri panel çalışmalarında turizm talebini etkileyen makroekonomik faktörler ile turizm gelirlerinin etkilerini



incelemişlerdir. Kişi başı gelir (tüm dünyada), döviz kuru ve fiyat esnekliğinin değişken olarak kullanıldığı çalışmada, kişi başı gelirin turistik faaliyetlerin en önemli belirleyicisi olduğunu ve fiyat elastikiyetinin harcamaları en çok etkileyen değişken olduğunu belirlemişlerdir. Khandaker ve Zia İslam (2017) çalışmalarında yurtiçi hâsıla, döviz kuru, doğrudan yabancı yatırımlar, ihracat ve yolsuzluk endeksi değişkenlerini kullanarak Avustralya, Çin, Almanya, Hindistan, Japonya, İngiltere ve ABD ülkelerinde turizm talebini 2004-2013 tarih aralığı için panel veri ile analiz etmişlerdir. 2008 finansal krizinden sonra bu değişkenlerin tüm ülkelerde turizm talebini negatif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Cao vd. (2017), 1994-2011 arası dönem için yaptıkları çalışmada Çin'in baz alındığı 24 ülkeyi buldukları bölgenin öncüleri varsayarak toplulaştırma yolu ile bölgeler arası analiz yapmışlardır. Net turizm geliri, enflasyon, petrol varil fiyatı, döviz kuru ve reel yurtiçi hasılanın kullanıldığı çalışmada amaç, şokların turizm sektöründe meydana getirdiği etkileri araştırmaktır. Vektör otoregresif modelin (VAR) değişik bir versiyonu olan küresel vektör otoregresif modelin (GVAR) kullanıldığı çalışmada Çin'de meydana gelen reel gelir ya da piyasa fiyatlarında meydana gelen değişme kısa dönemde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hissedilirken, uzun vadede komşusu olan gelişmekte olan ülkeleri etkilemektedir. Besena ve Bagnasco (2015) çalışmalarında turizm talebinin makroekonomik değişkenlere olan etkisini 150 ülke için regresyon analizi ile 2007-2011 dönemi için incelemişlerdir. Elde ettikleri bulgular turizmin gelişmesinin ülkelerde vergi geliri artışı, iş bulma süreçlerinin hızlanması, kişisel gelirlerin artması ve döviz kurlarının istikrarı gibi makroekonomik faktörler üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu yönündedir. Oh ve Zhong (2016) Çin ve Güney Kore'nin turizm sektörünü analiz etmişlerdir. Panel veri çalışmasında Çin 32 ülkenin bulunduğu 1995-2012 tarih aralığı için Güney Kore ise 152 ülkenin bulunduğu 2005-2013 tarih aralığı için analiz edilmiştir. Yurtiçi gelir, enflasyon, mesafe (turistin yerleşik olduğu ülke ile Çin/G. Kore arası) ve sınır komşuluğu değişkenleri kullanılarak turist sayılarına olan etkileri araştırılmıştır. Elde ettikleri bulgulara göre, Çin için turist sayısını en çok etkileyen değişkenler yüksek gelir ve sınır komşuluğu iken, Güney Kore için turist sayısı ile mesafe ve enflasyonun negatif ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Perez-Rodríguez vd. (2015) çalışmalarında turizm geliri artışı ve yurtiçi hasıla büyümesi arasında bir bağımlılık ilişkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. GARCH modelinin kullanıldığı çalışmada İngiltere, İspanya ve Hırvatistan konu alınmış, Hırvatistan dışındaki ülkelerde yurtiçi hasıla ve turizm gelirinin büyüme oranları arasında asimetric, pozitif ve önemli bir bağımlılık olduğu belirtilmiştir. De Vita (2014) çalışmasında döviz kurlarının uluslararası turizm sektörüne olan etkisini araştırmıştır. 1980-2011 arası dönemler için 27 ülkenin ele alındığı panel veri çalışmasında döviz kurlarının uluslararası turizm akımını etkilediği yönünde bulgulara yer verilmiştir.

## 2.2. Tek Ülkeli Ampirik Literatür

Mutambo (2018) tarafından Porter's Diamond Model (PDM) ve doğrusal regresyon analizi ile Zambiya'nın turizm sektöründe uluslararası rekabet gücünü etkileyen faktörler incelenmiştir. 1997-2014 tarihlerini kapsayan çalışmada birbirinden farklı 15 değişken kullanan araştırmacı, Zambiya'nın uluslararası rekabet gücünün %78,3'ünün seçilen değişkenlerle açıklandığını belirtmiştir. Habibi vd. (2018) İran üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada turizm getirisinin ülkedeki şehirlerin ekonomisine katkıları araştırılmıştır. Büyüme ayırıştırma yöntemi (GDM) ile gerçekleştirdikleri çalışma 2005-2014 tarihlerini kapsamaktadır. Horasan, Gilan ve Ardabil şehirleri turizm gelirlerinden en çok pay alan üç şehir olarak sıralanırken

analizdeki diğer 28 şehir %1’den az olsa dahi turizm gelirlerinden pozitif etkilendiği sonucuna varmışlardır. Chaisumpunsakul ve Pholphirul (2018) çalışmalarında uluslararası ticaretin turizm sektörüne etkisini Tayland üzerinde incelemiştir. Tayland’ın 207 ticaret ortağının yer aldığı çalışmada panel veri metodu uygulanmış kişi başı gelir, enflasyon, net ticaret, nüfus ve mesafe değişkenlerinin 1998-2010 tarihleri arasında turizm sektörüne olan etkisi araştırılmıştır. Net ticaretin (dışa açıklığın) turizm talebi ile pozitif ilişki içinde olduğu belirlenmiş ticaret yurtiçi hâsıla oranının %1 artması durumunda turizm talebini uzun dönemde %0,807 oranında pozitif etkilediği belirlenmiştir. Tayland’dan gerçekleştirilen ithalatın %1 artması durumunda gelen turist sayısını kısa dönemde %0,029, uzun dönemde ise %0,592 oranında artırdığı tespit edilmiştir. Suess vd. (2018) Los Angeles’i baz alarak medikal turizm üzerine bir inceleme gerçekleştirmişlerdir. Irk, eğitim seviyesi, gelir, iş durumu ve yaş gibi pek çok değişkenle gerçekleştirdikleri analizde, medikal turizmin ekonomik performansı olumlu yönde etkilediğini aynı zamanda yerleşiklerin artan memnuniyetlerinin sağlık hizmetleri için daha fazla vergi ödemeyi kabullenmelerinde de olumlu etkiler oluşturduğunu belirtmişlerdir. Samitas vd. (2018) çalışmalarında turizm talebi ve terörizm arasındaki ilişkiyi Yunanistan açısından incelemiştir. 1977-2012 tarihleri arası dönemi kapsayan çalışmada eş bütünleşme ve uzun dönem nedensellik metodları uygulamış, nedenselliğin yönünün terörizmden turizme doğru olduğunu tespit etmişlerdir. Santos ve Cincera (2018) Brüksel için düşük maliyetli taşımacılık ve ulaşılabilirliğin turizm talebine olan etkisini 2000 ve 2015 dönemi için inceleyen çalışmalarında turistlerin geliri, döviz kuru, fiyatlar genel seviyesi ve hedef ülkenin niteliksel özelliklerini değişken olarak almışlardır. Ulaştırma maliyetlerinin %10 düşmesi durumunda turizm talebinin %1,3-1,7 arasında arttığını tespit etmişlerdir. Pham vd. (2017) Avustralya’yı tercih eden Çinli turistlerin taleplerini etkileyen değişkenleri 1991-2014 tarihleri için regresyon analizi ile araştırmışlardır. Analiz sonuçları yüksek fiyat ve gelir esnekliğine sahip olan Çinli turistlerin, Çin’in ekonomik büyümesi sonucu yurt dışı seyahatlerini artırdıkları yönündedir. Gatti (2013) çalışmasında turizm, refah ve gelir dağılımını Hırvatistan için incelemiştir. Çalışmasında CGE modelini kullanan araştırmacı turizm gelirinin refahı artırdığını ve gelir dağılımında adalet seviyesini yükselttiğini belirtmiştir. Jalil vd. (2013) çalışmalarında Pakistan’da turizm ve büyüme ilişkisini 1972-2011 dönemi için ARDL metodu ile incelemiştir. İnceleme sonucunda nedensellik ilişkisinin turizmden büyümeye doğru olduğunu ve turizm sektörünün Pakistan’da büyüme üzerinde fiziksel sermaye artışı ile uluslararası ticaretin gelişmesi kadar önemli bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Yap ve Allen (2011) Avustralya için turizm fiyatları, hane halkı geliri, yurtiçi hasıla ve kişi başı yurtiçi hasıla değişkenleri ile iç turizm talebini etkileyen faktörleri 1999-2007 döneminde incelemiştir. Hane halkı geliri ile turizm fiyatlarının iç turizm talebinde önemli pozitif bir etki oluşturduğunu diğer değişkenlerin ise şehirden şehire değişiklik gösterdiğini belirtmişlerdir. Dwyer (2015) araştırmasında standart girdi çıktı analizinden farklı olarak hesaplanabilir genel denge (CGE) modelini kullanmıştır. Turizm şoklarının etkilerini ve bunlara karşı önlemleri araştırmıştır. CGE modelinin ülke ve bölgesel turizm faaliyet politikalarının belirlenmesinde az kullanılmasına karşın çok etkin bir analiz aracı olacağını vurgulamıştır. Sheng ve Tsui (2009) çalışmalarında Macao için turizm ve refah etkisini incelemiştir. 2000 yılının ilk çeyreğinden, 2007 yılının son çeyreğini kapsayan çalışmalarında, ithalat, enflasyon, suç oranları, gürültü gibi değişkenlerini kullanarak en küçük kareler yöntemi ile Macao için turist sayısındaki artışın bu değişkenleri etkileyip

etkilemediğini araştırmıştır. Elde ettiği bulgulara göre her %1'lik turist sayısındaki artış suç oranlarını, ithalatı ve gürültü gibi diğer değişkenleri de artırmaktadır.

### 2.3. Türkiye Konulu Ampirik Literatür

Şahin (2018) çalışmasında Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 12 ülke için panel veri uygulaması yöntemi ile turizm, ekonomik büyüme ve çevresel kalite arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. 1995-2014 dönemlerini kapsayan çalışmada turizmden Co2 emisyonuna doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Yenisu (2018) tarafından Türkiye için yapılan çalışmada VAR analiz yöntemi ile 2003-2018 dönemleri için turizm ve büyüme ilişkisi incelenmiştir. Elde edilen sonuç turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik olduğunu göstermiştir. Bir başka VAR analizi çalışması ise Erdil Şahin (2018) tarafından Türkiye'de ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişki için gerçekleştirilmiştir. 1980-2016 dönemini kapsayan iki değişkenli bu çalışmada uzun ve kısa dönemde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoban vd. (2018) ekonomik büyüme ile turizm arasındaki ilişkiyi Türkiye için farklı bir bakış açısı ile ele almıştır. Kırılma ve farklı varyansların incelendiği çalışmada 2000-2016 arası dönem için, turizm gelirlerinin dış ticaret dengesinde ve ekonomik büyüme üzerinde pozitif etki oluşturduğu ve reel efektif döviz kurunun ise turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Şahin (2017) çalışmasında Akdeniz ülkelerini araştırma konusu olarak ele almıştır. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu bu ülkelerde turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen araştırmacı 2000-2015 dönem aralığında turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Kızılkaya vd. (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada turizm geliri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki 1980-2014 tarih aralığı için ARDL metodu ile analiz edilmiştir. Turizm gelirlerinin hem kısa hem de uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bozgeyik ve Yoloğlu (2015) çalışmalarında Türkiye'de ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi 2002-2014 arası dönem için en küçük kareler yöntemi ile incelemişlerdir. Turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin tespit edildiği çalışmada aynı zamanda turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye olan pozitif etkisine de vurgu yapılmıştır. Aslan (2008), 1992-2007 dönemleri için Türkiye üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre turizmin Türkiye'nin ekonomik büyümesini desteklediğini ortaya koymuştur. Türkiye'de üzerinde ekonomik büyüme ve turizm arasındaki bir başka nedensellik araştırması Kızılgöl ve Erbaykal (2008) tarafından yapılmıştır. 1992-2006 arası kapsayan, Toda-Yamamoto yöntemi ile üçer aylık verilerin kullanıldığı çalışmada, nedensellik ilişkisinin tek yönlü olarak ekonomik büyümeden turizme doğru olduğu belirtilmiştir.

Türkiye'nin de içinde bulunduğu çoklu ülke çalışmalarında turizm sektörü farklı açılardan inceleyen çalışmalar da olmuştur. Agiomirgianakis vd. (2018) çalışmalarında Türkiye üzerinde GMM yöntemi ile turizm talebini etkileyen faktörleri farklı bir bakış açısı ve değişkenler ile incelemişlerdir. Yurtiçi gelir, satın alma gücü paritesi, reel döviz kuru, dış ticaret açıklığı, beşeri sermaye ve bilgi-iletişim-teknolojinin değişken olarak kullanıldığı analizde 1996'nın birinci çeyreğinden 2014'ün son çeyreği arası analiz edilmiştir. 65 ülkenin yer aldığı bu panel veri çalışmasında (PDOLS-FMOLS) yurtiçi gelir ile turist talebi arasında ters yönlü bir ilişki tespit edilmiş, tam aksine Türkiye'nin turist talebini etkileyen en çarpıcı

değişkenin beşeri sermaye olduğu sonucuna varılmıştır. Lovelock ve Lovelock (2018) tarafından yapılan çalışmada, turizm sektörüne tıp sektörü açısından bakılmıştır. Araştırmacılar dört farklı değişken arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir bu değişkenler; tıbbi prosedür, kişisel faktörler, maddi imkanlar ve mesafe etkisidir. Gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda katılımcılardan bir kaçı dışında büyük bir çoğunluğunun tıbbi seyahat tercihleri tatil için seyahate göre ağır basmaktadır. Medikal turizm ile tatil turizmi arasında katılımcıları en çok etkileyen unsurlar hastalığın önemi, hasta bakıcıların varlığı ve uygulanan tedavi türünün başarısı olmuştur.

Turizm, doğrudan yabancı yatırımlar, döviz kuru ve cari açık arasındaki ilişkiler de araştırılmıştır. Tandoğan ve Can Genç (2016) çalışmalarında Toda-Yamamoto yöntemi ile turizm sektörü ve ticari açık arasındaki ilişkiyi Türkiye için analiz etmişlerdir. 1980-2013 arası kapsayan çalışmalarında her iki makroekonomik değişken arasındaki nedensellik ilişkisinin çift yönlü olduğu belirlenmiştir. Pekmezci ve Bozkurt (2016) Türkiye’deki döviz kurunun turizm gelirine olan etkisini analiz etmiştir. 2005-2015 arası dönemde dolar ve euro döviz kurları ayrıştırılarak eş bütünleşme analizi gerçekleştirilmiştir. Buna göre dolar cinsinden döviz kurunda turizm gelirleri ile uzun dönemde herhangi bir nedensellik ya da eş bütünleşmeye rastlanılmamış ancak euro cinsinden döviz kurunda uzun dönemde tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Özcan (2015) tarafından Türkiye’de turizm gelirlerini etkileyen nedenler araştırılmıştır. 1995-2011 dönemleri arasının incelendiği çalışmada Türkiye’ye en çok turist geldiği 20 ülkedeki talep nedenleri araştırılmıştır. Turistik malların ve hizmetlerin fiyatları, kişi başı yurt içi hasıla, döviz kuru gibi değişkenler ile yapılan analizde panel veri analizi uygulanmıştır. Kişi başı yurt içi hasıla ile döviz kuru değişkenlerinin Türkiye’ye olan turistik talebin diğer değişkenlerden daha fazla belirleyici olduğu belirlenmiştir. Şen ve Şit (2015) Türkiye’de reel döviz kurunun turizm gelirlerine olan etkisini analiz etmişlerdir. 2000-2012 dönemlerini kapsayan çalışmada bu iki değişken, Toda-Yamamoto nedensellik analizi ile incelenmiştir. Her iki değişkenin de birbiri üzerinde etkili olduğu çalışmanın sonucu olarak belirtilmiştir. Bahar (2010) çalışmasında Türkiye’de turizm sektörüne yapılan doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1986-2006 arası dönem için incelemiştir. En küçük kareler yöntemi ile gerçekleştirdiği analizde araştırmacı turizme yapılan doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının %1 artması durumunda ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin % 1,8 olduğunu belirtmiştir. Turizm talebini etkileyen değişkenler arasında enflasyon önemli bir yer tutmaktadır. Yıldırım vd. (2017) çalışmalarında Türkiye’de enflasyon ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 2005-2015 dönemleri kapsayan çalışmalarında uzun dönemde enflasyon ve turizm gelirleri arasında ilişki tespit edilmişken, kısa dönemde herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Yukarıda detaylı olarak incelenen literatürde de görüldüğü gibi, turizm talebini etkileyen faktörler büyüme, doğrudan yabancı yatırımlar gibi değişkenler ile birlikte araştırılmıştır. Ancak turizm gelirlerini etkileyen içsel dinamikler genellikle göz ardı edilmiştir. Literatürde turizmin büyümeyi arttırdığı veya büyümenin turizm gelirlerini arttırdığı yönünde çok fazla çalışma vardır. Bu çalışmanın motivasyonu ve literatüre katkısı üzerinde konsensüs oluşmamış bir turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiden daha ötesidir. Bu çalışmada Türkiye’de turizm gelirlerinin hangi iç dinamiklerden daha çok etkilendiği araştırılmaktadır. Bu sebeple araştırmanın Türkiye için oldukça önemli olan turizm ve turizm gelirinin nasıl daha fazla arttırılabileceği konusunda önemli bir yer tutacağı beklenmektedir.

### 3. VERİ VE METODOLOJİ

#### 3.1. Veri Seti ve Model

Çalışmada dört değişkenli dinamik VAR modeli kullanılmıştır. Türkiye’de turist sayısını etkileyen değişkenleri belirlemeye yönelik bu çalışmada oluşturulan model Shan ve Wilson’ı (2001) takiben aşağıdaki şekildedir;

$$D_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_i D_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$D_t = (TS_{TR}, GDP_{TR}, NX_{TR}, CPI_{TR})$  modeldeki değişkenlerin bir arada gösterimini,  $\varepsilon_t = (\varepsilon_{TS_t}, \varepsilon_{GDP_t}, \varepsilon_{NX_t}, \varepsilon_{CPI_t})$  değişkenlerin hata terimleri toplamını ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan veriler 1990-2017 dönemlerini kapsamakta ve değişkenlerden turist sayısı (TS) TURSAB verilerinden, tüketici fiyat endeksi-enflasyon (CPI) WDI’den, net ticaret (NX) Gayri safi yurt içi hasıla (GDP) OECD veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmanın analizleri Eviews 10 programı ile gerçekleştirilmiş olup analiz sonuçlarına tablolar halinde yer verilmiştir. Analiz sonuçlarının tamamının yayınlanmaması çalışmanın anlaşılabilirliği ve sadeliğini korumak içindir.

**Tablo 3:** Veri Seti ve Tanımlar

Kısaltma	Tanım	Periyot	Dönem	Kaynak
TS	Turist Sayısı	Yıllık	1990-2017	TURSAB
CPI	Tüketici Fiyat Endeksi-Enflasyon (%)	Yıllık	1990-2017	WDI
NX	Net Ticaret	Yıllık	1990-2017	OECD
GDP	Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	Yıllık	1990-2017	OECD

#### 3.2. Yöntem

##### 3.2.1. Birim Kök Analizi

Zaman serisi analizi gerçekleştirilen makroekonomik modellerde, serilerin durağanlık göstermemesi karşılaşılan en büyük sorunlardan birisidir. Bu sebeple çalışmaya başlanılmadan önce serilerin durağanlık analizlerinin yapılması gerekmektedir (Harris ve Sollis, 2003). Zaman serilerinin durağan olarak kabul edilebilmesi için ortalama ve varyans değerlerinin trend içinde değişmemesi gerekmektedir. Aynı zamanda iki dönem arası kovaryansın hesaplanan dönem için değil her iki dönem arasındaki uzaklığa bağlılığı gerekir (Gujerati, 1999).

VAR model çalışmalarında önemli olan parametrelerin tahmininden daha çok serilere uygulanan şokların ölçümüdür. Bu açıdan bakıldığında zaman serilerinin farkının alınması durumunda data kaybı yaşanma olasılığı olduğu için, farkların alınmaması uygundur (Sims, 1980). Böyle bir durumda karşılaşılan sorun ise sahte regresyon problemidir (Granger ve Newbold, 1974).

Sahte regresyon sorunun ortadan kaldırılması amacıyla Augmented Dickey-Fuller (1981) (ADF) birim kök analizi bu çalışmada uygulanmıştır. Bu birim kök analiz yöntemi gecikme uzunluğuna duyarlı olması sebebiyle, tercih edilen gecikme uzunluğunun, analiz sonuçlarını etkilemeyecek kadar küçük aynı zamanda hata terimlerinin arasında korelasyona sebep olmayacak kadar büyük olması gerekmektedir (Çoban ve Özcan, 2013).

Dickey-Fuller(1979) birim kök analizinde kullanılan modeller şu şekildedir;

$H_0$ : Birim kök var (I(1))

$H_1$ : Birim kök yok (I(0))

$$\Delta Y_t = \mu Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Delta Y_t = \alpha + \mu Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (3)$$

$$\Delta Y_t = \alpha + \alpha_1 t + \mu Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4)$$

$\alpha$  sabit terimi,  $\alpha_1 t$  trendini göstermektedir.  $H_0$ 'ın kabul edilmesi durumunda seri durağan değildir ve birinci ya da daha yüksek seviyelerden fark alınması gerekmektedir.  $H_1$ 'in kabul edilmesi durumunda ise serinin durağan olduğuna ve fark alınmaması gerektiği sonucuna varılmış olunur (Erdoğan ve Yıldırım, 2008).

(2), (3) ve (4) numaralı denklemlerde otokorelasyon sorunu ile karşılaşmaktadır. Bu sebeple Dickey-Fuller tarafından eşitliğe bağımlı değişkenin gecikmeli değerleri eklenmiştir. Gecikmeli değerlerin eklenmesiyle ortadan kaldırılan otokorelasyon sorunu olmayan modellere Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) adı verilmektedir (Erdoğan ve Yıldırım, 2008).

ADF modelleri sabit, trendli ve her ikisinin de olmadığı biçimde aşağıdaki şekildedir (Enders, 1995);

$$\Delta Y_t = \beta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^q \varphi_i \Delta Y_{t-i} + \delta_t \quad (5)$$

$$\Delta Y_t = \theta_0 + \beta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^q \varphi_i \Delta Y_{t-i} + \delta_t \quad (6)$$

$$\Delta Y_t = \theta_0 + \theta_1 t + \beta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^q \varphi_i \Delta Y_{t-i} + \delta_t \quad (7)$$

(5) nolu denklem sabit terimin ve trendin olmadığı modeli, (6) nolu model sabit terimli modeli ve (7) nolu modelde sabit terimin ve trendin olduğu model olarak kurulmuştur. Modellerde  $\theta_0$  sabit terimi,  $\theta_1 t$  trendi,  $q$  gecikme uzunluğunu,  $\Delta$  birinci farkı,  $Y_t$  ise turist sayısını,  $\delta_t$  ise hata terimini belirtmektedir.  $H_0$ :  $\beta = 0$  durumu modelin durağan olmadığını yani birim kök içerdiğini ifade etmektedir.  $H_1$ :  $\beta < 0$  durumunda ise modelde birim kök olmadığını yani serinin durağan olduğunu ifade etmektedir.

### 3.2.2. VAR Modeli

Ekonometrik analiz kullanılan çalışmalarda değişkenlerin birbiriyle çok farklı biçimlerde etkileşim içinde olması eş anlı analizlerin kullanılmasını zorunlu hale getirmektedir. Aynı zamanda bağımlı ve bağımsız değişkenlerin belirlenmesindeki güçlük eş anlı analiz yöntemlerinin kullanılmasında bir diğer gerekliliği oluşturmaktadır. Eş anlı analizlerde bu sorunların ortadan kaldırılması için modelde yapısal kısıtlamalar yapılmakta ve tutarlılık sağlanmaya çalışılmaktadır (Mucuk ve Alptekin, 2008).

Modelde kullanılan değişkenler arasındaki etkileşimin kesin bir biçimde açıklanması her zaman kolay olmamaktadır. İçsellik ve dışsallık ayrımının yapılabilmesini kolaylaştıran daha açık bir ifade ile değişkenlerin arasındaki etkileşimin nasıl olduğunu belirlemek için VAR analizi en iyi seçeneklerden birisidir (Erdoğan ve Yıldırım, 2008) ve bu sebeple bu çalışmada VAR analizi uygulanmıştır.

VAR modelinin bir diğer özelliği ileriye dönük çıkarımda bulunmaktır. Bu modelin diğer modellerden temel farkları şu şekildedir;

1. Model kurulurken içsellik, dışsallık ayrımı yapılmamaktadır.
2. Sıfır sınırlamaya gerek yoktur (Yenisu, 2018).

Temel VAR modeli aşağıdaki gibidir;

$$Y_t = \beta_{10} + \sum_{i=1}^p \beta_{11i} Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_{12i} Z_{t-i} + \delta_{1t} \quad (8)$$

$$Z_t = \beta_{20} + \sum_{i=1}^p \beta_{21i} Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_{22i} Z_{t-i} + \delta_{2t} \quad (9)$$

Y ve Z değişkenleri arasındaki ilişkinin araştırıldığı (8) ve (9) numaralı denklemlerde;  $\beta_{10}$  ve  $\beta_{20}$  sabit terimleri,  $\beta_{11}, \beta_{12}, \beta_{21}$  ve  $\beta_{22}$  katsayıları,  $\delta_{1t}$  ve  $\delta_{2t}$  ise sabit ortalamalı, varyanslı ve ardışık bağımlı olmayan olasılıklı hata terimleri kısaca beyaz gürültüyü ifade etmektedir (Yenisu, 2018).

### 3.2.3. Granger Nedensellik Analizi

Granger nedensellik analizi VAR modelinin tamamlayıcılarından bir tanesidir. Değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkinin yönünü belirlemede önemli bir yere sahiptir. Bu analizin yapılabilmesi için tüm değişkenlerin düzeyde ya da üst seviyelerde durağan olması gerekmektedir (Yenisu, 2018).

Standart bir Granger nedensellik modeli aşağıdaki gibidir;

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^p \omega_i Y_{t-1} + \sum_{i=1}^q \omega_i Z_{t-i} + \delta_t \quad (10)$$

$$Z_t = \gamma_0 + \sum_{i=1}^p \sigma_i X_{t-1} + \sum_{i=1}^q \varphi_i Y_{t-i} + \rho_t \quad (11)$$

Modellerdeki terimlerden, p ve q en uygun gecikme uzunluklarını ifade etmektedir. Her iki modelde bağımsız değişkenlerin gecikmeli katsayılarının değerleri sıfırdır. (10) no'lu denklemde F testi sonucunda hipotezin reddedilmesi durumunda Z, Y'nin Granger nedeniyken, (11) no'lu denklemin reddedilmesi durumunda Y, Z'nin Granger nedeni olarak tanımlanacaktır (Yenisu, 2018).

## 4. AMPİRİK SONUÇLAR

### 4.1. Augment Dickey-Fuller Birim Kök Analizi

Modelde kullanılan bütün değişkenlerin birim kök testi ile durağanlıkları analiz edilmiştir. Tüm değişkenler 1. seviyede durağandır. Analiz sonuçları;

**Tablo 4:** Birim Kök Analiz Sonuçları

	TS			
			t-İstatistik	Olasılık*
<b>ADF Test İstatistikleri:</b>			-6.035183	0.0000
<b>Test Kritik Değerleri:</b>	%1		-3.711457	
	%5		-2.981038	
	%10		-2.629906	
	NX			
			t-İstatistik	Olasılık*
<b>ADF Test İstatistikleri:</b>			-6.784191	0.0000
<b>Test Kritik Değerleri:</b>	%1		-3.711457	
	%5		-2.981038	
	%10		-2.629906	
	GDP			
			t-İstatistik	Olasılık*
<b>ADF Test İstatistikleri:</b>			-5.401897	0.0003
<b>Test Kritik Değerleri:</b>	%1		-3.769597	
	%5		-3.004861	
	%10		-2.642242	
	CPI			
			t-İstatistik	Olasılık*
<b>ADF Test İstatistikleri:</b>			-1.996165	0.0459
<b>Test Kritik Değerleri:</b>	%1		-2.664853	
	%5		-1.955681	
	%10		-1.608793	

Kritik değerler McKinnon (1996) değerleridir. Tablodaki değerler 1. seviyedeki durağanlığı ifade etmektedir.

Tüm değişkenler birinci seviyede durağandır. Durağanlığın elde edilmesinin ardından sahte regresyon problemi aşılmış, analizin diğer bölümlerine geçilmesinde sakınca ortadan kalkmıştır. Birim kök analizinin ardından VAR modeli tahminine geçilmelidir. Ancak VAR modelinin doğru sonuçlar verebilmesi için en uygun gecikmenin belirlenmesi gerekmektedir.

#### 4.2. En Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

**Tablo 5:** En Uygun Gecikmenin Belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	-1588.591	NA	5.10e+52	132.7159	132.9123	132.7680
1	-1533.543	87.15958	2.02e+51	129.4619	130.4436	129.7224
2	-1513.879	24.57961	1.69e+51	129.1566	130.9237	129.6254
3	-1491.412	20.59546	1.42e+51	128.6176	131.1701	129.2948
4	-1445.531	26.76345*	2.86e+50*	126.1276*	129.4654*	127.0131*



ADF birim kök analizinden sonra en uygun gecikme değerinin belirlenebilmesi için Akaike Bilgi Kriteri (AIC), Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) ve Hannan-Quinn Bilgi Kriterlerinden (HQ) en düşük değere sahip olan seçilerek VAR analizinden önceki son aşama tamamlanmış olur (Yenisu, 2018). Sistem tarafından en küçük değerler yıldız işareti ile gösterilmektedir. Tablo 5’de tüm kriterlerde en küçük değerler 4 nolu koyu mavi olarak belirtilen satırda belirlenmiştir. Bu uygulama için en uygun gecikme uzunluğu 4’tür. Bu çalışmada SIC değerleri en uygun gecikme olarak belirlenmiştir. En uygun gecikmenin belirlenmesinin ardından VAR modelinin tahmini aşamasına geçilebilmektedir.

#### 4.3. VAR Analizi

En uygun gecikmenin belirlenmesinin ardından oluşturulan modele VAR analizi uygulanmaktadır. VAR analizi sonuçları değişkenler arasındaki ilişkinin pozitif ve negatif değerlerini yansıtmaktadır. Buna göre elde edilen sonuçlar;

**Tablo 6:** VAR Analiz Sonuçları

Seri	TS	NX	GDP	CPI
<b>TS(-1)</b>	0.585873	-3.195.224	4.569.231	-5.30E-07
	(0.29569)	-332.014	-474.203	(2.0E-06)
	[ 1.98136]	[-0.96238]	[ 0.96356]	[-0.26243]
<b>TS(-2)</b>	0.024975	-2.088.009	1.638.958	4.85E-07
	(0.39264)	-440.867	-629.674	(2.7E-06)
	[ 0.06361]	[-0.47361]	[ 2.60287]	[ 0.18090]
<b>TS(-3)</b>	0.495267	-5.576.772	-3.530.801	-5.22E-06
	(0.53599)	-601.830	-859.571	(3.7E-06)
	[ 0.92402]	[-0.92664]	[-0.04108]	[-1.42527]
<b>TS(-4)</b>	-0.412335	9.919.915	2.620.335	3.30E-06
	(0.39615)	-444.808	-635.303	(2.7E-06)
	[-1.04087]	[ 2.23016]	[ 0.41245]	[ 1.21818]
<b>NX(-1)</b>	0.006900	-0.301526	4.717.074	-3.80E-08
	(0.00344)	(0.38586)	-551.114	(2.3E-08)
	[ 2.00786]	[-0.78143]	[ 0.85592]	[-1.61926]
<b>NX(-2)</b>	0.000583	0.282733	-9.822.650	-2.73E-08
	(0.00405)	(0.45484)	-649.628	(2.8E-08)
	[ 0.14398]	[ 0.62161]	[-1.51204]	[-0.98566]
<b>NX(-3)</b>	-0.012005	0.282620	9.991.760	3.69E-08
	(0.00452)	(0.50705)	-724.202	(3.1E-08)
	[-2.65839]	[ 0.55738]	[ 1.37969]	[ 1.19468]
<b>NX(-4)</b>	-0.001510	-0.245429	1.663.099	-1.99E-08
	(0.00457)	(0.51306)	-732.780	(3.1E-08)
	[-0.33045]	[-0.47837]	[ 2.26957]	[-0.63570]

<b>GDP(-1)</b>	-4.32E-05	-0.003221	-0.562947	1.53E-09
	(0.00018)	(0.02036)	(0.29077)	(1.2E-09)
	[-0.23804]	[-0.15819]	[-1.93607]	[ 1.23747]
<b>GDP(-2)</b>	0.000577	-0.015090	-0.603966	-1.09E-09
	(0.00013)	(0.01438)	(0.20542)	(8.8E-10)
	[ 4.50602]	[-1.04918]	[-2.94013]	[-1.24575]
<b>GDP(-3)</b>	-0.000147	0.032982	-1.124.942	-2.35E-10
	(0.00021)	(0.02411)	(0.34441)	(1.5E-09)
	[-0.68581]	[ 1.36774]	[-3.26627]	[-0.16022]
<b>GDP(-4)</b>	-0.000556	0.014728	-0.330390	2.88E-09
	(0.00025)	(0.02774)	(0.39624)	(1.7E-09)
	[-2.25048]	[ 0.53089]	[-0.83380]	[ 1.70579]
<b>CPI(-1)</b>	-177903.5	7502069.	13028465	1.270.879
	(50863.2)	-5711114	(8.2E+07)	(0.34761)
	[-3.49769]	[ 1.31359]	[ 0.15972]	[ 3.65607]
<b>CPI(-2)</b>	17867.36	-4667590.	2.16E+08	-0.107599
	(69138.0)	-7763083	(1.1E+08)	(0.47250)
	[ 0.25843]	[-0.60125]	[ 1.94508]	[-0.22772]
<b>CPI(-3)</b>	110739.7	-3272524.	78283411	-0.106072
	(71682.8)	-8048815	(1.1E+08)	(0.48989)
	[ 1.54486]	[-0.40658]	[ 0.68097]	[-0.21652]
<b>CPI(-4)</b>	-18674.02	1700839.	-64314766	-0.222926
	(51741.5)	-5809735	(8.3E+07)	(0.35361)
	[-0.36091]	[ 0.29276]	[-0.77508]	[-0.63043]
<b>C</b>	8611127.	-2.20E+08	-2.50E+09	4.340.942
	-4922937	(5.5E+08)	(7.9E+09)	-336.442
	[ 1.74919]	[-0.39771]	[-0.31669]	[-0.12902]
<b>R<sup>2</sup></b>	0.989598	0.789706	0.938859	0.955107
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0.965821	0.309035	0.799108	0.852493
<b>F-İstatistik</b>	4.162057	1.642923	6.718088	9.307816

Tablo 6’da köşeli parantez içindeki değerler t istatistiğini, parantez içindeki değerler ise standart hataları belirtmektedir. Model optimum gecikme sayısına göre elde edilen sonuçları göstermektedir ve 4 gecikmeli olarak listelenmiştir. Araştırmanın temel amacı turizm sektörünü etkileyen değişkenlerin araştırılmasıdır. Bu sebeple VAR tahminlerinin yorumlanması yerine sadece katsayı tahminleri tablo olarak verilmiştir. Tablo 7 çalışmanın amacını göstermektedir. Tablo 7’de varyans ayrıştırması (VAR decomposition) sonuçları yer almaktadır. Değişkenlerin ortalama hareketli varyanslarından oluşturulan bu analiz her bir

değişkenin en çok diğer hangi değişkenden etkilendiğini göstermektedir. 10 yıllık bir zaman dilimi temel alınarak oluşturulan ekonometrik analiz sonuçları aşağıdadır.

**Tablo 7:**Varyans Ayrıştırması

<b>Varyans ayrıştırması TS</b>					
<b>Dönem</b>	<b>S.Hata</b>	<b>TS</b>	<b>NX</b>	<b>GDP</b>	<b>CPI</b>
1	1915290.	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000
2	2451511.	62.73777	4.243846	2.915507	30.10287
3	3789485.	32.45110	12.89564	14.88611	39.76715
4	4311625.	32.68127	12.67305	11.53378	43.11190
5	4753923.	27.06603	18.87330	10.07947	43.98120
6	5799538.	33.61095	13.74065	6.901710	45.74669
7	7068807.	34.50176	12.63240	7.542676	45.32317
8	8115420.	34.43108	15.95370	5.924207	43.69101
9	8989338.	33.06344	19.92369	5.204921	41.80795
10	9407113.	34.83549	18.40300	4.801023	41.96049
<b>Varyans ayrıştırması NX</b>					
<b>Dönem</b>	<b>S.Hata</b>	<b>TS</b>	<b>NX</b>	<b>GDP</b>	<b>CPI</b>
1	2.15E+08	33.48740	66.51260	0.000000	0.000000
2	2.26E+08	30.51022	61.51225	1.667028	6.310506
3	2.43E+08	27.40555	58.25245	2.308610	12.03339
4	2.60E+08	23.95636	50.76048	3.157999	22.12516
5	4.02E+08	40.09525	28.41089	5.587700	25.90616
6	4.67E+08	49.53083	21.86901	4.329003	24.27115
7	4.81E+08	46.80227	22.68007	7.531488	22.98618
8	4.92E+08	47.54558	21.92540	7.618752	22.91027
9	5.23E+08	46.06663	19.42033	11.61703	22.89602
10	5.31E+08	47.13402	18.86638	11.26669	22.73291
<b>Varyans ayrıştırması GDP</b>					
<b>Dönem</b>	<b>S.Hata</b>	<b>TS</b>	<b>NX</b>	<b>GDP</b>	<b>CPI</b>
1	3.07E+09	34.37005	10.45057	55.17938	0.000000
2	3.74E+09	26.62047	23.50153	49.80851	0.069492
3	5.92E+09	61.38094	9.380020	23.99144	5.247607
4	7.48E+09	63.10050	15.04141	15.07902	6.779073
5	8.44E+09	49.55821	18.43747	25.02974	6.974568
6	8.92E+09	45.34706	16.59870	31.71453	6.339713
7	1.02E+10	46.65841	23.74992	24.44376	5.147905
8	1.10E+10	44.67238	28.28307	21.60570	5.438849

9	1.17E+10	47.42542	26.35903	20.83537	5.380180
10	1.34E+10	53.33410	20.53079	15.94761	10.18750
		<b>Varyans ayrıştırması CPI</b>			
<b>Dönem</b>	<b>S.Hata</b>	<b>TS</b>	<b>NX</b>	<b>GDP</b>	<b>CPI</b>
1	13.08944	4.708531	56.99817	4.930347	33.36295
2	19.60934	28.56280	30.35513	2.206720	38.87535
3	26.64261	44.28410	17.28550	2.985295	35.44510
4	30.75426	44.93468	15.06355	3.959334	36.04244
5	35.69615	53.26856	11.28820	3.073005	32.37023
6	37.55608	56.11406	10.27995	2.776397	30.82959
7	39.28291	57.84324	10.73420	2.573713	28.84885
8	39.51278	57.84937	10.62969	2.796771	28.72416
9	39.66157	58.01470	10.65416	2.780455	28.55068
10	39.79862	57.71866	10.66302	3.229774	28.38855

Tablo 7’de yer alan varyans ayrıştırmaları daha doğru analiz yapılmasını sağlamaktadır. Burada değişkenlerin birbirlerine olan etkilerinin boyutu görülmektedir. TS değişkeni 10 yıllık bir ortalama dönem içinde en çok kendisinden etkilenmektedir. Farklı bir açıdan bakılacak olursa turizm sektörü kendi iç dinamiği ile beslenmektedir. Ancak turizm sektörünü kendisinden sonra en çok etkileyen değişken enflasyon olarak görülmektedir. 10 yıllık bir süreç içerisinde turizm sektörü %45 oranında CPI tarafından etkilenmektedir. Yabancı turistler Türkiye’de oluşan enflasyonist piyasa koşullarında görece değerlendirilen ulusal para birimleri ile daha uygun tatil imkanı yakalamaktadırlar. Diğer yandan Türkiye’deki enflasyonist ortam yabancıların daha çok harcama yapmasına daha çok mal ve hizmet harcamasına neden olmaktadır. NX ve GDP değişkenlerinin turizm sektörü üzerinde CPI kadar büyük bir etkisi olmadığı ise Tablo 7’de görülmektedir.

Çalışmanın dikkate değer bir diğer bulgusu ise CPI’nin varyans ayrıştırmasında ortaya çıkmaktadır. CPI’nin ilk dönemde kendini açıklama oranı %33,36 gibi çok düşük bir oran iken bunu en çok etkileyen faktör net ticaret olmuştur. Ancak ilerleyen dönemlere bakıldığında zaman net ticaretin etkisi CPI üzerinde azalmaktayken TS’nin etkisi %57,71 gibi yüksek bir rakama ulaşmaktadır. Enflasyonu en çok etkileyen ve açıklayan değişken TS iken, aynı durum TS içinde geçerlidir.

**Tablo 8:** Granger Nedensellik Analizi

Hipotezler	Gözlem	F-İstatistik	Olasılık
NX, TS’nin Granger nedeni değildir.	24	108.701	0.3980
TS, NX’in Granger nedeni değildir.		205.615	0.1377
GDP, TS’nin Granger nedeni değildir.	24	334.310	<b>0.0381*</b>
TS, GDP’nin Granger nedeni değildir.		661.128	<b>0.0028*</b>
CPI, TS’nin Granger nedeni değildir.	24	208.873	0.1331

TS, CPI'ninGranger nedeni değildir.		0.27995	0.8864
GDP, NX'ninGranger nedeni değildir.	24	127.632	0.3228
NX, GDP'ninGranger nedeni değildir.		214.523	0.1253
CPI, NX'ninGranger nedeni değildir.	24	153.914	0.2413
NX, CPI'ninGranger nedeni değildir.		0.48592	0.7460
CPI, GDP'ninGranger nedeni değildir.	24	0.60133	0.6675
GDP, CPI'ninGranger nedeni değildir.		0.52828	0.7168

Tablo 8’de Granger nedensellik analizine görülmektedir. GDP ve TS arasında iki taraflı bir nedensellik ilişkisi varken diğer değişkenlerden hiçbiri arasında nedensel bir ilişki bulunmamaktadır.

## 5. SONUÇ

Turizm gelirleri ve makroekonomik değişkenlerin ilişkisi literatürde geniş bir yer tutmaktadır. Pek çok çalışma turizm gelirleri ile ilgilenmektedir. Ancak turizm gelirlerinin doğrudan belirleyicisi olan turist sayısı genellikle göz ardı edilmiştir. Türkiye’de 1990-2017 arası dönemde turist sayısına etki eden ve literatürde turizm geliri ile ilişkilendirilen, en çok kullanılan değişkenler bu modelde kullanılmıştır. Amaç Türkiye’yi tercih eden turist sayısına etki eden değişkenleri belirlemek ve gelirin artırılabilmesi için politika önerilerinde bulunmaktır.

Analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere VAR metodu ile gerçekleştirilen analiz Granger nedensellik analizi ile sonlandırılmıştır. Bu bağlamda turist sayısını en çok etkileyen değişkenin enflasyon olduğu görülmektedir. Enflasyon ekonomik açıdan yerli para biriminin değerinin azalması ve göreceli olarak yabancı para birimlerinin değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Yabancı turistlerin artan gelirlerini enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde Türkiye’de değerlendirmesi akla gelen ilk mantıklı seçenektir. Yine enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde turistlerin Türkiye’de harcamalarının artması yurtiçi hasılaya daha fazla katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda enflasyon turistlerin, göreceli değerlendirilen paraları ile küçük tutarlı harcamalardan konut gibi çok daha yüksek tutarlı harcamalar gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır.

Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısında artışın bir diğer önemli açıklayıcısı net ticaret olarak karşımıza çıkmaktadır. Net ticaretin Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısının artmasını sağlamasının altında yatan nedenlerden bir tanesi, net ticaretin Türkiye’nin dünya kamuoyunda bilinirliğini arttırmasıdır. Dünya kamuoyunda ticari ilişkilerin daha fazla gelişmesi aynı zamanda turizm, kültür, eğitim gibi pek çok alanda gelişmelerinde öncüsü olmaktadır.

Gerek varyans ayrıştırması gerekse Granger nedensellik olarak aralarında etkileşim olan ve turist sayısını en az açıklayan değişken GDP olarak karşımıza çıkmaktadır. Yurtiçi hasılanın artışı ve turist sayısının artışı arasında iki yönlü bir nedensellik görülmektedir. GDP artışının turizm gelirlerini pozitif yönde etkilediği literatürde pek çok çalışmada mevcutken turist sayısını artırdığına yönelik çalışmaların çok az olması, bu çalışmanın literatüre gerçekleştirdiği özgün katkılardan birisidir. Bir diğer özgün katkı ise turist sayısının yurtiçi hasılanın Granger nedeni olmasının yanı sıra aynı zamanda GDP’yi açıklamada en etkili değişken

olmasıdır. Çalışmanın dikkat çeken yönlerinden bir tanesi de turist sayısının enflasyonu ve yurtiçi hasılayı en çok açıklayan değişken olmasıdır.

Türkiye’de turist sayısının artışı gerek doğrudan gerek dolaylı etkileri ile önemli bir faktördür. Turist sayısının artırılmasında ticari ilişkiler, yurtiçi hasılanın büyümesi ve enflasyon oranları önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’nin uluslararası kamuoyunda bilinirliğini de dolaylı olarak artıran ticari ilişkilerin artırılması, refah seviyesinin yükselmesine ve turistik imkanların artmasına olanak veren yurtiçi hasılanın artırılması sonuç olarak Türkiye’ye gelen turist sayısını artıracaktır.

#### **KAYNAKÇA**

Agiomirgianakis, G., Bertatos, G., Tsounis, N. (2018). “Asymmetric Responses İn The Tourism Demand Function”, *The Journal Of Economic Asymmetries*, 18, E00103.

Aslan, A. (2008). “An Econometric Analysis on Economic Growth and Tourism in Turkey”, MPRA Munich Personal Repec Archive. p1-11.

Bahar, O. (2014). “Turizm Sektörüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının (Dysy) Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi: Türkiye Örneği (1986-8211; 2006)”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 27-40.

Bahar, O , Bozkurt, K . (2010). “Gelişmekte olan ülkelerde turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: Dinamik panel veri analizi” . *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* , 21 (2) , 255-265

Besana, A., Bagnasco, A.M. (2014). “Rethinking Tourism İn Macroeconomics”, *Procedia Economics And Finance*, 14, 58 – 67.

Bozgeyik, Y. Ve Yoloğlu, Y. (2015). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Gsyh Arasındaki İlişki: 2002-2014 Donemi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (40), 627-640.

Cao, Z., Li, G., Song, H. (2017). “Modelling The İnterdependence Of Tourism Demand: The Global Vector Autoregressive Approach”, *Annals Of Tourism Research*, 67, 1–13.

Chaisumpunsakul, W., Pholphirul, P. (2018). “Does İnternational Trade Promote İnternational Tourism Demand? Evidence From Thailand's Trading Partners”, *Kasetsart Journal Of Social Sciences*, 39, 393-400.

Çoban, B., Firuzan, E., Oğuzhan, A. (2018). “Farklı Varyanslık Ve Yapısal Kırılmalar Altında Ekonomik Büyüme İle Turizm İlişkisinin İncelenmesi”, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (1), 319-337.

Çoban, O., Özcan, C. (2014). “Türkiye’de Turizm Gelirleri- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010)”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 8 (1), 243-261.

De Vita, G. (2014). “The Long-Run İmpact Of Exchange Rate Regimes On İnternational Tourism Flows”, *Tourism Management*, 45, 226-233.

Dickey, David A., Ve Fuller, W. A. (1979). “Distribution Of The Estimators For Autoregressive Time Series With A Unit Root”, *Journal Of The American Statistical Association*, 74, 427 – 431.

- Dickey, David A., Ve Fuller, W. A. (1981). “Likelihood Ratio Statistics For Autoregressive Time Series With A Unit Root”, *Econometrica*, 49 (4), 1057-1072.
- Doğru, T., Bulut, Ü. (2018). “Is Tourism An Engine For Economic Recovery? Theory And Empirical Evidence”, *Tourism Management*, 67, 425-434.
- Dwyer, L. (2015). “Computable General Equilibrium Modelling: An Important Tool For Tourism Policy Analysis”, *Tourism And Hospitality Management*, Vol. 21, No. 2, Pp. 111-126.
- Enders, W. (1995). “Applied Econometric Time Series”, United States Of America: John Wiley&Sons, Inc.
- Erdil Şahin, B. (2018). “Türkiye’de Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1980-2016)”, *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 16 (3), 239-253.
- Erdoğan, S., Yıldırım, D. (2011). “Türkiye’de Döviz Kuru Kanalinın İşleyişi: Var Modeli İle Bir Analiz”, *Siyasal / Journal Of Political Sciences*, 0 (39), 94-108.
- Gatti, P. (2013). “Tourism, Welfare And Income Distribution: The Case Of Croatia. *Tourism*”, 61(1), 53-71.
- Granger, C.W.J., Newbold, P. (1974), “Spurious Regressions İn Econometrics”, *Journal Of Econometrics*, 2 (2), 1974, 111- 120
- Gujarati, D. N. (1999) *Basic Econometrics*, Mc Graw Hill, Literatur Yayıncılık, 3rd Edition, İstanbul.
- Habibi, F., Rahmati, M., Karimi A. (2018). “Contribution Of Tourism To Economic Growth İn Iran's Provinces: GDM Approach”, *Future Business Journal*, 4, 261–271.
- Harris, R. Ve R. Sollis (2003), “Applied Time Series Modelling And Forecasting”
- İlgaz Yıldırım, B., Yıldırım, F., Gülmez, M. (2017). “Türkiye’de Enflasyon Ve Turizm Gelirleri İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir Analiz”, *Uluslararası İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (1), 69-81.
- Jalil, A., Mahmood, T., Idrees, M. (2013). “Tourism–Growth Nexus İn Pakistan: Evidence From ARDL Bounds Tests”, *Economic Modelling*, 35, 185–191.
- Khandaker, S., Zia Islam, S. (2017). “International Tourism Demand And Macroeconomic Factors”, *International Journal Of Economics And Financial Issues*, 7 (5), 389-393.
- Kızılgöl, Ö. Erbaykal, E. (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 351-360.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E., Karaçor, Z. (2016). “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Ardl Sınır Testi Yaklaşımı”, *Yönetim Ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 203-215.

- Lovelock, B, Lovelock, K. (2018). “We Had A Ball ...As Long As You Kept Taking Your Painkillers” Just How Much Tourism Is There In Medical Tourism? Experiences Of The Patient Tourist”, *Tourism Management*, 69, 145–154.
- Martins, F. L., Gan, Y., Ferreira-Lopes, A. (2017). “An Empirical Analysis Of The Influence Of Macroeconomic Determinants On World Tourism Demand”, *Tourism Management*, 61, 248-260.
- Mucuk, M., Alptekin, V. (2008) “Türkiye’de Vergi Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: VAR Analizi (1975-2006)”, *Maliye Dergisi*, 155, 159-174.
- Mutambo, P. (2018). “Empirical Analysis Of Factors Affecting International Competitiveness Of Zambia’s Tourism Industry”, *International Journal Of Psychological And Brain Sciences*, 3(1), 7-17.
- Oh, J., Zhong, W. (2016). “How To Attract More Tourists To Korea? Possible Collaborations With China”, *Asia Pacific Management Review*, 21, 239-243.
- Özcan, C. (2015). “Türkiye’de Turizm Gelirinin Makroekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (1), 203-220.
- Pata, U. (2020). “Turizm, Finansal Gelişme, Ticari Açıklık ve Sermaye Stokunun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , Cilt:29 Sayı:4 , 151-167
- Pekmezci, A., Bozkurt, K. (2016). “Döviz Kuru Ve Ekonomik Büyüme: Türk Turizm Sektörü İçin Bir Analiz”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 97-110.
- Perez-Rodríguez, J.V., Ledesma-Rodríguez, F., Santana-Gallego, M. (2015). “Testing Dependence Between GDP And Tourism’s Growth Rates”, *Tourism Management*, 48, 268-282.
- Pham, T.D., Nghiem, S., Dwyer, L. (2017). “The Determinants Of Chinese Visitors To Australia: A Dynamic Demand Analysis”, *Tourism Management*, 63, 268-276.
- Samitas, A., Asteriou, D., Polyzos, S., Kenourgios, D. (2018). “Terrorist Incidents And Tourism Demand: Evidence From Greece”, *Tourism Management Perspectives*, 25, 23–28.
- Santos, A., Cincera, M. (2018). “Tourism Demand, Low Cost Carriers And European Institutions: The Case Of Brussels”, *Journal Of Transport Geography*, 73, 163–171.
- Shan, J., Wilson, K. (2001) “Causality Between Trade And Tourism: Empirical Evidence From China”, *Applied Economics Letters*, 8 (4), 279-283.
- Sheng, L., Tsui, Y. (2009). “A General Equilibrium Approach To Tourism And Welfare: The Case Of Macao”, *Habitat International*, 33, 419–424.
- Sims, C. (1980), "Macroeconomics And Reality", *Econometrica*, 48, 1-49.
- Sokhanvar, H. (2019). “Does Foreign Direct Investment Accelerate Tourism And Economic Growth Within Europe? ”, *Tourism Management Perspectives*, 29, 86–96.



Suess, C., Baloğlu, Ş., Busser, A.J. (2018). “Perceived Impacts Of Medical Tourism Development On Community Wellbeing”, *Tourism Management*, 69, 232–245.

Şahin, D. (2017). “Akdeniz Ülkelerinde Turizm Ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Analizi”, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (14), 115-124.

Şahin, D. (2018). “APEC Ülkelerinde Turizm, Ekonomik Büyüme Ve Çevresel Kalite İlişkisi: Panel Veri Analizi”, *İktisadi Yenilik Dergisi*, 5 (2), 32-44.

Şen, A., Şit, M. (2015). “Reel Döviz Kurunun Türkiye’nin Turizm Gelirleri Üzerindeki Etkisinin Ampirik Analizi”, *Journal Of Yasar University*, 10 (40), 6752-6762.

Tandoğan, D., Genç, M . (2016). “Türkiye’de Turizm Ve Ticari Açıklık Arasındaki İlişki: Toda ve Yamamoto Nedensellik Yaklaşımı”, *Aibü - İibf Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (1), 59-70.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). “Turizm İstatistikleri, IV.Çeyrek: Ekim-Aralık Ve Yıllık, 2017”, <http://Www.Tuik.Gov.Tr/Hbprint.Do?İd=27612>.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB). “Turizm İstatistikleri”, <https://Www.Tursab.Org.Tr/Tr/Turizm-Verileri/İstatistikler>.

World Tourism Organization (UNWTO) (2018). “Annual Report 2017”, <https://Www.E-Unwto.Org/Doi/Pdf/10.18111/9789284419807>.

Yap, G., Allen, D. (2011). “Investigating Other Leading Indicators Influencing Australian Domestic Tourism Demand”, *Mathematics And Computers İn Simulation*, 81, 1365–1374.

Yenisu, E. (2018). “Türkiye’de Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Var Analizi”, *Ünye İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 16-37.

# CİNSİYET YÖNELİMLERİNİN DUYGUSAL EMEK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Naiman-Khanyim DURSUNOVA<sup>1</sup>

Ash GEYLAN<sup>2</sup>

## Özet

Çalışma hayatında üretim ve istihdam yapısında yaşanan değişim ve dönüşüm emeğin farklı boyutlarda değerlendirilmesine ve yeni kavramlar çerçevesinde ele alınmasına neden olmuştur. Bu kavramlardan birisi de duygusal emek kavramıdır. Özellikle hizmet sektöründe yaşanan gelişim ve müşteri odaklılığın ön plana çıkması, çalışanların sadece zihinsel ve fiziksel emeklerini değil bunun yanında duyguların da önemi vurgulanmaktadır. Bu araştırmada Türkiye’de hizmet sektöründe çalışan bireylerin cinsiyet yönelimlerinin duygusal emek üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma kapsamında 398 kişiye anket uygulanmıştır. Toplanan veriler IBM SPSS Statistic 26, IBM AMOS 23 paket programları ve R Studio 3.6.2 yazılımı ile gerçekleştirilmiş, veriler analiz edilerek yorumlara yer verilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda cinsiyet yönelimlerinin duygusal emek ve alt boyutlarının üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Duygusal Emek, Cinsiyet, Eril, Dişil, Androjen, Belirsiz, Yüzeysel Davranış, Derinlemesine Davranış, Samimi Davranış.

## THE EFFECT OF GENDER ORIENTATIONS ON EMOTIONAL LABOR

### Abstract

Changes and transformations in the structure of production and employment has led to the evaluation of labor in different dimensions that addresses the issue within the framework of new concepts. One of these concepts is the concept of emotional labor. The development and customer orientation which especially comes forward in the service sector emphasizes the importance of not only the mental and physical labor, but also the emotional labor as well. The impact on the emotional labor of individuals working in the service sector in Turkey has been investigated by gender orientation. A questionnaire was applied to 398 people within the scope of the research. The collected data were carried out with IBM SPSS Statistic 26 IBM AMOS 23 package programs and R Studio 3.6.2 software, the data were analyzed and comments were given. As a result of the research, it has been determined that gender orientations are effective on emotional labor and its sub-dimensions.

**Keywords:** Emotional Labor, Gender, Masculine, Feminine, Androgen, Surface Acting, Deep Acting, Intimate Acting.

<sup>1</sup> Sorumlu yazar, Anadolu Üniversitesi SBE, naimadursun@gmail.com, 0000-0000-0000-0000

<sup>2</sup> Anadolu Üniversitesi, Dr. Öğr. Üyesi, ageylan@anadolu.edu.tr, 0000-0001-6682-1571

## 1. Giriş

Günümüzde emeğin yoğun şekilde tartışılan bir boyutu olan duygusal emek, sanayileşme sonrasında hizmet sektöründe yaşanan gelişmeyle beraber bu sektördeki işlerin bir gerekliliği olarak ortaya çıkan müşterilerle doğrudan iletişim ve çalışanların çalışma ortamında uygun duygular sergilemeleri için duygularını yönetmeleri zorunluluğu ile ortaya çıkmıştır. Çalışma ortamında yapılan duygu yönetimi özel hayattaki duygu yönetiminden farklıdır. Çünkü işletmelerin müşterilerle kurdukları ilişki kurumsal imaj ve verimlilik açısından son derece önemli olmakla birlikte, işletme yönetimi ve denetimi altında gerçekleşmektedir. Bu ilişki biçiminde çalışanlar işletmenin kontrolünden ve belirli bir ücretin karşılığında müşterileri etkileyebilmek amacıyla genellikle gerçek olmayan duygu gösteriminde bulunmaktadır.

Günümüzde hizmet sektöründe işverenler çalışanların işlerine emeklerini dahil ederek ekip dayanışması içerisinde çalışmalarını daha fazla talep etmektedir. Emek sürecinde yaşanan bu küresel dönüşüm ulusal, sektörel, örgütsel yapı, etnik köken ve cinsiyet açısından farklılaşmaktadır. Bunun yanında literatürde duygusal emek özellikle kadınların ağırlıklı yaptığı işlerin niteliğini ortaya koyan aynaya benzetilmektedir. Çünkü dayanışma, sabır, bakım ve anlayış gibi duyguları gerektiren işler genellikle kadın işi olarak algılanmakta ve bu özelliklere doğal olarak sahip olmaları nedeniyle çoğunlukla bu tür işlerde çalıştıkları varsayılmaktadır (Savaş, 2018). Bu durum işyerlerinin kadın – erkek pozisyon ayırımına neden olmaktadır. Bu nedenle yapılan araştırma duygusal emek ve cinsiyeti değil, duygusal emek ve cinsiyet yönelimleri arasındaki ilişkiyi ele almayı amaçlamaktadır.

Toplum tarafından kadın – erkek rol farklılıkları her zaman ilgi görmüş ve birçok araştırmaya tabi tutulmuştur. Hem özel hayatta hem iş hayatında kadın ve erkeklerin rol dağılımı farklıdır, fakat globalleşmeye giden dünyada roller karışmış hatta benzer hal almıştır. Toplum, kadın ve erkeklerin doğaları ve kültür normları gereği, verilen rollere uygun şekilde davranmalarını beklemektedir, bunun tersi olduğu taktirde toplum tarafından genellikle kadınlar (çoğunlukla erkekler tarafından) eleştirilere maruz kalmaktadırlar. Kadınların mağduriyeti, erkeklerin egemenliği ve kadın – erkek iş bölümünün kalıpyargılar içerisinde gerçekleştiği dönemin sonuna yaklaşılmaktadır (Sevelova, 2011). Dolayısıyla, yapılan bu araştırmada kadın ve erkeklerin biyolojik kimliklerine değil, hangi cinsiyet rol özelliklerini benimsediklerini belirleyerek, modern iş dünyasında duygusal emek ve ona bağlı alt boyutlarını inceleyerek, bu iki değişken arasındaki etkilerin ortaya koyulması ve önerilerde bulunulması bakımından önemlidir.

Bu araştırmanın amacı hizmet sektöründe çalışan bireylerin hangi cinsiyet rol özelliklerini benimsediklerini belirleyerek, cinsiyet yönelimlerinin: eril, dişil, androjen ve belirsiz olmanın, duygusal emeğin: derin, yüzeysel ve samimi davranış boyutları üzerinde etkili olup olmadığını araştırmaktır.

## 2. Literatür Taraması

Araştırmanın bu bölümünde biyolojik bir kavram olarak bireyin ve toplumsal hayatın temel ayrımını oluşturan kategorilerden biri olan cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları ele alınmaktadır. Bu bölümde cinsiyet kimliği, toplumsal cinsiyet rolleri, duygusal emek kavramı, duygusal emek üzerinde etkili olan kişisel ve örgütsel faktörler ve duygusal emeğin sonuçları incelenmektedir.

## 2.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet

Bireyin ve toplumsal yaşamın temel ayırımını oluşturan kategorilerinden biri olan cinsiyet, biyolojik bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Nitekim kadın ya da erkek olmanın biyolojik ayırımı doğumdan itibaren yapılmaktadır (Bhasin, 2003). Dökmen (2004), cinsiyeti bireyin biyolojik farklılıklarına göre belirlenen demografik bir kategori olarak tanımlarken, Ersoy (2009) ise, cinsiyeti: *“bireye yönelik toplumsal anlayışları, değerleri, rolleri biçimlendiren, özellikleri ve beklentileri içeren önemli bir sosyal kategori”* olarak tanımlamaktadır (akt., Çopur ve Çiçek 2018). Dolayısıyla, cinsiyet, biyolojik cinsiyet (sex) ve toplumsal cinsiyet (gender) olarak iki kategoriye ayrılmaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramı zihinsel, kültürel ve sosyal farklılıkları kapsarken, biyolojik cinsiyet kavramı ise sadece fiziksel (bedensel) farklılıkları kapsamaktadır (Kostikova, 2005). Örgütlerde cinsiyet kavramı cinsiyetler arası farklılıkları tanımlarken, aynı zamanda erkek ve kadın arasındaki sosyal ilişkileri belirten güç farklılıklarını da içine almaktadır. Cinsiyet araştırmalarında ve bu araştırmalara dayanarak oluşturulan feminist teorilerde, cinsiyet, toplumsal güç ve eşitsizlik ilişkilerini organize eden, sosyal bir kategori olarak ifade edilmektedir. Klasik feminist teorilerde, erkeklerin kadınlar üzerindeki sosyal egemenliği konusunda: başta gelen konular, kadınların öngörülen ve edinilen cinsiyet rollerinin yerine getirilmesini, fırsat eşitsizliğini, erkeklerin kamusal alandaki avantajlarını ve kadınların ise özel alanlara sıkıştırılmasını (Zdravomislova ve Tyomkina, 2001).

Toplumsal cinsiyet, cinsiyetin aksine, kadın ve erkeğin kültürel ve toplumsal farklılıklarını içermektedir. Toplumsal cinsiyet, erkek ve kadının farklılıklarının biyolojik cinsiyetlerine dayalı olmadığını, toplumsal olarak eril ve dişilik kategorileriyle bağlantılı olduğunu, yani toplumsal kültür tarafından tasarlanmış niteliklerin, anlam ve beklentilerin temel alındığını belirtmektedir (Giddens, 2008). Cinsiyete bağlı bütün bu özelliklendirmeler “cinsiyet kültürü” olarak adlandırılmaktadır (Ersoy, 2009). Bütün kategorileri kapsayan bu kavram, cinsiyete bağlı özellikleri, değerleri, davranışların şeklini belirleyen, gerektiğinde davranışlara rehberlik eden, davranışların sınırlarını belirleyen ve yönlendiren toplumsal kültürün alt bölümü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Doğum anından itibaren her insan erkek ya da kadın olarak tanınmak için belirli bir cinsel davranış rolünü özümsemeye başlamaktadır (Terzioğlu ve Taşkın, 2008). Bir erkeğin veya bir kadının davranışı, her şeyden önce biyolojik (cinsel) özelliklerine göre belirlenmektedir. Yani bir erkeğin veya bir kadının cinsiyetine uygun davranışlar sergilemesi gerekmektedir (Cornell, 1995). Kadının doğal özü doğum yapmak ve çocukları büyütme. Bu nedenle, ana rolü evin annesi ve koruyucusu olmak, yani sağlıklı yavruların doğuşuna, evinde huzur yaratmaya, duygusal rahatlık, uyum ve düzen atmosferine bakmaktır. Bir kadının görevini yerine getirebilmek için her şeyden önce fiziksel olarak sağlıklı, sabırlı, sempatik, şefkatli, iyi kalpli ve huzurlu olması gerekmektedir. Erkeklerin görevi ise kadınların yüksek görevini gerçekleştirmeleri için gereken koşullar yaratmaktır. Bu nedenle, erkeklerin temel rolü- inşaatçının, kazananın, koruyucunun rolüdür, ayrıca erkekler asil, zeki ve cesurdur (Dökmen, 2009). Kariyer seçiminde dahi, cinsiyet rollerinin etkileri görülmektedir. Erkekler kamu işlerinde, politika alanlarında sık çalışmaktadırlar; Kadınlar ise ev işleri ve aile işleriyle ilgili özel alanlarda daha sık çalışmaktadırlar. Bu duruma birçok toplum kültürü örnek sayılmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri hem erkeklerin hem de kadınların yaşamlarının şekillenmesinde büyük etki yaratmaktadır (Akın ve Demirel, 2003). Dolayısıyla, toplumsal cinsiyet rolleri, bireyin topluma karışması ve sosyalleşmesi sürecinde

öğrenilmekte ve toplumsal cinsiyetle ilgili algıyı şekillendirmeye başlamaktadır. Toplumsal kültürün içinde bulunan toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin cinsiyetine uygun tutum ve davranışları uygulaması anlamına gelmektedir.

İnternetin yaygınlaşması ve iletişim araçlarına erişim kolaylığı küreselleşmeye giden dünya standartları, kadınlar ve erkeklerin bakış açılarını değiştirmiştir. Böylece, toplumsal cinsiyet rollerinin sınırlılıkları genişlemiş ve toplumsal cinsiyet rollerinin davranış kalıpları benzerlik göstermeye başlamıştır. Teknolojik ve toplumsal kültürün hız kazanması kadın ve erkekler üzerinde etkiye neden olmuştur. Kadınlar iş hayatına daha fazla katılım göstermeye başlamış ve birçok yeniliklerle kadınlara eril özellikler atfedilmiştir. Erkeklerde ise dişil özellikler düzeyi gözle görülür farklılıklar görülmüştür. Günümüze kadar süregelen teorik gelişmeler toplumsal cinsiyeti her dönem itibariyle farklılıklarını yansıtarak anlatmaya devam etmektedir.

## **2.2. Cinsiyet Yönelimlerinin Temel Kategorileri: Eril, Dişil, Androjen ve Belirsiz Roller**

Cinsiyetin biyolojik ve kültürel yönleri arasındaki farklılıkların doğasını anlayabilmede erillik ve dişilik kategorileri özellikle önem taşımaktadır. Erillik ve dişilik, bir dizi tutum, rol, davranış normu ve her bir toplumdaki erkek ve kadın cinsiyetlerinde bulunan değerler hiyerarşisi olarak tanımlanmaktadır (Sevelova, 2011). Ayrıca tarihten beri süregelen erkek ve kadın hakkında sosyal algı, davranış kalıpları ve stereotipleri içermektedir. 19 yüzyılda eril ve dişil yönelimler birbirini dışlayan özellikler olarak kabul edilmekteydi, «standarttan» herhangi bir sapma ise patoloji olarak algılanmaktaydı. Daha sonra zihinsel yeteneklerin, duyguların, ilgi alanlarının ölçülmesi için özel ölçekler yaratılmıştır. Bu durum eril – dişil niteliklerinin sürekliliği fikrinin oluşmasına yol açmıştır. Buna göre yüksek erillik, düşük dişilik ile korelasyon sağlanmalı ya da tam tersi düşük erillik, yüksek dişilik ile korelasyon sağlanmalıydı. Bu demek oluyor ki erkekler için yüksek erillik arzu edildiğinde kadınlar için ise yüksek dişilik arzu edilmekteydi (Kostikova, 2005:8).

Eril ve Dişil kavramlarının yanı sıra literatürde üzerine durulan ve dikkate değer kavram ise androjenlik kavramıdır. Androjenlik kavramını geliştiren Bem (1974), araştırmalarına dayanarak dört ana psikolojik ve sosyal cinsiyet türü belirlemiştir:

- Eril;
- Dişil;
- Androjen;
- Belirsiz.

Erillik (lat. Masculinus), eril olarak kabul edilen, bir erkeğin bir kadından veya eril hayvanların, dişi hayvandan ayıran bedensel, zihinsel ve davranışsal özelliklerinin birleşimi olarak tanımlanmaktadır (Raycroft, 1995). Dişilik (kadınsı veya kız gibi de adlandırılmaktadır) genellikle kadınlarla ilgili bir dizi tutum, rol ve davranış özelliklerini gösteren bir kavramdır (Shehan, Constance, 2018). Kanadalı sosyolog Erving Goffman (1959) ve Amerikalı filozof Judith Butler (1990), cinsiyetin sabit ve doğal olmadığını, ancak zamanla dişil veya eril olarak birey tarafından edinilen bir dizi sosyal rol ve özellik olduğunu teorize etmişlerdir. Geleneksel olarak dişil olarak belirtilen özellikler, yumuşaklık, empati, alçakgönüllülük, duyarlılığı vb., içermektedir, ancak dişilik ile ilişkili

özellikler toplumlar ve bireyler arasında farklılık gösterir ve çeşitli sosyal ve kültürel faktörlerden etkilenmektedir (Shehan, Constance, 2018).

Bem (1974) kuramında androjen boyutu üzerinde durmaktadır. Ayrıca daha önce de belirtildiği gibi bu kuramda dişilik ve erillik birbirlerinden bağımsız iki boyut şeklinde ele alınmaktadır. Buna göre bir kişi hem dişilik hem de erillik boyutlarında aynı anda yer alabilmektedir. Toplum tarafından dişil olarak tanımlananlar; duygusal, merhametli ve anlayışlı özelliklere sahip kişiler iken, toplum tarafından eril olarak tanımlananlar; gözü pek, hırslı ve baskın kişilerdir. Diğer taraftan hem dişil hem de eril özellikleri bünyesinde barındıran kişiler ise androjen kişiler olarak iki grubun özelliklerini de yüksek seviyede gösteren bireyler olarak görülmektedirler. İki grubun özelliklerini düşük seviyede bünyesinde barındıran bireyler ise Belirsiz cinsiyet yönelimine sahip olan bireylerdir (Dökmen, 2009: 73). Bem (1974)'e göre toplum tarafından bireyler dişil ve eril olarak iki kutupta görülse de aslında birçok insan androjen kimlikte olabilmektedir. Çünkü değişen koşullara göre bireyler hem dişil özellikleri hem de eril özellikleri edinmektedirler. Sadece eril ya da sadece dişil özelliklere sahip olmak bireyi sınırlandırmaktadır ve böylece birey diğer kutup davranışlarına yasaklı duruma gelmektedir. Androjenlik ise bireyin daha özgür davranmasını sağlamaktadır (akt., Uzun, 2020: 55). Belirsiz rol özelliklerini benimseyen kişiler ise duygusal olarak androjenler ile zıt konumdadırlar. Androjenlere göre daha az olgun, hedeflere değil daha çok insanlarla olan ilişkilere odaklanmaktadır. Etrafındaki insanların onlarla ilgili düşüncelerine önem vererek zaman ve enerjilerini kendi hedeflerine değil, başkaları tarafından desteklenmek, oynanmak için harcamaktadırlar. Hataları Kendilerinde değil, olayların veya başka insanların sebep olduğunu savunmaktadırlar. Davranışlarında olayları analiz etmek yerine genelde duygularla hareket etmektedirler. Başka bir deyişle marjinal kişilik tipine sahiptirler (Kostikova, 2005).

Son zamanlarda her bir cinsiyet özelliklerini belirlemenin ne kadar zor olduğunu, bu sorunun nedenlerinin kültür yapısı, bilgi düzeyi ve toplumun ideolojik temellerine bağlı olduğunu belirtmek gerek, otuz yıl önce bu özellikler yadsınamaz bir şekilde kabul edilmese de erkeklerin ve kadınların rolleri, sorumlulukları ve spesifik özellikleri hakkındaki görüşler kökten değişmektedir. Toplumsal cinsiyet stereotiplerinin olumsuz etkileri ise bireylerin kişisel ve mesleki gelişimini engellemektir. Ayrıca hayat seçimlerini ve planlarını belirli kalıp içerisinde gerçekleştirmektedir.

### **2.3. Duygusal Emek**

Duygusal emek kavramı ilk defa Amerikalı sosyolog Arlie Hochschild'in (1983) en bilinen eseri "The Managed Heart" kitabında tanıtılmıştır. Ampirik araştırmalara dayanarak, Hochschild (1983) "duygusal iş" ve "duygusal emek" kavramlarını ortaya atmıştır. Hochschild'in yaptığı çalışmalar giderek popüler hale gelmiş ve araştırmacılar tarafından farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu kavramlar, bir kişinin özel alandaki duygusal davranışının özelliklerini, ev çevresini ve meslek alanını yansıtmaktadır. Duygusal çalışmalar hizmet sektöründe bulunan farklı mesleklerde araştırılmaya başlanmıştır. Bu durum Hochschild'in kavramlarının genişlemesine, iyileştirilmesine ve değiştirilmesine yol açmıştır. Artık her mesleğin belirli duygu ifadeleri bulunmakta, resmi veya gayri resmi olarak her meslek alanında duyguların yönetilmesi gerekmektedir (Vincent, 2011). Ashforth ve Humphrey (1993)'te, Morris ve Feldman ise (1996)'da duygusal emek yaklaşımlarını geliştiren ilk isimler arasındadırlar. Daha sonrasında ise Grandey (2000), Glomb ve Tews (2004), yıllarında duygusal emek hakkındaki fikirlerini paylaşan diğer önemli isimlerdir.

Tolich (1993), çalışanların kendi duygu ifadesi üzerindeki kontrol derecesine dayanan duygusal emek türlerinin bir sınıflandırmasını geliştirmiştir (Tolich, 1993). Tipolojisinde düzenlenmiş duygusal emek, örgüt tarafından, kurallar, eğitim ve süpervizörler gibi araçlar kullanarak öğretilir, böylece her çalışan kendi duygusal çalışmasını kendisi kontrol edebilmektedir. Duygusal emek çalışmalarına kattığı yenilik ise duygusal emeğin yönetilebilir ve serbest seçim sonucu gerçekleşen bir eylem olduğu düşüncesidir. Çünkü çalışanların duygularını yönetme konusunda kendi kararlarını alabileceklerini vurgulamaktadır. Pierce (1995; 1999), toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile ilgili duygusal çalışmaları hukuk firmaları örneği üzerinde araştırmıştır. Yazar iş bölümündeki cinsiyet tabakalaşması duygusal olarak desteklendiğini ve böylece işyerindeki statü farklılıklarını güçlendirdiğini ve statü hiyerarşisini yeniden ürettiğini göstermiştir. Erickson (2001), duygusal çalışmanın yoğunluk, duyguların yürütmeye katılımı, çalışanların sosyal tabakalaşma sistemindeki konumuna bağlı olduğunu anlatmaktadır. Örneğin, erkek hemşireler duygusal çalışmaya kadın meslektaşlarına göre daha az katılım sağlamaktadırlar. Başka bir deyişle, daha az çaba sarf etmektedirler. Ayrıca yüksek bir statü durumunun bireyin duygularını (az ya da çok) özgürce ifade etmesini sağladığını belirtmişlerdir (Eroğlu, 2013; Simonova, 2013).

#### **2.4. Duygusal Emek Stratejileri**

Hochschild (1979, 1983) tarafından çalışanların duygusal davranışları “yüzeysel davranış” ve “derinlemesine davranış” stratejileri şeklinde iki farklı kategoride değerlendirilmiştir. Çalışanların gerçekte hissettikleri duyguların yansıması olarak bu iki tür davranış stratejisine Ashforth ve Humphrey (1993) tarafından üçüncü bir tür olarak “samimi davranış” stratejisi eklenmiştir. Duygusal emek stratejilerine bakıldığında yüzeysel davranış stratejisi çalışanların duygularını nasıl ifade ettiğiyle ilgilidir, derin davranış stratejisi ise çalışanların gerçekte ne hissettiği ile ilgilidir. Her iki davranış türünde de kişi tarafından bir duygusal çaba verilmektedir. Çünkü çalışanlar belli duygularını müşterilere belli standartlar çerçevesinde aktarmak mecburiyetindedirler (Totterdell ve Holman, 2003). Yüzeysel davranış stratejisini uygulayan çalışanların genellikle müşterilere veya meslektaşlarına olumlu davranması beklenir; bu durumda çalışanlar ya olumsuz duygularını bastırmakta ya da olumlu bir duyguyu taklit etmektedirler (Gosserand ve Dieffendorff, 2005). Yüzeysel davranış stratejisini sergileyen birey kendisini sahnede gibi hissederek ve örgüt tarafından beklenen duygusal ifade kurallarına göre yüz ifadelerini, ses tonunu, taklitlerini ve jestlerini ona göre ayarlamaya çalışmaktadır. Dolayısıyla, böyle bir duygusal değişim ve şefkat yoğunluğu (Brotheridge ve Grandey, 2002; Morris ve Feldman) duygusal uyumsuzluğa (Ashforth, Kulik ve Tomiuk, 2008), memnuniyetsizliğe, duyarsızlaşmaya yol açabilmektedir (Brotheridge ve Grandey, 2002). Araştırmacılar, yüzeysel davranışın duygusal çatışmanın tezahürü olduğunu belirtmektedirler (Brotheridge ve Lee, 1998).

Yüzeysel ve derin davranış stratejilerine ek olarak, Ashforth ve Humphrey (1993) çalışanların duygusal emeği üçüncü bir şekilde kendiliğinden ve gerçek duygularla gerçekleştirdiklerini ileri sürmüşlerdir. Dieffendorff vd., (2005) doğal olarak hissedilen duyguların ifadesinin duygusal emek üzerine yapılan araştırmalara dahil edilmesi gerektiğini önermişler ve doğal olarak hissedilen duyguların ifadesi, duygusal emeğin etkili bir biçimi olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle, samimi davranış stratejisini yüzeysel ve derin davranış stratejisi olmaktan farklı bir strateji olarak incelemişlerdir. Ulaştıkları sonuçlara göre, doğal olarak iş yerindeyken gerçekleşen duygusal

---

ifade, çalışanların duygularını yüzeysel olarak kamufle etmeden ve derin duygularını değiştirmeden gerçek duygular ve otomatik duygusal düzenlemelerini yansıtmaktadır.

## 2.5. Duygusal Emek Cinsiyet İlişkisi

Bireylerin rollerini belirleyen en önemli faktör olmasından dolayı cinsiyet farklılıkları kadın ve erkeklerin tutum ve davranış biçimleri hakkında toplum içerisinde beklentiler oluşturmaktadır (Kızanıklı, 2014). Birçok çalışmada ele alınan cinsiyet farklılıkları, sadece toplumsal rollerde değil iş yaşamında da önemli bir etken olarak görülmüş ve duygusal emek- cinsiyet araştırmalarının artmasına neden olmuştur.

Duygusal emeğin yoğunlaştığı sektör, hizmet sektörüdür. Ücretli hizmetin gittikçe yaygınlaşmaya başlaması hem özel sektörde hem de kamu sektöründe kadın personel sayısının artmasını sağlamıştır. Hizmet sektörünün “Dişileşmesi” stereotipleştirmeyi ortaya çıkarmaktadır; bunlar yatay ve dikey stereotipleştirme olarak ikiye ayrılmaktadır. Yatay stereotipleştirme, geleneksel olan kadın işleri olarak görülen; hemşirelik, sekreterlik, satış elemanlığı, öğretmenlik gibi meslekleri ifade ederken; Dikey stereotipleştirmede erkeklere atfedilen işler: mühendislik, teknoloji, bilim, yönetim gibi işlerdir. Dikey stereotipleştirme “Cam tavan” olarak bilinen, kadınların yönetsel becerilerinin ve belli pozisyonlarının üzerine çıkamaması anlamına gelmektedir (Özkaplan, 2009).

Hochschild (2003) kadınların statü olarak alt kademelere atıldığını, arka planda tutulduğunu ve diğer kaynaklardan eksik bırakıldığını vurgulamaktadır. Müşterilerle yüz yüze iletişim gerektiren duygusal emeğin yoğun şekilde yaşandığı çalışma alanındaki işler ise çoğunlukla kadınlar tarafından yürütülmektedir. İşverenler bu bilgiyle hemfikir olup bu tür işlerde kadınları erkeklere göre daha çok istihdam etmektedirler (Karaman, 2017).

Burada kültürel temeller önem taşımaktadır. Erkeğe ve kadına toplum tarafından atfedilen roller bağlamında birçok işlerde kadından beklenen duygusal çalışma yoğunluğu, erkeklerden beklenmemektedir. Kadınların yaptığı hatalar ciddi olarak görülürken, erkeklerin yaptığı hatalar ise hafife alınabilmektedir (Man ve Öz, 2009). Bunun nedeni ise, hizmet sektöründe uyum, anlayış, sabır, bakım gerektiren nitelikler annelik ve dişilik özellikleri ile örtüştüğü için, kadınlar tarafından daha kolay sergilenmektedir. Kadınlara ait olan işler değersiz olarak algılanmakta ve düşük ücretli işler olarak görülmektedir (Özkaplan, 2009). Nitekim servis elemanları, çağrı merkezleri vb. işlere bakıldığında çoğunlukla kadın çalışanlar istihdam edilmektedir. Bu işler çalışma saatleri yoğun, stresli ve düşük ücretli işlerdir.

Yerli ve yabancı literatürde duygusal emek ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunlardan biri Erickson ve Ritter’a (2001) aittir. Yazarlar “Emotional Labor, Burnout, and Inauthenticity: Does Gender Matter?” adlı çalışmalarında hizmet sektörünü ele alarak 522 katılımcı üzerinde, cinsiyetin tükenmişlik ve özalgı üzerindeki etkilerini incelemeye çalışmışlardır. Elde edinilen sonuçlara göre erkeklerin ve kadınların duygusal deneyimlerinin çarpıcı biçimde benzer olduğu görülmüştür. Simpson ve Stroh (2004), kadınların olumsuz duygularının bastırılmasını ve olumlu duyguların simülasyonunu gerektiren dişil görüntü kurallarına uyduklarını tespit etmişlerdir. Buna karşılık, erkeklerin daha çok olumlu duygularının bastırılmasını ve olumsuz duyguların simülasyonunu gerektiren eril görüntü kurallarını benimsedikleri sonucunu elde etmişlerdir. Cottingham, Erickson ve Diefendorff (2014) hizmet sektöründe erkeklerin kadınlara



göre daha az duygu yönetimi yapma gereksinimini açıklayan teoriye dayanarak, erkeklerin sadece daha az duygusal emek sergilemelerinin yanı sıra bu durumdan faydalandıklarını vurgulamaktadırlar. Çetinkaya ve Şener (2016), erkeklerin duygusal emek puanlarının kadınlara göre daha yüksek olduğu, erkeklerin mesleklerini icra ederken daha fazla duygusal yük taşıdıklarını vurgulamışlardır. Güler ve Marşap (2018), cinsiyete dayalı işten ayrılma niyeti ve duygusal emek gösteriminde farklılık tespit edilmemiş; tükenmişlik boyutunun kadınlar üzerinde daha yüksek olduğunu; iş deneyimine göre tükenmişlik ve duygusal emek gösteriminde farklılık görüldüğü saptanmıştır. Aslan ve Mert (2019) kadınların erkeklerle kıyasla daha yüksek yüzeysel davranış sergilediklerini, erkeklerin ise kadınlarla kıyasla daha yüksek samimi davranış sergilediklerini tespit etmişlerdir. Özgen (2010) genellikle duygusal emek davranışlarının sergilenmesinin gerekli olduğu görevlerde kadınların; olumsuz duygu gösteriminin gerekli olduğu görevlerde ise erkeklerin istihdam edildikleri tespit etmiştir.

Türkay ve ark. (2011) çalışmalarında yüzeysel duygusal emek gösterimi ile cinsiyet arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre erkeklerin daha yüzeysel davranışlarda buldukları görülmüştür. Wharton ve Erickson (1993) da araştırmalarında iş-aile çatışması ve iş-aile rolü aşırı yüklemesinde cinsiyet farklılıklarına odaklanmışlardır. Araştırmanın sonunda kadınların hem ev ortamında hem de çalışma ortamında erkeklere kıyasla daha fazla duygu yönetimine başvurdukları görülmüştür.

Meier ve ark., (2006) ise kamu kurumlarında toplumsal cinsiyet ve duygusal emek olgusunu performans bağlantısında incelemişlerdir. Araştırmada Amerika Birleşik Devletleri'nde görev yapan kadın akademisyenlerin derslerine öğrencilerin daha çok katılım gösterdikleri görülmüştür. Bu durum akademisyenlik gibi duygusal emek gerektiren görevlerde kadınların daha başarılı olmalarına bağlanmıştır. Ayrıca kadın akademisyenlerin varlığının öğrencilerin performansını arttırdığı görülmüştür. Basım ve ark., (2013) öğretmenlerin kişilik yapısının duygusal emeğin tüm alt boyutları ile duygusal tükenme üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Cheung ve Tang (2009) katılımcıların yaşlarının doğal duyguların ifade edilmesi ve derin davranma üzerinde etkili olduğu bunun yanında cinsiyetin ise yalnızca yüzeysel davranmayı etkilediği ve buna göre erkeklerin kadınlara kıyasla daha fazla yüzeysel davranışlar sergiledikleri görülmüştür.

### 3. YÖNTEM

Duygusal emek ve cinsiyet yönelimlerin kavramlarının ilişkisi Sosyal Bilimler alanında daha önce yapılan çalışmalar ışığında, tezin araştırma sorularına bağlı olarak araştırılmıştır, daha sonrasında ise test etmek üzere çalışmanın hipotezleri oluşturulmuştur. Bilimsel olarak hazırlanan bu hipotezler doğrultusunda veriler toplanmış, hipotezler test edilmiştir. Sonuç olarak nicel araştırma yöntemi kullanılarak analizler yapılmış bulgulara yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Hizmet sektöründe çalışan bireylerin hangi cinsiyet rol özelliklerini benimsediklerini belirleyerek, cinsiyet yönelimlerinin: eril, dişil, androjen ve belirsiz olmanın, duygusal emeğin: derin, yüzeysel ve samimi davranış boyutları üzerinde etkili olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda kurulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H<sub>1</sub>: Cinsiyet Yönelimlerinin Duygusal Emek üzerinde İstatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>2</sub>: Cinsiyet yönelimlerinin: eril, dişil, androjen ve belirsiz kimliğe sahip bireylerin yüzeysel davranış alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>3</sub>: Cinsiyet yönelimlerinin: eril, dişil, androjen ve belirsiz kimliğe sahip bireylerin derin davranış alt boyutunun üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>4</sub>: Cinsiyet yönelimlerinin: eril, dişil, androjen ve belirsiz kimliğe sahip bireylerin duyguların bastırılması davranış alt boyutunun üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

### 3.2. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın örneklemini ise literatürce de desteklenmesi sebebiyle duygusal emeğin en çok ve yoğun yaşandığı hizmet sektörü çalışanları oluşturmaktadır. Bu kapsamda LinkedIn sosyal platform aracılığıyla 2655 kişiye anket gönderilmiştir. 30.10.2019 – 18.05.2020 tarihleri arasında 569 anket geri dönüş alınmıştır. Anketler arasından hizmet sektöründe çalışanlar ayrılarak 398 ankete ulaşılmıştır.

Veri toplama aracı olarak cinsiyet özelliklerini belirlemek amacıyla Bem Cinsiyet Rolü Envanterinin BCRE (Dökmen, 1999) Türkiye'ye uyarlanmış versiyonu kullanılmış ve ifadeler değiştirilmeden düzenlenmiş, daha sonrasında ise aynı bireylerin duygusal emek davranışlarını ölçmek amacıyla Duygusal Emek Ölçeği (Pala ve Sürgevil, 2016) uygulanmıştır.

### 3.3 Verilerin Analizi

İstatistiksel analizlerde hizmet sektöründe 398 çalışana ait anket verileri incelenmiştir. Verilerin analizleri IBM SPSS Statistic 26, IBM AMOS 23 paket programları ve R Studio 3.6.2 yazılımı ile gerçekleştirilmiştir.

#### 3.3.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

**Tablo 1.** Demografik İstatistikler tablosu

N=398		n	%
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	198	49,7
	Kadın	200	50,3
<b>Yaş</b>	18-25	94	23,6
	26-35	165	41,5
	36-45	96	24,1
	46 ve üstü	43	10,8
<b>Eğitim Seviyesi</b>	Lise	28	7,0
	Yüksek Okul/ Lisans	270	67,8
	Yüksek Lisans	87	21,9
	Doktora	13	3,3
<b>Medeni Hâl</b>	Bekar	228	57,3
	Evli	170	42,7
<b>Hizmet Süresi (Yıl)</b>	1-5	146	36,7
	6-10	76	19,1

11-15	75	18,8
16 ve üstü	101	25,4

Çalışmaya katılan 398 kişiye ait demografik bulgular Tablo 1’de gösterilmiştir. Buna göre katılım gösterenlerin cinsiyet dağılımı, kadınlarda %50,3 erkeklerde %49,7 olmak üzere birbirine çok yakındır. Yaş dağılımlarında ise %41,5 ile en çok katılım 26-35 yaş gurubundadır. Onları %24,1 ve %23,6 gibi benzer oranlarla 36-45 ve 18-28 yaş grupları takip etmektedir. En az katılım ise (%10,8) 46 ve üstü yaş grubundandır. Her 3 katılımcıdan yaklaşık 2 tanesi yüksek okul veya lisans mezunu iken %21,9’luk bölümü yüksek lisans mezunları oluşturmaktadır. Lise mezunlarının oranı %7, doktora mezunlarının ise %3,3’tür. Çalışmaya katılanların %57,3’lük kesimini bekar bireyler, geriye kalan %47,7’lik kısmını ise evliler oluşturmaktadır. Çalışmaya en çok 1-5 yıl arasında tecrübeye ait çalışanlar katılım göstermiştir. (%36,7) 6-10 ve 11-15 yıl arasında kıdem sahiplerinin dağılımı sırasıyla %19,1 ve %18,8 ile birbirine çok yakındır. Katılımcıların geriye kalan yaklaşık dörtte birlik kısmını ise 16 yıl ve üstünde en çok kıdeme sahip çalışan grubu oluşturmaktadır.

### 3.3.2Güvenilirliğe İlişkin Bulgular

Ölçümlerin güvenilirliğini kestirmek için Cronbach’ın alfa katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Duygusal Emek Ölçeğindeki 12 madde katsayısı - 0,765 değer almıştır, Yüzeysel Davranış 6 madde - 0,763, Duyguların Bastırılması 4 madde - 0,615, Derin Davranış 2 madde - 0,572 olarak değerler almıştır. Cinsiyet Rol Ölçeği 28 madde - 0,876 değerler almıştır. Erillik 14 madde - 0,853 ve Dişilik 14 madde - 0,895 değerler almıştır. Tüm ölçek ve alt boyutların güvenilirlik değerleri 0,57 ve üzerinde değerler almıştır dolayısıyla veri setinin istatistiki analiz için asgari güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

### 3.3.3 Duygusal Emek Puanlarına Ait Analizler

Katılımcıların araştırmada kullanılan duygusal emek ölçeğinde elde ettikleri genel ve alt boyut skorlarına ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de paylaşılmıştır.

**Tablo 2. Katılımcıların Duygusal Emek Puanlarına Ait Tanımlayıcı İstatistikler**

Puan	N	Ortalama	SS	Minimum	Maksimum
Duygusal Emek	398	38,87	6,57	18,00	60,00
Yüzeysel Davranış	398	17,98	4,55	6,00	30,00
Duyguların Bastırılması	398	13,16	2,72	4,00	20,00
Derin Davranış	398	7,73	1,40	3,00	10,00

Katılımcıların Duygusal Emek ölçeğinden elde ettikleri puanlar incelendiğinde Yüzeysel Davranış maddelerine verilen ortalama cevabın 2,99; “Duyguların Bastırılması” maddelerin verilen ortalama cevabın 3,29 ve “Derin Davranış” maddelerine verilen ortalama cevabın 3,86 olduğu görülmektedir. Ölçeğin tüm maddelerine verilen ortalama cevap ise 3,23’tür. Buna göre bireyler “Yüzeysel Davranış” başlığına ait hal ve hareketlerin

kendilerinde mevcut olup olmamaları konusunda olumlu veya olumsuz bir tutum göstermemişlerdir. “Derin Davranış” için ise olumlu tutum sergilediklerini söylemek mümkün.

Çalışmaya katılan 398 kişinin genelde ve cinsiyet bazından 4 ayrı cinsiyet rolüne dağılım oranları, Tablo 3’te paylaşılmıştır.

**Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyet Rollerine Dağılımı**

		Cinsiyet Rolü							
		Dişil		Eril		Androjen		Belirsiz	
Cinsiyet		n	%	N	%	N	%	n	%
<b>Erkek</b>		26	13,1%	35	17,7%	83	41,9%	54	27,3%
<b>Kadın</b>		40	20,0%	41	20,5%	57	28,5%	62	31,0%
<b>Toplam</b>		66	16,6%	76	19,1%	140	35,2%	116	29,1%

Genel olarak toplum tarafından beklenen sonuç erkeklerin erillik oranının kadınların ise dişilik oranının yüksek olmasıdır. Tablo 11’de açıkça görüldüğü gibi, erillik puanı erkeklerde daha fazla görülürken (dişil %13,1; eril %17,7) kadınların dişilik puanı ile erillik puanları neredeyse eşit şekildedir (dişil %20,0; eril %20,5). Androjen puanı erkeklerde kadınlara göre daha yüksektir (kadınlarda %28,5, erkeklerde %41,9), belirsiz puanı ise kadınların erkeklere göre daha yüksektir (kadınların %31,0; erkeklerin %27,3).

### 3.3.4 Cinsiyet Rolüne Göre Duygusal Emek Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Katılımcıların Duygusal Emek ölçeğinden elde ettikleri; Yüzeysel Davranış, Duyguların Bastırılması, Derin Davranış ve genel puanların ortalamaları 4 cinsiyet rol kimliği arasında karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmanın normal dağılım ve varyans homojenliği testlerine ait sonuçlar Tablo 4’te, elde edilen karşılaştırma bulguları ise Tablo 5’te paylaşılmıştır.

**Tablo 4.** *Cinsiyet Rol Gruplarının Duygusal Emek Ölçeği Puanlarına Ait Normallik ve Testleri*

Ölçek Puanı	Cinsiyet Rolü	Shapiro-Wilk Testi	Levene Testi
<b>Duygusal Emek</b>	<b>Dişil</b>	<b>,848</b>	<b>0,006</b>
	<b>Eril</b>	<b>,027</b>	
	<b>Androjen</b>	<b>,456</b>	
	<b>Belirsiz</b>	<b>,348</b>	
<b>Yüzeysel Davranış</b>	<b>Dişil</b>	<b>,254</b>	<b>0,031</b>
	<b>Eril</b>	<b>,787</b>	
	<b>Androjen</b>	<b>,528</b>	
	<b>Belirsiz</b>	<b>,074</b>	
<b>Duyguların Bastırılması</b>	<b>Dişil</b>	<b>,161</b>	<b>0,070</b>
	<b>Eril</b>	<b>,055</b>	
	<b>Androjen</b>	<b>,082</b>	
	<b>Belirsiz</b>	<b>,034</b>	
<b>Derin Davranış</b>	<b>Dişil</b>	<b>,001</b>	<b>0,113</b>
	<b>Eril</b>	<b>,000</b>	
	<b>Androjen</b>	<b>,000</b>	
	<b>Belirsiz</b>	<b>,000</b>	

Her bir cinsiyet rolü grubunda duygusal emek puanları için yapılan normallik analiz sonucunda sadece “Yüzeysel Davranış” puanlarının 4 grubun tamamında normal dağıldığı görülmektedir. Fakat Levene testine göre gruplar varyans homojenliği sağlanamaktadır. Buna göre 4 puanlama da parametrik olmayan Kruskal Wallis testi ile karşılaştırılacaktır.

**Tablo 5.** Katılımcılara Ait Duygusal Emek Ölçeği Puanlarının Cinsiyet Rolüne Göre Karşılaştırılması

Puan	Cinsiyet Rolü	N	M	SS	Test Değeri	sd	p	Dunn's Post Hoc
Duygusal Emek	Dişil <sup>(1)</sup>	66	38,65	7,46	0,552	3	,907	
	Eril <sup>(2)</sup>	76	38,93	6,01				
	Androjen <sup>(3)</sup>	140	39,19	7,27				
	Belirsiz <sup>(4)</sup>	116	38,58	5,49				
Yüzeysel Davranış	Dişil <sup>(1)</sup>	66	17,88	5,10	0,876	3	,831	
	Eril <sup>(2)</sup>	76	17,71	4,48				
	Androjen <sup>(3)</sup>	140	17,88	4,86				
	Belirsiz <sup>(4)</sup>	116	18,34	3,87				
Duyguların Bastırılması	Dişil <sup>(1)</sup>	66	13,12	2,93	3,015	3	,389	
	Eril <sup>(2)</sup>	76	13,30	2,57				
	Androjen <sup>(3)</sup>	140	13,36	2,96				
	Belirsiz <sup>(4)</sup>	116	12,83	2,38				
Derin Davranış	Dişil <sup>(1)</sup>	66	7,65	1,32	14,727	3	,002**	3-4
	Eril <sup>(2)</sup>	76	7,92	1,46				
	Androjen <sup>(3)</sup>	140	7,94	1,54				
	Belirsiz <sup>(4)</sup>	116	7,41	1,16				

Kruskall Wallis Testi

\*0,05 düzeyinde anlamlı p değeri

\*\*0,01 düzeyinde anlamlı p değeri

Yapılan hipotez testleri sonuçlarına göre;

4 cinsiyet rolü grubunun yüzeysel davranış skor ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. ( $p=0,831 > 0,05$ ) Buna göre cinsiyet yöneliminin yüzeysel davranışlar üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Bu iki değişken birbirinden bağımsızdır.

4 cinsiyet rolü grubunun duyguların bastırılması skor ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. ( $p=0,389 > 0,05$ ) Buna göre cinsiyet yöneliminin duyguların bastırılması üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Bu iki değişken birbirinden bağımsızdır.

4 cinsiyet rolü grubunun derin davranış skor ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. ( $p=0,002 < 0,05$ ) Buna göre cinsiyet yöneliminin, derin davranış üzerinde anlamlı şekilde etkilidir. Yapılan post hoc testine göre androjenlerin derin davranış puan ortalaması (7,94) cinsiyet yönelimi belirsiz olan grubun ortalamasından (7,41) istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir. Diğer bir deyişle androjen bireyler cinsiyet yönelimi belirsiz bireylere göre daha fazla derin davranış eğilimi gösterir. Diğer 2'li karşılaştırmalarda, cinsiyet yönelimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Cinsiyet yönelimleri grupları arasında duygusal emek skor ortalamaları karşılaştırıldığında ise gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemektedir. ( $p= 0,907 > 0,05$ ) Buna göre cinsiyet yönelimlerinin duygusal emek üzerinde anlamlı bir etkisi bulunduğu söylenemez.

#### 4. SONUÇ

Duyguların yönetimini önemli kılan duygusal emek kavramı özellikle hizmet sektöründe müşterilerin memnuniyet düzeylerini etkileyen önemli bir kavramdır. Bu nedenle duygusal emek kavramının anlaşılması müşterilerin ve çalışanların memnuniyetini ve örgüte bağlılık gücünün üzerinde önemli etkileri olan bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda duygusal emek kavramının artıları gibi çalışanlar açısından eksileri de görülmektedir, bunlar: tükenmişlik, yabancılaşma, iş tatminsizliği, işten ayrılma gibi olumsuz sonuçları bulunan ve böylece örgütü etkileyen bir kavramdır. Bununla birlikte cinsiyetin duygusal emeği etkileyen en önemli değişken olduğu birçok araştırmada belirtilmektedir.

Öte yandan kadın ve erkeklerin duygusal emeklerinin farklılığı ile ilgili araştırmalar sınırlıdır. Cinsiyet rol özelliklerinin duygusal emek üzerinde etkilerinin olup olmadığı araştırmanın temel amacı olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada elde edilen sonuçlar hizmet sektöründe çalışan bireylerin duygusal emek seviyelerini ve hangi cinsiyet yönelimlerinin daha baskın ve başarılı olduğu konusunda sonuçlar çıkarılmıştır.

İlk olarak araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet rollerine dağılımı incelendiğinde androjen cinsiyet rolünü benimseyen erkek katılımcıların %41,9, kadın katılımcıların %28,5 sonucuna ulaşılmıştır; Belirsiz cinsiyet rolünü benimseyen bireylerin erkek katılımcıların %27,3 kadın katılımcıların %31,0 tespit edilmiştir. Aynı şekilde Bem (1975) ve Ersoy (2009) benzer sonuçları elde etmişlerdir. Ulaşılan sonuçlara dayanarak, kadın ve erkeklerin cinsiyet rolü özellikleri açısından birbirlerine benzediği söylenebilir. Dişil erkek, eril kadın kimliklerinin duygusal olarak cinsiyetsiz bir toplumun oluşumu, kadın ve erkeklerin fiziksel ve zihinsel farklılıklarının azalmaya doğru gittiği söylenebilir. Geleneksel kültür standartlarına uymayarak hem eril hem de dişil rollerin yüksek düzeyde olmasının toplum için yararlı bir durum olduğu söylenebilir. Buradan hareketle toplumdaki olası kalıp yargıları azaltmaya, kadın – erkek ayrımcılığın sonlandırılmasında, kadın ve erkeğe yüklenen geleneksel rollerle birlikte geleneksel bakış açısını dönüştürmeye yönelik bir adım olduğu varsayılabilir. Çünkü kadın – erkek cinsiyet rol özelliklerinin androjen olması hem eril hem dişil özellikleri içlerinde barındırması, kadınların yüksek oranda işgücüne katılmasının ve erkeklerin sıklıkla ev işleriyle ilgili rolleri paylaşmasının değişen, gelişmekte olan bir toplum yapısına işaret ettiğinden bahsedilebilir.

Bununla birlikte geleneksel olarak toplumun beklediği sonuç erkeklerin erillik oranının yüksek kadınların ise dişilik oranının yüksek olması. Erillik puanı erkeklerde daha fazla görülürken (dişil- %13,1, eril- %17,7), kadınların dişilik puanı ile erillik puanları neredeyse eşit şekildedir (dişil- %20,0, eril- %20,5). Buradan kadınların toplumun eril tahakkümü altında zihinsel olarak eril özelliklerini benimsemelerinin toplumsal cinsiyet kalıp yargıların aksine eril özelliklerini benimseyen kadınların daha eşitlikçi tutum sergilemektedirler. Ayrıca androjen puanı erkeklerde kadınlara göre daha yüksek (kadınlarda %28,5, erkeklerde %41,9), belirsizlik puanı ise kadınların erkeklere göre daha yüksek çıkmıştır (kadınlarda %31,0; erkeklerde %27,3). Bunun nedeninin, erkeklerin toplum içerisinde daha özgür ve rahat olmaları androjen kimliğe sahip olmaya

sürüklerken, kadınların psikolojik olarak kültür normları ve bizzat erkekler tarafından kısıtlanmaları, baskı görmeleri ve arka plana atılmaları belirsiz kimliğe sahip olmaya sürüklediği düşünülmektedir.

Çalışmanın ana hipotezi gereği cinsiyet rolü ile duygusal emek ve alt boyutlarının ilişkisi incelendiğinde katılımcıların derin davranışa eğilimlerinin sahip oldukları cinsiyet rolüne göre değiştiği görülmüştür. Androjen bireylerin derin davranış seviyelerinin, cinsiyet rolü belirsiz olan bireylere göre daha yüksek olduğu söylenebilir. (H<sub>4</sub> kabul). Bireylerin dişil veya eril olmaları bireyleri psikolojik, zihisel ve fiziksel olarak sadece tek yönlü düşünceye sahip olmalarından dolayı kısıtlandığı düşünülmektedir. Bu nedenle androjen kimliğe sahip bireylerin derin davranışlarda bulunmaları, Woolf'un (2004) belirttiği gibi ideal ve yaratıcı zihnin androjen kimlikte olduğunu belirterek, ulaşılan sonuç, bu beklentiye doğrular niteliktedir. Erickson ve Ritter, (2001), duygusal emek boyutlarını araştırdıklarında çıkan sonuçlara göre erkeklerin ve kadınların duygusal deneyimlerinin çarpıcı biçimde benzer olduğu görülerek H<sub>4</sub> desteklemektedir. Bu ikili karşılaştırma haricinde diğer cinsiyet rolü grupları karşılaştırmalarında ise anlamlı bir farka rastlanmamıştır. (H<sub>2</sub>, H<sub>4</sub> ret). Sonuç olarak Cheung ve Tang (2009), araştırmalarında cinsiyetin duygusal emek üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir, duygusal emek alt boyutlarında yüzeysel davranış stratejisiyle korelasyonun olduğunu bulmuşlardır. Özellikle kadınların erkeklere göre daha fazla yüzeysel davranışta bulduklarını belirterek H<sub>1</sub> desteklenmektedir.

Eril ve dişiller ile ilgili hipotezlerin reddedilmesi, yukarıda belirtildiği gibi, günümüz koşullarında çalışanların kadın-erkek, evli ya da bekar veya ne kadar süre çalıştıklarına bakmaksızın işlerini profesyonel yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Hiçbir ayırım olmadan hem kadınlar hem erkekler örgütün belirlediği duygu gösterim kurallarına uyarak çalışmaktadırlar. Bu nedenle duygusal emek açısından, kadın – erkek, evli ya da bekar, hizmet süresinin çok ya da az olması örgüt için farklılık yaratmadığı düşünülmektedir.

## 5. KAYNAKÇA

Akın A., Demirel S., *Toplumsal Cinsiyet Kavramı Ve Sağlığa Etkileri*, Hacetepe Üniversitesi. C. Ü. Tıp Fakültesi Dergisi 25 (4), 2003 Özel Eki 255.

Ashforth, B. E., Humphrey, R. H. (1993). Emotionallabor in service roles: Theinfluence of identity. *Academy of managementreview*, 18(1), 88-115.

Ashforth, B.E., Kulik C.T. and M.A. Tomiuk (2008), 'How service agents manage the person–role interface', *Group and Organization Management*, 33, 5–45.

Aslan, H., ve Mert İ.S., (2019). *Çalışanların Duygusal Emek Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 713-728.

Basım, H. N., Begenirbaş, M., & Can-Yalçın, R. (2013). *Öğretmenlerde kişilik özelliklerinin duygusal tükenmeye etkisi: Duygusal emeğin aracılık rolü*. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(3), 1477-1496.

Bem S. L. (1974). *The measurement of psychological androgyny*. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42 (April), 155–162.

Bem, S. L. (2004). Cinsiyet lensleri. *Cinsiyet eşitsizliği sorunu üzerine görüşlerin dönüşümü*. Ö. Boehm. –M.:



- Bhasin K. (2003). *Toplumsal cinsiyet "bize yüklenen roller"*. İstanbul: Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Çetinkaya F.F., Şener E. (2016) *Çalışma Yaşamında Affetme Eğilimi Ve Duygusal Emek İlişkisi*. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Eylül 2016, Sayı:14
- Cheung, F., & Tang, C. (2009). Quality of work life as a mediator between emotional.
- Çiçek B, Çopur Z. (2018) *Bireylerin Kadınların Çalışmasına Ve Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları*. IJOEEC (International Journal Of Eurasian Education And Culture) (ISSN: 2602-4047). Issue / Sayı: 4
- Connell R.W. *Masculinities*. Berkeley, Los-Angeles, 1995.
- Constance L. Shehan *Gender Roles in American Life: A Documentary History of Political, Social, and Economic Changes*. ABC-CLIO Brighton, MI. 2018. Two volumes.
- Diefendorff J.M., Cottingham M. D., Erickson R.J. *Examining Men's Status Shield and Status Bonus: How Gender Frames the Emotional Labor and Job Satisfaction of Nurses*. Springer Science+Business Media New York 2014/ DOI 10.1007/s11199-014-0419-z
- Dökmen, Z. Y. (2009). *Toplumsal cinsiyet: sosyal psikolojik açıklamalar* (9. basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erickson R. ve Ritter Ch., "Emotional Labor, Burnout, and Inauthenticity: Does Gender Matter?" *Social Psychology Quarterly* 2001, Vol. 64, No. 2,146-163
- Erickson R. ve Ritter Ch., "Emotional Labor, Burnout, and Inauthenticity: Does Gender Matter?" *Social Psychology Quarterly* 2001, Vol. 64, No. 2,146-163
- Ersoy E., 2009. *Cinsiyet Kültürü İçerisinde Kadın Ve Erkek Kimliği (Malatya Örneği) Woman and Man Identity in Gender Culture (Example of Malatya)*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Fırat University Journal of Social Science Cilt: 19, Sayı: 2, Sayfa: 209-230, ELAZIĞ-2009
- Ersoy E., 2009. *Cinsiyet Kültürü İçerisinde Kadın Ve Erkek Kimliği (Malatya Örneği) Woman and Man Identity in Gender Culture (Example of Malatya)*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Fırat University Journal of Social Science Cilt: 19, Sayı: 2, Sayfa: 209-230, ELAZIĞ-2009
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*, İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- Glomb, T. M., Tews, M. J. (2004). *Emotional Labor: A Conceptualization and Scale Development*. *Journal of Vocational Behavior*, 64(1), 1-23.
- Goffman E., (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor.
- Gosserand, R. H. (2003). *An Examination of Individual and Organizational Factors related to Emotional Labor*. Doctoral Dissertation. Louisiana: Louisiana State University.
- Grandey, A. A. (2000). *Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor*. *Journal of Occupational Health Psychology*. 5. 1, 95-110.

- 
- Grandey, A. A. (2000). *Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor*. Journal of Occupational Health Psychology, 5, 1, 95-110.
- Güler H.N., Marşap A., *Kişilikle Duygusal Emek İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Bir Araştırma*. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD) Eurasian Journal of Researches in Social and Economics (EJRSE) ISSN:2148-9963 [www.asead.com](http://www.asead.com)
- Güler, H. N., Marşap, A. *Duygusal Emek, Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti: Cinsiyet ve İş Deneyimine Göre Farklılıkların İncelenmesi*. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(3), 488-507.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart*. Berkeley: University of California Press.
- Karaman, N., (2017). *Çalışma Yaşamında Duygusal Emek*. İş ve Hayat, 3 (5), 30-56. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isvehayat/issue/52096/680384>
- Kızanlıklılı M., (2014). *Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Öncüllerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kostikova I.V. *Cinsiyet Çalışmalarına Giriş*. - 2. baskı. - M.: Aspect Press, 2005.s. 8-10. - 255. - (Seri "Klasik Üniversite Ders Kitabı").
- labor and work family interference. Journal of Business and Psychology, 24, 245–
- Man F. ve Öz C.S., “Göründüğü Gibi Olamamak Ya da Olduğu Gibi Görünmemek” Çağrı Merkezlerinde *Duygusal Emek*, Çalışma ve Toplum Dergisi, 2009, 175- 184.
- Matter?” Social Psychology Quarterly 2001, Vol. 64, No. 2, 146-163
- Meier, K. J., Mastracci, S. H., & Wilson, K. (2006). *Gender and emotional labor in public organizations: An empirical examination of the link to performance*. Public Administration Review, 66(6), 899-909.
- Morris E. W. (2014). *Home Is Where the School Is: The Logic of Homeschooling and the Emotional Labor of Mothering*. Volume: 43 issue: 5, page(s): 711-713
- Morris, J. A. ve Feldman C. D., (1996). *The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor*, Academy of Management Review, 21 (4), 986-1010.
- Özgen, I. (2010). *Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özkaplan, N. (2009). *Duygusal Emek ve Kadın İş/Erkek İş*. Çalışma ve Toplum, 2, 15-24.
- Pierce J. (1995) *Gender trials: Emotional lives in Contemporary Law Firms*, Berkeley: Univ. of California Press.
- Pierce J. (1999) *Emotional Labor among Paralegals*. *Annals of the American Academy*
- Raycroft C. "Psikanalizin Eleştirel Sözlüğü." Doğu Avrupa Psikanaliz Enstitüsü, 1995.
- Savaş. G (2018) Türkiye’de Yaşayan Bireylerin Toplumsal Cinsiyet Eşit(siz)liği Algısı/ Gender (In) Equality Perception of Individuals Living in Turkey. Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi <http://dergipark.gov.tr/ktc> Sayı I (2) 101-121
-

Sevelova M.A. (2011), *Cinsiyetin temel kategorileri olarak Erillik ve Dişilik*. Vestnik KGU im. N.A Nekrasova № 5–6, 2011

Simonova, O. A. (2013). *Emotional Labor in Modern Society: Rethinking and Conceptualizing Ideas of A. R. Hochschild*. Moscow: cyberleninka

Simpson P.A. ve Stroh L.K (2004), “*Gender Differences: Emotional Expression and Feelings of Personal Inauthenticity*”. Journal of Applied Psychology by the American Psychological Association 2004, Vol. 89, No. 4, 715–721 DOI: 10.1037/0021-9010.89.4.715

Terzioğlu, F., ve Taşkın, L., 2008, “*Kadının Toplumsal Cinsiyet Rolünün Liderlik Davranışlarına ve Hemşirelik Mesleğine Yansımaları*” C.Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi. 12;2: s.62-67.

Tolich M. (1993) *Alienating and Liberating Emotion at Work*. Journal of Contemporary Ethnography, London: Sage Publication, vol. 22, no 3, pp. 361–381.

Totterdell ve Holman, (2003). *Employee well-being in call centres*. Human Resource Management Journal, 12, 35–50.

Türkay, O., Ünal, A., & Taşar, O. (2011). *Motivasyonel ve yapısal etkenler altında duygusal emeğin işe bağlılığa etkisi*. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 7(14): 201-222.

Uzun, G. Ö. (2020). *Engelli Çalışanların Esnek Çalışma Biçimlerine Yönelik Tutumları: Toplumsal Cinsiyet Rolü Açısından Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Wharton, A. S., & Erickson, R. I. (1993). *Managing emotions on the job and at home: Understanding the consequences of multiple emotional roles*. Academy of management Review, 18(3), 457-486.

Woolf, V. (2004). *Kendine Ait Bir Oda*. Çev. Suğra Öncü. İstanbul: İletişim.

Zdravomyslova E., Temkina A. (2015) *12 Lectures on the Sociology of Gender*, Saint Petersburg: EU Press.

# **BİR HEMŞİRELİK GİRİŞİMİ OLAN İNTRAMÜSKÜLER ENJEKSİYONDA ALAN SEÇİMİ: GÜNCEL BİLGİ VE YAKLAŞIMLAR**

*Emine KORKMAZ<sup>1</sup>*

*Şerife KARAGÖZOĞLU<sup>2</sup>*

## **Özet**

İlaç uygulamaları; hemşirelerin yasal ve en önemli sorumluluklarından. İlaçlar kabaca enteral ve parenteral olmak üzere iki yolla uygulanmaktadır. İlaç uygulamalarında sıklıkla parenteral yol kullanılmaktadır. İntramüsküler enjeksiyon parenteral bir ilaç uygulama yöntemidir ve ilacın derin kas dokusuna verilmesini kapsar. İntramüsküler enjeksiyon uygulaması sağlık hizmetlerinde sıklıkla kullanılan, invazif bir hemşirelik girişimidir. İntramüsküler enjeksiyonlar doğru yöntem ve uygun tekniklerle yapılmadığı takdirde sinir hasarı, kan damarlarının yaralanması, abse, sellülit, enfeksiyon, ağrı, nekroz, granülom ve hematoma gibi çok ciddi komplikasyonlara neden olabilmektedir. İntramüsküler enjeksiyonda alan seçiminde kan damarlarından, büyük sinirlerden ve kemiklerden uzak güvenli bir enjeksiyon bölgesinin seçimi vazgeçilmez bir ölçüttür. Bu bağlamda çalışmamızdaki amaç; intramüsküler enjeksiyon uygulamalarında alan seçimi ve önemi konusunda güncel bilimsel bilgiyi sunmak ve farkındalık oluşturmaktır.

**Anahtar kelimeler:** Hemşirelik, İntramüsküler enjeksiyon, Enjeksiyon alanları.

# **FIELD SELECTION IN INTRAMUSCULAR INJECTION AS A NURSING INITIATIVE: CURRENT INFORMATION AND APPROACHES**

## **Abstract**

Drug administration is one of the legal and most important responsibilities of nurses. Drugs are administered in two ways, enterally and parenterally. Parenteral route is frequently used in drug administration. Intramuscular injection is a parenteral method of drug administration and involves the administration of the drug into deep muscle tissue. Intramuscular injection is an invasive nursing intervention that is frequently used in healthcare. If intramuscular injections are not done with the right method and appropriate techniques, it can cause serious complications such as nerve damage, injury to blood vessels, abscess, cellulitis, infection, pain, necrosis, granuloma and hematoma. Selection of a safe injection site away from blood vessels, great nerves and bones is an indispensable criterion for intramuscular injection. In this context, the aim of our study is to present up-to-date scientific information regarding site selection and importance in intramuscular injection applications and raise awareness.

**Keywords:** Nursing, Intramuscular injection, Injection sites.

<sup>1</sup> Kayseri Şehir Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Eğitim Birimi, 0000-0001-7801-016X.

<sup>2</sup> Cumhuriyet Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Esasları A.B.D., 0000-0002-9558-0786

## 1. GİRİŞ

Dünyada ve ülkemizde sağlık alanı da dahil olmak üzere her alanda görülen değişim ve gelişmelere paralel olarak hemşirelerin de uygulamalarında bilimsel bilgiyi esas alması ve kanıta dayandırması en önemli unsurlardır (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Doğu, 2016: 7-10). Kanıta dayalı bilgi ve becerileri içeren ve medikal tedavinin temel unsurlarından birisi olan ilaç uygulamaları hemşirelerin yasal ve en önemli sorumluluklarındandır (Oflaz, 2018). İlaç uygulamalarında hemşirelerin sorumluluğu ilacın hekim tarafından order edilmesi ile başlar, fakat hemşirenin tek sorumluluğu ilacın reçete edildiği gibi uygulanması değil, uygulanması planlanan ilaçlar hakkında bilgi sahibi olma, ilaçları güvenli ilaç uygulama ilkeleri doğrultusunda uygulayabilme, ilacın etkilerini izleme ve ilaç tedavisi konusunda hasta ve hasta yakınının eğitimi gibi önemli sorumlulukları bulunmaktadır (Oflaz, 2018; Çoban, Çoban ve Yurdagül, 2017: 1) İlaçlar oral, topikal ve parenteral olmak üzere çeşitli yollarla uygulanmaktadır. İlaç uygulamalarında yaygın olarak parenteral yol kullanılmaktadır. Parenteral ilaç uygulaması terapötik ajanların sindirim sistemi dışındaki yollarla verilmesidir (Potter ve Perry, 2009; Nicoll ve Hesby, 2002: 149-162). İntramüsküler enjeksiyon parenteral bir ilaç uygulama yöntemidir ve ilacın derin kas dokusuna verilmesini kapsar (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Potter ve Perry, 2009). IM enjeksiyonlar sağlık hizmetlerinde sıklıkla kullanılan, invazif bir hemşirelik girişimidir (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Korkmaz, Karagözoğlu, Çerik ve Yıldırım, 2018: 1-10).

Dünyada ve ülkemizde İM enjeksiyon uygulamaları ile ilgili kanıt ve rehberlerin olmasına rağmen halen hatalı uygulamalar sebebiyle birçok komplikasyon ortaya çıkabilmekte ve bireyler bu uygulamalardan zarar görebilmektedir (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Potter ve Perry, 2009; Akça, 2013; Sağkal ve ark., 2014: 80-89; Malkin, 2008: 48-51). IM enjeksiyonlar doğru yöntem ve uygun tekniklerle yapılmadığı takdirde; sinir hasarı, kan damarlarının yaralanması, abse, sellülit, enfeksiyon, ağrı, nekroz, granülom ve hematoma gibi çok ciddi komplikasyonlara neden olabilmektedir (Çoban, Çoban ve Yurdagül, 2017: 1; Potter ve Perry, 2009; Nicoll ve Hesby, 2002: 149-162; Korkmaz, Karagözoğlu, Çerik ve Yıldırım, 2018: 1-10; Güneş ve ark., 2009: 84-90; Çiftel, Süleyman ve Ertuğ, 2015: 31-39; Yavuz ve Karabacak, 2011: 81-88). En önemli komplikasyonların başında siyatik sinir yaralanması gelmekte ve özellikle dorsogluteal (DG) alana yapılan enjeksiyonlar nedeniyle görülmektedir (Nicoll ve Hesby, 2002: 149-162; Altıok ve ark., 2007: 69-84; Floyd ve Meyer, 2007: 20-22). IM enjeksiyonlarda komplikasyonların önlenmesi ve riskin azaltılması; ilaçların uygun miktarda, doğru teknikle hazırlanması ve uygulanmasını, enjeksiyon alanının anatomik yapısını doğru tespit etmeyi ve doku hasarını en aza indirecek malzemelerin kullanımını gerektirmektedir (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Nicoll ve Hesby, 2002: 149-162; Korkmaz, Karagözoğlu, Çerik ve Yıldırım, 2018: 1-10; Akça, 2013; Güneş ve ark., 2009: 84-90).

## 2. İNTRAMÜSKÜLER ENJEKSİYONDA ALAN (BÖLGE) SEÇİMİ

İntramüsküler enjeksiyon alan seçiminde hastanın yaşı, vücut kitle indeksi (VKİ), kullanılacak iğne uzunluğu, iğne çapı ve uygulanacak ilaç miktarı en önemli parametrelerdir (Korkmaz, Karagözoğlu, Çerik ve Yıldırım, 2018: 1-10; Yavuz ve Karabacak, 2011: 81-88). IM enjeksiyon uygulamaları için sinir, kemik ve kan damarlarından uzak güvenilir bir enjeksiyon alanının seçilmesi oldukça önemlidir (Nakajima ve

ark., 2020: 189-196; Ay, 2015). Kaslar kan damarları açısından zengin olduğu için IM yol ile uygulanan ilaçların emilimi diğer uygulama yollarına oranla daha hızlıdır. Bununla birlikte kas dokusu daha az sinir ucu içerdiğinden, iritan ilaçlara karşı duyarlılığı azdır (Ay, 2015; Su ve Bekmezci, 2020: 46-50; Vicdan, Su ve Alper, 2015: 56-61). IM enjeksiyon amacıyla kullanılan alanlar (Tablo 1) ise şu şekildedir (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Korkmaz, Karagözoğlu, Çerik ve Yıldırım, 2018: 1-10; Akça, 2013; Nakajima ve ark., 2020: 189-196).

### 2.1. Gluteal alan;

2.1.1. Dorsogluteal (DG) alan (gluteus maksimus ile gluteus medius kaslarını kapsar),

2.1.2. Ventrogluteal (VG) alan (gluteus minimus ile gluteus medius kaslarını kapsar),

### 2.2. Femoral alan;

2.2.1. Vastus lateralis kası (VL),

2.2.2. Rektus femoris kası (RF),

### 2.3. Deltoid kası.

**Tablo 1.** İntamüsküler Enjeksiyon Alanları ve Özellikleri

Uygulama Yolu	Uygulama Alanı	İğne Boyu	İlaç Miktarı	Veriliş Hızı	Etki Süresi
İntamüsküler	Vastus lateralis	2,5-3,75*	2 ml	1ml /10 sn	20-30 dk
	Rektur femoris	2,5-3,75*	2 ml	1ml /10 sn	20-30 dk
	Deltoid	2,5-3,75*	1 ml	1ml /10 sn	20-30 dk
	VG	3,75*	2,5-3 ml	1ml /10 sn	20-30 dk

\* santimetre (cm)

ml: mililitre

sn: saniye

dk: dakika

#### 2.1.1. Dorsogluteal Alan

Dorsogluteal alan geleneksel olarak IM enjeksiyonlarda en çok tercihe dilen bölge olmasına karşı literatürde, DG alanının IM enjeksiyon için çok riskli alan olması nedeniyle tercih edilmemesi gerektiği, VG alanının ise en güvenilir ve en az ağrılı uygulama alanı olarak kullanılabileceği bildirilmektedir (Potter ve Perry, 2009; Nicoll ve Hesby, 2002: 149-162; Potter ve Perry, 2013; Taylor ve ark., 2011). Yapılan çalışmalarda DG alanının kan damarlardan zengin olması nedeniyle kanamaya, büyük sinirlere özellikle siyatik sinire yakın olması ve yerleşiminin bireyden bireye farklılık göstermesi nedeniyle siyatik sinir yaralanması, subkutan dokunun diğer alanlara oranla daha kalın olması nedeniyle ilacın yağ dokusuna yapılması gibi pek çok komplikasyona neden olabileceği, doğru tespit edilemediği zaman IM enjeksiyon için en riskli alan olduğu belirtilmektedir (Kaya, Turan ve Palloş, 2012: 146-153; Vicdan, Su ve Alper, 2015: 56-61; Potter ve Perry, 2013). Bu bağlamda güncel literatürde bu alana IM enjeksiyon önerilmemektedir.

### **2.1.2. Ventrogluteal Alan**

Hochstetter tarafından 1950'li yıllarda IM enjeksiyon alanı olarak kullanılan VG alan anterolateral alan olarak da adlandırılan, gluteus minimus kasının üzerinde bulunan gluteus medius kasını içeren bir IM enjeksiyon alanıdır (Doğu, 2016: 7-10). VG alanın büyük kan damarları ve sinirleri içermemesi ve kemik dokusundan uzakta olması nedeniyle güvenilir enjeksiyon alanı olarak kullanılabilmesi önerilmektedir (Korkmaz, Karagözoğlu, Çerik ve Yıldırım, 2018: 1-10; Yavuz ve Karabacak, 2011: 81-88). Aynı zamanda VG alandaki kas dokusunun DG alana göre daha kalın, subkutan dokunun ise daha ince olması ve ilacın yağ dokusuna verilme olasılığının düşük olması nedeni ile ilaç irritasyonuna sekonder ağrı ve rahatsızlığı azalttığı bazı çalışmalarda vurgulanmaktadır (Potter ve Perry, 2009; Nakajima ve ark., 2020: 189-196; Taylor ve ark., 2011). Bununla birlikte bölgenin hayali çizgilerle değil de kemik yapıların palpasyonla belirlenmesi ve supine, prone, lateral pozisyonlarda da enjeksiyonun yapılabilme kolaylığı sağlaması, yoğun içerikli iritan ilaçların kullanılabilmesi gibi avantajları bulunmaktadır (Potter ve Perry, 2009; Potter ve Perry, 2013; Taylor ve ark., 2011). Buna karşın tek dezavantajı bölgenin anatomik yapısının küçük olmasıdır (Oflaz, 2018).

### **2.2. Femoral Alan**

Diğer bir IM enjeksiyon bölgesi olan femoral alan, RF ve VL kaslarını içermektedir (Akça, 2013; Ay, 2015).

#### **2.2.1. Laterofemoral Alan (Vastus lateralis kası)**

VL kası üst bacağın ön dış yanında yerleşik büyük bir kastır (Doğu, 2016: 7-10). Özellikle sık enjeksiyon ihtiyacı olan bireylerde ve 3 yaş altı çocuklarda enjeksiyon alanı olarak kullanılır. Az sayıda sinir ve kan damarı içerdiğinden ilaç emilimi diğer alanlara oranla daha yavaştır. Bu nedenle VL kası yetişkin bireylerde tercih edilmemekle birlikte, küçük çocuklarda veya çok zayıf bireylerde kullanılması önerilmektedir (Ay, 2015; Taylor ve ark., 2011; Cocoman ve Murray, 2008: 424-434).

#### **2.2.2. Femoral Alan (Rektus femoris kası)**

Yetişkin bireylerin kendi kendine enjeksiyon uygulayabileceği alan olan RF kası ise patella ve süperior iliak kanat arasında uyluğun anterior kısmında yer alır (Oflaz, 2018; Tok, 2019). Sinir ve damarlardan fakir bir alandır. Bebek ve çocuklarda, daha çok ise 3 yaş altı çocuk yaş grubunda tercih edilen kastır (Tok, 2019). Yetişkinlerde başka kas grupları kullanılmıyorsa tercih edilebilir. Kendi kendine enjeksiyon uygulama kolaylığının olması gibi avantajı olsa da hastanın rahatsızlık hissetmesine sebep olabilir. Bununla birlikte fibrozis ve kontraktür gibi komplikasyonlar da sık görülmektedir. Bu nedenle çok tercih edilmemektedir (Oflaz, 2018; Vicdan, Su ve Alper, 2015: 56-61; Cocoman ve Murray, 2008: 424-434).

### **2.3. Deltoid Alan (Deltoid kası)**

Deltoid kası üst kolun posterolateral kısmında bulunan küçük bir kastır (Tok, 2019). Kan damarlarından zengin olduğu için ilaç emilimi diğer alanlara oranla daha hızlıdır (Tok, 2019). Deltoid kasına yapılan enjeksiyonlarda brakial, aksillar, radial, ulnar sinirler ile brakial arterin yaralanma riski olduğu ve bu kasa enjeksiyon uygulamasının daha ağırlı olabileceği gerekçesiyle önerilmemektedir (Akça, 2013; Potter ve Perry, 2013; Tok, 2019). Hemşireler deltoid kasını az miktarda ilaçların uygulanmasında, aşı uygulamalarında veya diğer

enjeksiyon alanlarının IM uygulanmasının zor olduğu durumlarda tercih ettiği belirtilmektedir (Mishra ve Stringer, 2010: 1573-1579).

Ülkemizde ve diğer ülkelerde hemşirelerin çoğunluğu VG alanın en güvenilir alan olması nedeniyle tercih edilmesi gerektiğini belirttiği halde, pratik uygulamada geleneksel olarak halen en çok DG alanı kullanılmaktadır (Mishra ve Stringer, 2010: 1573-1579; Elgellaie, Ashcroft ve Larkin, 2018: 300-305; Ashad ve Rea, 2017; Sarı ve ark., 2017; Coskun, Kılıç ve Senture, 2016: 1112-1119). Hemşireler VG bölgeyi kullanmak için yeterli bilgi ve becerilerinin olmadığı, kanıt temelli uygulamaları takip etmedikleri, hastaların ve hemşirelerin bölge yapısına alışık olmaması, hiç kullanmadıkları için endişelerinin olması gibi sebeplerle bu bölgeye enjeksiyon yapmayı tercih etmediklerini belirtmektedir (Su ve Bekmezci, 2020: 46-50; Çırlak, Temiz ve Başol, 2020: 30-35; Eroğlu ve Çevik, 2019: 702-712; Zeyrek ve Kurban, 2017: 26-37; Freitag ve ark., 2015: 799-805; Tuğrul ve Denat, 2014: 275-284).

Yavuz ve Karabacak'ın (2011: 81-88) çalışmasında hemşireler VG alanı tercih etmeme nedenlerini; bölgenin anatomik yapısının dar olması, alan tespitinin zor olması, hastanın çok zayıf veya kilolu olması ve hastaya enjeksiyon sırasında zarar verme endişesi olarak belirtmişlerdir. Güneş ve ark'ın (2009: 84-90) çalışmasında, hemşirelerin %60'ının IM enjeksiyon için çoğunlukla DG bölgeyi tercih ettiği, %78,2'sinin VG bölgeyi hiçbir zaman kullanmadıkları sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Walsh ve Brophy'nin (2011: 1034-1040) yaptıkları çalışmada da, hemşirelerin %71'inin IM enjeksiyon için DG bölgeyi tercih ettikleri belirlenmiştir.

Elgellaie ve ark. (2018: 300-305) kas ve cilt altı yağ kalınlığının IM enjeksiyon alanlarına etkisini araştırdığı çalışmada, VG alanın daha güvenilir bir alan olduğunu saptamışlardır. Benzer şekilde McGee (2017: 70-75) çalışmasında hemşirelerin %71,9'unun VG alanı daha güvenilir buldukları için tercih ettiklerini belirtmiştir. Korkmaz ve ark. (2018: 1-10) çalışmasında hemşirelerin %61,1'i VG alanın en güvenilir alan olduğunu ve %68,1'i de VG alanın tercih edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Asad ve Rea (2017) IM enjeksiyon için VG alanın kullanılma durumunu belirlemek için yaptıkları çalışmada, DG alanın VG alana oranla daha fazla kullanıldığını ifade etmişlerdir.

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Hemşireler tarafından klinik pratikte sıklıkla kullanılan IM enjeksiyon, hemşirelerin önemli sorumluluklarından ve temel becerilerinden biridir. IM enjeksiyon hakkında teorik bilgi ve kanıt temelli uygulamalardaki ilerlemeye rağmen, ülkemizde ve tüm dünyada hatalı ilaç uygulamaları nedeniyle halen bir çok komplikasyon görülmektedir. Bu nedenle IM enjeksiyona ilişkin uygulamalar, güncel literatür takip edilerek kanıta dayalı olarak gerçekleştirilmelidir. Aynı zamanda yapılan araştırma sonuçlarının paylaşılması ve çeşitli eğitim programları ile hemşirelerde farkındalığın artırılması önerilir.

## **KAYNAKÇA**

Akça, A.F. (2013), *Sağlık uygulamalarında temel kavramlar ve beceriler*, 5. Baskı, (455- 463), İstanbul; Nobel Tıp Kitabevleri.



Altıok, M., Kuyurtar, F., Gökçe, H., Taşdelen, B. (2007), Birinci basamak sağlık hizmetinde çalışan ebe ve hemşirelerin intramuskuler enjeksiyonuna yönelik bilgileri, *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(4), 69-84.

Ashad, F., Rea, P. (2017), Examining the Related Anatomical Structures of the Dorsogluteal and Ventrogluteal Sites for Safe Administration of Intramuscular Injections in Practice, Joint Meeting of the British Association of Clinical Anatomists and the European Association of Clinical Anatomists, University of Warwick, Coventry, UK.

Ay, F.A. (2015), İlaç uygulamaları. In: Ay FA, editör. *Sağlık uygulamalarında temel kavramlar ve beceriler, ilaç uygulamaları* (422-509), 6th.ed, İstanbul: Nobel Tıp Kitabevleri.

Cocoman, A., Murray, J. (2008), Intramuscular injections: A review of best practice for mental health nursing, *J Psychiatr Ment Health Nurs*, 15(5), 424-434.

Coskun, H., Kılıç, C., Senture, C. (2016), The evaluation of dorsogluteal and ventrogluteal injection sites: A cadaver study, *J Clin Nurs*, 25(7- 8), 1112-1119.

Çırlak, A., Temiz, N., Başol, M. (2020), Ventrogluteal enjeksiyona yönelik eğitimin sağlık çalışanlarının bilgi düzeyleri ve tercihlerine etkisi, *Forbes J Med*, 1(2),30-35.

Çiftel, M., Süleyman, A., Ertuğ, H. (2015), Akut romatizmal ateşli çocuklarda penisilin tedavisi: Yan etkileri, malpraktis ve anafilaktik reaksiyon, *J Curr Pediatr*, 13, 31-39.

Çoban, G. İ., Çoban, M. K., Yurdagül, G. (2017), Paralizi ve Enjeksiyon Uygulamaları. *Bahkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6, 1.

Doğu, Ö. (2016), Buz dağının görünmeyen yönü; Ventrogluteal bölge ne kadar kullanılıyor?, *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 13(1), 7-10.

Elgellaie, A., Ashcroft, E., Larkin, T.A. (2018), Effects Of Thickness Of Muscle And Subcutaneous Fat On Efficacy Of Gluteal Intramuscular Injection Sites, *British Journal of Nursing*, 27(6), 300-305.

Eroğlu, S., Çevik, K. (2019), Ventrogluteal alana intramusküler enjeksiyon uygulamasına yönelik hemşirelere ve ebelere verilen eğitimde nörolingüistik programlama tekniğinin etkisi, *ACU Sağlık Bil Derg*, 10(4), 702-712.

Floyd, S., Meyer, A. (2007), Intramuscular injections--what's best practice?, *Nurs NZ*, 13(6), 20-22.

Freitag, V.L., Dalmolin, I.S., Badke, M.R., Petroni, S. (2015), Ventrogluteal intramuscular injections: Knowledge about the technic by nursing professionals, *J Nurs UFPE Online*, 9(2), 799-805.

Güneş, Ü.Y., Zaybak, A., Biçici, B., Çevik, K. (2009), Hemşirelerin intramusküler enjeksiyon işlemine yönelik uygulamalarının incelenmesi, *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 12(4), 84-90.

Kaya, N., Turan, N., Palloş, A.Ö. (2012), Dorsogluteal bölge intramusküler enjeksiyon uygulamak amacıyla kullanılmamalı mı?, *İ.Ü.F.N. Hem Derg*, 20(2), 146-153.

Korkmaz, E., Karagözoğlu, Ş., Çerik, B.K., Yıldırım, G. (2018), Hemşirelerin intramüsküler enjeksiyon alanları hakkında bilgi durumları ve uygulama tercihleri, *Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi*, 20(1), 1-10.

Malkin, B. (2008), Are techniques used for intramuscular injection based on research evidence?, *Nurs Times*, 104(50- 51), 48-51.

McGee, H. (2017), Ventrogluteal Site Injections in the Mental Health Setting: A Comprehensive Educational Program, *Journal for nurses in professional development*, 33(2), 70-75.

Mishra, P., Stringer, M.D. (2010), Sciatic nerve injury from intramuscular injection: a persistent and global problem, *Int J Clin Pract*, 64(11), 1573-1579.

Nakajima, Y., Fujii, T., Mukai, K., Ishida, A., Kato, M., Takahashi, M., Tsuda, M., Hashiba, N., Mori, N., Yamanaka, A., Ozaki, N., Nakatani, T. (2020), Anatomically safe sites for intramuscular injections: a cross-sectional study on young adults and cadavers with a focus on the thigh, *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 16(1), 189-196.

Nicoll, L.H., Hesby, A. (2002), Intramuscular injection: an integrative research review and guideline for evidence-based practice, *Appl Nurs Res*, 15(3), 149-162.

Oflaz, P. (2018), Hemşirelerin İntramüsküler Enjeksiyon Uygulamalarında Kullandıkları Alanlar ve Ventrogluteal Alanın Kullanımına İlişkin Görüşleri, *Doğu Akdeniz Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü Hemşirelik Yüksek Lisans Tezi*, Eylül.

Potter, P.A., Perry, A.G. (2009), *Fundamentals of nursing (752-753)*, Philadelphia: Mosby Year Book.

Potter, P.A., Perry, A.G., Stockert, P., Hall, A. (2013), *Fundamentals of nursing (752-753)*, 8th edition. Canada: Mosby.

Sağkal, T., Edeer, G., Özdemir, C., Özen, M., Uyanık, M. (2014), Hemşirelik öğrencilerinin intramüsküler enjeksiyon uygulamalarına yönelik bilgileri, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(2), 80-89.

Sarı, D., Şahin, M., Yaşar, E., Taşkıran, N., Telli, S. (2017), Investigation Of Turkish Nurses Frequency And Knowledge Of Administration Of İntramuscular İnjections To The Ventrogluteal Site: Results from questionnaires, *Nurse education today*, 56, 47-51.

Su, S., Bekmezci, E. (2020), Hemşirelerin intramüsküler enjeksiyon uygulamasında ventrogluteal bölgeyi kullanmama nedenleri, *Koç Üniversitesi Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 17(1), 46-50.

Taylor, C., Lillis, C., Lemone, P., Lynn, P. (2011), *Fundamentals of nursing: The art and science of nursing care*, 7th edition, Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.

Tok, A.Ş. (2019), İntramüsküler Enjeksiyonu Shotblocker İle Uygulamanın Ağrı Şiddetine Etkisi, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Tuğrul, E., Denat, Y. (2014), Hemşirelerin ventrogluteal alana enjeksiyon uygulamaya ilişkin bilgi, görüş ve uygulamaları, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 7(4), 275-284.

Vicdan, A.K., Su, S., Alpar, Ş.E. (2015), İntramüsküler enjeksiyonda ventrogluteal bölgenin kullanımı, *Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Hemşirelik E-Dergisi*, 3(2), 56-61.

Walsh, L., Brophy, K. (2011), Staff nurses' sites of choice for administering intramuscular injections to adult patients in the acute care setting, *Journal of Advanced Nursing*, 67(5), 1034-1040.

Yavuz, D.E., Karabacak, Ü. (2011), İntramüsküler enjeksiyonda neden ventrogluteal bölgeyi tercih etmeliyiz?, *Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi*, 13(2), 81-88.

Zeyrek A.Ş., Kurban N.K. (2017), Hemşirelerin intramüsküler enjeksiyon bilgi ve uygulamalarına eğitimin etkisi: Z tekniği ve ventrogluteal alan, *Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi*, 19(1), 26-37.

# İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİNİN BAZI DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

*Aylin TURAN<sup>1</sup>*

*Yasemin KIVRAK<sup>2</sup>*

*Ahmet ATASAYAR<sup>3</sup>*

*Mehmet BAŞAR<sup>4</sup>*

## Özet

Girişimcilik, fikrin eyleme geçmesindeki bireyin yeteneğini ifade eden bir kavramdır. Yenilik, yaratıcılık ve değişim yaratmak, girişimci olmak için gerekli olan temel özelliklerin başında gelmektedir. Bunun dışında, risk almak, öncü olmak ve rekabetçi düşünme becerisine sahip olmak da, girişimci düşüncenin temellerini oluşturan bileşenlerdendir. Bu araştırma ile ilköğretim öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin tespit edilmesi ve girişimcilik eğiliminin cinsiyet, sınıf düzeyi, anne-baba eğitim durumu, anne-baba çalışma durumu ve okul dışı düzenli çalışma deneyimlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Tarama modelinde yürütülen bu araştırmanın örneklemini 2020-2021 Eğitim-Öğretim Yılında Bursa ilinde öğrenim gören 4159 kız ve 3396 erkek olmak üzere toplam 7555 öğrenciden oluşmaktadır. Verilerin toplanmasında Sontay ve Karamustafaoğlu (2019) tarafından geliştirilmiş olan Girişimcilik Ölçeğinden faydalanılmıştır. Veriler, normal dağılım göstermediğinden parametrik olmayan istatistiklerden Mann Whitney U testi ve Kruskal-Wallis H testi ile analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, ilköğretim öğrencilerinin girişimcilik niyetlerinin olumlu olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin cinsiyet, aile durumları ve sınıf düzeyine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

## ASSESSMENT OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF SOME DEMOGRAPHIC VARIABLES

## ABSTRACT

Entrepreneurship is a concept that expresses an individual's ability to take an idea into action. Innovation, creativity and create change is one of the main characteristics necessary to become an entrepreneur. In addition, taking risks, being a pioneer and having the ability to think competitively are also components that form the foundations of entrepreneurial thinking. The aim of this research is to determine the entrepreneurship trends of Primary School students and to determine whether the entrepreneurship trend differs according to gender, class level, parents' education status, parents' work status and regular out-of-school work experiences. . The sample of this study conducted in the survey model consists of a total of 7555 students, 4159 girls and 3396 boys, who studied in Bursa province in the 2020-2021 academic year. Entrepreneurship Scale developed by Sontay and Karamustafaoğlu (2019) was used to collect the data. Since the data did not show normal distribution, analyzes were performed using the Mann Whitney U test and the Kruskal-Wallis H test, which are among the nonparametric statistics. As a result of the research, it was determined that primary school students' entrepreneurial intentions were positive. In addition, it was concluded that students' entrepreneurial intentions differ according to gender, family situations and grade level.

<sup>1</sup> Öğrt. MEB, Bursa İl Milli Eğitim Müdürlüğü, 0000-0001-6723-2023.

<sup>2</sup> Öğrt. MEB, Bursa İl Milli Eğitim Müdürlüğü, 0000-0001-5580-9702.

<sup>3</sup> Öğrt. MEB, Bursa İl Milli Eğitim Müdürlüğü, 0000-0002-7405-9414.

<sup>4</sup> Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, 0000-0003-4989-0502.

## KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR

### Girişimcilik Nedir?

Literatüre bakıldığında girişimcilik kavramının birçok yazar tarafından farklı bakış açılarıyla incelenmekte olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda çoğunlukla; risk, sermayenin tedarik edilmesi, arbitraj ve üretim faktörlerinin koordinasyonu gibi konular ağırlıklı olarak ele alınarak bu kavram açıklanmaya çalışılmıştır. Birçok yazar ise girişimciliği, küçük işletme kurulması ve bunların yönetilmesi ile özdeşleştirmiştir (Başar, Tosunoğlu & Demirci, 2001). Girişimcilik, sanayi devrimiyle oluşan sanayi toplumunun yerini bilgi toplumuna bırakmasıyla birlikte giderek önem kazanan bir olgudur. Ekonomik kalkınma, sosyal gelişme ve istihdam yaratmanın önemli bileşenlerinden biri durumundadır. Girişimcilik” kavramı, ekonomik büyümeye katkıda bulunan yeni projeler ve yeni işler yaratarak bu hızlanan küresel gelişmelere cevap vermeye katkıda bulunduğu için dünyada büyüyen bir odak haline gelmiştir (Kuratko, 2007).

Girişimcilik, fikrin eyleme geçmesindeki bireyin yeteneğini ifade eden bir kavramdır. Girişimcilik sadece ticari anlamda bir iş kurmak değildir. Bireyler “ticari girişimci” olabileceği gibi çalıştıkları kurumlarda veya firmalarda birer “iç girişimci” ve/veya “bilgi girişimcisi”, yaşadıkları toplumda ise “sosyal girişimci” olabilirler (Başar, Seçkin, 2015).

Kelime, başlangıçta üstlenmek anlamına gelen Fransız bir fiil olan “Entrenprendre” den türetilmiş olup, Richart Cantillon, 1970 yılında el yazmasında bu ifadeyi ilk kullanan kişidir. Girişimcilik üzerine önemli miktarda araştırma, ekonomik önemi ve girişimciliğin riskine odaklanmıştır (Davidsson, 2016). Cantillon bu tanımda girişimciyi, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak ifade edilmiştir. Bu tanım, girişimcinin risk üstlenme özelliğini vurgulamakta ve bunu ortaya çıkarmaktadır (Tosunoğlu, 2003).

1980'li yıllarda girişimcilik kavramı bugün kullandığımız anlama gelmesine rağmen girişimcilik tarihinin 15. yüzyıla kadar uzandığı görülmektedir. 15. ve 16. yüzyılda coğrafi keşifler ve özellikle Amerika kıtasının keşfi, zenginlik ve gücün artması, refaha doğru adımların başlamasına yol açmıştır. Tüm bunlardan sonra Rönesans ve Reform hareketleriyle bilim, sanat ve özgür düşünce kavramlarının önemi artmış, sanayi devrimiyle serbest piyasa girişimciliğinin temelleri atılmıştır (Aracıoğlu vd., 2016). Girişimciliği icra eden müteşebbise ilişkin tanımlara bakacak olursak, girişimci, piyasa talebindeki değişikliklerin yol açtığı riskin taşıyıcısıdır. Girişimciler, girdileri belirli bir fiyattan ürüne satın alır ve daha sonra belirsiz bir fiyata satarlar. Girişimci, fiyatları ve üretimi talebe uygun hale getirir. Girişimcilik işlevi, öncelikle bir işletme organizasyonu içinde risk ölçümünü ve risk almayı içerir. 'Girişim' dediğimiz yeni kombinasyonların gerçekleştirilmesi; işlevleri onları yerine getirmek olan bireylere "girişimciler" diyoruz (Barringer ve Ireland, 2016).

Yenilik, yaratıcılık ve değişim yaratmak, girişimci olmak için gerekli olan temel özelliklerin başında gelmektedir. Bunun dışında, risk almak, öncül olmak ve rekabetçi düşünme becerisine sahip olmak da, girişimci düşüncenin temellerini oluşturan bileşenlerdendir (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001).

Son yıllarda işletme girişimciliğinin önemi artmış, iş ortamındaki değişimin hızı arttıkça ve kuruluşlar arası rekabet arttıkça, bu konunun kuruluşların taleplerine uyum sağlaması için bir seçenek olarak önemi rekabet ve değişim bağlamında gelişmiştir (Mustafa, 2016). Bu çerçevede, ortaya çıkan herhangi bir girişimci proje, yeni talep ve pazarlar, istihdam, yaratıcılık ve yenilik alanı, üretkenliği, ekonomik büyümeyi, memnuniyeti ve kişisel geliri artırmanın etkili bir yolu olarak görülmektedir (Storey, 2008). Küçük işletmeler geliştirmekte olan ekonomilerde önemlidir. Önemi ve katkısı, istihdam yaratma, yaratıcılık ve işle alakalılık gibi ekonomik sistemin kilit alanları üzerindeki etkisi açısından ölçülebilecektir (Griffin, 2005).

Girişimcilik, toplumlarda çeşitli nedenlerle çok önemlidir. Bunları şöyle özetlemek mümkündür (Shane ve Venkataraman, 2000):

- Girişimcilik, özellikle teknik değişim olmak üzere yenilik ve değişim yaratır ve böylece ekonomik büyümeyi destekler.
- Girişimcilik, arz ve talebin dengelendiği süreçtir.
- Girişimcilik, bilginin yeni ürün ve hizmetlere dönüştürüldüğü süreçtir
- Girişimcilik, büyüme ve rekabet avantajı açısından önemli bir itbardır (Tan ve Tan, 2009).
- Girişimciliğin ekonomi ve toplum üzerinde çok olumlu bir etkisi vardır (Barringer ve Ireland, 2016)

Girişimcilik tanımları ve kavramları açısından karşılaştırılmıştır. Bilgi alanlarının çokluğu nedeniyle girişimciliğin özelliklerini ve davranışlarını sıralamalarında farklılık göstermiştir (Mustafa, 2016). Burada özellikler konusunun bağımsız bir konuyu temsil etmediğini açıklığa kavuşturmak ve belirtmek gerekmektedir. Bu nedenle, girişimciliğin dört özelliğini sunmuştur ve aynı zamanda yeni projede başarının anahtarıdır (Hitt ve diğerleri, 2005):

- Potansiyel proje fırsatlarını, sorunlara değil fırsatlara odaklandıkları ve başarısızlıktan öğrenmeye çalıştıkları diğerlerinden daha iyi belirleme yeteneği sayesinde girişimciler, hedef odaklı olup, kuruluşun yükselen kültürü üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir.
- Girişimciler bir konuda fırsat sezdiklerinde, fikirlerini uygulamaya koymaları için motive bir şekilde hareket ederler. Ayrıca, birçok örgütün kurulmasının belirsizliğine ve gerginliğine dayanma konusunda çok daha büyük yetenekleri var.
- Becerilerini, bilgilerini ve yeteneklerini desteklemek için dışarıdan yardım ister. Böylece, zamanla, işletmeleri destek almaya davet edebilecek temel becerilere ve bilgiye sahip insanlardan oluşan bir ağ geliştirirler.

Girişimcinin üç boyutlu bir paradigma içindeki işlevi risk alma, proaktivite ve yenilikçilik olarak sıralanmaktadır (Morris ve diğerleri, 2004). Risk alma, belirsiz sonuçları olan yatırım projeleri için kaynakların büyük bir kısmını içeren, bilinmeyen yeni pazarlara yatırım ve yoğun borçlanma gibi faaliyetleri gerçekleştirme eğilimidir. Bu nedenle, girişimcilik riski rasyonel olarak ölçme yeteneğine sahiptir ve çok riskli değildir. Ancak, girişimciler entelektüel teknolojik yeniliği tanımanın riskini anlar ve ekonomik yapı zaten rasyonalite gerektiren bir belirsizliktir (Miles ve Darroch, 2006).

Proaktivite, yeni ürün ve hizmetler için fırsatları tanımak ve gelecekteki pazar ihtiyaçlarını rakiplerinden önce beklemek için yenilikçi bir vizyona sahip olmaktır. (Covin ve Slevin, 1991).

Yenilikçilik ise, firmanın yeni prosedürler oluşturmak için yaratıcılığı ve yeni fikirleri sürdürme, yeni ürün ve hizmetler üretme, teknolojik liderlik, araştırma ve geliştirme vb. konulardaki hevesini ifade etmektedir. Başka bir yaklaşımla, yenilikçilik yeni fikirlerin geliştirilmesine yol açacak şekilde bilgi toplama veya paylaşma yeteneğidir (Daft, 2010).

### **Girişimcilik Niyeti**

Girişimcilik niyetinden önce niyet kavramının tanımını yapmak daha doğru olacaktır. Niyet, bir amaç uğruna kişinin dikkatini ve odağını o amaca yönlendirmesi ve bunun için çaba harcamaya yönelten zihinsel bir haldir (Bird, 1988). Buradan yola çıkarak girişimcilik niyeti ise “yeni bir iş kurma yolunda gösterilen adanmışlık” olarak tanımlanabilir (Sabuncu, 2017; Autio vd., 2001). Bu adanmışlık kişinin herhangi bir duruma karşı duyduğu istek ve arzudan kaynaklanır. Bir kişinin kendi işini kurmak isteyip bu isteği karşısında gösterdiği çabalar ve isteği girişimcilik niyetidir. Başka bir tanıma göre girişimcilik niyet kişinin var olan bir girişime değer katmak istemesi veya yeni bir girişim kurmak istemesidir (Bird, 1988). Dolayısıyla kişinin ilerleyen zamanlarda veya hemen bir işletme kuracağına dair olan arzusu (Krueger, 1993) o kişinin girişimciliğe olan niyetini ifade etmektedir (Engle vd., 2010; Karabey, 2013; Krueger vd., 2000). Literatürde yapılan farklı tanımların üzerinde durduğu en önemli ortak nokta kişinin kariyer seçeneklerinden bağımsız olarak bir girişim kurmaya duyduğu istek ve niyettir (Çelik vd. 2014; Peterman ve Kennedy, 2003).

Kişinin girişimcilik niyetini göstermesini, girişim kurma isteği duymasını etkileyen bazı faktörler vardır bu faktörler temel olarak şöyledir: aile (Watkins, 1883; Bozkurt, 2011); eğitim (Börü, 2006); yaş (Wang ve Wong, 2004; Şeşen ve Basım, 2012); cinsiyet (Davidsson, 1995; Kristiansen ve Indarti, 2004), aile geliri (Barutçu, 2012; Kültür De Pillis 1998); yenilikçilik davranışı (Karabulut, 2009); bağımsızlık, kariyer yapma ve kazanç elde etme isteği (Sezer, 2013); kişilik özellikleri ve bilinçsel tarz (Hmieleski ve Corbett, 2006; Kalkan, 2011; Şeşen ve Basım, 2012); önceki iş deneyimi, aile geliridir. (Şeşen ve Basım 2012; İrmış ve Barutçu,2012)

Girişimcilik niyeti ile ilgili literatürde üç model tanımlanmaktadır. İlki “girişimci olay modeli”dir. Bu modelde kişi yeni bir iş ile aksiyon alma kararını, başlatacağı bu işin kendisi için uygun olup olmayacağını kendi içinde değerlendirmekte ve daha sonra risk alarak harekete geçmektedir (Shapero ve Sokol, 1982). İkinci model “girişimci niyet modeli”dir. Bu modelde girişimci bazı faktörleri analiz ederek girişimci olma kararı alır. Bu faktörler sebep ve sonucu düşünme, kişinin yaşadığı deneyimler ve hedefleri, vizyonu vb.dir (Bird, 1988). Son model ise “planlı davranış modelidir. Bu modelde ise kişinin girişimcilik davranışına dair niyeti onun olumlu düşünceleriyle doğru orantılıdır. Yani kişi davranışa karşı olumlu bir niyet güdüyorsa o davranışı gerçekleştirme ihtimali de o kadar çok olacaktır (Ajzen, 1991).

Girişimcilik ve girişimcilik niyeti ile ilgili dikkat çekilmesi gereken önemli bir noktada çocuklarda girişimcilik davranışının ve niyetinin geliştirilmesidir. Yetişkinlerde girişimcilik davranışları ve eğilimi sıklıkla araştırmalara konu olmuştur. Girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan faktörlerin bir çoğu kişinin erken çocukluk hatta bebeklik döneminden itibaren hayatını şekillendiren faktörler içermektedir.

Dolayısıyla girişimcilik olgusu aslında çocukken bir olgu olarak çocukların hayatına girmelidir. Bu durumda kişi henüz küçükken bu kavrama aşına olacak, içindeki girişimcilik davranışının çıkması teşvik edilecek ve belki de büyüdüğünde kariyerini buna göre planlayacak ve girişimciliğe olan çekinceleri henüz oluşmadan son bulacaktır. Bu nedenle çocuk girişimciliğine de en az erişkin girişimcilik eğitimleri kadar önem verilmelidir.

## **METODOLOJİ**

### **Araştırma Problemi**

İlgili alan yazın incelendiğinde, ilköğretim öğrencilerinin girişimcilik eğilimi konusunda az sayıda ve genellikle betimsel araştırmalara rastlanmakta olup, ilköğretim öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik kısıtlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bu araştırma ile ilköğretim öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin tespit edilmesi ve girişimcilik eğiliminin cinsiyet, sınıf düzeyi, anne baba eğitim durumu, anne baba çalışma durumu ve okul dışı düzenli çalışma deneyimlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacına yönelik şu alt problemler oluşturulmuştur:

1. Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
2. Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri sınıf düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri baba eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri baba çalışma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
5. Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri anne eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
6. Katılımcı öğrencilerin anne çalışma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
7. Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri okul dışı düzenli çalışma deneyimlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

### **Evren ve Örneklem**

Araştırma evrenini Bursa ilinde İlköğretim 4/5/6/7/8 sınıf kademelerinde 2020-2021 eğitim öğretim yılı resmi kurumlarında öğrenim gören 342.653 öğrenciden oluşturmaktadır. Evrende yer alan öğrenci sayısı Bursa İl Milli Eğitim Müdürlüğü istatistik verileri kullanılarak belirlenmiştir. Örneklem alınmasında örneklemin alındığı evreni temsil etmesi önemlidir. Bu durumda ne kadar, hangi büyüklükteki bir örneklemin evreni temsil edebileceği sorunu ortaya çıkmaktadır. Krejcie ve Morgan'a (1970) göre, 10.000-25.000 denekten oluşan bir evreni temsil edebilecek en düşük örneklem sayısı 378 olmalıdır (Krejcie ve Morgan, 1970).



Bu nedenle basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile evreni temsil edecek 7555 ilköğretim öğrencisi araştırmanın örneklemini olarak kabul edilmiştir.

Katılımcılar demografik özellikleri itibarıyla incelendiğinde, 7555 katılımcıdan 4159'unun kız (%55) ve 3396'sının erkek olduğu belirlenmiştir. Sınıf düzeyi açısından bakıldığında ise 1224 öğrencinin 4. Sınıfta, 1911 öğrencinin 5. Sınıfta, 1671 öğrencinin 6. Sınıfta, 1340 öğrencinin 7. Sınıfta ve 1409 öğrencinin 8. Sınıfta eğitim-öğretim gördükleri tespit edilmiştir.

### **Veri Toplama Aracı**

Araştırma kapsamında öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin ölçülebilmesi amacıyla Sontay ve Karamustafaoğlu (2019) tarafından geliştirilmiş olan Girişimcilik Ölçeği'nden faydalanılmıştır. Ölçek 29 ifade ve dört alt boyuttan oluşmaktadır. Kendine güven boyutu 10 ifadeden, başarıya ihtiyacı boyutu 7 ifadeden, kişisel fayda boyutu 7 ifadeden ve son olarak liderlik ve sorumluluk boyutu 5 ifadeden oluşmaktadır. Sontay ve Karamustafaoğlu (2019) tarafından gerçekleştirilen güvenilirlik ve geçerlilik analizleri esnasında ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,77 olarak tespit edilmiştir. Elde etmiş olduğumuz verilerle yapılan analiz sonucunda ise Cronbach's Alpha Katsayısı 0,78 olarak tespit edilmiştir.

### **Analiz Yöntemi**

Belirlenen bir topluluk veya grubu temsil eden bir parçasının bir konuyla ilgili fikirlerini ya da kaygı, tutum, inanç, bilgi gibi özelliklerini belirlemek için kişilere sorulan soruların yanıtları ele alınarak gerçekleştirilen tarama araştırması, araştırmada kullanılan modeldir (McMillan ve Schumacher, 2006). Bu model varılmak istenilen hedeflere ulaşmak için olaylar arasında bulunan ilişkiyi tespit etmek ve değişkenler arasındaki ilişkiyi karşılaştırmak için belirli zamanlarda yapılan veri toplama yöntemidir (Cohen, Manion ve Morrison, 2000).

Çalışmadan elde edilen verilerin değerlendirilmesi, grafik ve tabloların oluşturulması amacıyla SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 23 ile MS Excel yazılımı kullanılmıştır. Katılımcıları ölçeklere verdikleri cevaplara göre elde edilen puanlar, ortalama ve standart sapma olarak sunulmuştur. Nicel değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile araştırılmış ve verilerin normal dağılmadığı tespit edilmiştir.

Demografik değişkenlere göre ölçek puanları istatistiksel olarak karşılaştırılmış, iki grup karşılaştırması için "Mann-Whitney U testi" ikiden fazla grup karşılaştırması için ise "Kruskal Wallis H testi" kullanılmıştır. İki den fazla grubun karşılaştırılması sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bulunan sonuçlarda farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla "Bonferroni düzeltilmeli Mann-Whitney U testi" kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği Cronbach Alfa katsayısı ile incelenmiştir. Bütün istatistiksel analizlerde önemlilik seviyesi olarak  $p < 0.05$  kabul edilmiştir.

### **Girişimcilik Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Aşağıdaki tabloda 29 ifade ve 4 alt boyut ile ölçümü yapılan girişimcilik ölçeğine ilişkin ortalama, standart sapma ve varyans değerleri görülmektedir.

Tablo 2. İfadelere ilişkin tanımlayıcı istatistikler

<b>BOYUTLAR</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Minumum</b>	<b>Maximum</b>
<i>Kendine Güven</i>	7555	2,4926	,34322	1,00	3,00
<i>Başarma İhtiyacı</i>	7555	2,3907	,36388	1,00	3,00
<i>Kişisel Fayda</i>	7555	2,2656	,36034	1,00	3,00
<i>Liderlik ve Sorumluluk</i>	7555	2,1420	,36093	1,00	3,00
<i>Girişimcilik</i>	7555	2,3528	,26129	1,17	3,00

Tablo 2 incelendiğinde girişimcilik ve alt boyutlarına ilişkin ortalama değerlerin 2,14 ile 2,49 arasında değiştiği ve değerlerin birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Standart sapma değerlerinden hareketle ise verilen cevaplar arasında çok fazla farklılaşma olmadığı görülmektedir.

### Araştırma Bulguları

Birinci alt probleme ilişkin yapılan Non-Parametrik (parametrik olmayan) bağımsız örneklemelerde Mann Whitney U testi ile verilerin anlamlılığı yorumlanmıştır. Bu amaçla yapılan Mann Whitney U testi sonucu elde edilen bulgular Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Cinsiyete Göre Mann Whitney U Testi Sonuçları (n:7555)

<b>BOYUTLAR</b>	<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>Sıra</b>	<b>z</b>	<b>p</b>
			<b>Ortalaması</b>		
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	Kadın	4159	3803,61	-1,134	0,257
	Erkek	3396	3746,64		
<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	Kadın	4159	3827,53	-2,200	0,028
	Erkek	3396	3717,34		
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	Kadın	4159	3656,02	-5,417	<0,001
	Erkek	3396	3927,39		
<b>LİDERLİK VE SORUMLULUK</b>	Kadın	4159	3747,89	-1,347	0,178
	Erkek	3396	3814,88		
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	Kadın	4159	3758,38	-0,866	0,386
	Erkek	3396	3802,03		

Tablo 3'de görüldüğü gibi öğrencilerin girişimcilik özellikleri cinsiyet değişkenine göre, "Başarma ihtiyacı" ve "Kişisel fayda" alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir: (z=-2,200; p=0,028) (z=-5,417; p<0,001)

Bunun yanında “Kendine güven” ile “Liderlik ve sorumluluk” alt boyutları ve “Toplam Girişimcilik” ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur: (  $z=-1,134, p>.05./ z=-1,347, p>.05./ z=-,866, p>.05.$  )

Tablo 4. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Sınıf Düzeyine Göre Kruskal Wallis H Testi Sonuçları (n:7555)

<b>BOYUTLAR</b>	<b>Sınıf düzeyi</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	4.sınıf	1224	4231,02	129,977	<0,001	4-5/6/7/8
	5.sınıf	1911	3960,36			5-6/7/8
	6.sınıf	1671	3723,38			6-8
	7.sınıf	1340	3625,88			7-8
	8.sınıf	1409	3346,58			
<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	4.sınıf	1224	3963,14	81,348	<0,001	4-6/7/8
	5.sınıf	1911	4019,59			5-6/7/8
	6.sınıf	1671	3794,53			6-8
	7.sınıf	1340	3643,02			7-8
	8.sınıf	1409	3398,27			
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	4.sınıf	1224	3721,84	7,662	,105	
	5.sınıf	1911	3744,48			
	6.sınıf	1671	3905,95			
	7.sınıf	1340	3739,83			
	8.sınıf	1409	3756,80			
<b>LİDERLİKVE SORUMLULUK</b>	4.sınıf	1224	4040,00	102,832	<0,001	4-6/7/8
	5.sınıf	1911	3998,68			5-6/7/8
	6.sınıf	1671	3835,38			6-7/8
	7.sınıf	1340	3592,74			7-8
	8.sınıf	1409	3359,24			
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	4.sınıf	1224	4076,85	100,912	<0,001	4-6/7/8
	5.sınıf	1911	3979,39			5-6/7/8
	6.sınıf	1671	3820,96			6-7/8
	7.sınıf	1340	3607,55			7-8
	8.sınıf	1409	3356,41			

Tablo 4 incelendiğinde katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri sınıf düzeyi değişkenine göre, “kendine güven”, “başarma ihtiyacı”, “liderlik ve sorumluluk” alt boyutlarında ve toplam girişimcilik puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir. Ancak “kişisel fayda” alt boyutunda anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Farklılığın hangi grup ya da gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Bonferroni Düzeltmeli Mann-Whitney U testi yapılmıştır; “Kendine güven” alt boyutundaki sıra ortalamalarına baktığımızda 4. Sınıf öğrencileri en yüksek sıra ortalamasına sahipken, en düşük sıra ortalaması 8. Sınıf öğrencilerinden elde edilmiştir. 6-7 ikili grup arası farklılık anlamlı değilken, (1090790,000; z= -1,219; p=,223) diğer tüm ikili gruplarda fark anlamlı olarak bulunmuştur.

“Başarma İhtiyacı” alt boyutunda sıra ortalamalarına baktığımızda 5. Sınıf öğrencileri en yüksek sıra ortalamasına sahipken, en düşük sıra ortalaması 8. Sınıflardan elde edilmiştir. 4-5/6-7 ikili gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı görülürken. (1151882,500; z=-,720; p=,472) (1074316,000; z=-1,922; p=,055) diğer tüm ikili gruplarda fark anlamlı olarak bulunmuştur.

Liderlik ve sorumluluk alt boyutunda sıra ortalamalarına baktığımızda 4. Sınıf öğrencileri en yüksek sıra ortalamasına sahipken, en düşük sıra ortalaması yine 8. Sınıf öğrencilerinden elde edilmiştir. 4-5 ikili gruplar arasında anlamlı farklılık görülmezken (1156268,000; z=-,545; p=,586) diğer tüm ikili gruplarda fark anlamlı olarak bulunmuştur.

Toplam Girişimcilik ölçeğindeki sıra ortalamalarına baktığımızda 4. Sınıf öğrencileri en yüksek sıra ortalamasına sahipken, en düşük sıra ortalaması 8. Sınıflardan elde edilmiştir. Buna göre 4-5 ikili gruplar haricinde (1137417,500; z=-1,300; p=,194) ki tüm ikili gruplarda fark anlamlı olarak bulunmuştur. Elde edilen analiz sonuçlarından yola çıkarak, 4. Sınıf öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin diğer sınıflara göre anlamlı farklılaşma gösterdiği söylenebilir.

Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri baba eğitim durumuna göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Baba Eğitim Durumuna Göre Kruskal Wallis H Testi Sonuçları (n:7555)

<b>BOYUTLAR</b>	<b>Baba Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	İlkokul mezunu	1821	3407,65	129,775	<0,001	1-2/3/4
	Ortaokul Mezunu	1566	3579,64			2-3/4
	Lise Mezunu	2667	3918,61			3-4
	Üniversite mezunu	1501	4184,42			

<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	İlkokul mezunu	1821	3514,14	67,612	<0,001	1-3/4
	Ortaokul Mezunu	1566	3619,60			2-3/4
	Lise Mezunu	2667	3896,24			3-4
	Üniversite mezunu	1501	4053,28			
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	İlkokul mezunu	1821	3481,38	90,926	<0,001	1-3/4
	Ortaokul Mezunu	1566	3615,44			2-3/4
	Lise Mezunu	2667	3869,07			3-4
	Üniversite mezunu	1501	4145,63			
<b>LİDERLİKVE SORUMLULUK</b>	İlkokul mezunu	1821	3652,02	22,394	<0,001	1-3/4
	Ortaokul Mezunu	1566	3658,03			2-3/4
	Lise Mezunu	2667	3840,69			
	Üniversite mezunu	1501	3944,60			
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	İlkokul mezunu	1821	3381,73	159,660	<0,001	1-2/3/4
	Ortaokul Mezunu	1566	3534,13			2-3/4
	Lise Mezunu	2667	3934,34			3-4
	Üniversite mezunu	1501	4235,40			

Tablo 5 incelendiğinde katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri baba eğitim durumuna göre tüm alt boyutlarda ve toplam girişimcilik ölçeğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir. Farklılığın hangi grup ya da gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Bonferroni Düzeltmeli Mann-Whitney U testi yapılmıştır. “Kendine güven” alt boyutu ve toplam girişimcilik ölçeğindeki farkın tüm ikili gruplar arasında anlamlı olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda babası ilkokul mezunu olan öğrenciler en düşük sıra ortalamasına sahipken, en yüksek sıra ortalaması babası üniversite mezunu olan öğrenciden elde edilmiştir. Buna göre babası üniversite mezunu olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri “kendine güven” alt boyutunda ve toplam girişimcilik ölçeğinde istatistiki olarak anlamlı olarak farklılaştığı

söylenbilir. Diğer bir anlatımla babası üniversite mezunu olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri diğer mezun türlerine göre anlamlı derecede daha yüksektir denilebilir.

“Başarma ihtiyacı” ve “Kişisel fayda” alt boyutlarındaki farkın 1-2 ikili grup arasında anlamlı olmadığı (1387300,500; z=-1,368; p=,171) (1376111,000; z=-1,765; p=,078) diğer tüm ikili gruplarda anlamlı olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda en düşük sıra ortalaması yine ilköğretim mezunu babaya sahip öğrencilerden gelirken, en yüksek sıra ortalaması babası üniversite mezunu olan öğrenciden elde edilmiştir.

“Liderlik ve sorumluluk” alt boyutunda farkın 1-2/3-4 ikili gruplar arasında anlamlı olmadığı (1423497,500; z=-,084; p=,933) (1946637,500; z=-1,494; p=,135) diğer tüm ikili gruplarda anlamlı olduğu bulunmuştur.

Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri baba çalışma durumuna göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları Tablo 6 da verilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Baba Çalışma Durumuna Göre Kruskal Wallis H Testi Sonuçları (n:7555)

<b>BOYUTLAR</b>	<b>Baba Çalışma Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	Çalışmıyor	859	3414,85	38,718	<0,001	1-2/3/4
	Kendi İşletmesinde	2305	3708,33			2-3/4
	Çalışıyor Özel Bir İşletmede	3404	3863,69			
	Çalışıyor Kamuda	987	3961,22			
<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	Çalışmıyor	859	3430,18	36,010	<0,001	1-2/3/4
	Kendi İşletmesinde	2305	3714,48			2-3/4
	Çalışıyor Özel Bir İşletmede	3404	3853,01			
	Çalışıyor Kamuda	987	3970,35			
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	Çalışmıyor	859	3326,59	48,079	<0,001	1-2/3/4

	Kendi					2-3
	İşletmesinde	2305	3746,56			
	Çalışıyor					
	Özel Bir					
	İşletmede	3404	3883,69			
	Çalışıyor					
	Kamuda					
	Çalışıyor	987	3879,80			
	Çalışmıyor	859	3765,59	8,411	,038	3-4
<b>LİDERLİKVE SORUMLULUK</b>	Kendi					
	İşletmesinde	2305	3820,94			
	Çalışıyor					
	Özel Bir					
	İşletmede	3404	3711,39			
	Çalışıyor					
	Kamuda					
	Çalışıyor	987	3918,27			
	Çalışmıyor	859	3329,58	53,646	<0,001	1-2/3/4
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	Kendi					2-3/4
	İşletmesinde	2305	3720,93			
	Çalışıyor					
	Özel Bir					
	İşletmede	3404	3865,56			
	Çalışıyor					
	Kamuda					
	Çalışıyor	987	3999,57			

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin girişimcilik özellikleri baba çalışma durumuna göre tüm alt boyutlarda ve toplam girişimcilik ölçeğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Farklılığın hangi grup ya da gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Bonferroni Düzeltmeli Mann-Whitney U testi yapılmıştır. “Kendine güven” “Başarma ihtiyacı” ve “Kişisel fayda” alt boyutları ve toplam girişimcilik ölçeğindeki farkın 1-2/3/4, 2-3/4 ikili gruplar arasında anlamlı olduğu görülmektedir. 3-4 ikili gruplarda ise fark anlamlı bulunmamıştır. (1635567,500; z=-1,269; p=,204) (1627397,000; z=-1,508; p=,132) (1678211,500; z=-,048; p=,962) Sıra ortalamalarına baktığımızda en düşük sıra ortalaması babası çalışmıyor olan öğrencilerden gelirken, en yüksek sıra ortalaması babası kamu kurumunda çalışıyor olan öğrenciden elde edilmiştir. Buna göre babası kamuda çalışıyor olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri “kendine güven”, “başarma ihtiyacı” ve “kişisel fayda” alt boyutlarında ve toplam girişimcilik ölçeğinde, babası çalışmıyor ve kendi işletmesinde çalışıyor olan öğrencilerin lehine anlamlı derecede farklılaşma gösterdiği söylenebilir.

“Liderlik ve sorumluluk” alt boyutunda farkın sadece 3-4 (özel bir işletmede çalışıyor-kamuda çalışıyor) ikili gruplarda anlamlı farklılaşma gösterdiği görülmüştür. Bu boyut altında sıra ortalamaları ve anlamlılığa bakıldığında, kamuda çalışan babaya sahip olan öğrencinin girişimcilik özelliği, babası özel bir şirkette çalışıyor olan öğrenciye göre anlamlı derecede yüksek olduğu söylenebilir.

Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri anne eğitim durumuna göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları Tablo 7 de verilmiştir.

Tablo 7. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Anne Eğitim Durumuna Göre Kruskal Wallis H Testi Sonuçları (n:7555)

<b>BOYUTLAR</b>	<b>Anne Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	İlkokul mezunu	2617	3514,38	93,326	<0,001	1-2/3/4
	Ortaokul Mezunu	1552	3687,64			2-3/4
	Lise Mezunu	2190	3940,77			3-4
	Üniversite mezunu	1196	4174,03			
<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	İlkokul mezunu	2617	3589,93	65,193	<0,001	1-3/4
	Ortaokul Mezunu	1552	3655,83			2-3/4
	Lise Mezunu	2190	3887,11			3-4
	Üniversite mezunu	1196	4148,26			
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	İlkokul mezunu	2617	3556,26	96,145	<0,001	1-3/4
	Ortaokul Mezunu	1552	3586,74			2-3/4
	Lise Mezunu	2190	3958,32			3-4
	Üniversite mezunu	1196	4181,20			
<b>LİDERLİKVE SORUMLULUK</b>	İlkokul mezunu	2617	3590,26	36,999	<0,001	1-2/3/4



	Ortaokul Mezunu	1552	3830,93			2-4
	Lise Mezunu	2190	3835,21			3-4
	Üniversite mezunu	1196	4015,37			
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	İlkokul mezunu	2617	3468,72	140,701	<0,001	1-2/3/4
	Ortaokul Mezunu	1552	3643,22			2-3/4
	Lise Mezunu	2190	3962,89			3-4
	Üniversite mezunu	1196	4291,10			

Yapılan analizlerin sonucunda katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri Tablo 7 de görüldüğü gibi anne eğitim durumuna göre tüm alt boyutlarında ve girişimcilik genel toplam puanında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Farklılığın hangi grup ya da gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Bonferroni Düzeltmeli Mann-Whitney U testi yapılmıştır “Kendine güven” alt boyutu ve Toplam girişimcilik ölçeğindeki farkın tüm ikili gruplar arasında anlamlı olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda en düşük sıra ortalaması annesi ilkokul mezunu olan öğrencilerden elde edilirken, en yüksek yanıt ortalaması annesi üniversite mezunu olan öğrenciden elde edilmiştir. Buna göre annesi üniversite mezunu olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri “kendine güven”, alt boyutunda ve Toplam girişimcilik ölçeğinde istatistiki olarak anlamlı farklılaşma gösterdiği söylenebilir. Yani üniversite mezunu olan annenin, öğrencinin girişimcilik özelliği üzerinde anlamlı derecede farklılaşma yarattığı tespitine varılabilir.

“Başarma ihtiyacı” ve “Kişisel fayda” alt boyutlarında farkın 1-2 ikili gruplar arasında anlamlı olmadığı görülürken. (1997661,000; z=-,888; p=,374) (2015230,500; z=-,417; p=,677) diğer tüm ikili gruplarda anlamlı olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda en yüksek yanıt ortalaması annesi üniversite mezunu olan öğrenciden elde edilmiştir. Buna göre annesi üniversite mezunu olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri “Başarma ihtiyacı” ve “kişisel fayda” alt boyutlarında istatistiki olarak anlamlı farklılaşma gösterdiği söylenebilir. Yani annesi üniversite mezunu olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri diğer mezun durumuna göre daha yüksektir denilebilir.

“Liderlik ve sorumluluk” alt boyutunda farkın 2-3 ikili gruplar arasında anlamlı olmadığı (1696778,500; z=-,083; p=,934) diğer tüm ikili gruplarda farkın anlamlı olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda en düşük sıra ortalaması yine annesi ilkokul mezunu olan öğrencilerden elde edilirken, en

yüksek sıra ortalaması annesi üniversite mezunu olan öğrenciden elde edilmiştir. Buna göre de annesi üniversite mezunu olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri “Liderlik ve sorumluluk”, alt boyutunda da istatistiki olarak anlamlı farklılaşma gösterdiği söylenebilir. Altıncı alt probleme ilişkin yapılan Kruskal Wallis H testi ile verilerin anlamlılığı yorumlanmış elde edilen bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Anne Çalışma Durumuna Göre Kruskal Wallis H Testi

<i>Sonuçları (n:7555)</i>						
<b>BOYUTLAR</b>	<b>Anne Çalışma Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	Çalışmıyor	5429	3770,96	5,552	,136	
	Kendi İşletmesinde	424	3672,53			
	Çalışıyor Özel Bir İşletmede	1256	3766,89			
	Çalışıyor Kamuda	446	3995,22			
	Çalışıyor					
	Çalışmıyor	5429	3780,52	,634	,889	
<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	Kendi İşletmesinde	424	3703,34			
	Çalışıyor Özel Bir İşletmede	1256	3779,57			
	Çalışıyor Kamuda	446	3813,87			
	Çalışıyor					
	Çalışmıyor	5429	3715,23	22,681	<0,001	1-3/4
	Çalışmıyor					2-4
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	Kendi İşletmesinde	424	3785,47			
	Çalışıyor Özel Bir İşletmede	1256	3915,00			
	Çalışıyor Kamuda	446	4149,12			
	Çalışıyor					
	Çalışmıyor					
	Çalışmıyor	5429	3715,23			

	Çalışmıyor	5429	3787,36	1,183	,757	
<b>LİDERLİKVE SORUMLULUK</b>	Kendi					
	İşletmesinde	424	3825,81			
	Çalışıyor					
	Özel Bir					
	İşletmede	1256	3721,38			
	Çalışıyor					
	Kamuda	446	3778,07			
	Çalışıyor					
	Çalışmıyor	5429	3753,11	7,854	,049	1-4
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	Kendi					2-4
	İşletmesinde	424	3730,78			
	Çalışıyor					
	Özel Bir					3-4
	İşletmede	1256	3806,42			
	Çalışıyor					
	Kamuda	446	4045,77			
	Çalışıyor					

Yapılan analizler sonucunda Tablo 8 incelendiğinde öğrencilerin girişimcilik özellikleri anne çalışma durumuna göre “kişisel fayda” alt boyutunda ve Toplam girişimcilik ölçeğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterirken, “Kendine güven”, “Başarma ihtiyacı”, “Liderlik ve sorumluluk” alt boyutlarında ise anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmüştür.

Farklılığın hangi grup ya da gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Bonferroni Düzeltmeli Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Analizler sonucunda;

“Kişisel fayda” alt boyutunda farkın 1-3/4, 2-4 ikili gruplar arasında olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda en düşük sıra ortalaması annesi çalışmıyor olan öğrencilerden gelirken, en yüksek yanıt ortalaması annesi kamuda çalışıyor olan öğrenciden elde edilmiştir.

Toplam girişimcilik ölçeğinde farkın 1-4, 2-4, 3-4 ikili gruplar arasında olduğu görülmektedir. Sıra ortalamalarına baktığımızda yine en düşük sıra ortalaması annesi çalışmıyor olan öğrencilerden gelirken, en yüksek sıra ortalaması annesi kamuda çalışıyor olan öğrenciden elde edilmiştir. Buna göre annesi kamuda çalışıyor olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri istatistiki olarak anlamlı farklılaşma gösterdiği söylenebilir. Yani annesi kamuda çalışıyor olan öğrencilerin girişimcilik özellikleri diğer çalışma durumlarına göre anlamlı derecede daha yüksektir denilebilir.

Katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri okul dışı düzenli çalışma deneyimlerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Mann Whitney U Testi sonuçları Tablo 9’ da verilmiştir.

Tablo 9. Öğrencilerin Girişimcilik Puanlarının Okul Dışı Düzenli Çalışma Deneyimine Göre Mann Whitney U Testi Sonuçları (n:7555)

<b>BOYUTLAR</b>	<b>Okul dışı bir işte düzenli çalışma deneyimi</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>z</b>	<b>p</b>
<b>KENDİNE GÜVEN</b>	Evet	168	3078,86	-3,683	<,001
	Hayır	7387	3793,90		
<b>BAŞARMA İHTİYACI</b>	Evet	168	3302,61	-2,877	,004
	Hayır	7387	3788,81		
<b>KİŞİSEL FAYDA</b>	Evet	168	3432,84	-2,089	,037
	Hayır	7387	3785,85		
<b>LİDERLİKVE SORUMLULUK</b>	Evet	168	3784,92	-,042	,966
	Hayır	7387	3777,84		
<b>GİRİŞİMCİLİK TOPLAM</b>	Evet	168	3165,66	-3,683	<,001
	Hayır	7387	3791,93		

Tablo 9 incelendiğinde, katılımcı öğrencilerin girişimcilik özellikleri okul dışı bir işte düzenli çalışma deneyimi durumuna göre “Kendine güven” ,“Başarma ihtiyacı”, “Kişisel fayda” alt boyutları ve ölçeğin Genel girişimcilik toplam puanında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterirken, “Liderlik ve sorumluluk” alt boyutunda anlamlı bir farkın oluşmadığı görülmüştür.

Anlamlı farklılaşmanın olduğu alt boyutların sıra ortalamalarına baktığımızda okul dışı vakitlerde düzenli bir işte “hayır, çalışmıyorum” diyen öğrencilerin sıra ortalamaları, “evet, çalışıyorum” diyen öğrencilere

göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Yani çalışma deneyimi olmayan öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimci, çevrelerinde başkalarının göremediği ihtiyaçları görebilen, üretim faktörlerini bir araya getirerek ürün veya hizmet sunumunu ortaya koyabilen bireylerdir. Girişimcilik faaliyetleri hem toplumun refahının artmasına hem de ülkenin gelişimine katkı sağlamaktadır. Öğrenciler eğitim-öğretim hayatları boyunca öğrendikleri bilgi, beceri ve yetenekler çerçevesinde girişimci özelliklerini geliştirmektedir. Bu nedenle müfredatlar çerçevesinde öğrencilerin girişimci özelliklerini artıracak fırsatların sunulması gerekmektedir.

Girişimcilik, küçük yaşlardan itibaren öğrencilere kazandırılması gereken bir beceridir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2009) ve bu beceriyle ilgili yurt dışında daha küçük yaşlardaki öğrencilere yönelik bazı çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Girişimcilik, MEB'in 2005, 2009, 2013 ve 2017 yıllarında yenilediği ilköğretim programlarında üzerinde önemle durulan temel becerilerden biridir ve öğretim programlarında disiplinler arası bir yaklaşımla yer almıştır. Ancak MEB tarafından atılan adımların özellikle küçük yaştaki öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini nasıl etkilediğini yönelik sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır.

Bu araştırma çerçevesinde ilköğretim öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin yaşa, aile durumlarına ve sınıf düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Tüm örneklem göz önüne alındığında girişimcilik eğiliminin ortalamasının üzerinde olduğu söylenebilir. Cinsiyet açısından girişimcilik eğilimine bakıldığında başarıma ihtiyacı ve kişisel fayda alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık belirlenmiştir. Başarıma ihtiyacı açısından kız öğrencilerin, kişisel fayda açısından ise erkek öğrencilerin ortalama değerlerinin anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur. Erkek egemen bir toplum olan Türkiye' kız öğrencilerin kendilerini kanıtlama gereksinimi duyarak daha yüksek ortalama değere sahip oldukları düşünülebilir. Erkek öğrenciler ise kendi işlerini kurup daha rahat bir hayat sürmeyi düşündükleri için kişisel fayda ortalamalarının daha yüksek çıktığı söylenebilir.

Sınıf düzeyi açısından ortaya çıkan farklar incelendiğinde ise kişisel fayda boyutu dışında 4. Sınıf öğrencilerin ortalamalarının diğer sınıflara nazaran anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Tam tersi bir şekilde ise en düşük ortalamalara sahip grup ise 8. Sınıf öğrencilerdir. Aslında bunun tam tersi sonuçlar beklenirken; öğrencilerin yaşlarının artmasına bağlı olarak hayallerden uzaklaşarak ayakları yere daha sağlam basan hedefler belirlemeleri, toplum içerisindeki rollerinin farkına daha fazla varmaları yatabilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında girişimcilik eğilimleri yüksek bireyler yetiştirilmesi toplumsal refahın artması ve ülkemizin gelişimi açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla öğrencilerin girişimci olma eğilimlerini arttıracak ve onları girişimci olmaya yönlendirecek faaliyetlerin yer aldığı eğitim programlarının geliştirilmesi hem bireysel hem de toplumsal faydanın artmasına katkı sağlayabilir. Bunun yanında farklı demografik özelliklerin, ders içerik ve müfredatlarının girişimcilik eğilimine etkisinin ölçülmesi eğitim-öğretim plan ve politikalarının oluşturulması noktasında ilgili kurum ve kuruluşlara katkı sağlayabilir. Bunun yanında üniversite eğitimi esnasında öğretmen adaylarına zorunlu olarak verilecek olan girişimcilik dersleri de ilerleyen zamanlarda öğretmenlerin öğrencilere girişimcilik becerilerini nasıl kazandırabilecek konusunda bilgi sahibi olmalarına olanak tanıyacaktır.

## KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aracıoğlu, B., Demirhan, D., Tatarlar, C. D., Zalluhoğlu, A. E. ve Dedeoğlu, A. Ö. (2016). *Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik*. İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C. ve Hay, M. (2001). "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA", *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2 (2), 145-160.
- Başar, M., Tosunoğlu, B. T. & Demirci, A. E. (2001). *Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası: İş Planı*. Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası (Yayın No: 14).
- Başar, M., Seçkin T. (2015). *Bir Girişimcilik Yolculuğu: Değer Yaratımı ve Girişimci Düşüncenin Temelleri*; Ankara: Tubitak Popüler Bilim Kitapları.
- Barringer, B. R. ve Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship Succesfully Launching New Ventures*. Essex: Pearson.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intentions. *Academy of Management Review*, 13: 442-454.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Bozkurt, Ç. Ö. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. 1.Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Börü, D. (2006). *Girişimcilik eğilimi – Marmara Üniversitesi İşletme Bilimi Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No: 733.
- Cohen, L., Manion, L., and Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*. London: Routledge/Falmer.
- Covin, J. G., ve Slevin, D.P. (1991) A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16 (1). ss .43-51.
- Çelik, A., İnce, M. ve Bozyiğit, S. (2014). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma*. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3), 113-124.
- Daft, R. L. (2010) *Organization: Theory and Design*, 7th ed. Ohio, South Western.
- Davidsson, P. (1995). *Determinants Of Entrepreneurial Intentions*, Jönköping International Business School, RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, Nov. 23-24.
- Davidsson, P. (2016) 'What Is Entrepreneurship?', 1(3), ss. 1–19.

- Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I. ve Wolff, B. (2010). Entrepreneurial Intent: A Twelve-Country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(1), 35-57.
- Griffin, R. W. (2005) *Fundamentals of Management: Core Concepts and Applications*, Boston, Houghton Mifflin Company.
- Hitt, M. A., Ireland, D.R., Hoskisson, R. E. (2007) *Strategic management, Competitiveness and Globalization concepts and cases*, 7th edition, Thomson Higher Education, Mason, USA.
- Hmieleski, K. M. ve Corbett, A. C. (2006), Proclivity For İmprovisation As a Predictor Of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management*, 44 (1), 45-63.
- İrmiş, A. ve Barutçu, E. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini Ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması, *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (2), 1-25.
- Karabulut, A.T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirleme, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 26(1),331-356.
- Kristiansen, S. ve Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention among Indonesian and Norwegian Students, *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. ve Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Kuratko, D. (2007) *Entrepreneurship Leadership in the 21 century*, journal of leadership and organizational studies, 13 (4).
- McMillan, J., & Schumacher, S. (2006). *Research in Education*. (6th ed.) Boston: Pearson Education.
- Miles, M. P. and Darroch, J., D. (2006). Large firms, entrepreneurial marketing processes, and the cycle of competitive advantage, *European Journal of Marketing*, 40 (6). ss.77-156.
- Morris, M. H., Paul, G. W., (1987), The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms, *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, no. 3, ss. 247-259.
- Mustafa, H. Ahmad, (2016). *Analysis the Relationship of Intellectual Capital and Organizational Learning and its impact on Achieving Business Entrepreneurship in private hospitals in Erbil city*. Unpublished Master Thesis, the Council of the College of Administration and EconomicSalahaddin University- Erbil, Iraq.
- Peterman, N. E. ve Kennedy, J. (2003). "Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship", *Entrepreneurship-Theory and Practice*, 28(2), 129-144.

Robert V. Krejcie, Daryle W. Morgan (1970). "Determining Sample Size for Research Activities" Research Article Issue published: September, Volume: 30 issue: 3, page(s): 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Sabancı, R.G. (2017). Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetleri ve Çevresel Tutumlarını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Sezer, C.(2013). Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi İle Belirlenmesi, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(6), 49-59.

Sontay, G., Yetim, H., Karamustafaoglu, S., & Karamustafaoglu, O. (2019). Developing an entrepreneurship scale for 5th grade students. International Journal of Educational Methodology, 5(2), 203-220. doi: 10.12973/ijem.5.2.203

Shane, S., Locke, Edwin, Collins, C. (2003) Entrepreneurial motivation. Human Resource Management Review, 13 (1). s. 257-279.

Shapiro, A. ve Sokol, L. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. The Encyclopedia of Entrepreneurship. içinde Englewood Cliffs, Prentice-Hall.

Storey D. J. (2008) Entrepreneurship and some policy. World entrepreneurship forum.2 (1). s. 10-46.

Şeşen, H., Basım, N. (2012). "Demografik Faktörler Ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", Ege Akademik Bakış Dergisi, 12, 21-28.

Tosunoğlu, B. T. (2003). Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişim Sürecinde Girişimciliğin Yeri. Yayımlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Wang, C.K. ve Wong, P. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore, Centre for Entrepreneurship, National University of Singapore, Technovation 24, 163–172.

Watkins, J. M., Watkins, D. (1983). The female entrepreneur: Background and determinants of business choice – Some British Data. in Frontiers of Entrepreneurship Research, (Ed.) Hornaday, Timmons and Vesper, Massachusetts: Babson College, 271-288.



# KOSOVA, KIRIM ve DAĞLIK KARABAĞ'IN AYRILMALARININ ULUSLARARASI HUKUKUN TANIMA KURUMU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Elvin ABDURAHMANLI<sup>1</sup>

## Özet

Bu makalede Kosova, Kırım ve Dağlık Karabağ'ın ayrılımlarının uluslararası hukukun tanımı kurumu açısından ele alınarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. İlk olarak makalede uluslararası hukuk açısından tanınmanın ve ayrılmanın tanımının ne olduğu ele alınarak bir başlık altında değerlendirilmiştir. İkinci başlık olan, Kosova'nın Tarihi isimli başlık altında Kosova Cumhuriyetini tarihi ele alınmıştır. Bu başlık altında Kosova'nın bağımlı olduğu Yugoslavya Federal Halk Cumhuriyeti ve 1963-1974 Anayasası değerlendirilmiştir. Bağımsızlık süreci isimli alt başlıkta Kosova Cumhuriyetinin Soğuk Savaş sonrası Sırbistan tarafından 1974 Anayasası yok sayılarak ilhak edilmesi ve 1998 yılında NATO'nun Yugoslavya'nı bombalaması belirtilmiştir. Aynı başlık altında Kosova'nın bağımsızlık kazama süreci incelenerek detaylı şekilde gösterilmiştir. Kırım'ın Tarihi adlı başlıkta Kırım yarımadasının tarihi arşivler taranarak detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Bu başlıkta Kırım Türklerinin SSCB tarafından göç edilmeye maruz kalmalarına ve 1960 yılına gelindiğinde ise bu yarımadanın Ukrayna'ya verilmesine yer verilerek belirtilmiştir. Azerbaycan Cumhuriyetinin Kuruluşu ve Dağlık Karabağ Sorunu adlı başlıkta Dağlık Karabağ bölgesinin tarihi arşivler taranarak detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Bu başlıkta Azerbaycan Cumhuriyeti tarihi ve Dağlık Karabağ sorunu çerçevesinde Azerbaycanlılarının bu bölgeden SSCB tarafından zorla çıkarılması göç edilmeye maruz kalmaları ve 1918-1990 yılları arasında bu bölgeye Ermenilerin yerleştirilmesi belirtilmiştir. İlaveten de "Dağlık Karabağ Sorunu" adlı alt başlıkta Dağlık Karabağ'a verilen sözde özerklik durumu detaylıca açıklanmıştır. Son başlıkta ise Kosova, Kırım ve Dağlık Karabağ'ın ayrılımlarının uluslararası hukukun tanımı kurumu açısından ele alınarak değerlendirilerek Analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bağımsızlık, NATO, BMGK, Uluslararası Hukuk, Bölgesel Güç

## THE EVALUATION OF THE SEPARATIONS OF KOSOVO, KIRIM and DAĞLIK KARABAKH IN TERMS OF THE INTERNATIONAL LAW RECOGNITION INSTITUTION

### Abstract

In this article, the separation of Kosovo, Crimea and Nagorno-Karabakh has been evaluated in terms of the institution of definition of international law. First of all, the definition of recognition and separation in terms of international law was discussed in the article under a title. The history of the Republic of Kosovo is discussed under the second heading, History of Kosovo. The Federal People's Republic of Yugoslavia and the Constitution of 1963-1974, to which Kosovo is dependent, have been evaluated under this heading. In the subtitle titled Independence Process, it was stated that the Republic of Kosovo was annexed by Serbia after the Cold War, ignoring the 1974 Constitution, and NATO bombed Yugoslavia in 1998. Under the same title, Kosovo's process of gaining independence has been examined and shown in detail. Under the title of History of Crimea, the historical archives of the Crimean peninsula are scanned and discussed in detail. In this title, the Crimean Turks were subjected to immigration by the USSR and in 1960 this peninsula was given to Ukraine. The history of the Nagorno-Karabakh region was scanned and discussed in detail under the title of Foundation of the Azerbaijan Republic and the Nagorno-Karabakh Problem. In this title, it is stated that Azerbaijanis were forced out of this region by the USSR within the framework of the history of the Azerbaijan Republic and the Nagorno-Karabakh conflict, and they were subjected to immigration and the settlement of Armenians in this region between 1918-1990. In addition, the so-called autonomy situation given to Nagorno-Karabakh was explained in detail under the subtitle "The Nagorno-Karabakh Problem". In the last title, the separation of Kosovo, Crimea and Nagorno-Karabakh has been evaluated and analyzed in terms of the institution of definition of international law.

**Keywords:** Independence, NATO, UNSC, International Law, Regional Power

<sup>1</sup> İstanbul Arel Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Doktora Öğrencisi: ORCID-0000-0002-0629-8317, Uluslararası İlişkiler ve İstihbarat Uzmanı, Azerbaycan Cumhuriyeti Diaspora Bakanlığı Karabakh is Azerbaycan Milli Platformunun Türkiye Cumhuriyeti Koordinatörü Elvin ABDURAHMANLI İstanbul, abdurahmanlielvin@gmail.com.

## ОЦЕНКА РАЗДЕЛЕНИЯ КОСОВО, КРИМА и ДАГЛИКА КАРАБАХА В УСЛОВИЯХ ИНСТИТУТА МЕЖДУНАРОДНОГО ПРИЗНАНИЯ

### Резюме

В данной статье разделение Косово, Крыма и Нагорного Карабаха оценивается с точки зрения института определения международного права. Прежде всего, определение признания и разделения с точки зрения международного права обсуждалось в статье под заголовком. История Республики Косово обсуждается под вторым заголовком - История Косово. Под этим заголовком были оценены Союзная Народная Республика Югославия и Конституция 1963-1974 годов, от которой зависит Косово. В подзаголовке «Процесс независимости» говорится, что Республика Косово была аннексирована Сербией после холодной войны, игнорируя Конституцию 1974 года, а НАТО бомбили Югославию в 1998 году. Под тем же названием был подробно рассмотрен и показан процесс обретения Косово независимости. Под заголовком «История Крыма» сканируются и подробно обсуждаются исторические архивы Крымского полуострова. В этом титуле крымские турки подверглись иммиграции со стороны СССР, а в 1960 году этот полуостров был передан Украине. История Нагорно-Карабахского региона была изучена и подробно обсуждена под заголовком «Создание Азербайджанской Республики и проблема Нагорного Карабаха». В этом заголовке говорится, что азербайджанцы были изгнаны из этого региона СССР в рамках истории Азербайджанской Республики и нагорно-карабахского конфликта, и они подверглись иммиграции и поселению армян в этом регионе между 1918-1990 гг. Кроме того, так называемая ситуация с автономией, предоставленная Нагорному Карабаху, была подробно объяснена в подзаголовке «Проблема Нагорного Карабаха». В последнем заголовке разделение Косово, Крыма и Нагорного Карабаха было оценено и проанализировано с точки зрения института определения международного права.

**Ключевые слова:** независимость, НАТО, СБ ООН, международное право, региональная власть.

## 1.Giriş

### Uluslararası Hukukta Tanınma

Uluslararası hukukta baktığımız zaman tanınma hukuken mevcut bir devletin yönetiminin, diğer devletler tarafından tanınması şeklindedir diye biliriz. Uluslararası hukukta ilk “Sömürge Ülkelerine ve Halklarına Bağımsızlık ile ilgili yasa 14 Aralık 1960’da yılında 1541 (XV) sayılı kararla BM’deki onaylanmıştır. Anlaşmada self determinasyon kavramının sömürgeciliğe karşı önlem almada bir başlangıç niteliği oluşturduğunu söyleye biliriz. Bu kararın tanınma bağlamında gelişmesinde bir dönüm noktası olmuştur. 1970 yılının 24 Ekim tarihinde BM Antlaşması’na Uygun Olarak 2625 sayılı “Devletlerarasında İşbirliğine ve Dostane İlişkilerin kurulmasına dair Uluslararası Hukukun İlkeleri Bildirisi” yayımlanmıştır. Böylelikle BMGK kısa sürede aldığı kararları sonucunda self determinasyon kavramının sadece bir ilke olarak değil uluslararası hukukta önemli derecede bir hak olarak şekillendirmiştir. 2. Dünya savaşının ardında self-determinasyon kavramı neredeyse önemli bir slogan olmuş ve birçok azınlıklar arasında kullanılmaya başlamıştır. Kısa süre içerisinde bu kavram uluslararası hukuk normlarının bir parçası haline gelmiştir diye biliriz. Sözleşmeler çerçevesinde self determinasyon hakkı bağımsızlığın kazanılmasıyla sona eren bir defalık bir hak değil devamlılık arz eden bir hak haline gelmiştir

Self determinasyon denilen kavram bir halkın kendi kaderini kendi tayin etmesi olarak nitelendirilmiştir. Helsinki Nihai Senedinin 1975 yılının 1 Ağustos tarihinde aldığı kararın 7. kısmında halkların self-determinasyon hakkına büyük önem verilerek bahsedilmiştir (KIRAN, 2017). Fakat burada self determinasyon kavramından bahsedilmesine rağmen içerik olarak azınlıkların ayrılmasına yönelik hakkın içeriklerinde bahsedilmemiştir. Tanınmamıştır. 2000 yılının 6-8 Eylül tarihli BM tarafından kabul edilen Milenyum Deklarasyonu’nda içeriğinde azınlık, etnik, sömürge halinde olan ve farklı devlet tarafından işgale maruz kalan halkların hakları ile ilgili self determinasyon hakkının olduğu belirtilmiştir ( Milenyum Zirvesi, 2000).

BM tarafından self-determinasyon hakkına ülkesel kriter ve etnik kriter olarak ayrılmış ve 3 başlık altında bu hakkı kullanma yöntemleri belirtilmiştir. Bunlar:

- Günümüzde halen bağımlı olan halklar; Vesayet altındaki ülkelerde, muhtar olmayan ülkelerde ve bağımsızlığa henüz ulaşamamış diğer ülkelerde yaşayan halklar dâhildir
- Yabancı bir devletin işgali sonucunda hâkimiyetinin kullanımına maruz kalan halklar dâhildir.
- Irkçı rejimler altında yaşamını sürdürme halklar dâhildir.

Tanınma denilen kavram gerçekte sadece objektif bir halde hukuksal açıdan bu durumun onaylanması şeklindedir. Tanınma kavramı genel itibariyle diğer devletlerle diplomatik ilişkiler kurma isteği, uluslararası antlaşmalara üye olma düşüncesiyle ekonomik ve siyasi açıdan bu düşünceleri içinde bulundurmaktadır. Bir devlet olarak tanınmak için uluslararası kuruluşlara üye olmak ve bu kuruluşlarda aktif bir halde iştirak edilmesi gerekmektedir. Devlet olarak tanınmak için uluslararası hukuk kuralları uygulanabilir. Bir devletin tanınması konusunda uluslararası hukuk normlarının en önemlisi yeni kurulan bir devletin uluslararası hukuk normları ihlal etmeden gerçekleştirilmesi öncelik taşımaktadır. Nitekim bahsedilen uluslararası

hukuk normu BM Antlaşması 2 maddesinin 4 fıkrasında ‘‘ kuvvet kullanma yasağının’’ ihlal edilmesi suretiyle kurulan devletler de tanınmamaktadır şeklinde açıkça belirtilmiştir.

### **1.1 Ayrılma kavramı**

Ayrılma kavramı genel itibariyle BMGK antlaşmalar hukuku kararlarında resmi şekilde devletler tarafından kabul edilmiş bir hali bulunmamaktadır. Fakat kelime itibariyle ‘‘ayrılma İngilizcede secession’’ kavramım ayrılarak gitmek anlamına gelmektedir. Uluslararası ilişkiler analizcisi ve siyasetçi Glen Anderson’a göre ayrılma şu şekildedir:

Her hangi bir yeni devlet kurmak için mevcudiyetini sürdürdüğü devletin bir parçasından örneğin sömürge ve yahut sömürge olmayan toprağın ayrılması şeklindedir (Anderson, 2012). Ayrılma süreci iki aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar aşağıdaki şekildedir:

- Devletin hukuk kararıyla ayrılma
- Tek Taraflı Ayrılma Hakkı

#### **1.1.1 Devletin hukuk kararıyla ayrılma**

Bu ayrılma türü genel itibariyle iki şekilden ibarettir. Bunlar:

- Anayasal olarak ayrılma
- Siyasi müzakere ile ayrılma

Anayasal olarak ayrılma şekli mevcut hükümetin hukukunu verdiği karar sonucu ayırma rıza sonucu gerçekleştirilir. Bu ayrılma şeklinde hiçbir yasa dışı güç ve tehdit kullanma söz konusu olmamaktadır. Genel itibariyle Mevcut devletin anayasal kanunları çerçevesinde müzakere sonucu ayrılma kararı elde edilmektedir. Siyasi müzakere ile ayrılma şekli ise ülkede anayasa değişikliği müzakere edilmek suretiyle mevcut devletin anayasasında federe ve yahut eyalet birimlerinin şeklinde ayrılmasına karar verilir.

#### **1.1.2 Tek Taraflı Ayrılma Hakkı**

Tek yanlı ayrılma hakkında mevcut hükümetin isteği olmadan ülke içinde karışıklık, güç, tehdit kullanma şekli ile ayrılma yolu benimsenmiştir. Genel itibariyle burada her hangi bir anayasal bir ayrılma hakkının olmadığını belirtmemiz gerekmektedir. Nitekim bu ayrılma türünde siyasi müzakere arka plana atılarak sadece güç kullanımı ile ayrılma şekline başvurulur. Burada ayrılma türünde siyasi müzakerenin başarısız olduğu görülmektedir (Anderson, 2012). Ayrılma talebinde bulunan devlet ile mevcut devlet bu ayrılma türünde çatışma halinde olduğu için bu sorunun çözülme sürecinde süper güç devletlerin isteği üzerine self determinasyon hakkının kullanıldığı söyleye biliriz (TAŞDEMİR, 2015).

## **2. Kosova'nın Tarihi**

Kosova'nın tarihine ve ulusal kimliğine dikkat edersek Sırp tarihinin büyük bir parçası olduğunu görmekteyiz. Nitekim tarihte ilk Sırp Krallığının kurulduğu yer Kosova olmuştur. 1389 Osmanlı devleti ile Sırp Krallığı arasında olan savaşı Sırp'lar kaybetmiş ve böylece Kosova Osmanlı toprağı olmuştur. Bu topraklar ve Sırp'lar 1878 yılına kadar Osmanlı'nın toprakları sayılmaktaydı. Fakat Kosova hala Osmanlı'nın toprağı olarak 1912 yılına kadar kalmıştır. 1912 yılında Balkan Savaşları sonucu Kosova'yı Osmanlı kaybetmiştir. Sırp-Hırvat-Sloven Krallığı 1918 yılında kuruldu ve 1929 yılında ismi Yugoslavya Krallığı olarak adlandırıldı. 2. Dünya savaşında Almanya tarafından işgal edilince bu krallık sona ermiş fakat Aralık 1945 yılında Almanya'nın savaşı kaybetmesi sonucunda YKP isimli Yugoslav Komünist Partisi ‘‘Yugoslavya Federal Halk Cumhuriyeti’’nin kuruluşunu ilan etti. 1963 yılına gelindiğinde YSFC-

Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti olarak adlandırılmaya başlandı ve ülkenin Anayasası SSCB Anayasasına uygun olarak hazırlanmış şekildeydi.

Ülkede iki Anayasa kabulü olmuş ve bunlardan ilki 1963 yılında diğeri ise 1974 yılında kabul görmüştür. Bu Anayasalar genelde Sosyalizmin üzerinde etkileri olmuştur. 1974 yılında kabul edilen bu anayasa 2 prensipten oluşmuştur. Bu prensipler:

1. İşçi halkın kendini yönetmesi
2. Kurulan Federal Cumhuriyet içerisinde yaşayan halkın birliği, beraberliği ve kardeşliği esasları ele alınmıştır.

İlk prensipte halkın ekonomide, siyasette, esas meselelerde karar alınmasında öncü olması esas şart olarak görülmüştür. Diğer prensip ise “Bratstvo i Jedinstvo” sloganı ile duyurulmuş ve bu sloganda şu kelime ifade edilmiştir. Kardeşlik ile birlik kelimesi ifade edilmektedir. Buradaki esas amaç Federal Cumhuriyet içerisinde tüm halkların bir birine kardeş olduğu ve ayrılmaz oldukları, birlik ve beraberlik içerisinde yaşamaları gerektiği belirtilmiştir. Bu sloganın arkasındaki gerçek ise halkların birlik ve beraberlik içinde olmasının istenmesi politik bir istek olmuştur. Bunun sebebi ise Federal Cumhuriyetin uzun ömürlü kalmasını sağlamak ana amaç olmuştur. 1974 yılının Anayasasında 6 devlet ve 2 özerk bölgenin birleşmesi sonucu bu Federal Cumhuriyetin kurulduğu ifade edilmiştir. Bu devletler ve özerk bölgeler aşağıdakilerdir:

1. Sırbistan,
2. Hırvatistan,
3. Slovenya,
4. Bosna-Hersek,
5. Makedonya,
6. Karadağ

Özerk Bölgeler:

1. Kosova (Metoya)
2. Voyvodina

Bu iki özerk bölge Sırbistan Sosyalist Cumhuriyeti Meclisin tarafından meclisinde temsil edilmekteydi. 1980 yılına gelindiğinde Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti birçok değişime girmiştir. Bu değişimlerden en önemlisi ise ekonomik alanlarda olmuştur. Nitekim Uluslararası Para Fonu-IMF ve Dünya Bankası birçok ekonomik yardım yapınca bu Federal Cumhuriyet Sosyalist yapıdan Kapitalist yapıya dönüşme yoluna girmiştir. İlaveten de Batılı iş adamları tarafında bu topraklarda yatırımlar yapılmıştır. Slobodan Milošević'in en büyük hayali ve projesi “Büyük Sırbistan” düşüncesi olmuştur. 1989 yılında Slobodan Milošević'in kararıyla Sırbistan Millet meclisinde Kosova'nın özerk bir eyalet olarak statüsünün kaldırılması ve ardından bu eyaletin Sırbistan'a bağlanması kararı alınmıştır. Fakat bu alınan karar 1974 yılında kabul edilen Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyetinin Anayasası aykırı bir hareket niteliğinde olmuştur. 1989 yılında Mhxail Garbaçov tarafından Perestroyka isimli yeniden yapılanma isimli projesi sonucu SSCB'i çökmüş ve Yugoslavya parçalanmıştır.

1990 yılına gelindiğinde ise Sırp emniyet güçleri ve ordusu Kosova’da askeri rejim uygulamaya başladı. Kosova’da ikamet eden ve nüfusun çoğu Arnavutları oluşturan bölgeler halka karşı zulüm edilmeye başlandı ve buradaki kadınlara karşı tecavüz olayları artmıştır. Sokaklarda sebepsiz yere insanlar kurşunlanmaya ve evlere baskın yapılarak genç bayanlar tecavüze maruz kalmışlardır. Sırp milliyetçiliği üst derece artmış ve Kosova’da ikamet eden Sırlara dokunulmuyordu. Bu olaylar üzerine Kosova’da ikamet eden Arnavutlar tarafından Kosova Kurtuluş Ordusu isimli UÇK birliği kurulmuştur.

AB üyesi devletler ve Amerika Birleşik Devletleri tarafından 1998 yılında Sırbistan’a ultimatom gönderilmiştir. Bu ultimatom dahilinde Kosova topraklarında yapılan saldırılara son koyulması ve askeri ordunun çıkarılması istenmiştir. Fakat Sırbistan tarafından bu ultimatom kabul edilmemiştir. 1999 yılında Sırbistan başkanı Slobodan Milošević’in yönetimine karşı NATO barış gücü ordusu gönderilmiş ve 24 Mart 1999 tarihinde bombalanmıştır. Bu olay sonucunda Kosova BM ve NATO bünyesinde korunmaya alınmıştır. Sırbistan’ın Kosova’da gerçekleştirdiği bu katliamlar sonucu 10.000 üzerinde Kosovalı, 8000 üzerinde Arnavut hayatını kaybetmiştir. 1 milyon Kosovalı, 800 bin Arnavut Sırp saldırısı zamanında mülteci durumunda diğer ülkelere mülteci olarak sığınmışlardır.

## 2.1 Bağımsızlığa Giden Süreç

2004 yılında Sırbistan ile Kosova arasındaki gerginlik artmaya başlayınca BM tarafından bir Kosova’ya bir elçi atandı ve durumla ilgili rapor hazırlanma kararı alındı. 2004 yılının kısa süreli Mart ayında ayaklanmalar oldu ve bu ayaklanmalar sonucunda 8 Sırp ve 11 Arnavut hayatını kaybetmiştir. Kosova’ya atanan Norveç uyruklu Büyükelçi Kai Eide 2005 yılında raporu BM Genel Sekreteri Kofi Anna’na tamamlayarak sunmuştur. 2006 yılında Sırbistan’da Kosova’nın geleceği ile ilgili bir referandum yapıldı ve buranın Sırbistan’a bağlı kalması kararı alındı. Referandumun ardından BM tarafından iki tarafla müzakereler başladı (Dzihat Aliju, 2018).

2007 yılının 26 Ocak tarihinde Kosova’nın BM temsilcisi Martti Ahtisaari Kosova ve Sırbistan’ın geleceği ile ilgili planı açıkladı. Bu planda Kosova’nın: “Uluslararası toplumun gözetimi altında bağımsızlık” verilmesi gerektiği belirtildi. Fakat BMGK toplantısı zamanı Rusya bu kararı veto ettiğini belirtti. Diğer taraftan ise dönemi ABD başkanı olan G.W. Bush tarafından yapılan açıklamada Kosova’nın bağımsızlığının önemi vurgulanmaktaydı. 2007 yılının Temmuz ayında Kosova BM politikalarının başarısız olduğunu ve ikili standart uyguladığı belirtilerek Kosova Meclisi tarafından tek taraflı bağımsızlık kararı alındığı belirtildi. 2008 yılının 17 Şubat Türkiye saatiyle 16:39 da Kosova Meclisinin TV’lere verdiği açıklamayla bağımsız bir Kosova Cumhuriyeti’nin kurulduğunu ilan edilmiş ve Sırbistan’dan ayrıldığı ifade edilmiştir. Kosova Meclisi bu bağımsızlık kararını alma sebebi kimi BM 1244 sayılı kararına dayanarak ilan ettiği belirtilmiştir (TASAM İnternet Sayfası, 2018). Kosova’nın tam bağımsızlığı süreci Avrupa’nın 25 ülkesinin oluşturduğu Uluslararası Yönlendirme Grubu, Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri tarafından gözetlenmekteydi. 2012 yılının Eylül ayında bu denetim kararı kalkarak Kosova devleti resmen tam bağımsızlığını elde etmiştir.

## 2.2 Kosova’nın AB Süreci

Kosova bağımsızlığının ardından Avrupa Birliği birçok alanlarda ortaklık süreci başlatmıştır. Bununla da ülkede ekonomik istikrar kazanılmıştır. Kosova AB üyeleri olan devletler ile 2012 yılının Ocak ayında vizesiz seyahat görüşmeleri başlatmıştır. Ancak bu görüşmeler sonuçsuz kalmıştır. Bunun esas sebebi ise

o dönemlerde ülkede yolsuzluğun ve dâhili güvenliğin yetersiz olduğu belirtilmiştir. Kosova AB ile 2014 yılında İstikrar ve Ortaklık anlaşması yapılmış ve aynı yıl içerisinde yürürlüğe girmiştir. Fakat AB tarafından verilen açıklamalarda Kosova'nın bu sorunları hallederek kısa süre içerisinde AB üyesi olacağına inandıklarını belirtmişler.

### **2.2.1 Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar:**

IMF, Dünya Bankası, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD), Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası, Venedik Komisyonu, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC). 2013 yılının 7 Haziran tarihinde Avrupa Yatırım Bankası Kosova Cumhuriyeti arasında bir yardım anlaşması yapılmıştır. İlâveten de bu dönemde Belgrad-Priştine Diyalog Süreci'nde Bölgesel İşbirliği Konseyi'nde (BİK) kapsamında Kosova, bölgesel bir silahsızlanma örgütü olan Bölgesel Silahların Kontrolü Doğrulama ve Uygulama Yardım Merkezi'nin (RACVIAC) toplantılarına da üye ülkelerle eşit şartlar altında katılmıştır (Türkiye Dışişleri Bakanlığı Resmî Sayfası, 2020). Kosova'da Müslüman nüfus %90'ın üzerinde olduğu halde ülkede yapılan politikalar sonucu Müslüman kimliği azaltılmaya çalışılmaktadır. Nitekim 1999 yılında NATO müdahalesi zamanı Vatikan'dan 5000 üzerinde Hıristiyan misyoner gelmiştir. Bu misyonerler ülkede Hıristiyanlık propagandası yapmakla görevlendirilmiştir. Avrupa devletlerinin desteğiyle Kosova'da 800'ün üzerinde Hıristiyanlık propagandası için dernekler kurulmuştur (İHH İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Resmî Sayfası, 2020).

### **2.3 Günümüzde Kosova:**

Ülkede genelde iki dil resmî dil olarak kullanılmaktadır. Bunlar: Arnavutça, Sırpçadır. Kosova Anayasası'nda Türkçenin kullanımı bu şekilde izin verilmiştir: Kosova'da Türk toplumunun sık ikamet ettiği bölgelerde kullanılmasına ve buraya ait belediyelerde resmî izin verilmiştir.

**Başkent:** Priştine

**Yüzölçümü:** 10.887 km<sup>2</sup>

**Nüfus:** 1.836.529 (2012 tahmini)

**Para birimi:** Euro

**Resmî diller:** Arnavutça ve Sırpça

**Kuruluş:** 17 Şubat 2008

**Devlet Başkanı:** Hashim Taçi

**Başbakan:** Behgjet Pacolli

**Konuşulan Diller:**

**Para Birimi:** Avro

**GSMH:** 7,3 milyar ABD Doları

**Etnik Yapı:**

Arnavut %92.93,

Boşnak %1.6,

Türk %1.08,

Sırp %1,45,

Roma %0.5,

Mısır %0.7,

Aşkali%0.9,  
Goralı % 0.6,  
Diğer %0.05 % 0.1,  
Nüfusunun %90'ın üzerinde Müslüman'dır.

### **2.3.1 Ülke genelinde Seçim**

Kosova'nı bağımsızlığı 116 ülke tarafından tanınmıştır. Fakat Sırbistan, tarafında hala tanınmamaktadır ve kendi toprakları olarak görmektedir. Kosova'nı tanıda 113 devlet BM üye devlettir. Kosova Cumhuriyetin BM üye olması için 193 üyeden 3/2 onayı gerekiyor. Kosova'nın bağımsızlığının sembol isimlerinden olan ve "Balkanların Gandisi" isimleriyle de anılan Rugova olmuştur. Kosova'nın kurucularında Fatmir Sejdiu ilk Cumhurbaşkanı olmuş ve günümüzde Kosova'nın Cumhurbaşkanı Haşim Taçi'dir. Belirtmek gerekiyor ki, Kosova tarihinde bu şahısların önemli rolü vardır. Nitekim bu isimler Kosova Kurtuluş Ordusunda da görev almışlardır. Kosova'da gerçekleşen ilk belediye seçimlerinde yerel seçimde en çok oyu alarak belediye başkanı Haşim Taçi liderliğindeki Kosova Demokrat Partisi (PDK) kazanmıştır. ve ana muhalefet Kosova Demokrat Birliği Partisi'nden (LDK) çıktı. Ülkenin kuzeyindeki (Al Jazeera Resmi Sayfası, 2013).

### **2.3.2 Kosova Millet Meclisi:**

120 sandalyeli Kosova Meclisi'nde, sandalyelerin 20'si çoğunluk olmayan (azınlık) topluluklara tahsis edilmiştir. Diğer 100 sandalye oy oranına göre dağıtılmaktadır.

### **2.3.3 Kosova Cumhurbaşkanı Hashim Taçi**

2016 yılının 26 Şubat'ta Kosova'da yapılan seçimlerde Hashim Taçi Cumhurbaşkanı seçilmiştir. Hashim Taçi Kosova Kurtuluş Ordusunda da görev almıştır. ABD Kongre ve Senatörleri ile Avrupa Parlamentosu temsilcileri tarafından 2014 yılında Nobel Barış Ödülü'ne aday gösterilmiştir. İlaveten de belirtmek gerekiyor ki, bağımsız Kosova Cumhuriyetinin ilk Başbakanı olmuştur. Lisans Eğitimini Tarih Bölümü üzerine Priştine Üniversitesi 'nde almış ve Yüksek Lisansı eğitimini İsviçre'nin Avrupa Zürih Üniversitesi'nde Tarih ve Siyasal Bilimler alanında 1996-1998 yıllarında almıştır (Kosova Cumhurbaşkanı Resmi Sayfası, 2020). 08.10.2020 tarihinde Kosova Cumhurbaşkanı Hashim Taçi, AB devletlerinin Kosova'ya karşı haksızlık yaptığını ve vizeleri kaldırmaları gerektiğini ve AB aday ülke statüsünün verilmesini önemli olduğunu ifade etti (Kosova Haber Ajansı, 2020).

### **2.3.4 Kosova Bayrağı**

Kosova Cumhuriyeti bayrağı mavi renk üzerine 6 adet beyaz yıldız ve bu yıldızların alt kısmında sarı renkte Kosova Cumhuriyetinin sınırlarını belirten haritadan oluşmaktadır.

Bayrak üzerinde belirtilen bu 6 yıldız Kosova sınırları içerisinde ikamet eden 6 etnik grubu temsil etmektedir. Bunlar:

- Arnavutlar,
- Sırpalar,



- Türkler,
- Boşnaklar,
- Gorali'lar,
- Romanlar



**Şekil 1:** Kosova Cumhuriyeti Resmi Bayrağı

Ülke dahilinde etnik olarak say olarak çoğunluk oluşturan Kosovalı Arnavutlar Arnavutluk Cumhuriyeti'nin bayrağını kullanmaktadırlar. Bu bayrak kırmızı renk üzerinde siyah renkle çizilmiş çift başlı kartaldan oluşmaktadır (Dzihat Aliju, 2018).



**Şekil 2:** Kosova Cumhuriyetinde Arnavutlar tarafından kullanılan Kosova bayrağı

### **3.Kırım'ın Tarihi**

Kırım'ın tarihi çok uzun dönem eski yıllara dayanmaktadır. Bu topraklar çok sık sık Osmanlı ve Rusya arasında el değişmiş bir yarımadadır. 1774 yılına gelindiğinde Kırım'da yaşayan Türklerle Osmanlı arasında ilişki kesilme düzeyine gelmişti neredeyse (Kian Badrnejad, 2014). 1783 yılına gelindiğinde Rus Çarlığı tarafından Kırım işgal edilerek kendi topraklarına katmıştır. Bu dönemde Rusya Ruslaştırma Hıristiyanlaştırma politikalarını gerçekleştirmek amacıyla burada ikamet eden Kırım Türklerinin göçe ve dinlerinin değiştirmeye zorlamıştır. Yapılan bu göç politikaları sonucunda Kırım Türkleri Bulgaristan, Romanya, Dağıstan, Hazar kıyılarına Kazakistan'a göç etmişlerdir. Kırım Türklerinin göçü sonrası

Moldova'daki Gagavuz Türklerinde sayı artmıştır. 1853-1856 tarihlerinde gerçekleşen Kırım Savaşı'nda 80.000 üzerinde Kırım Türkleri hayatlarını kaybetmiştir 1905 yılında Rusya Çarlığı ve Japon savaşı esnasında Kırım Türklerinin savaşmışlardır. Nitekim 2. Dünya Savaşı sırasında gerek Alman gerekse de Rusya ordusu tarafında savaşan kırım Türkleri olmuştur.

1944 yılının 18 Mayıs tarihinde Rusya başkanı Stalin'in emriyle Kırım toprakları üzerinde yaşayan tüm Türkler sürgüne maruz kalmıştır ve burada Pantürkizm politikaları gerçekleştirilmiştir. Bu sürgün sırasında Kırım topraklarından 500 binden fazla Türk aşağıdaki ülkelere sürgün edilerek bu arazilerde ikamet ettirmeye zorlanmıştır.

- Özbekistan,
- Kazakistan,
- Tacikistan,
- Urallar
- Hazar Kıyıları

Dünya savaşı esnasında İtalya, İsviçre, Avustralya, Almanya, Fransa, İsveç, Hollanda, ABD, Kanada ve Güney Amerika'ya Kırım Türkleri göç etmişlerdir. 1960'lı yıllarda BM kamplarında hayat tarzını sürdüren sayısız Kırım Türkleri olmuştur. Günümüzde de Kırım Türkleri Avustralya'da kolonileri şeklinde ikamet etmektedirler.

SSCB başkanlarından olan Nikita Kruşçev 1954 yılında Kırım yarımadasıyla bağlı bir karar almıştır. SSCB başkanı tarafından alınan bu kararda Kırımın Ukrayna topraklarına bağlanmasına kara verilmiştir. Diğer taraftan bunu söyleye biliriz ki, SSCB lideri Nikita Kruşçev köken olarak Ukraynalı olduğu için bu kararı aldığı akademisyenler tarafında belirtilmektedir.

1966 yılına gelindiğinde SSCB hükümeti tarafından kabul edilen bir kararlar sürgün edilen Türkler kendi vatanlarına geri döne bilme imkanı olmuştur. Araştırmacı ve tarihçi İlber ORTAYLI'NIN 2013 yılında Kırım Türkleriyle ilgili yazdığı bir yazıda şu kelimeleri belirtmiştir ( İlber ORTAYLI , 2013) :

*1966 yılında SSCB tarafında kabul edilen yasaya göre kendi yurtlarına geri dönme imkânı bulan ve SSCB ordusu tarafından müsaade edilenler Kırimlı Türklerin çoğu şarapçılık ve bağıcılıktan anlayan Müslüman sakinlerdi.*

Kırım Türkleri Müslüman bir kimliğe sahip olmuşlardır ve 1989 yılında SSCB'nin başkanı Mihail Sergeyeviç Gorbaçov'un "Perestroika" yeniden reform hareketleri sonrası SSCB dağılmış ve Kırım Türklerinin bir kısmı kendi topraklarına geri dönmüştür. Kırım Türkleri bu topraklarda Cemiloğlu Mustafa liderliğinde bu topraklarda yaşamaya devam etmişler ve eğitim alanında Kırimda okullar çok kötü durumdadır. Kırimda yaşayan Türkler burada kendi gelenek ve göreneklerine sahip çıkmaya devam etmektedirler. Burada yaşaya Kırım Türkleri için camilerde yapılmıştır halk tarafından (Ünsal Aktaş , 2014).

### 3.1 Kırımın Ayrılma Süreci ve Rusya Federasyonuna Bağlanması

1989 yılında SSCB'nin dağılmasının ardından 1991 yılının 2 Aralığında Ukrayna ve AB ülkelerinin dışişleri bakanları AB-Ukrayna Deklarasyonu'nu imzalanmıştır. Bu deklarasyona esasen AB ve Ukrayna arasında Rusya üretimi olan ürünleri satın almayacak ve bunun yerine AB devletlerinin ürettiği malları satın alınacaktır. İlaveten de AB Ukrayna'ya ekonomik yardım ayıracaktı. Yapılacak bu mali yardım kapsamında 1994 yılında AB ve Ukrayna arasında yeni bir kültürel ve ekonomik anlaşma imzalanarak Ukrayna'yı Avrupa'ya entegre etmeye çalışılmıştır. 2007 yılında dönemin AB Komisyon Başkanı Barroso AB'nin Ukrayna'nın B üyeliği süreci ile ilgili şu kelimeleri ifade etmiştir (Bernd Riebert, 2007):

*AB yakın zamanda Ukrayna ile birlikte enerji devi Rusya'ya karşı bir birlik oluşturmayı hedeflediğini de vurguladı: "Kısa bir süre önce AB ile Ukrayna arasında yeni bir ortaklık anlaşması yapılması için müzakerelere başladık. Bu görüşmeler, Ukrayna'da istikrar ve demokrasinin sağlanması için bir başka önemli nedendir.*

İlaveten de AB komisyonu başkanı 2010 yılına kadar Ukrayna'ya 500 milyon Avro'ya yakın ekonomik yardım paketi verileceğini belirtilmişti. 2011 yılında Avrupa Birliğine üye olmaya aday ülkeler içerisinde Ukrayna istekli görülmekteydi. 2013 yılında Rusya Federasyonunun "СНГ- Содружество Независимых Государств" oluşumu olan Bağımsız Devletler Topluluğu Ukrayna üzerindeki etkisini artırarak Ukrayna siyasi rejimini protestolarla karıştırmaya başladı (Ali Cura, 2016). 2013 yılının Kasım ayında Ukrayna'da patlak veren kriz sonrası Ukrayna Cumhurbaşkanı Viktor Yanukoviç Almanya, Fransa ve Polonya gibi AB devletlerinin dışişleri bakan arabuluculuğunda gerçekleştirilen AB görüşmelerini tek taraflı feshettiğini duyurdu. Bunun üzerine AB üye olma isteği olan Ukraynalı vatandaşlar AB ile ilişkilere devam edilmesi için protestolara başladı. Protestocu Ukraynalı vatandaşlar Kiev'in merkezindeki Avrupa Meydanı'nda günlerce seslerini Ukrayna hükümetine duyurmaya çalıştılar (Sözcü İnternet Sayfası, 2014).



### Şekil 3: Ukrayna 2013 Kasım Protestoları

**Kaynak:** (Ali Cura, 2016)

Bu protestolar ülkeye ekonomik alanda büyük sorunlar yaşattı. Bu olaylar sonucunda Ukrayna Cumhurbaşkanı Viktor Yanukoviç 2014 yılında Rusya'ya özel uçakla kaçtı (DW internet Sayfası, 2019). Bunun üzerine ülkenin güneyindeki Kırım yarımadasında Rusya yanlısı gruplar Ukrayna hükümeti binasını ele geçirerek yönetiminden ayrılma isteklerini belirttiler. İlâveten de yarımada'daki Rus askeri üsler şehrin önemli kısımlarında giriş çıkışları kontrol altına almaya başladı. Ve kısa zaman içerisinde Rus ordusu yarımada'nın neredeyse tamamında konuşlandı. 2014 yılının Ocak ayında Rusya Federasyonu Kırım Milletvekili gönderdi. Bu olay Ukrayna'dan ayrılmasını hızlandıran bir diğer en önemli etken oldu. 25 Şubat 2014 tarihinde Rus Milletvekilin Kırım'daki Meclis binasındaki konuşması sırasında Rus yanlılar Kırımın Ukrayna'dan ayrılması için referandum isteğinde bulundular. Kırımın Ukrayna'ya bağlı kalmasını isteyen Ukrayna yanlısı Kırım Tatarlarını Kırım Tatar Milli Meclisi (KTMM) binası karşısında 26 Şubat 2014 tarihinde miting yapma kararı aldı. Aynı gün Rus yanlısı haklata miting kararıyla parlamento binası önünde toplanınca iki taraf arasında çatışmalar oldu ve Kırım'da Rus taraftarları ve Ukrayna'ya bağlı kalmak isteyen halk arasında ikiye bölünme başladı (Anadolu Ajansı, 2020).

Bu referandum sonucunda Kırım'da yaşayan Türkler, Tatarlar, Ukrayna vatandaşları baskılara maruz kalmış ve Kırım'dan göç etmek mecburiyetinde kalmışlardır. Rusya Cumhurbaşkanı Vladimir Putin Kırımın ilhakı kararını Kremlin'de düzenlenen özel bir törenle basın önünde imzaladı ve 2014 yılının mart ayının 21 günü ise Kırım yarımadası ve Sivastopol bölgesi federal bölge şeklinde belirtilerek resmen Rusya Federasyonuna bağlandı. 2014 yılının 26 Şubat mitinginde Kırım Tatarı 15 şahıs bilinmedik bir şekilde ortadan kaybolmuş, 11 şahıs ise hayatını kaybetmiştir. Bu olaylar sonucunda Kırım'daki Tatar halkının lideri olan Kırımoğlu Mustafa Abdülcemil, KTMM yöneticileri ve yardımcıları Kırım yarımadasına girişlerini yasaklandı. KTMM üyelerinin veya taraftarlarının her hangi yapacağı protesto yasak olacağı belirtildi ve bu yarımada'da yaşayan Kırım Tatarlarının evlerine Rus polisler tarafından baskınlar yapılmıştır. Nitekim buradaki okullar, camiler ve sosyal alanlar uzun süre kapalı tutuldu. Kırımını ayrılarak Rusya'ya bağlanmasını isteyen taraftarlar ve Rus yanlısı polisler 2014 yılının Mart ayının 6'sı referandum kararı aldı. Referandumda tek soru Kırım'ın ayrılma konusu olarak sorulmuştu:

"Kırım Yarımadası, Ukrayna'ya bağlı olarak devam etsin mi yoksa Rusya Federasyonuna bağlansın mı?"

Yapılacak bu referanduma dünya devletleri tepki gösterdi. Nitekim BMGK acil toplandı ve referandum kararı bu toplantıda tartışıldı fakat Rusya'nın veto hakkı nedeniyle Ukrayna lehine olumlu bir karar çıkmadı. 2014 yılının Mart ayının 16'sı referandum Rus taraftarı polislerin kontrolü ve baskıları altın da yapıldı. Referandum sonucu olarak da Kırım yarımadasının Ukrayna'dan ayrılmasına %97 oyla kabul edilmiştir. Bu sonuçla Kırım'daki mevcut parlamento, Ukrayna'dan bağımsızlık ilan ederek ve Rusya Federasyonu'na katılmak için başvuru isteği gönderildi (BBC News İnternet Sayfası, 2014). Human Rights Watch örgütünün 2014 yılı raporunda Rusya Federasyonu Kırım yarımadasında Ukrayna ile ilgili her hangi

bir görüş belirten şahısların takibe alındığı ve sorguya alındıkları, hatta aileleri ile birlikte şantaj ve tehdide maruz kaldıkları belirtilmişti (Anadolu Ajans İnternet Sayfası, 2019). Hukuk felsefesi profesörü olan Almanya'lı Reinhard Merkel Kırımın ayrılmasını şu şekilde ifade etmiştir: Kırım yarımadasının Ukrayna'dan ayrılması için Kırımda referandum yapılmış ve evet kararı çıkmıştır. Buradan da görüldüğü gibi uluslararası hukukun ihlali olmamış ve referandum yapılarak karar alınmıştır, fakat burada tek ihlal ise referandum kararı alınarak Ukrayna Anayasası ihlal edilmiştir ve buda yasaktır. Ancak belirtmek gerekiyor ki bu ihlal uluslararası hukuku değil Ukrayna'nın iç hukukunu ilgilendiren bir olaydır. 2015 yılının 1 Şubat tarihinde ABD Başkanı Barack Obama CNN TV kanalı ile yaptığı röportajda bu kelimeleri ifade etmiştir: Rusya'nın Kırım yarımadasını kendi topraklarına katması aslında Rusya Başkanı Vladimir Putin'in önceden planladığı bir strateji olmamıştır çünkü Ukrayna'da iktidarın devredilmesini istediğimiz pazarlığımızın ardından, Ukrayna'da çıkan son gelişmeler ve Ukrayna Cumhurbaşkanı'nın ülkeden kaçışı Rusya'nı bu stratejiye itmiştir (Wolfgang Bittner, 2020). Viktor Yanukoviç 2014 yılında Rusya'ya kaçması ve vatana ihanetten 2017 yılının 4 Mayıs tarihinde Ukrayna hükümeti tarafından yargılanmaya başlandı (Ali Cura, 2019). Viktor Yanukoviç'in yerine Ukrayna'da hükümeti devir alan Petro Porosenko AB ve Batı ili ilişkilerinden dolayı Batı yanlısı olarak görülmektedir (DW internet Sayfası, 2019).

#### **4.Azerbaycan Cumhuriyetinin Kuruluşu ve Dağlık Karabağ Sorunu**

1918 yılının 28 Mayıs tarihinde Azerbaycan Milli Şurasının üyeleri ve başkanı Mehmet Emin Resulzade tarafından Gürcistan'ın Tiflis şehrinde Azerbaycan Halk Cumhuriyetinin kuruluşunu ilan edilmiş ve Gence şehri başkent olarak belirtilmiştir. Azerbaycan Milli Şurasının kararıyla 1918 yılının 16 Haziran tarihinde hükümet konağı Tiflis'ten Gence' ye taşınmış ve Gence Azerbaycan Halk Cumhuriyetinin ilk başkenti olmuştur. O yıllarda başkent Bakü şehri Ermeni terör çeteleri ve Bolşevik ordusunun işgali altında olmuştur. 15 Eylül 1918 tarihinde Nuri Paşa ve ordusu başkent Bakü şehrini Ermeni terör çeteleri ve Bolşevik ordusundan kurtarmıştır. Azerbaycan Halk Cumhuriyetindeki milli şuranın belirlediği mevcut hükümetin 27 Haziran 1918 tarihinde çıkarılan resmi kararlar ile ülkenin resmi dili Azerbaycan dili olarak belirlenmiştir. Mevcut hükümetin 1 Ağustos 1918 tarihinde aldığı kararla Azerbaycan Savunma Bakanlığı kurulduğu ilan edilmiştir. Azerbaycan Demokratik Halk Cumhuriyeti kurucusu Mehmet Emin Resulzade Azerbaycan kuruluşunu ilan ederken medeniyetle ilgili aşağıdaki kelimeleri ifade etmiştir. *Bütün medeniyetler genelde 3 büyük oluşumun karşılıklı etkisinden ve birleşmesinde meydana gelmiştir bunlar* (AGAYEV, 2020):

- Coğrafi amil-vatan
- Etnografik amil-millet
- Manevi amil-kültür

Ayrıca belirtmemiz gerekiyor ki, Resulzade: 'Türkleşmek, İslamlaşmak ve Muasırlaşmak' gibi tezlerin birleşimini ifade eden medeniyet kavramının sözcüsü ve yaratıcısıdır. 20 Ocak 1920 tarihinde Birleşmiş Milletler Cemiyeti, Azerbaycan Demokratik Halk Cumhuriyetinin bağımsızlığını tanımıştır. Azerbaycan Milli Şura hükümetinin en önemli kararlarından biri 9 Kasım 1918 tarihinde Mavi, Kırmızı, Yeşil renklerden oluşan üç renk üzerinde ay ve sekiz köşeli yıldız olan bayrak devlet bayrağı olarak kabul edilmiştir. Aynı

gün içerisinde başkent Bakü’de, üç renkli Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Bakanlık binası üzerinde dalgalandırılmıştır. Azerbaycan Cumhuriyeti Ali Soveti Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Yüksek Meclisinin 1991 yılının 5 Şubat tarihinde aldığı resmi kararla üç renkli Azerbaycan bayrağı 71 yıl sonra Azerbaycan Cumhuriyetinin devlet bayrağı olarak kabul edilmiştir. 2009 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisinin 595 numaralı kararı sonucu 9 Kasım tarihi Azerbaycan Cumhuriyetinin devlet bayrak günü olarak kabul edilmiş ve her yıl 9 Kasım bayrak günü olarak ülke genelinde kutlanmaktadır. Bayrak üzerindeki bu üç renk:

- Mavi: Türkçülüğü temsil etmektedir,
- Kırmızı: Demokrasiyi, çağdaşlaşmayı temsil etmektedir,
- Yeşil: İslam’ı temsil etmektedir.



**Şekil 3: Azerbaycan Cumhuriyeti Bayrağı**

**Kaynak:** (Azerbaycan Cumhuriyeti Hakkında, <https://azerbaijan.az/information/106>, 2020)



**Şekil 4: Azerbaycan Cumhuriyeti Resmi Arması**

**Kaynak:** (Azerbaycan Cumhuriyeti Hakkında, <https://azerbaijan.az/information/106>, 2020)



**Şekil 5:** Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Bayrağı İlanı- 9 Kasım 1918 Yılı Kararı

12 Ocak 1920 tarihine gelindiğın zaman Azerbaycan Demokratik Halk Cumhuriyeti SSCB haricinde 23 devlet tarafından resmi olarak tanınmıştır. Azerbaycan Demokratik Halk Cumhuriyeti 23 ay ayakta kalmaya başarmış ve bu süre içerisinde ülke şarkın ilk demokratik devleti ola bilmiş, ayrıca ilk defa kadına oy kullanma ve seçilme hakkı veren demokratik devlet olmuştur. Azerbaycan Demokratik Halk Cumhuriyeti 23 aylık bağımsızlığı döneminde gerek ekonomik açıdan gerekse eğitimde açısından, gerekse de diplomatik ilişkiler açısından ileri derecede reformlar yapılmış ve ülkede sanayinin temeli konulmuştur. 26 Nisan 1920 yılında SSCB'nin Kızıl ordusu Azerbaycan Demokratik Halk Cumhuriyeti sınırlarına dâhil olmuş, 28 Nisan 1920 tarihinde Kızıl ordu tarafından tekrar işgale uğrayarak bağımsızlığını kaybetmiştir. 1989 yılında SSCB başkanı Mihail Gorbaçov tarafından yeniden reform olarak bilinen "perestrojka" uygulamaları sonucu 1990 yılında SSCB çökmüştür. 1990 yılının 20 Ocak tarihinde SSCB'nin kızıl ordusu başkent Bakü'de 20 Ocak katliamını yapmıştır. Bu olayların üzerine Azerbaycan halkı meydanlara çıkmış

bağımsızlık için Azatlık meydanında aylarca bağımsızlık için nöbet tutulmuştur. Azerbaycan Cumhuriyeti 1991 yılının 18 Ekim tarihinde resmi bağımsızlığını kazanmıştır. Azerbaycan Cumhuriyetine bağlı Dağlık Karabağ bölgesi ve 7 şehir 1991-1993 yılları arasında Ermenistan ordusu tarafından işgal edilmiştir. Ermenistan'la Azerbaycan arasında birinci Dağlık Karabağ savaşında 11557 Azerbaycan askeri şehit olmuştur (Elvin ABDURAHMANLI, 2020). 26 Şubat 1992'de Ermenistan ordusu tarafından gece saatlerinde Azerbaycan'ın Hocalı şehrine saldırı gerçekleştirerek bu şehirde yaşayan sivil halka yönelik soykırım yapılmıştır. 30 Nisan 1993 tarihinde BMGK tarafından 822,853,874, 884 sayılı 4 kararname kabul edilmiş ve Ermenistan tarafından Azerbaycan arazilerinin %20-i işgal olduğu resmi şekilde onaylanmıştır. 18 Ekim 1991'de bağımsızlığını kazanan Azerbaycan Cumhuriyeti tarafından onaylanan coğrafi arazisi 86,6 bin km2-dir teşkil etmektedir (Azerbaycan Cumhuriyeti Resmi Sayfası, 2020). Azerbaycan'ın bağımsızlığını tanıyan ilk devlet Türkiye Cumhuriyeti olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti Kasım 9 1991 tarihinde, sırasıyla 11 Aralık 1991 yılında Romanya, 13 Aralık 1991 yılında Pakistan, 23 Aralık 1991 yılında İsviçre, 25 Aralık 1991 yılında İran, 23 Ocak 1992 yılında ABD, 10 Nisan 1992 ise Rusya tanımıştır. Birleşmiş Milletler 1992 yılının 2 Mart tarihinde Azerbaycan Cumhuriyeti resmi olarak tanımıştır (Birleşmiş Milletler Resmi Sitesi, 2020).

#### **4.1 Dağlık Karabağ Sorunu**

Dağlık Karabağ arazisi Azerbaycan Cumhuriyeti sınırları dahilinde olan dağlık bir bölgedir. Karabağ bölgesi Dağlık Karabağ Ve Karabağ olmak üzere iki bölge şeklinde 12 şehirden oluşmaktadır.

#### **Dağlık Karabağ'a ait şehirler ve kasabalar:**

- Şuşa
- Hankendi
- Hocevent
- Hocalı
- Ağdere

#### **Kasabalar:**

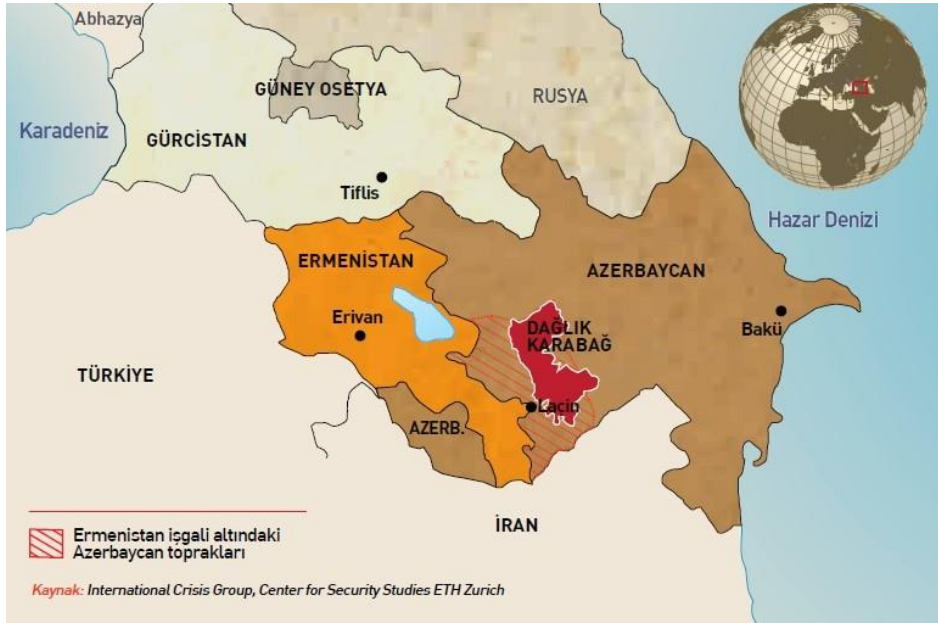
- Hadrut
- Esgeran

#### **Karabağ'a ait şehirler:**

- Laçın
- Kelbecer
- Ağdam
- Cebrayıl
- Füzuli
- Gubadlı
- Zengilan



Azerbaycan Cumhuriyeti ile Ermenistan arasındaki Dağlık Karabağ sorunu ilk olarak 1988 yılında Sumgayıt olaylarıyla başladı. Nitekim 1988 senesinde SSCB tarafından Dağlık Karabağ arazisine Ermeniler göç politikası çerçevesinde yerleştirilmiştir. 1988 yılında Azerbaycan'ın sanayi şehri olan Sumgayıt şehrinde bir Ermeni uyruklu şahıs tarafından daha önce hazırlanmış bir liste ile bu şehirde yaşayan Ermeni ailelerine karşı suikast düzenledi. Bu şahıs Azerbaycan Polisi tarafından yakalandı ve ilk sorgusunda bu listenin ona Ermenistan siyasetçileri tarafından verildiğini ifade etti. Fakat bu zaman çerçevesinde Ermeni ailelerinin ölüm haberi Dağlık Karabağ'da yaşayan Ermenilere ve Ermenistan'da yaşayan Ermenilere ulaşmış ve Azerbaycan halkına karşı protestolar başlamıştır. 1988 senesinde Dağlık Karabağ'da yaşayan Ermeniler yerli halk Azerbaycanlılara karşı suikastlar düzenlemeye başlamıştır. 1990 senesinde Dağlık Karabağ sorununu çözmek için helikopter ile ŞUŞA şehrine giden Azerbaycanlı siyasetçi ve resmi devlet görevlileri Ermenistan askerleri tarafından düşürülmüştür. 1991 senesinde Azerbaycan Cumhuriyetinin 18 Ekim tarihinde bağımsızlığını kazanmasının ardından Ermenistan ordusu Azerbaycan'a arazileri olan Dağlık Karabağ ve etrafındaki 7 şehre askerî harekât düzenlenmiştir. Ermenistan'ın temel amacı büyük Ermenistan devletinin kurmak olmuştur.



Şekil 6: Azerbaycan Haritası-Dağlık Karabağ

26 Şubat 1992 yılına gelindiğinde Ermeni ordusu gece saatlerinde Hocalı şehrine saldırı düzenlemiş ve Azerbaycanlı sivillere karşı soykırım gerçekleştirmiştir. Soykırım sonucunda Hocalı şehrinde 106 kadın, 424 erkek, 83 çocuk olmak üzere 613 sivil katletmiş, 487 kişi yaralamış ve 150 kişiyi esir almıştır. Ermenistan ordusu tarafından esir alınan 150 Azerbaycanlı sivil hakkında 28 yıldır hiçbir bilgi yoktur. Muhtemelen bu sivil Azerbaycanlılar Ermenistan ordusu tarafından öldürülerek asit ile cesetleri yok edilmiştir ( Birleşmiş Milletler Resmi Sayfası, 2020).

Ermenistan ordusu 1990-1993 yılları arasında Dağlık Karabağ ve etrafında 7 şehri işgal etmiştir. İşgal olunan şehirler:

- ŞUŞA,
- Kelbecer,
- Hocalı,
- Ağdam,
- Gubadlı,
- Zengilan,
- Ağdere,
- Hankendi,
- Hocavent,
- Cebrayıl,
- Fizuli,
- Lâçin.

1993 yılının 30 Nisan tarihinde Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi 822, 853, 874,884 sayılı dört kararname kabul ederek Dağlık Karabağ'ı ve işgal olunan 7 şehrin resmi şekilde Azerbaycan toprağı olduğunu belirtti. Bu kararnamelerde Ermenistan'ın kısa sürede bu işgali durdurarak bu arazileri Azerbaycan'a geri verilmesi gerektiğı belirtildi (ABDURAHMANLI, 2020). 1991-1993 yılları arasında süren 2 yıllık Dağlık Karabağ savaşında 11557 Azerbaycan askeri şehit oldu Dağlık Karabağ bölgesin dahilinde şehirler olmak üzere toplamda 12 şehir Ermenistan ordusu tarafından işgal olundu. Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarının %20'sini işgali sonucunda 1993 yılında iki ülke arasında diplomatik ilişkiler kesilmiştir. 1994 yılında ateşkes kararı alınmış fakat Ermenistan işgal ettiği Dağlık Karabağ ve 7 şehri geri vermemiştir. Ermenistan yönetimi 30 yıla kadar süren bir zamandır BMGK kararnamelerini, Madrid prensiplerini uygulamamaktadır ve uluslararası hukuku hiçe sayarak çiğnemektedir. Ateşkesin sağlandığı 1994 yılından günümüze kadar geçen 26 yıllık sürede Azerbaycan ordusu Kafkasya'nın en güçlü ordularından biri haline gelmiştir. Azerbaycan Cumhuriyeti kısa bir süre içerisinde gerek ekonomik gerekse de askeri lojistik alanında olarak büyük gelişmeler kaydetmiştir. Daha önceleri iki ülke arasında sık-sık sıcak çatışmalar olduğu fakat diğer devletlerin ve Minsk grubuna üye ülkelerin dahil olmasıyla 30 yıldır Ermenistan tarafından işgal edilen Dağlık Karabağ sorunu dondurulmuş haldeydi. İlk büyük çatışma 2016 yılının Nisan ayında başladı. Nitekim 1-5 Nisan olarak tarihe geçen Nisan savaşında Azerbaycan ordusu stratejik öneme sahip "Lele" tepe yüksekliklerini Ermeni işgalinden kurtarmayı başarmıştır (Elvin ABDURAHMANLI, 2020).

Dağlık Karabağ bölgesini işgal ederek 27 yıldır yaşayan Ermeni halkı 2020 yılının 31 Mart tarihinde Dağlık Karabağ'da sözde seçimler düzenleyerek Arayik Harutyunyan isimli şahsı sözde Artash Cumhuriyetinin Cumhurbaşkanı seçtiler. Bu şahıs 2007-2017 senelerinde Dağlık Karabağ Ermeni devletinin sözde Başbakanı görevini yürütmekteydi. İlaveten de belirtmemiz gerekiyor ki, Dağlık Karabağ'da düzenlenen sahte seçimlerin düzenlendiğı tarih olan 31 Mart tarihi Azerbaycan halkı için önemli bir gündür. Nitekim 31 Mart 1918 yılında Ermeniler Azerbaycan'ın Guba, Kusar, Bakü olmak üzere birçok şehirlerinde ve

ilçelerinde katliamlar ve soykırım düzenleyerek halkı gaddarcasına katletmiştir. Resmi rakamlara göre 30 Mart 1918-2 Nisan 1918 tarihleri arasında 12000 sivil soykırım sonucu hayatını kaybetmiştir. 26 Mart 1998 yılında Azerbaycan Cumhuriyetinin Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev'in imzaladığı 1998 yılı 26 Mart kararıyla 31 Mart Azerbaycanlıların Soykırım Günü olarak kabul edilmiş ve o tarihten beri her yıl anım günü hayatını kaybeden vatandaşlar olarak anılmaktadır. Görüldüğü üzere Ermenistan politikacıları tarafından Dağlık Karabağ'da yapılan sözde seçimlerin tarihi bilerek ve isteyerek aynı güne ayarlanmıştır. 31 Mart 2020 yılında seçim sonucuyla Ermenistan özerk Dağlık Karabağ Cumhuriyetini kurduklarını ilan ettiler. 21 Mayıs 2020 tarihinde Ermeniler tarafından yıllardır işgal olunan Şuşa şehrinde Arayik Harutyunyan isimli şahıs sözde Artash Cumhuriyetinin Cumhurbaşkanı olarak yemin töreninde yeminin ardında göreve başladığını duyurdu. 2020 yılının 27 Eylül tarihinde başlayan ve 10 Kasım tarihinde biten İkinci Karabağ savaşı sonucunda Azerbaycan ordusu 44 günlük bir galibiyet ile 27 yıldır işgal olunan Dağlık Karabağ arazilerini geri alarak sorunu bitirmiş oldu. Belirtmemiz gereken önemli bir husus ise seçimlerin yapılmasıyla sözde Cumhuriyet kurulması dahi uluslararası hukuku etkilememiş ve Ermenistan dahil hiçbir devlet tarafından devlet olarak tanınmamıştır.

### **5.Kosova, Kırım ve Dağlık Karabağ'ın Ayrılmalarının Uluslararası Hukukun Tanımı Kurumu Açısından Ele Alınarak Değerlendirilerek Analizi**

Görüldüğü gibi 1989 yılında iki kutuplu Soğuk Savaşı sona ermesiyle yeni devletler ortaya çıkmış ve kendi bağımsızlıklarını kazanmışlardır. Sırbistan Cumhuriyetinin lideri Slobodan Miloseviç'in büyük Sırbistan planı hayaliyle Kosova özerk eyaletinin 1974 yılında kabul edilen Yugoslav Federal Halk Cumhuriyeti Anayasasına aykırı şekilde özerkliğini kaldırarak Sırbistan'a bağlamıştır. 1990 yılından 1998 yılına kadar Sırp milliyetçilik düşünceleri artmış ve Kosova'da ikamet eden Arnavutlara karşı sert muamele yapılmıştır. İlave de belirtmek gerekirse burada ikamet eden hanımlar Sırp Askerleri tarafından işkence ve tecavüze maruz kalmışlardır. AB ve ABD'nin verdiği ultimatom Sırp lider tarafından ret edilince BMGK ve NATO'nun barış gücü ordusu Yugoslavya'nı bombalamıştır. NATO tarihinde bu bir ilk olmuştur. 1999 yılının 29 Mart'ında Kosova BM ve NATO tarafından korunmaya alınmıştır. 2006 yılında BM genel sekreterinin Kosova'nın ayrılması için Kosova ve Sırbistan arasında görüşmeler başlatılması için bir rapor hazırlanması gerektiği belirtildi ve birkaç gün sonra Sırbistan sözde referandum yaparak ayrılma kararını kabul etmediklerini belirttiler. 2008 yılının 17 Şubat Kosova Meclisi bağımsız bir Kosova Cumhuriyeti'nin kurulduğunu ilan etmiştir. Kosova resmen ise BM gözetimi 2012 yılının eylül ayında biterek bağımsız olmuştur. Kosova'yı uluslararası hukukta tanımaya götüren üç aşama aşağıdakilerdir:

1. Yugoslavya'nın parçalanması sonrasında Kosova'nın Yugoslavya'daki üstün Statüsü,
2. Kosova halkına karşı yapılan soykırım, tecavüz, taciz ve insan hakları ihmali,
3. BM'nin Barış gücü desteği

1974 Yugoslav Anayasasına dikkat edilirse Kosova bu çatı altında önemli bir derecede statüye sahip bir ülke olduğu gösterilmiştir.

Kosova halkına karşı yapılan soykırım ve insan hakları suçları sonucunda 2625 sayılı Dostça İlişkiler Bildirisinin 5. ilkesinin 7. paragrafından dayanarak self determinasyon hakkının sistematik halde uygulanması ve insan hakları ihlali halinde ayrılma hakkını ve self determinasyon hakkının ortaya çıkartmaktadır. Kosova halkına karşı yapılan insan hakları ihlali sonucunda ayrılma kararı uygulanması ve

devlet olarak tanınması uluslararası hukukta geçerli kılınmaktadır. İlâveten de BMGK-in 1244 sayılı yerel muhtariyeti altında 9,5 yıl gözetimde kalmış ve devlet statüsü kazanmıştır.

Diğer taraftan ise Kırımın ayrılma süreci sadece kılıfına uydurulmuş bir proje olduğu görülmektedir. Nitekim 2012 yılının Eylül ayında Kosova resmen bağımsız olmuş ve sadece 5 ay sonra 2013 yılında Ukrayna'da AB ile müzakereler Rusya Federasyonunun Ukrayna Hükümetine baskısı altında dondurulmuştur. Buradan bu sonuca varılmaktadır ki, AB Kosova'yı Batıya entegre etmesiyle Rusya'da Kırımı geri alarak karşılık vermiştir. Kırım Yarımadası'nın Ukrayna'sından ayrılması ve Rusya Federasyonu'na katılması, ABD liderliğinde Batı ittifakının NATO ile birlikte Rusya'ya karşı yaptığı hamlelerin sonucudur diye biliriz. Kosova örneğinde BM aykırı her hangi bir addım atılmadan Kosova'nın bağımsızlığı 116 devlet tarafından kabul görülmüştür.

İlhak tanımına bakıldığında zaman iki örnek olan Kosova ve Kırım örneğinde de ilhak söz konusu olmadığı görülmektedir fakat Dağlık Karabağ bölgesinde uluslararası hukuk normlarıyla ve kuruluşların kararnameleleriyle resmi şekilde beyan edilmiş 30 yıllık bir ilhak söz konusu mevcuttur. Çünkü ilhak, uluslararası hukukta bir devletin toprağının bir başka devlet tarafından zorla ele geçirilmesidir ve bu çoğu durumda savaş araçlarıyla ve kalıcı olarak yapılmaktadır. AB Kosova'da hiçbir kurşun atmadan gözetim altında bağımsızlığını verdiği gibi Rusya Federasyonu hiçbir kurşun atmadan referandum sonucu Kırım yarımadasını kendi topraklarına bağlamıştır. Fakat Dağlık Karabağ örneğine dikkat edilirse Ermenistan ordusu 1988 yılından başlayan süreçle 1994 yılına kadar Dağlık Karabağ'da yaşayan Azerbaycan halkının canına malına yönelik saldırı düzenleyerek askeri harekât yapmıştır. Bu durumun ilhak olup olmadığı ile ilgili BM Antlaşması'nın 51. Maddesin açıkça bu durum aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

*BM Güvenlik Kurulu'nun kararıyla her hangi bir saldırıya uğrayan taraf için askeri meşru müdafaa ve üçüncü devletler tarafından acil yardım yetkisinin devreye sokulmasını isteye veya savaş izni isteye bilir.*

Son örneğimiz Dağlık Karabağ'ın ayrılma sürecine dikkat edersek. 1988 yılında Sumgayıt olayları sonucunda Dağlık Karabağ sorununun temeli atıldığı ve 1980 yılından Ermenistan'dan birçok halkın sistematik şekilde bu bölgeye göç ettirildiği görülmektedir. 1988 yılına gelindiğinde Ermenistan SSCB devletinin desteğiyle Dağlık Karabağ sorununun temellerinin atılarak yaratılması ve sözde seçimlerin yapılması ilhakin olduğu görülmektedir. Daha öncede belirttiğimiz gibi ilhak, uluslararası hukukta bir devletin toprağının bir başka devlet tarafından zorla ele geçirilmesidir ve bu çoğu durumda savaş araçlarıyla ve kalıcı olarak yapılması şeklindedir. Batı devletleri ve Rusya Federasyonunun desteğiyle Ermenistan 1991-1993 seneleri arasında Azerbaycan toprak bütünlüğünü bozarak Azerbaycan arazisinin 20%-i teşkil eden Dağlık Karabağ'ı 27 yıllık bir süredir işgal altında tutmuştur.

Azerbaycan Cumhuriyeti BM Antlaşması'nın 51. Maddesi gereğince saldırıya uğrayan taraf olarak BMGK acil toplanmasını istemiş ve acil yardım yetkisinin devreye sokulmasını talep etmiştir. Azerbaycan Cumhuriyetinin isteği üzerine 30 Nisan 1993 tarihinde BMGK tarafından 822, 853, 874, 884 sayılı 4 kararname kabul edilmiş ve Ermenistan tarafından Azerbaycan arazilerinin %20-i işgal olduğu resmi şekilde onaylanmıştır. Azerbaycan Cumhuriyetine bağlı olan Dağlık Karabağ bölgesi Ermenistan'ın sistematik göçüyle bölgedeki nüfusu artırarak ayrılma ilkesinin tek taraflı ayrılma şeklini kullanarak mevcut

hükümete karşı güç kullanmış ve siyasi müzakerelere karşı çıkmıştır. Uluslararası hukukta bu ayrılma şekli sonucu devletin tanınması kabul edilmemektedir. İlaveten de belirtmemiz gereken önemli bir husus ise Ermenistan'ın sözde seçimler düzenlediği bölgede hiçbir Azerbaycanlı yaşamamakta ve sadece tek taraflı bir referandum yapılarak Ermeni Dağlık Karabağ devleti kurulma kararı alınmıştır. İlaveten de belirtilmesi gereken önemli bir husus ise 30 Nisan 1993 BMGK kararlarının alınması Azerbaycan'ın toprakların Ermeniler tarafından işgale uğradığı açıkça kabul edildiği bir yasa olduğu görülmektedir. 2000 yılında BM tarafından kabul edilen Milenyum Deklarasyonu içeriğinde azınlık, etnik, sömürge halinde olan ve farklı devlet tarafından işgale maruz kalan halkların hakları ile ilgili self determinasyon hakkının olduğu belirtilmiştir. Fakat burada görüldüğü gibi Azerbaycan arazileri Ermeni işgaline maruz kalmış ve ilhak edilmiştir.

Uluslararası hukuk normlarına dikkat edilirse BM Antlaşmasının 2 maddesinin 4 fıkrasında kuvvet kullanma yasağının” ihlal edilmesi suretiyle kurulan devletler de tanınmamaktadır şeklinde açıkça belirtilmiştir. Kosova örneğinde Kosova halkına karşı Sırp tarafından insan hakları ihlali yapılmış ve Kosova BM Antlaşmasının 2 maddesinin 4 fıkrasını ihlal etmeden, hiç bir kuvvet kullanmadan ayrılmıştır. Fakat Azerbaycanlılar tarafından Artash Dağlık Karabağ Ermeni devletine karşı bu bölgede hiçbir insan hakları ihlali söz konusu olmadığı görülmektedir İlaveten de Artash Dağlık Karabağ Ermeni devleti BM Antlaşmasının 2 maddesinin 4 fıkrasında kuvvet kullanma yasağının” ihlal edilmesi suretiyle bu bölgede devlet kurmuştur.

#### **SONUÇ**

Sonuç olarak Kırım'da her hangi bir ilhak olsaydı Ukrayna hükümeti BMGK yardım isteye bilir acil toplanma çağrısında bulunabilir. Kırım'da halkın kendi isteğiyle ayrılma kararı alınması ve sonrasında referandumla Rusya Federasyonuna bağlanma isteği hiçbir ilhak durumundan söz konusu değildir. Burada dikkat edilmesi gereken tek nokta BMGK yapısındaki boşlukların olmasıdır. BMGK yapılan referandumu gündemine getirdiği zaman veto yetkisine sahip Rusya kendi lehine kararı sonrası Kırım'da söz hakkına sahip olarak yarımadamı Ukrayna'dan BM'nin kendi kural ve kaideleriyle alarak bir nevi cevap vermiş oldu. Dağlık Karabağ örneğinde ise Ermenistan Dağlık Karabağ'ı işgal ederek sözde devlet kurmaya çalışmış ve Ermenistan dâhil hiçbir devlet tanımamıştır. Ermenistan devleti 1991 yılından Dağlık Karabağ bölgesini ilhak ederek uluslararası hukuku hiçe saymış ve 2020 yılında bu bölgede sahte seçimlerin yapılmasına destek vermiştir. Burada dikkat edilmesi gereken tek nokta BMGK yapısındaki boşlukların olmasıdır. BMGK yapılan Dağlık Karabağ'da yapılan referandum ve sözde seçimleri gündemine getirdiği zaman veto yetkisine sahip ülkelerin kendi politik çıkarları gereğince lehine kararı sonrası Dağlık Karabağ sorunun günümüze kadar sürmesine zemin yaratmış oldu. Azerbaycan askeri harekâtıyla BM 51. Maddesinde belirtilen meşru müdafaa söz hakkına sahip olarak Dağlık Karabağ'ı BM'nin kendi kural ve kaideleriyle alarak bir nevi cevap vermiş oldu. Analizin Kosova örneğinde ise BM-in uluslararası hukuk normlarına aykırı her hangi bir adım atılmadan 29 Mart'1999 yılında Kosova devleti BM ve NATO tarafından korunmaya alınmış 2008 yılının 17 Şubat Kosova Meclisi bağımsız bir Kosova Cumhuriyeti'nin kurulduğunu ilan etmiştir. Kosova'nın tanınması süreci uluslararası hukukta meşru bir hak olarak self determinasyon hakkı kullanılarak kazanılmış bir hak olduğu ve 2000 yılının 6-8 Eylül tarihli BM tarafından

kabul edilen Milenyum Deklarasyonu'nda içeriğinin 2. ve 3. Maddesi gereğince geçerli bir kazanılmış haktır.

## EKLER:



Şekil 4: Anadolu Ajans Kosova Bağımsızlığı süreci

Kaynak: (Anadolu Ajans, 2020)

## KAYNAKÇA

Birleşmiş Milletler Resmi Sayfası. (2020, 12 03). *Birleşmiş Milletler 51. Madde*. <https://legal.un.org/repertory/art51.shtml> adresinden alındı

İlber ORTAYLI . (2013, 04 26). *Kırım*. 05 08, 2020 tarihinde <https://www.atlasdergisi.com/kesfet/kultur/kirim-ilber-ortayli-yazdi.html> adresinden alındı

Milenyum Zirvesi. (2000). *Birleşmiş Milletler Milenyum Zirvesi*. <https://www.un.org/en/development/devagenda/millennium.shtml> adresinden alındı

ABDURAHMANLI, E. (2020, 12 05). *Azerbaycan Askeri Harekatı'nın Uluslararası Hukukta Geçerliği*. Bursa Arena: <https://www.bursaarena.com.tr/azerbaycan-askeri-harekati-nin-uluslararasi-hukukta-gecerligi-makale,5262.html> adresinden alındı

AGAYEV, R. (2020). M. EMİN RESULZADE VE Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti. *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü*, 361.

Al Jazeera Resmi Sayfası. (2013, 12 05). *Ülke profili: Kosova*. 05 09, 2020 tarihinde <http://www.aljazeera.com.tr/ulke-profilu/ulke-profilu-kosova> adresinden alındı

Ali Cura. (2016, 01 01). *AB ile Ukrayna arasında Serbest Ticaret Anlaşması 1 Ocak'ta yürürlüğe girdi. Üzerinde büyük tartışmalar yaşanan anlaşmanın bedeli ise ülkenin doğusunda ne zaman biteceği belli olmayan bir kriz oldu*. 05 09, 2020 tarihinde Anadolu Ajans : <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ukrayna-nin-zorlu-ab-yolculugu/499271> adresinden alındı

Ali Cura. (2019, 01 24). *Eski Ukrayna Devlet Başkanı Viktor Yanukoviç, Rus askeri birliklerini ülkeye çağırdığı gerekçesiyle, "devlete ihanet suçlamasıyla" hakkında açılan davada suçlu bulundu*. 05 08, 2020 tarihinde Anadolu Ajans: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/mahkeme-eski-ukrayna-devlet-baskani-yanukovici-suclu-buldu/1373383> adresinden alındı

Anadolu Ajans. (2020, 02 26). *Kırım'ın ilhaki 6 yıl önce '26 Şubat olayları'*. 05 10, 2020 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/kirim-in-ilhaki-6-yil-once-26-subat-olaylari-ile-basladi/1745243> adresinden alındı

Anadolu Ajans İnternet Sayfası. (2019, 03 21). *Kırım'ın yasa dışı ilhakının üzerinden 5. yıl geçti*. 05 09, 2020 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/kirimin-yasa-disi-ilhakinin-uzerinden-5-yil-gecti/1424745> adresinden alındı

Anderson, G. (2012). Secession in International Law and Relations: What are we talking about. *Loy.La Int'l and Com.L.Rev*, 304.

Azerbaycan Cumhuriyeti Resmi Sayfası. (2020, 11 26). *Azerbaycan Cumhuriyeti Hakkında*, <https://azerbaijan.az/information/106>. <https://azerbaijan.az/information/106> adresinden alındı

BBC News İnternet Sayfası. (2014, 03 18). *Rusya Kırım'ın bağımsızlığını tanıdı*. 05 09, 2020 tarihinde [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/03/140318\\_kirim\\_tanima](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/03/140318_kirim_tanima) adresinden alındı

Bernd Riegert. (2007, 04 18). *AB Kiev'i kaygıyla izliyor*. 05 10, 2020 tarihinde DW İnternet Sayfası: <https://www.dw.com/tr/ab-kievi-kayg%C4%B1yla-izliyor/a-2519417> adresinden alındı

Birleşmiş Milletler Resmi Sitesi. (2020, 12 09). <http://unscr.com/en/resolutions/822> adresinden alındı

DW internet Sayfası. (2019, 01 24). *Ukrayna'dan Yanukoviç'e vatana ihanetten 13 yıl hapis*. 05 09, 2020 tarihinde Dw Made for Minds Avrope: <https://www.dw.com/tr/ukraynadan-yanukovi%C3%A7e-vatana-ihanetten-13-y%C4%B1l-hapis/a-47220871> adresinden alındı

Dzihat Aliju. (2018, 02 17). *Bağımsız' Kosova 10 yaşında*. 05 08, 2020 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bagimsiz-kosova-10-yasinda/1065816> adresinden alındı

Elvin ABDURAHMANLI. (2020, 12 11). *Kafkasya Jeo-Politiginde Azerbaycan'ın Dağlık Karabağ Zaferi*. <https://turkbirligi.com.tr/kafkasya-jeo-politiginde-azerbaycanin-daglik-karabag-zaferi/> adresinden alındı

Elvin ABDURAHMANLI. (2020, 12 11). *Türk Birliği Derneği resmi sitesi-https://turkbirligi.com.tr/kafkasya-jeo-politiginde-azerbaycanin-daglik-karabag-zaferi/*. Dağlık Karabağ: <https://turkbirligi.com.tr/kafkasya-jeo-politiginde-azerbaycanin-daglik-karabag-zaferi/> adresinden alındı

İHH İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Resmi Sayfası. (2020, 05 07). *Kosova*. 05 09, 2020 tarihinde [https://insamer.com/tr/kosova\\_898.html](https://insamer.com/tr/kosova_898.html) adresinden alındı

Kian Badrnejad. (2014, 03 01). *Kırım'ın 'Ruslaşma' süreci*. 05 09, 2020 tarihinde DW İnternet Sayfası: <https://www.dw.com/tr/k%C4%B1r%C4%B1m%C4%B1n-rusla%C5%9Fma-s%C3%BCreci/a-17465870> adresinden alındı

KIRAN, A. (2017). Uluslararası Hukukta Devletleri Tanıma ve Tanıma Teorileri . *Journal of Social Sciences of Muş Alparslan University* , 929-930.

Kosova Cumhurbaşkanı Resmi Sayfası. (2020, 05 08). *Kosova Cumhurbaşkanı Hashim Thaçi - Biyografi*. 05 08, 2020 tarihinde <https://president-ksgov.net/en/biography-92> adresinden alındı

Kosova Haber Ajansı. (2020, 05 08). *AB'den Vizelerin Kaldırılmasını ve Aday Ülke Statüsünün Verilmesini Bekliyoruz*. 05 09, 2020 tarihinde <https://m.kosovahaber.net/?page=2,9,57264> adresinden alındı

Sözcü İnternet Sayfası. (2014, 02 22). *'Yanukoviç Rusya'ya kaçtı'*. 05 09, 2020 tarihinde <https://www.sozcu.com.tr/2014/dunya/yanukovic-rusyaya-kacti-460959/> adresinden alındı

TASAM İnternet Sayfası. (2018, 02 18). *Kosova'nın Bağımsızlığı: Sürecin Tarihsel Analizi*. 05 09, 2020 tarihinde [https://tasam.org/tr-TR/Icerik/800/kosovanin\\_bagimsizligi\\_surecin\\_tarihsel\\_analizi](https://tasam.org/tr-TR/Icerik/800/kosovanin_bagimsizligi_surecin_tarihsel_analizi) adresinden alındı

TAŞDEMİR, F. (2015). ULUSLARARASI HUKUKTA TOPRAK BÜTÜNLÜĞÜ . *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 644-650.

Türkiye Dışişleri BakanlığıResmi Sayfası. (2020, 05 08). *Ülke Künyesi Türkiye-Kosova Siyasi İlişkileri*. 05 08, 2020 tarihinde <http://www.mfa.gov.tr/kosova-kunyesi.tr.mfa> adresinden alındı



Ünsal Aktaş . (2014, 03 04). *Kırım Neresi ve Kırım Türkleri*. 05 09, 2020 tarihinde <https://21yyte.org/tr/merkezler/bolgesel-arastirma-merkezleri/rusya-slav-arastirmalari-merkezi/kirim-neresi-ve-kirim-turkleri> adresinden alındı

Wolfgang Bittner. (2020, 05 08). *Kırım'ın 2014'te Ayrılması bir İlhak mıydı?* . 05 09, 2020 tarihinde Avrupa'nın ABD tarafından Fethedilmesi: <http://politeknik.de/p10470/> adresinden alındı