



Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Akademik İncelemeler Dergisi

Cilt/Volume: 19 | Sayı/Issue: 1
| Yıl/Year: 2024 (Nisan/April)

Journal of Academic Inquiries

ISSN: 1306-7885

E-ISSN: 2602-3016

VOLUME/CİLT: 19 ISSUE/SAYI: 1
E-ISSN: 2602-3016

APRIL/NİSAN 2024
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademikincelemeler>

AKADEMİK İNCELEMELER DERGİSİ



SAKARYA
ÜNİVERSİTESİ

The Owner on Behalf of Sakarya University

Sakarya Üniversitesi Adına İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr. Hamza Al
Sakarya University, Sakarya-Türkiye

Editor in Chief / Baş Editör

Halil İbrahim Balkul
Department of Translation Studies
Sakarya University
Sakarya-Türkiye
hbalkul@sakarya.edu.tr

Editorial Board / Editör Kurulu

Abu Bakarr Bah
Department of Sociology
Northern Illinois University
Northeast Illinois-USA

Luminita Munteanu
Department of Turkish Language and Literature
University of Bucharest
Bucharest-Romania

Djamel Goui
Department of Translation Studies
Language Teaching, Linguistics
University of Ouargla
Ouargla-Algeria

Liudmyla Shulhina
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
National Technical University of Ukraine
Kyiv-Ukraine

Yusuf Acioğlu
Department of Archeology and Art History
Çanakkale Onsekiz Mart University
Çanakkale-Türkiye

Ridvan Kalayci
Department of International Affairs
Sakarya University
Sakarya, Türkiye

Yunus Emre Temiz
Department of Philosophy and Religious Sciences
Inonu University
Malatya-Türkiye

Brisejda Ramaj
Department of Accounting
University of Tirana
Tirana-Albania

Area Editors / Alan Editörleri

Kerim İlker Bulunur
Department of Modern History
Sakarya University
Sakarya-Türkiye

Fatima Gimatdinova
Department of Foreign Languages
Sakarya University of Applied Sciences
Sakarya-Türkiye

Nihal Acar
Department of New Media and
Communications
Sivas Cumhuriyet University
Sivas-Türkiye

Nurullah Selçuk
Department of Urban Sociology and
Community Studies
Adıyaman University
Adıyaman-Türkiye

Mehmet Emin Baynazoğlu
Department of Management
Information Systems
Trakya University
Edirne-Türkiye

Muzaffer Derya Subaşı
Department of Translation and
Interpreting
Dumlupınar University
Kütahya-Türkiye

Ziya Erdiñç
Department of Basic Islamic Sciences
Marmara University
İstanbul-Türkiye

Ayla Avcı
Department of International
Trade and Business
Antalya Belek University
Antalya-Türkiye

Ferdi Selim
Department of Philosophy of Informatics
Sivas Cumhuriyet University
Sivas-Türkiye

Statistics Editor / İstatistik Editörü

Mücahit Aydın
Department of Econometrics, Panel Data Analysis
Sakarya University
Sakarya-Türkiye

Language Editor (English)/ Dil Editörü (İngilizce)

Mert Öner
Department of Labor Economics and Industrial Relations
Labor Psychology
Sakarya University
Sakarya-Türkiye

Language Editor (Turkish)/ Dil Editörü (Türkçe)

Ömer Can Baş
Department of Political Science and Public Administration
Administrative Law
Sakarya University
Sakarya-Türkiye

Technical Editor / Teknik Editör

Ece Ergül
Department of Communication and Media Studies
Communication Technology and Digital Media Studies
Public Relations
Sakarya University
Sakarya-Türkiye

Secretariat / Sekreteryaya

Halil İbrahim Gürgenç
Department of Islamic Studies
Sakarya University
Sakarya-Türkiye

Layout Editor / Mizanpaj Editörü

Mehmet Emin Çolak
Scientific Journals Coordinatorship
Sakarya University
Sakarya-Türkiye
mehmetcolak@sakarya.edu.tr

Yakup Beriş
Scientific Journals Coordinatorship
Sakarya University
Sakarya-Türkiye
yakupberis@sakarya.edu.tr

Indexing



The Belt and
Road Initiative
Reference Source

Contents

Araştırma Makalesi/Research Article

- 1 Onarımdan Sanata: XVIII. Yüzyıl Osmanlı Kitap Sanatlarında Vassale Tekniği
From Repair to Art: Vassale Technique in Ottoman Book Arts in the XVIIIth Century
Neslihan Konyalı 1-22
- 2 Türkiye'deki İletişim Araştırmalarına Güncel Bir Bakış: Bir Bibliyometrik İnceleme ve İçerik Analizi
A Current Overview of the Communication Studies in Türkiye: An Bibliometric Analysis and a Content Analysis
Damla Karşu Cesur, Doğuşcan Göker, Can Bora Gelberi 23-45
- 3 İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih İçin Nazmettiği Methiyesinin Tematik İncelemesi
Thematic Analysis of the Panegyric Composed by Ibn al-Rûmî for 'Abd al-Malik b. Sâlih
Esat Ayyıldız 46-66
- 4 Yeni Medyada Kadın Olmak: Tiktok İçerik Analizi
Being a Woman in New Media: TikTok Content Analysis
Meryem Memiş Doğan 67-80
- 5 Differentiated Integration in the EU Regarding the Migration Crisis: Disputes Between the Member States
Buket Ökten Sipahioğlu 81-92
- 6 Tarih Disiplininde Osmanlı İmparatorluğu Hakkında Yapılan Araştırmaların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi
Bibliometric Analysis of Research on the Ottoman Empire in the Discipline of History Using VOSviewer
Özlem Poyraz 93-118
- 7 Discourse of Foreign Digital Media: Analysis of the 2023 Turkish Presidential Election Coverage
Özden Özlü 119-136
- 8 Ergenlerin Influencer Pazarlama İçeriklerine Yaklaşımları: Bir Okuryazarlık Araştırması
Adolescents' Approaches to Influencer Marketing Content: A Literacy Study
Güliden Özkan, Mehmet Halim Arslan 137-166
- 9 Kapsamı, Yöntemi ve Tarihsel Gelişimi Bağlamında Sınır Sosyolojisi
Border Sociology in the Context of its Scope, Method and Historical Development
Kerem Özbey 167-187
- 10 From Dual Roles to Dynamic Equilibrium: An Overview of Theoretical Perspectives Used in Studies Addressing Work-Life Struggles of Working Mothers
Merve Gerçek 188-203
- 11 China's Assertive Foreign Policy and Global Visions Under Xi Jinping
Zekeriyya Akdağ 204-221
- 12 Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Örneği
Urban Culture and Urban Consciousness: The Example of Erzincan Binali Yıldırım University
Esat İlter 222-243

Discourse of Foreign Digital Media: Analysis of the 2023 Turkish Presidential Election Coverage

Özden Özlü 

¹ Maltepe University, Faculty of
Communication, Public Relations and
Publicity Program, İstanbul, Türkiye,
ozdenozlu@maltepe.edu.tr



Received: 12.12.2023
Accepted: 21.01.2024
Available Online: 07.04.2024

Abstract: This study examines the complex dynamics of communication in the changing field of journalism influenced by the use of media. It specifically focuses on how thoughts and perceptions are expressed in this evolving landscape. Information and communication technologies significantly influence journalism by rapidly disseminating news, updates, and societal impacts. Utilizing critical discourse analysis, the study aims to reveal systematic language usages and uncover latent meanings beyond news texts. Focused on the 2023 Turkish Presidential Election, news texts from four prominent international newslets Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews are analyzed. The comprehensive analysis of international media coverage investigates the interplay of linguistic and thematic choices in shaping narratives. With a dual focus on macro and micro levels of discourse, the study uncovers diverse approaches among foreign media outlets. Each outlet adopts a distinctive thematic approach at the macro level, emphasizing key figures and sociopolitical contexts. Al Jazeera spotlights competition, BBC underscores post-election polarization, CNN focuses on Erdogan's victory, and Euronews provides insights into national challenges. Visual elements, like photographs, contribute significantly to framing events, offering nuanced political messaging. Micro-level analysis explores linguistic choices, syntax, and rhetoric, emphasizing the active voice to underscore leaders' agency. Deliberate use of the passive voice in presenting election results maintains a neutral tone. The way sentences are structured and the cause-and-effect connections help readers understand political developments by providing context. The study underscores the importance of media literacy in decoding political event representations, emphasizing the multifaceted complexities of media discourse.

Keywords: Digital Media, Elections, News Coverage, News Discourse, Foreign Media

Introduction

The role of the media in modern democracies holds significant importance in terms of the proper functioning of elections and the formation of an informed electorate. Media not only provides critical information to the public by observing, analyzing, and interpreting the election processes, but it also influences the public opinion by conveying the messages of political actors (McCombs, 2008). Therefore, the impact of the media on the democratic nature of elections and the political decision-making processes cannot be denied. Media plays a significant role in shaping public perception and attitudes during elections through its comprehensive news coverage and broadcasts. The information, narratives, and framing presented by the media can greatly influence how voters perceive candidates, parties, and key issues.

The events portrayed by the media can influence voter preferences, contribute to the formation of opinions, and even shape the overall political discourse (Rita et al., 2023, 4). Consequently, the activities of the media and the presentation of candidates can have profound effects on decisions made by voters, ultimately impacting election outcomes. Using certain analysis methods is beneficial in understanding how the media reflects the election process, how news affects political campaigns, candidates, and

parties, how the media can influence public opinions, and the importance of employing these methods to comprehend the democratic nature of elections.

In this context, the study aims to investigate how significant political events, such as the 2023 Turkish Election, are reflected in the international media and how the media's perception management influences both foreign and Turkish public opinion. To achieve this, Teun van Dijk (1983)'s discourse analysis, which aims to understand how texts operate within social, cultural, and political contexts, has been employed. This analysis method is used to comprehend the power and influence of language, to understand how messages are constructed, and how perception is managed. Discourse analysis helps in understanding the internal composition of texts, the connections between texts, and the societal consequences of texts (Aydın-Düzgit & Rumelili, 2019, 293). In this study, discourse analysis has been utilized to accurately understand the role of media on public opinion in elections. Thus, the study attempts to uncover the meanings and messages underlying the language, expressions, and symbols used in election news, as well as the emphasis and framing within the news. By examining these aspects, it seeks to reveal how the media attempts to present certain events.

The 2023 Turkish Presidential Election is an election that took place in the first round on May 14, 2023, and in the second round on May 28, 2023, to determine the President of Türkiye. Due to President Erdogan's candidacy for the third time in the presidential system, these elections were not only being closely followed nationwide in Türkiye, but also with curiosity around the world. In the 2023 Turkish Presidential Election, in order to increase their vote percentages, certain political parties formed two separate alliances by uniting: The People's Alliance and the Nation Alliance. The AK Party, which is the leading party, formed the People's Alliance with the MHP, BBP, New Welfare Party, and HUDA PAR, while the Nation Alliance consisted of the main opposition party CHP along with İYİ Party, SP, GP, DEVA, and DP (See Table 1). In addition, the Homeland Party participated in the election, along with an independent candidate (See Table 2). However, the candidate of the Homeland Party, Muharrem İnce, withdrew from the race three days prior to the election. In the first round of the election held on May 14, 2023, the presidential candidates were as shown in Table 2. Following the first round, none of the three candidates managed to secure a majority, leading to the election advancing to the second round on May 28, 2023. The second round took place between Recep Tayyip Erdoğan and Kemal Kilicdaroglu, with Erdoğan emerging as the victor, as the two candidates received the highest number of votes. Sinan Ogan announced his support for the People's Alliance in the second-round election.

Table 1

The Alliances Formed in the 2023 Turkish Presidential Election

The People's Alliance	Justice and Development Party (AK Party), Nationalist Movement Party (MHP), Great Unity Party (BBP), New Welfare Party, Free Cause Party (HUDA PAR)
The Nation Alliance	Republican People's Party (CHP), Good Party (İYİ Party), Felicity Party (SP), Future Party (GP), Democracy and Progress Party (DEVA), Democratic Party (DP)

Source: (2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi, 2023)

Table 2*The Candidates of the 2023 Turkish Presidential Election (The First Round)*

Party/Alliance	Candidate
The People's Alliance	Recep Tayyip Erdogan
The Nation Alliance	Kemal Kilicdaroglu
The Homeland Party	Muharrem Ince
The Independent Candidate	Sinan Ogan

Source: (2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi, 2023)

Several studies have been carried out concerning previous elections in Türkiye (Sine-Nazlı & Kalafat-Çat, 2019; Tauscher, Erdogdu & Korkmaz, 2019; Güneş, 2018). However, no national or international articles have been identified that address the 2023 Turkish Presidential Election and their outcomes. The elections, located in a geopolitically significant region, have been closely monitored both domestically and internationally. In this context, conducting a critical analysis of the discourse constructed in the foreign media regarding the two-round Presidential Election held on May 14 and May 28, 2023, holds significance as a subject of investigation. Since there have been no previous instances of a two-round Presidential election in Türkiye, this study has substantial importance.

1. Scope and Purpose of the Study

Within the scope of this study, the news about the 2023 Turkish Presidential Election published by the e-newspapers of four important news agencies on a global basis were examined by critical discourse analysis. The study aims to elucidate how these selected news agencies from different countries discuss the presidential candidates, the election results, and the reactions of both the Turkish public and other countries' populations.

2. Study Design and Problem

According to van Dijk (2015, 352), Critical Discourse Analysis is a research approach that focuses on exploring how text and speech in social and political contexts are utilized to carry out, sustain, or challenge acts of social power abuse, dominance, and inequality. Dijk (1985), furthermore, establishes news analyses in written news texts upon thematic and schematic structures where micro and macro structures are significant. Thematic structures involve a hierarchical framework. This hierarchical structure includes elements such as the main headline, sub-subheadings, captions, and lead paragraphs, where the chain of stories and events follows each other in a hierarchical manner within news narratives. Micro structures encompass journalists, demonstrators, and minorities, while various institutions and organizations that are interrelated with these micro structures also constitute macro structures (Sözen, 2017, 128).

In this context, news articles containing the election results from the e-newspapers of the news agencies, selected as samples, after the first round of the 2023 Turkish Presidential Election held on May 14, 2023, and after the second round held on May 28, 2023, have been analyzed within the framework of the discourse analysis method. The article seeks to answer the question of how the e-newspapers comprising the sample developed discourse regarding the two-round 2023 Turkish Presidential Election, the presidential candidates, and the election results.

3. Limitations of the Study

The 2023 Turkish Presidential Election were held on May 14, 2023. Nevertheless, since none of the three candidates obtained an adequate majority in the first round, the election advanced to a second round on May 28. Therefore, the research is limited to the news coverage of the sample e-newspapers about the

election results immediately after the first round of the election on May 14, 2023, and the election result reports right after the second round on May 28, 2023.

4. Method

The study's methodology encompasses the study's population and sample, as well as the processes of data collection and data analysis.

4.1. Population and sample

The research encompasses the global foreign media as its universe. However, due to the impractical scope of investigating the entire universe within this study, a purposive sampling approach has been employed. Therefore, four internationally recognized news agencies based in countries occupying significant and diverse geographical regions, and maintaining close relations with Türkiye, have been selected. The study's sample group consists of election news coverage from Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews — four renowned news agencies representing four distinct countries (See Table 3). These news agencies published the election news following the announcement of the results of the two-round 2023 Turkish Presidential Election on May 14 and 28, 2023. Additionally, the analysis aims to explore the roles these prominent global media platforms play, the emphasis they place, and the perspectives they offer in their coverage of the election process.

Table 3

The Sample Group of the Study

	News Agency	Country	Established in	Broadcast Languages
1	Al Jazeera ¹	Qatar	1996	2
2	BBC ²	The United Kingdom	1922	41
3	CNN ³	The United States	1980	17
4	Euronews ⁴	Headquartered in France	1993	14

4.2. Data collection and analysis

According to Karasar (2016, 248), because the initial data collection yielded somewhat unintelligible results, the research should incorporate details about the data collection methods employed, as well as the techniques applied for data analysis and interpretation. In this study, an examination has been conducted on the web content related to the 2023 Turkish Presidential Election, specifically the coverage published by Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews on their websites after the two-round elections held on May 14 and May 28, 2023. This analysis involves employing both web content analysis (Web Content Analysis; WebCA) and discourse analysis, both of which are qualitative research methodologies. Discourse analysis, encompassing an all-encompassing comprehension of communication incorporating interpretive perspectives like hermeneutics and humanities, provides insights into the dynamics of knowledge, power, politics, and ideological interactions (Bell, 2011). This is achieved by addressing inquiries about how individuals express themselves, engage in listening or silence, and partake in reading or writing (Luo, 2019). Whenever there is a requirement for the interpretation and elucidation of new data, shorter texts become particularly fitting for the application of discourse analysis. This method is especially adept at dissecting brief texts and dialogues. Within the realm of discourse analysis, the data primarily consists of the researcher's explications (Gökçe, 2006, 44). Through discourse analysis, the research reveals how the coverage of the elections is presented in

¹ Al Jazeera (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 14, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/Al_Jazeera

² BBC (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 16, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/BBC_World_Service

³ CNN (n.d.). About CNN International. *CNN International*. Retrieved August 16, 2023, from <https://bit.ly/3QGHsG8>

⁴ Euronews (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 9, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Euronews>

the e-newspapers of the four sample news agencies, which feature election news in their agendas within a day or two after the two-round elections.

5. Findings

Newspaper articles have been examined at macro and micro levels in accordance with Özer's (2022, 44) adaptation of Teun A. van Dijk's (1983; 1988; 1991) critical discourse analysis model (See Table 4). Thematic and schematic analyses have been conducted within the macro structure. Thematic analysis encompasses sections such as news headlines, introductions, highlights, and photographs, while schematic analysis focuses on the presentation of the main event, conclusions, and commentary. At the micro level, syntactic analysis, regional coherence, word choices, and rhetorical analyses have been utilized. Syntactic analysis has been carried out by analyzing the sentence structures. The examination of word choices in the news texts has revealed the beliefs and political opinions of social actors. One of the micro-level analyses, regional coherence analysis, involves efforts to uncover causal, functional, and referential relationships established between consecutive sentences in news texts.

Table 4

Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis Model

A) Macro Level Analysis		
1. Thematic Analysis	a) Headline/s	
	b) News Lead	1. Subheading/s 2. When there is no subheading, the first paragraph of the news article should be taken. If the news consists of a single paragraph, the first sentence can be used as the news lead.
2. Schematic Analysis	c) Photograph	
	a) Situation	1. Presentation of the Main Event 2. Results 3. Background Information (Including Previous Events) 4. Contextual Information
	b) Commentary	1. New Sources 2. Comments from Involved Parties
B) Micro Level Analysis		
1. Syntactic Analysis	a) Whether sentence structures are active or passive	
	b) Whether sentence structures are simple or complex	
2. Local Coherence	a) Casual relationships	
	b) Functional relationships	
	c) Referential relationships	
3. Word Choices		
4. News Rhetoric	a) Photograph	
	b) Credible information	
	c) Testimonies of eyewitnesses	

5.1. Critical discourse analysis of news

The discourse analysis has been applied to the election result news published in the e-newspapers of the media agencies Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews, which were identified as the sample. This analysis covers the news published in the issues following the first round on May 14, 2023, and the second round on May 28, 2023. The analysis has been conducted within the framework of critical discourse analysis at the fundamental discourse level.

5.1.1. Macro level analysis

The news texts analyzed in terms of macro propositions in Table 4 are structured by forming a set of themes and considering macro rules. Within the macro structure, the sub-elements of the thematic and schematic main structures include elements such as headlines, news leads, highlights, and photographs. Later in the commentary, the main event, results, background information, and contextual details are

explained, and news sources and comments from the parties involved in the event are examined within the macro structure.

5.1.1.1. Thematic analysis of round one: Headlines, news leads and photographs

Below is an analysis composed of the headlines and news leads related to the 2023 Turkish Presidential Election news published by the sample e-newspapers prior to the first round of the election, as provided in Table 5. These headlines offer diverse international perspectives on the election results and process. Each headline and news lead reflects the priorities and interpretations of the respective news sources regarding the election. The analysis of these headlines and news leads will contribute to a better understanding of the election outcomes, expectations before the second round of the election, and the international reverberations. On the other hand, photographs are carefully chosen to complement and reinforce the themes present in the news texts. They are not only visual aids but also powerful tools that contribute to conveying the intended message effectively. By selecting specific images, news outlets can enhance the impact of their coverage and create a more comprehensive understanding of the subject matter. This study examines digitally produced newspapers. In digital newspapers, visuals that offer new perspectives are fewer in number compared to print media (Guallar, 2011, 394). In these types of newspapers, texts are shorter, and instead of lengthy articles, there is a focus on incorporating multimedia content with concise and direct narratives (Thurman & Lupton, 2008).

Table 5

Headlines and News Leads Appeared in the Sample E-Newspapers after the First Round of the 2023 Turkish Presidential Election

E-newspaper	Date	a) Headlines and b) News Leads
Al Jazeera⁵ (First Round)	May 15, 2023	a) "What's a run-off? All to know about Türkiye election results" b) "This is the first time Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate"
BBC⁶ (First Round)	May 15, 2023	a) "Türkiye's presidential race to be decided in run-off" b) "Türkiye's powerful president, Recep Tayyip Erdogan, will go head to head with his opposition rival in a run-off vote, the supreme election council has confirmed"
CNN⁷ (First Round)	May 14, 2023	a) "Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections" b) "Türkiye's fiercely contested presidential election appears likely to go to a second round after President Recep Tayyip Erdogan failed to secure 50% of votes cast to decisively extend his 20-year rule"
Euronews⁸ (First Round)	May 15, 2023	a) "Turkish election: Five things we learned from the vote" b) "From positions of power to kingmakers, the parties that did well, and the politicians fighting for survival in the second round of voting at the end of the month"

Upon reviewing the headlines related to the first round results presented in Table 5, it becomes apparent that they all have a common theme, centering around the 2023 Turkish Presidential Election and the concept of a "run-off" election. These headlines all delve into the scenario where a second round of voting is required due to the absence of a clear majority winner in the first round. This recurring

⁵ What's a run-off? All to know about Türkiye election results. (2023, 15 May). *Al Jazeera*. Retrieved September 5, 2023, from <https://bit.ly/44hVD7D>

⁶ Kirby, P. (2023, May 15). Türkiye's presidential race to be decided in run-off. *BBC*. Retrieved September 5, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65600585>

⁷ Qiblawi, T., Karadsheh, J. & Tuysuz, G. (2023, May 15). Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections. *CNN*. Retrieved September 6, 2023, from <https://bit.ly/3P69VUG>

⁸ Turkish election: Five things we learned from the vote (2023, May 15). *Euronews*. Retrieved September 6, 2023, from <https://bit.ly/3YHGCL6>

theme unites them in their coverage. When examined for similarities, the headlines all point out the Turkish presidential election and the participation in a “run-off” or second round of voting. They collectively suggest that the initial round did not yield a definitive winner. The headlines underscore the significance of the “run-off” round in determining the election's outcome.

However, there are differences among the headlines in terms of the details they emphasize and the angles they take. Al Jazeera focuses on explaining the concept of a run-off election and understanding the election results. BBC highlights that the presidential race's final result will be determined through the run-off. CNN, on the other hand, emphasizes Erdogan's involvement and the close nature of the election, suggesting a competitive scenario leading to a run-off. Euronews concentrates on the insights gained from the election, likely discussing broader takeaways beyond just the need for a run-off.

Upon examining the headlines in a metaphorical context, Al Jazeera's “What’s a run-off?” headline implies that the election did not lead to the election of a president, suggesting instead that the election advanced to a second round. The BBC's headline, “Türkiye's presidential race to be decided in run-off”, employs the phrase “to be decided” in a potential metaphorical manner to convey result uncertainty and the potential resolution in the run-off round. CNN's “Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections” employs “knife-edge elections” to possibly metaphorically emphasize the closely contested and uncertain nature of the results. Euronews's phrase, “Turkish election: Five things we learned from the vote”, likely carries a metaphorical undertone while indicating broader insights gleaned from the election. These underlying metaphors contribute to highlighting the unique tone and meaning inherent in each headline.

The news leads of the first-round election, as reported in the e-newspapers shown in Table 5, provide different perspectives on Türkiye's presidential election. Al Jazeera's news lead states, “This is the first time Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate”. Al Jazeera's report highlights the historical significance of the election, as it marks the first time President Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate. It underscores the unique nature of this situation, emphasizing the electoral challenge Erdogan is now confronting. The BBC's news lead “Türkiye's powerful president, Recep Tayyip Erdogan, will go head to head with his opposition rival in a run-off vote, the supreme election council has confirmed” centers on President Erdogan's influential position in Turkish politics. It also confirms the official announcement of a run-off vote against his opposition rival by the supreme election council. The news lead underscores the tremendous significance of this election for Erdogan and its potential impact on his political future. CNN's news lead “Türkiye's fiercely contested presidential election appears likely to go to a second round after President Recep Tayyip Erdogan failed to secure 50% of votes cast to decisively extend his 20-year rule” emphasizes the intense competition in the presidential election, with the likelihood of a second round. It mentions Erdogan's failure to secure 50% of the votes, suggesting the possibility of a shifting political landscape after his two decades in power. Euronews with its news lead “From positions of power to kingmakers, the parties that did well, and the politicians fighting for survival in the second round of voting at the end of the month” adopts a broader perspective, moving beyond the candidates themselves. It focuses on the parties and politicians participating in the upcoming second round of voting at the end of the month. The report suggests that the election has created opportunities for some and challenges for others, potentially resulting in a reshaped political landscape. Each news lead provides a unique angle on the same event, offering varying levels of detail and context. Al Jazeera and BBC focus on Erdogan's position and the run-off confirmation, while CNN delves into the competitive nature of the election, and Euronews looks at the broader political implications beyond just the candidates.

All four newspapers have utilized visual elements alongside news articles both after the first round and after the second round election. When analyzing images related to the news published by newspapers after the first round of the election, the following assumptions can be drawn: Newspapers reporting on

the first-round election results have shared photographs related to their headlines. Al Jazeera, BBC, and CNN have included visuals of Erdogan in their coverage. In the visuals from Al Jazeera and BBC, there are groups of women supporting Erdogan. In both images, women are actively using their mobile phones, capturing pictures or videos of their pro-Erdogan demonstrations. CNN Türkiye has featured an image that juxtaposes Erdogan with the journalist Christiane Amanpour, who is evaluating Erdogan. In this image, Erdogan is seen giving a speech during an election campaign, with an aggressive facial expression that draws attention. Euronews, in its visual, has depicted the front pages of some Turkish newspapers that are visibly displayed for sale in a kiosk. Unlike the other outlets, Euronews did not feature any specific candidate in its visual coverage.

5.1.1.2. Thematic analysis of round two: Headlines, news leads and photographs

In this section, the headlines of the news articles published by the sample e-newspapers have been examined, regarding the 2023 Turkish Presidential Election after the second round. Newspaper headlines serve as tools for maximizing relevance, meticulously crafted to ensure that their stories align closely with the interests and needs of their readers and provide an effective way to convey essential information to readers before they even read an article (Sperber & Wilson, 1986). The headlines of the sample e-newspapers, following the second round of the election, offer a quick overview of the election results and the significance of the event. They serve as a concise introduction, giving readers a glimpse into the outcomes and importance of the election. Table 6 displays the headlines and news leads published by these newspapers immediately after the second round of the election. In the thematic analysis of the second round of the election on May 28, 2023, the headlines, the news leads and the photographs published in the sample e-newspapers have been interpreted.

Tablo 6

Headlines and News Leads Appeared in the Sample E-Newspapers after the Second Round of the 2023 Turkish Presidential Election

E-newspaper	Date	a) Headlines and b) News Leads
Al Jazeera⁹ (Second Round)	May 29, 2023	a) "Five key takeaways from Türkiye's pivotal election" b) "Erdogan a political survivor, Kurds put off by nationalist rhetoric and other reflections"
BBC¹⁰ (Second Round)	May 29, 2023	a) "Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided" b) "Recep Tayyip Erdogan's supporters are celebrating after Türkiye's long-time president won Sunday's vote, securing another five years in power"
CNN¹¹ (Second Round)	May 29, 2023	a) "Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade" b) "President Recep Tayyip Erdogan has won Türkiye's presidential election, defeating opposition leader Kemal Kilicdaroglu in Sunday's runoff vote and stretching his rule into a third decade"
Euronews¹² (Second Round)	May 28, 2023	a) "Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided" b) "Türkiye's president defeated secular challenger Kemal Kilicdaroglu in the second round of voting on Sunday"

⁹ Al Jazeera Staff (2023, May 29). Five key takeaways from Türkiye's pivotal election. *Al Jazeera*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3E56Duk>

¹⁰ Kirby, P. & Goksedef, E. (2023, May 29). Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided. *BBC*. Retrieved September 8, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65743031>

¹¹ Tuysuz, G., Gezer, Y. & Qiblawi, T. (2023, May 29). Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade. *CNN*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/44jZhho>

¹² Askew, J. (2023, May 30). Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided. *Euronews*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3QP8Ku4>

As seen in Table 6, the e-newspapers published news about the 2023 Turkish Presidential Election results soon after it was over. While Euronews reported the results immediately after the election concluded, Al Jazeera, BBC, and CNN covered the election on May 29, 2023. Al Jazeera's headline, "Five key takeaways from Türkiye's pivotal election", suggests that the election is a pivotal moment for Türkiye, and Al Jazeera aims to present five essential takeaways from this election, emphasizing a focus on the key outcomes of the news. The BBC's headline, "Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided", states that Erdogan's election victory has left Türkiye divided. This headline highlights how the election results reflect different opinions and reactions within the country. CNN's headline, "Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade", emphasizes that Erdogan has won the Turkish election, extending his rule for a third decade in Türkiye. This headline highlights Erdogan's long-lasting leadership. Euronews headline, "Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided" indicates that Erdogan's victory in the Turkish presidential election has left the country divided. This headline underscores how the election results have affected the unity and cohesion of the nation.

All headlines mention Erdogan's victory in the election as a central theme. Each headline indicates a degree of division or polarization within Türkiye as a result of the election. All headlines touch upon Erdogan's victory and the division in Türkiye; however, they differ in their primary focus, tone, and level of detail. While they all touch on Erdogan's victory and the division, the headlines differ in their primary focus. Al Jazeera emphasizes key takeaways, BBC focuses on the divisive aspect, CNN highlights the extension of Erdogan's rule, and Euronews underscores the polarization. The headlines vary in tone, with some being more neutral (Al Jazeera and CNN) and others carrying a more explicit tone (BBC and Euronews) in portraying the division in Türkiye. Al Jazeera's headline suggests a more in-depth analysis with 'five key takeaways,' while the others provide briefer summaries of the situation.

On the other hand, these headlines employ metaphorical language to provide a symbolic perspective on the 2023 Turkish Presidential Election. Al Jazeera's "Five key takeaways from Türkiye's pivotal election" portrays the election as a door to an important room, offering readers essential insights as keys to unlock a deeper understanding. The BBC's "Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided" likens the election to a bridge that, despite its unifying potential, has resulted in a divisive aftermath. CNN's "Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade" metaphorically extends Erdogan's rule as a long journey, with each election serving as a milestone. Euronews's "Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided" envisions the election as a critical decision point for the nation, yet Erdogan's victory has left the nation as a puzzle with missing pieces, fostering division and uncertainty. In a metaphorical context, this headline envisions the election as a decision point for the nation. Erdogan's win, however, has left the nation as a puzzle with missing pieces, causing division and uncertainty.

In this section, a thorough analysis of the news leads for the second round is conducted, as they have been presented in Table 6. These news leads from Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews offer valuable insights into the evolving dynamics and significance of the 2023 Turkish presidential election, providing a multifaceted view of this pivotal moment. Al Jazeera's news lead, 'Erdogan a political survivor, Kurds put off by nationalist rhetoric and other reflections,' highlights Erdogan's resilient political career. It suggests his ability to overcome challenges and its potential negative impact on relations with the Kurdish population in Türkiye, indicating possible disapproval within the Kurdish community. The BBC news lead states that Erdogan's supporters are celebrating his victory in Sunday's vote, securing his presidency for another five years, highlighting the significance of his win and the joy among his supporters. CNN reports Erdogan's victory in Türkiye's presidential election, defeating opposition leader Kilicdaroglu in Sunday's runoff, extending his rule into a third decade. Euronews' news lead states that Türkiye's president defeated his secular challenger, Kemal Kilicdaroglu, in the second round of voting on Sunday. This summarizes the president's election victory and the outcome of the second round

succinctly. In sum, these news leads collectively underscore the intricacies and significance of this electoral juncture in Türkiye's political arena.

In this section, the images found just beneath the headlines of four sample e-newspapers have been examined in the reporting of the results of the second round of the election. The description of the image beneath the headline in Al Jazeera's e-newspaper suggests that supporters of the AK Party are celebrating their victory in the 2023 Turkish Presidential Election. These supporters can be seen outside the AK Party office in Istanbul, proudly waving Turkish flags and carrying torches. Many are using their mobile phones to capture photos and videos of the celebration. Additionally, it's noted that some individuals are making a hand gesture symbolizing nationalism, known as the wolf sign of the MHP supporters. The caption below the image indicates that the celebration is taking place after the AK Party's victory in the run-off election, and it specifies that these individuals are supporters of President Erdogan. This overall description provides insight into the atmosphere and reactions surrounding the election results, suggesting a jubilant mood among AK Party supporters.

In the BBC's election results coverage on May 29th, two screenshots from videos are shared beneath the description of Erdogan's victory speech, labeled as "Erdogan victory speech: Today nobody has lost". The second image screenshot was taken from a video of the opposition party leader Kilicdaroglu giving a speech, accompanied by the caption "Kilicdaroglu gives fiery speech after Erdogan claims victory". These images capture the Turkish public's reaction to the election results. In the first picture, Recep Tayyip Erdogan is seen wearing a navy blue suit, a white shirt, and a navy blue patterned tie, projecting a formal and serious appearance. He is delivering a post-election victory speech to the public at a podium adorned with the Presidential seal in the Presidential Palace. His right hand is slightly raised, with his index and middle fingers touching, suggesting that he is likely conveying an important statement or emphasizing a message. This gives the impression of a strong and resolute leader during his speech. In the other picture, Kemal Kilicdaroglu is seen delivering a post-election speech. He is dressed in a black suit with a white shirt and a red tie, with a Turkish flag pin on his lapel. His face carries a somber expression, and he holds papers containing his speech in his hands. Kilicdaroglu's appearance and demeanor seem to reflect the stance and emotional state of a candidate who has lost the election. While dressed sharply in a black suit, white shirt, and a red tie, the Turkish flag pin on his lapel emphasizes his respect and commitment to the national symbol. The somber expression on his face suggests that the election result may not have been as expected or as desired. Holding the papers containing his speech indicates his intention to deliver a prepared and contemplative statement. This reflects his aim to convey an emotional and serious message while addressing the election results and his supporters. This picture captures emotionally charged moments in the post-election political atmosphere, reflecting the process of a political leader dealing with a setback and responding emotionally to supporters. In the last picture, it shows the Presidential Palace where Erdogan delivered his victory speech, while the crowd celebrates the victory with great enthusiasm. In one touching moment, a father is pictured carrying his daughter on his shoulders, with the girl holding a flag, creating a heartwarming and emotional scene. This image portrays a sense of unity and shared celebration among families and individuals in attendance. The caption below the image reads, "Supporters gathered outside the palace from all over Ankara to hear Mr. Erdogan".

The picture shown under the headline of CNN e-newspaper following the 2023 Turkish Presidential Election holds significant importance as the person depicted in the image is none other than the then-incumbent President of that time, Erdogan, who also ran as a candidate in the 2023 elections. His choice of a black suit and white shirt conveys a formal and serious demeanor. The presence of the Turkish flag and the Presidential seal in the background confirms that this image was taken in the Presidential office. The wedding ring on his right hand appears as a personal touch, possibly hinting at a more personal aspect of the interview or message being conveyed. Raising his right hand to shoulder level and moving his index and middle fingers while giving the interview likely serves to emphasize an important

statement or message. The second picture captures a jubilant individual, presumably an AK Party supporter, with a beaming smile and outstretched arms. In the background, Turkish flags and AK Party banners are visible, emphasizing the person's dedication and happiness. The caption beneath the image mentions that Sehat Pak, an individual, stated that Muslims should celebrate Erdogan's victory. This image illustrates diverse emotional responses to the election results and how people passionately celebrate their political leaders and parties.

The picture displayed under the headline of Euronews portrays Recep Tayyip Erdogan and contains significant symbols. Erdogan is seen wearing a black suit, a white shirt, and a predominantly blue tie in the picture, indicating a formal and serious demeanor. The background features the Presidential seal and two Turkish flags, underscoring his role as the President. The most prominent detail is Erdogan's use of the "R4BIA" sign with both hands. Initially used to protest the 2013 Egyptian military coup by supporters of Egypt's elected president, Mohammed Morsi, and the Muslim Brotherhood, Erdogan has also employed it to convey the message of "One Nation, One Flag, One Homeland, One State" (Presidency of the Republic of Türkiye, 2017). This symbol reflects the unity of Erdogan and his supporters and conveys a specific political message. Additionally, the use of this symbol is significant for interpreting political events and movements on the international stage, representing a particular situation or viewpoint in Turkish politics.

5.1.1.3. Schematic analysis of the Two-Round election

At the macro structural level, the next step in the critical discourse analysis model involves the schematic structure. Within this schematic stage, news articles are analyzed in terms of how they present the main event, its outcomes, background information, and the context. This section examines news texts within the framework of the narrative pattern. It assesses whether the information provided in the text is comprehensive. Moreover, it evaluates how the main event is portrayed in the news and determines the conclusions drawn. Following this, the analysis shifts its focus towards the social and political aspects of the events (Güneş, 2018).

All four newspapers are presenting the main event in the introductions of their news articles regarding the results of the 2023 Turkish Presidential Election's first and second rounds. Elections hold a significant place in society, and the presentation of the main events in newspapers helps us understand the political developments and election results in Türkiye. Contextual information is structural and historical, reflecting the social and political aspects of events (Özer, 2022). In Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews, it has been observed that discourses have been made regarding the reasons for the elections. In terms of contextual information, all four newspapers focus on election results, the performance of candidates, and the upcoming second-round election in their texts.

Here are some examples from all four newspapers about the first round election results. 1) About the results of the elections: "With 99 percent of domestic ballot boxes counted, Erdogan had 49.92 percent of votes, with Kilicdaroglu trailing closely with 44.95 percent of votes" (Al Jazeera), "Mr Erdogan led the first round with 49.51% of the vote, its chairman said" (BBC), "With 97.95% of votes counted, state-run Anadolu news agency reported Erdogan had 49.34% of votes, compared to 44.99% for his main opponent, Kemal Kilicdaroglu – meaning neither could claim an outright win" (CNN), "This is the first presidential election where Erdogan hasn't won in the first round. That's already a shock for the Turkish political system" (Euronews).

2) About the performance of candidates: "Some people find it surprising, but he (Erdogan) apparently delivered what they expected of him and promises that he will deliver even better in the aftermath of the election..." (Al Jazeera), "Mr Erdogan has been in power in Türkiye for more than 20 years, first as prime minister and then as president..." (BBC), "Kilicdaroglu, a mild mannered 74-year-old former bureaucrat, has promised to fix Türkiye's faltering economy and restore democratic institutions

compromised by a slide to authoritarianism during Erdogan's tenure" (CNN), "Kilicdaroglu, the leader of the Republican People's Party (CHP), said he was certain of a second-round victory, but Sunday's results indicate he could struggle to attract enough votes even though he was the candidate of the six-party Nation Alliance" (Euronews).

3) About the upcoming second-round election: "A run-off vote is a second round of voting that takes place when no candidate receives more than half of the presidential vote" (Al Jazeera), "A second round will go ahead on 28 May, with Mr Erdogan the clear favourite" (BBC), "If our nation says second round, we gladly accept it. We will absolutely win this election in the second round. Everyone will see that," he (Kilicdaroglu) said, of the runoff, slated for May 28" (CNN), "Supporters of both leading candidates wasted no time in launching their campaign for votes in the second round election on 28 May" (Euronews).

Here are some examples from all four newspapers about the second round election results. The sentence from Al Jazeera, "Erdogan received 52.2 percent of votes in the second round of the presidential election on Sunday, beating his rival Kemal Kilicdaroglu, who won 47.8 percent, according to preliminary results", discusses the election results and the performance of the candidates in the second round. The sentence from BBC, "President Erdogan ended with just over 52% of the vote, based on near-complete unofficial results. Almost half the electorate in this deeply polarized country did not back his authoritarian vision of Türkiye", provides information about the election results, the performance of President Erdogan. Here is a sentence from CNN that discusses election results and the performance of candidates: "With 99.43% of the votes counted, preliminary official results announced by Türkiye's Supreme Election Council (YSK) on Sunday showed Erdogan winning with 52.14% of the votes. Kilicdaroglu received 47.86%". "He defeated rival Kemal Kilicdaroglu in the second round of voting, after coming just short of an outright victory first time around on 14 May". This sentence from Euronews provides information about the election results and the performance of President Erdogan and opposition leader Kemal Kilicdaroglu.

5.1.2. Micro level analysis

The micro structure analysis of the news texts involves syntactic analysis, regional coherence, word choices, and analysis of news rhetoric. In the syntactic analysis part, the active or passive and simple or complex structures of sentences are examined, while in the regional coherence part, the connections between sentences presented in the news texts, causal relationships, coherence, and complementary features are identified.

5.1.2.1. Syntactic analysis

In the four sample e-newspapers, it has been observed that sentences related to leaders/candidates are in the active voice, whereas sentences related to the election results are in the passive voice. In this context, here are sample sentences from the news articles that contain first-round election results:

Sentences related to leaders/candidates (Active voice):

- Al Jazeera - "Despite all of his lies and attacks, Erdogan did not receive the desired outcome," said Kilicdaroglu (Round 1). "All the means of the state were mobilized for one political party and laid at the feet of one man," the Republican People's Party (CHP) leader said (Round 2).
- BBC - "we (CHP) will absolutely win in the second round" (Kilicdaroglu's statement) (Round 1). "The entire nation of 85 million won," he (Erdogan) told cheering crowds outside his enormous palace on the edge of Ankara (Round 2).
- CNN - "If our nation says second round, we gladly accept it. We will absolutely win this election in the second round. Everyone will see that," he (Kilicdaroglu) said, of the runoff, slated for May 28 (Round

1). “We are not the only winners; the winner is Türkiye. The winner is all parts of our society, our democracy is the winner,” Erdogan said. (Round 2).

- Euronews - “We have no doubt that the preference of our nation, which gave the majority in parliament to the People’s Alliance, will be in favor of trust and stability in the (second round),” the president (Erdogan) told his supporters in Ankara (Round 1). “We will continue to be at the forefront of this struggle until real democracy comes to our country”, he (Kilicdaroglu) said in Ankara (Round 2).

Sentences related to the election results (Passive voice):

- Al Jazeera: The final results from Sunday’s vote are expected to be announced by 3pm (12:00 GMT) on Monday, Al Jazeera’s Farah al-Zaman Shawki said from Ankara, with votes from abroad yet to be fully counted (Round 1). But ahead of the May 14 first round, the polls were widely billed as the toughest Erdogan had ever faced... (Round 2).
- BBC – Mr Yener said all of the ballot boxes from Sunday's vote had been opened and turnout in Türkiye was 88.92% (Round 1). Although the final results were not confirmed, the Supreme Election Council said there was no doubt who had won (Round 2).
- CNN - On Thursday, Kilicdaroglu was boosted further by the late withdrawal from the race of a minor candidate, Muharrem Ince (Round 1). A catastrophic quake could have ended Erdogan's rule. He's now poised to win the election (Round 2).

5.1.2.2. Local syntactic coherence

In local syntactic coherence, sentences that make up news texts are evaluated within the framework of causal, referential, and functional relationships. The way in which the emphasized individual or topic in news presentation is defined is highlighted in terms of political framework and neutrality. The words used or preferred in this section play a significant role in the process of meaning formation. In this part, causality relationships in the news leads of sample newspapers have been examined (Doruk, 2013). It has been observed that there is a causal relationship in one of the news headlines and news leads.

“This is the first time Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate” (Al Jazeera R 1): ‘This is the first time’ emphasizes a causal relationship, and the part “Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate” explains this causal connection. The sentence conveys that Erdogan is facing a second-round run-off vote for the first time, and this is being presented as a reason or cause for the situation.

5.1.2.3. Word choices

Word choice plays an important role in determining the meaning of the news and reflecting the beliefs and opinions of the journalists. Within the news text, describing the same individual as a terrorist or a freedom fighter, for example, reveals the ideological atmosphere to which reporters and newspapers are committed. Word choice influences the way news is presented and helps readers gain a better understanding of events (Özer, 2022).

In evaluating the neutrality or tendency to emphasize a polarized political atmosphere of the headlines, it can be said that some of the headlines are more neutral, but such assessments are also subject to readers' interpretations. In this context, here are some possible inclinations of neutrality and polarization in the headlines:

Neutral Headings:

“Five key takeaways from Türkiye’s pivotal election” (Al Jazeera – R2)

“Turkish election: Five things we learned from the vote” (Euronews – R1)

These headlines use a more neutral language and primarily refer to the election results and information.

Headlines Emphasizing a Polarized Political Atmosphere:

“Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided” (BBC – R2) – The word 'victory' has a positive implication for Erdogan; however, it highlights a divided nation.

“Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections” (CNN – R1) – Erdogan’s runoff in Türkiye's closely contested elections implies a tough challenge.

5.1.2.4. Rhetoric of the news

In the micro-level rhetoric of news, elements like photos, graphics, and quotations enhance credibility and help convey the news theme. Selected photos and visuals shape audience perception, playing a vital role in news rhetoric to establish credibility and persuade (Güneş, 2018).

“What’s a run-off? All to know about Türkiye election results” (Al Jazeera R1): This headline uses news rhetoric to stimulate the reader's interest.

“Türkiye's presidential race to be decided in run-off” (BBC R1): This headline employs rhetoric by emphasizing that the presidential race in Türkiye will be determined in a run-off election.

“Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections” (CNN R1): The phrase Heading for a runoff emphasizes this uncertainty, capturing the reader's attention.

“Turkish election: Five things we learned from the vote” (Euronews R1): This headline aims to pique the reader's interest in learning about the insights gained from the vote.

“Five key takeaways from Türkiye’s pivotal election” (Al Jazeera R2). The news rhetoric highlights five crucial insights derived from Türkiye's pivotal election, aiming to capture the reader's attention.

“Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided” (BBC R2): This headline utilizes news rhetoric by emphasizing that Erdogan's victory in the Turkish election has resulted in a divided nation.

“Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade” (CNN R2): This headline uses news rhetoric to underscore Erdogan's victory in the Turkish election, highlighting the extension of his rule into a third decade.

“Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided” (Euronews R2): It highlights the polarization and differing sentiments within the country following the election, underlining the impact of the election outcome on national unity

Conclusion and Recommendation

The analysis of media coverage of the 2023 Turkish Presidential Election in the first piece provides a multifaceted view of how international media outlets framed and reported on this significant political event. The examination of the macro and micro levels of discourse sheds light on the complex interplay of linguistic and thematic choices in shaping news narratives.

At the macro level, it is evident that each media outlet adopts a distinct thematic approach in presenting the elections. Al Jazeera highlights the competition between Erdogan and Kilicdaroglu, emphasizing their roles as key figures in the election. In contrast, BBC underscores the polarization and division within Türkiye following the election, providing a deeper sociopolitical context. CNN chooses to focus on Erdogan's historic victory, portraying the event as a pivotal moment in Turkish politics. Euronews, on the other hand, offers insights into the challenges that Türkiye faces as a nation. These thematic variations reflect the diverse editorial policies and preferences of these outlets.

Visual elements, such as photographs, further contribute to the overall framing of the event. The analysis of Erdogan's choice of attire, the presence of national symbols, and even subtle details like a wedding

ring, highlights the potential for conveying nuanced political and personal messages through visual content. The use of the "R4BIA" hand sign in the photograph accompanying Euronews' coverage is particularly noteworthy, signifying a powerful symbol with distinct political significance. These visual elements not only complement the textual content but also provide readers with additional layers of meaning.

The micro-level analysis delves into linguistic choices, sentence structures, and the use of rhetoric. The consistent use of the active voice when discussing political leaders, such as Erdogan and Kilicdaroglu, underscores their agency and significance. In contrast, the passive voice is employed when presenting election results, maintaining a more neutral tone. This deliberate syntactic choice ensures that political leaders are cast in a more dynamic and active light compared to the election results.

Local syntactic coherence and causal relationships are established to provide context and reasons for the events reported. This approach helps readers navigate the complex web of political developments leading up to and following the election. Additionally, the analysis of word choices reveals how language can influence reader perceptions. The headlines, whether neutral or polarized, serve as gateways to the articles, impacting how readers interpret and engage with the news. Rhetorical elements, such as headlines and subheadings, are strategically used to capture readers' attention and frame the news theme effectively.

In conclusion, the analysis of media coverage of the 2023 Turkish Presidential Election underscores the critical role of linguistic and thematic choices in shaping news narratives. The macro and micro-level analysis reveals the diversity in how international media outlets framed the event and how visual and textual elements work in harmony to construct these narratives. This study offers valuable insights into the complexities of media discourse and highlights the importance of media literacy in decoding news representations of political events.

Based on this study, we suggest that future research should focus on specific areas. Firstly, a comparative analysis of more media outlets can be conducted to better understand media diversity and different perspectives. Additionally, there is a need for psycholinguistic examinations; studies that delve deeper into how specific words or expressions influence reader perception. The impact of headlines is crucial, so research into how headlines affect media literacy could be beneficial. Furthermore, more research is needed to examine the relationship between media literacy education and news representation and the understanding of political events. Finally, the analysis of visual elements is also important, thus, more research should be conducted on how symbols and visual imagery convey and are perceived in conveying political messages. These recommendations are presented to guide future research in the fields of media representation and media literacy.

References

- Al Jazeera (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 14, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/Al_Jazeera
- Al Jazeera Staff (2023, May 29). Five key takeaways from Türkiye's pivotal election. *Al Jazeera*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3E56Duk>
- Askew, J. (2023, May 30). Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided. *Euronews*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3QP8Ku4>
- Aydın-Düzgıt, S. & Rumelili, B. (2019). Discourse analysis: Strengths and shortcomings. *All Azimuth*, 8, (2), 285-305. <https://doi.org/10.20991/allazimuth.477300>
- BBC (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 16, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/BBC_World_Service
- Bell, A. (2011). Re-constructing Babel: Discourse analysis, hermeneutics and the interpretive arc. *Discourse Studies*, 13(5), 519-568. <http://www.jstor.org/stable/24049945>
- CNN (n.d.). About CNN International. *CNN International*. Retrieved August 16, 2023, from <https://bit.ly/3QGHsG8>
- Dijk, A. T. (1983). Discourse analysis: Its development and application to the structure of news. *Journal of Communication*, 33(2), 20-43. <https://doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02386.x>
- Dijk, T. (1985). *Discourse and communication: New approaches to the analysis of mass media discourse and communication*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110852141>
- Dijk, A. T. (1988). *News as discourse*. Lawrence Earlbaum Associates Publication.
- Dijk, A. T. (1991). The interdisciplinary study of news as discourse. N. W. Jankowski, K. B. Jensen (Ed.), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 108-120). Routledge. <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203409800.ch5>
- Dijk, A. T. (2015). Critical discourse analysis. Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton, & Deborah Schiffrin (Eds), *The handbook of discourse analysis* (2nd edition, pp. 466-485). Wiley BlackWell. <https://bit.ly/41D2okT>
- Doruk, Ö. (2013). Disiplin toplumu ve haber söylemi: Gökkuşuğu Derneği'nce yapılması planlanan yürüyüşün engellemesine ilişkin haberlerin çözümlenmesi. *E-journal of Faculty of Communication*, 2(1). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/83874>
- Euronews (2023). In *Wikipedia*. Retrieved August 9, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Euronews>
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi kuramsal ve pratik bilgiler*. Siyasal Kitabevi.
- Guallar, J. (2011). Photographic documentation in the press. Cases of El País, El Periódico and La Vanguardia. *Profesional de la información / Information Professional*, 20(4), 392-398. <https://doi.org/10.3145/epi.2011.jul.05>
- Güneş, A. (2018). Yazılı basında haber söylemi: 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçim haberlerinin çözümlenmesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6 (12), 13-42. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isauicder/issue/42935/519419>
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım Tic. Ltd. Şti., 31. Edition.
- Kirby, P. (2023, May 15). Türkiye's presidential race to be decided in run-off. *BBC*. Retrieved September 5, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65600585>

- Kirby, P. & Goksedef, E. (2023, May 29). Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided. *BBC*. Retrieved September 8, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65743031>
- Luo, A. (2019). Critical discourse analysis | Definition, guide & examples. *Scribbr*. Retrieved August 28, 2023, from <https://www.scribbr.com/methodology/discourse-analysis/>
- McCombs, M. E. (2008). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- Özer, Ö. (2022). Eleştirel söylem çözümlemesi: Haber örnekleri üzerinden bir inceleme. *Etkileşim*, 9, 36-54. <https://doi.org/10.32739/etkileşim.2022.5.9.154>
- Presidency of the Republic of Türkiye. (2017). Yes for one nation, one flag, one homeland, one state. Retrieved September 1, 2023, from <https://bit.ly/3vdcaOp>
- Qiblawi, T., Karadsheh, J. & Tuysuz, G. (2023, May 15). Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections. *CNN*. Retrieved September 6, 2023, from <https://bit.ly/3P69VUG>
- Rita, P., António, N. & Afonso, A. P. (2023). Social media discourse and voting decisions influence: Sentiment analysis in tweets during an electoral period. *Social Network Analysis and Mining*, 13(46). <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01048-1>
- Sine-Nazlı, R. & Kalafat-Çat A. (Güz 2019). 24 Haziran erken seçimlerinin gazete haberlerindeki söylem çözümleme. *Global Media Journal TR Edition*, 10(19). <https://bit.ly/4aw9L1p>
- Sözen, E. (2017). Söylem belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite. *Profil Kitap*.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1986). *Relevance: communication and cognition*. Blackwell.
- Tauscher, S., Erdogan, O. & Korkmaz, Ş. (2019). Alman medyasının eleştirel söylem analizi: 24 Haziran 2018 Türkiye genel seçimleri. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (33), 96-118. <https://doi.org/10.17829/turcom.525984>
- Thurman, N. & Lupton, B. (2008). Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites. *City Research Online*, 14(4), 439-455. <https://doi.org/10.1177/1354856508094662>
- Turkish election: Five things we learned from the vote (2023, May 15). *Euronews*. Retrieved September 6, 2023 from <https://bit.ly/3YHGCL6>
- Tuysuz, G., Gezer, Y. & Qiblawi, T. (2023, May 29). Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade. *CNN*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/44jZhho>
- What's a run-off? All to know about Türkiye election results (2023, May 15). *Al Jazeera*. Retrieved September 5, 2023, from <https://bit.ly/44hVD7D>
- 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi. In *Vikipedi*. Retrieved October 25, 2023, from <https://bit.ly/3OS9prQ>

Article Information Form

Author Contributions: The article has a single author. The author has read and approved the final manuscript.

Conflict of Interest Disclosure: No potential conflict of interest was declared by the author.

Copyright Statement: Author owns the copyright of their work published in the journal and their work is published under the CC BY-NC 4.0 license.

Supporting/Supporting Organizations: No grants were received from any public, private or non-profit organizations for this research.

Ethical Approval and Participant Consent: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Plagiarism Statement: This paper has been checked for plagiarism.

Türkiye'deki İletişim Araştırmalarına Güncel Bir Bakış: Bir Bibliyometrik İnceleme ve İçerik Analizi

A Current Overview of the Communication Studies in Türkiye: An Bibliometric Analysis and a Content Analysis

Damla Karşu Cesur^{1*} 
Doğuşcan Göker¹ 
Can Bora Gelber¹ 

¹Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
karsu.cesur@gmail.com,
dgoker@sakarya.edu.tr,
cbgelber@gmail.com

*Sorumlu Yazar/Corresponding Author



Geliş Tarihi/Received: 01.07.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 11.02.2024
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
04.04.2024

Öz: Mevcut literatüre odaklanarak alandaki ilerlemeyi, yönünü ve güncel eğilimleri tespit etmeye çalışan araştırmalar öz yansıtıcı çalışmalar olarak adlandırılmaktadır. İletişim alanına yönelik öz yansıtıcı bir çalışma olarak bu araştırmada Türkiye'de yayınlanan ve ESCI indeksinde taranan Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, İlef Dergisi ve Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi ele alınarak 2020-2022 yılları arasında yayınlanan araştırma makaleleri önce bibliyometrik analiz, ardından içerik analizi tekniği ile iki aşamada incelemiştir. Böylece 2023 Şubat-Nisan tarihleri arasında gerçekleşen bu araştırmada Türkiye'nin iletişim alanında önde gelen dergileri üzerinden alanın güncel bir görünümü elde edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda toplam 210 makale araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir. İletişim alanında yapılan çalışmalar göz önüne alındığında, ilgili dergilerdeki araştırma makalelerine yönelik karşılaştırmalı olarak gerçekleşen bibliyometrik analiz ve içerik analizine rastlanmaması araştırmanın özgünlüğünü ifade eder. Gerçekleştirilen analizler neticesinde; (1) sosyal medya ve COVID-19 anahtar kelimelerinin ön plana çıktığı; blockchain, yapay zekâ, pandemi iletişimi, dezenformasyon, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir iletişim, sivil toplum ile kullanımlar ve doyumlar anahtar kelimelerinin dikkat çektiği, (2) çoğunlukla dijital medyaya odaklanıldığı, (3) fon kullanan makale sayısının oldukça az olduğu, (4) makalelerin çoğunlukla Türkiye menşeli olduğu ve Türkçe yazıldığı, (5) büyük çoğunluğun İletişim Çalışmaları alanına ait olduğu, (6) makalelerin neredeyse tamamının tek bir araştırmadan oluştuğu, (7) nitel araştırma yöntemi ile içerik analizi araştırma tekniğinin ve (8) örneklem bağlamında ise ikincil verilerin ve amaçlı örnekleme yönteminin daha sık tercih edildiği bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öz Yansıtıcı Çalışmalar, İletişim Araştırmaları, ESCI İndeks, İletişim Dergileri, Bibliyometrik Analiz, İçerik Analizi

Abstract: Studies that focus on the existing literature to determine the progress, direction, and current trends in the field are called self-reflective studies. As a self-reflective study on the field of communication, the present study examined the research articles published between 2020 and 2022 in Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, İlef Journal, and Turkish Journal of Communication Research, which are the only communication journals indexed by ESCI in Turkey, in two consecutive stages, first bibliometric analysis and then content analysis. Therefore, this research, conducted in February and April 2023, attempted to obtain a current view of the field through Turkey's leading communication journals. In this context, 210 articles were determined as the research sample among the journal articles. Considering the extant communication literature, the absence of comparative bibliometric analysis and content analysis of research articles in relevant journals indicates the originality of the research. The analysis revealed that (1) social media and COVID-19 keywords were highlighted; blockchain, artificial intelligence, pandemic communication, disinformation, sustainability, sustainable communication, civil society, and uses and gratifications keywords received attention in recent studies, (2) primarily centered around digital media, (3) the number of articles using funding was quite low, (4) the articles were mostly originating from Turkey and written in Turkish, (5) the majority of the articles belonged to the field of Communication Studies, (6) almost all of the articles consisted of single research, (7) qualitative research method and content analysis research technique, and (8) in terms of sampling, secondary data and purposive sampling method were more frequently preferred.

Keywords: Self-Reflective Studies, Communication Research, ESCI Index, Communication Journals, Bibliometric Analysis, Content Analysis

Extended Abstract

There is a consensus that self-reflective studies - seeking answers to questions such as which subjects are studied the most and least in the literature, which concepts come to the fore, and what are the current approaches and implications for further studies- are crucial for any discipline's academic maturity (So, 1988; Yoo et al., 2015). Self-reflective studies provide insights not only into the subjects and findings of the papers (Ghorbani et al., 2022) but also into their research methodologies, such as the most widely adopted research methods and techniques, data analysis, and sampling method (Chang, 2017). Moreover, self-reflective studies enable researchers to identify the most cited researchers or studies in the field and to present authorship and citation network (Kim et al., 2021). It is assumed that quantitative self-reflective studies generally adopt quantitative content analysis, bibliometric analysis, meta-analysis, and questionnaires (Chang, 2017; Feeley, 2008; Lombard et al., 2002; Wilson & Sherrell, 1993). In brief, the quantitative content analysis examines previous papers through a coding frame (see: Yale & Gilly, 1988), while bibliometric analyses conduct performance analyses and scientific mapping based on the bibliometric information of the publications (Ye et al., 2021, 162). In a meta-analysis, the researcher statistically summarizes different research findings from previous studies (Akgöz et al., 2004, p. 107). Another data collection technique is questionnaires that could be applied directly to the epistemic community members (Chang, 2017, 3).

There are different research methods- qualitative, quantitative, or mixed- and techniques -content analysis, bibliometric analysis, meta-analysis, or questionnaire- adopted self-reflective studies in the communication literature (see. Beard, 2002; Feeley, 2008; Hartmann et al., 2014; Wilson & Sherrell, 1993). As a self-reflective study in the field of communication, this paper analyzed the research articles of ESCI-indexed communication journals in Turkey -Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, İlef Dergisi, and Turkish Review of Communication Studies- which were published between the years of 2020-2022 in two consecutive steps: bibliometric analysis and content analysis. The research questions were as follows:

- What is the general view of the sample journals and articles (average publication periods of journals, journal citation indicators, citation density, number of research articles, language, affiliated institutions, countries, number of citations, and number of articles funded by an institution)?
- What are the most used keywords in the sample articles? And their links?
- How did the predominant keywords and their links change between 2020 and 2022?
- What is the view of sample articles within the framework of the following parameters: the number of authors, study field, sub-field, focused media, number of studies in the same paper, research method, research technique, sample, sampling method, and statistical analysis -if it is applied-.

As a result of the bibliometric analysis and content analysis, the following findings were obtained:

- Social media and COVID-19 were the most used keywords, and the other prominent keywords in more recent studies were as follows: blockchain, artificial intelligence, pandemic communication, disinformation, sustainability, sustainable communication, civil society, and uses and gratifications
- Mainly focused on digital media
- The number of funded articles was relatively low
- The articles were primarily of Turkish origin, and their language was commonly Turkish
- Most of them pertained to the field of Communication Studies
- Almost all the papers conducted single research
- Qualitative research method and the research techniques of content analysis with secondary data and purposive sampling method were adopted more frequently

Based on these findings above, the recommendations for journals are presented below:

- Increasing the number of publications in English to increase the number of citations
- Encouraging funded studies with a particular quota or special issues
- Increasing the number of review articles, inviting international authors with high citations rank, and more effective use of social media (Sage, n.d.).
- Increasing the number of international authors from different countries with Turkish and English call for paper posted on international academic-oriented social media platforms

The recommendations for further studies are:

- Authors might consider the relationship between their research subject and social media
- As inferred from the number of studies focused on COVID-19, which drastically changed social life, the studies of natural disaster communication, crisis communication, and earthquake communication might be increased in the following period based on the earthquake that greatly affected Turkey and Syria in 2023
- The number of studies -with different research techniques and samples- in a single paper might be increased for a more comprehensive conclusion.

1. Giriş

Bilimsel bilgi genel olarak epistemik topluluk veya Hüsamettin Arslan'ın (1992, 57) ifadesiyle "uzmanlar düzeyinde epistemik cemaat" tarafından, elde edilme ve değerlendirme yöntemi onaylanmış, birikimsel olarak ilerleyen sistematik bilgi türüne karşılık gelmektedir (Can, 2014, 1; Eisend, 2017, 21; Öktem & Karagöz, 2015, 88). Dolayısıyla bilim ve bilimsellik söz konusu olduğunda epistemoloji, epistemik topluluk ve birikimsellik dikkat çeken unsurlardandır. Öyle ki, epistemoloji genel olarak bilginin niteliğine, doğuşuna ve gelişimine yönelik konulara içkin (Karagöz, 2010, 37); epistemik topluluk da yine geçerliliği ve güvenilirliği bu grup tarafından kabul edilen bilimsel yöntem ve tekniklerle elde edilen bilimsel bilgiyi üreten ve yayılımını sağlayan bilimsel toplulukları ifade eder (Arslan, 1992, 59; Meyer & Molyneux-Hodgson, 2010, 109). Birikimsellik ise kolektif bir aktivite olan bilimin, farklı bilim çevrelerinin ilgilendikleri bilim dallarına yapmış oldukları katkıların üst üste binerek gelişmesini işaret eder (Meyer & Molyneux-Hodgson, 2010, 109; Öktem & Karagöz, 2015, 88). Bununla birlikte, bilimsel bilginin nasıl elde edileceği epistemik topluluk üyelerinin paylaştığı paradigmlar çerçevesinde belirlenmektedir (Arslan, 1992, 70; Karagöz, 2010, 28). Dolayısıyla Arslan'ın (1992, 61) da ifade ettiği gibi epistemik topluluk bilimsel bilginin varlığına temel oluşturan unsurdur. Söz konusu topluluk aynı zamanda bilimsel bilginin üretilmesinde, geçerlilik ve güvenilirliğinde karar verici konumundadır. Örnekle açıklamak gerekirse, akademik dergi yayın sürecinde görüş beyan eden hakemler, lisansüstü çalışmaların bilimselliğine karar vermek adına toplanan jüri üyeleri veya bilimsel projeleri değerlendiren panelistler esasen epistemik topluluğun birer üyesi olarak ilgili çalışmanın kabul gören kriterlere uygun olup olmadığına veya hangi ölçülerde uygunluk gösterdiğine karar vermektedir. Herhangi bir bilim alanında güncel araştırma konularının neler olduğunu, hangi yöntem ve tekniklerin ön plana çıktığını tespit edebilen, kısacası ilgili epistemik topluluğun ajandasını belirleyen araştırmalar bu kapsamda önem kazanır. Bu tip çalışmaların, diğer bir ifade ile ilgili bilim alanı üzerinde düşünen epistemik araştırmaların, literatürde "öz yansıtıcı çalışmalar (self-reflective studies)" olarak da adlandırıldığı görülmektedir (Kim vd., 2014, 297; Yoo vd., 2015, 549). Bunun yanı sıra söz konusu araştırmaların, alanın ilerleyişi, güncel eğilimleri, metodolojisi, akademik yayınların kaynağı, atıf ilişkileri ve benzeri gibi unsurlara dönük olarak gerçekleşebildiği belirtilmektedir (Cesur Karşu, 2022, 68; Kamhawi & Weaver, 2003, 7; Yoo vd., 2015, 549).

Öz yansıtıcı araştırmaların öneminden hareketle bu çalışma, 2020-2022 yılları arasında Türkiye'de yayınlanan ve Emerging Sources Citation Index (ESCI)'de taranan iletişim dergilerindeki araştırma makalelerine odaklanmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada öncelikli olarak literatür incelemesi kısmına;

ardından araştırma yöntemi, süreci ve veri toplama tekniği ile bulgularını içeren araştırma bölümüne, son kısımda ise, bulgulardan hareketle sonuç ve öneriler bölümüne yer verilmiştir.

2. Literatür İncelemesi

Literatürde en fazla ve/veya en az hangi konuların çalışıldığı, hangi kavramlar ön plana çıkarken hangilerinin geri planda kaldığı, güncel yaklaşımların ve gelecek çalışmalara yönelik öngörülerin neler olduğu şeklindeki sorulara yanıt arayan öz yansıtıcı çalışmaların, herhangi bir bilim alanının akademik olgunluğa erişebilmesinde öncü rol oynadığı işaret edilmektedir (So, 1988, 236; Yoo vd., 2015, 549). Öyle ki, bir anlamda kendi üzerine tefekkür etmek anlamına gelen söz konusu araştırmalar, bir bütün olarak ilgili literatürün güncel görünümünü sunmakta, ileriye dönük yönünü işaret etmekte ve hatta hali hazırda var olan eksik yönlere dikkatleri çekmektedir. Bunun yanında öz yansıtıcı çalışmalar yalnızca araştırma konularına ve bulgularına (Ghorbani vd., 2022) yönelik veriler sunmaz, aynı zamanda alanda en fazla benimsenen araştırma yöntem ve teknikleri, veri analizleri, araştırma örneklemelerinin seçimleri gibi araştırma metodolojisine ilişkin verileri de göz önüne sererek (Chang, 2017), bir anlamda araştırmacıların alanı kuş bakışı gözlemleyebilmelerini sağlar. Bunun yanı sıra alanda en fazla atıf alan araştırmacı veya araştırmaların belirlenmesinde, yazarlık ve atıf ağ ilişkilerinin sunulmasında yine öz yansıtıcı çalışmalardan faydalanılmaktadır (Kim vd., 2021).

Öz yansıtıcı çalışmalar içinde nicel araştırma yönetimini benimseyen araştırmaların genellikle nicel içerik analizi, bibliyometrik analiz, meta analizi ve soru formlarını kullandıkları fark edilmektedir (Chang, 2017; Feeley, 2008; Lombard vd., 2002; Wilson & Sherrell, 1993). Kısaca açıklamak gerekirse nicel içerik analizinde araştırma örnekleme dahilinde belirlenmiş olan çalışmalar daha önceden ortaya konan analiz cetveli çerçevesinde kodlanarak sayısal olarak incelenmektedir. Bu kapsamda frekans tablolarından sıklıkla yararlanılmaktadır (Örn: Yale & Gilly, 1988). Bibliyometrik analizlerde, yayınların bibliyometrik bilgilerinden hareketle performans analizleri (etki, üretkenlik vb.) ve bilimsel haritalamaları (ortak kelime analizleri, ortak atıf analizleri vb.) gerçekleştirilmekte (Ye vd., 2021, 162); böylece yayınlar, yazarlar, atıflar, çalışılan ortak konular ve aralarındaki ağ ilişkileri nicel olarak incelenmektedir. Meta analizlerinde ise araştırmacı herhangi bir alanda daha önce elde edilmiş olan farklı araştırma sonuçlarını birleştirerek istatistiksel olarak özetlemekte, ortak bir sonuca varmaktadır (Akgöz vd., 2004, 107). Öz yansıtıcı nicel çalışmalarda bir diğer veri toplama tekniği ise soru formlarıdır. Bu çerçevede doğrudan epistemik topluluğun üyelerine uygulanan soru formları aracılığıyla alandaki en etkili çalışmanın ne olduğu, en etkili isim veya isimlerin kimler olduğu gibi sorgulamalar gerçekleştirilebilir (Chang, 2017, 3).

Öz yansıtıcı çalışmalarda örnekleme oluşturacak yayınlar da akademik yayın türlerine bağlı olarak bilimsel kitaplar, bilimsel makaleler veya bilimsel tezler şeklinde çeşitlenebilir (Bkz. Baş & Aksoy, 2021; Beard, 2002; Reeves & Borgman, 1983). Ancak diğer yayın türlerinden farklı olarak adeta eşik bekçiliği yapan akademik dergiler (Kim vd., 2014, 297) temelindeki incelemelerin, araştırma eğilimlerinin nabzını tutmak adına bir anlamda ölçü görevi üstlenebileceği belirtilmektedir (Kamhawi & Weaver, 2003, 7).

Disiplinlerarası bir nitelik gösteren iletişim alanında, farklı araştırma yöntem (nitel, nicel veya karma) ve tekniklerini (içerik analizi, bibliyometrik analiz, meta analizi veya soru formu) benimseyen öz yansıtıcı çalışmalara rastlamak mümkündür (Bkz. Beard, 2002; Feeley, 2008; Hartmann vd., 2014; Wilson & Sherrell, 1993). Söz konusu araştırmalar kimi zaman iletişim disiplinine bir bütün olarak odaklanırken (Bkz. Feeley, 2008; Lombard vd., 2002; Reeves & Borgman, 1983) kimi zaman ise alt dalları çerçevesinde gerçekleşmektedir (Bkz. Ghorbani vd., 2022; Kim & McMillan, 2008; Segado-Boj vd., 2021).

3. Araştırma

Bu çalışma 2023 Şubat ve Nisan aylarında gerçekleşmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, iki ayrı araştırma tekniği olarak bibliyometrik analiz ve nicel içerik analizi sırasıyla uygulanmıştır. Araştırmanın önemi ise temelde iki ana başlık altında toplanabilir;

- Araştırma örnekleme: Tarandığı indeks (ESCI) bakımından Türkiye'nin en önde gelen bilimsel iletişim dergilerinde, 2020-2022 yılları arasında yayınlanmış araştırma makaleleri bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Böylece çalışmada Türkiye bağlamında iletişim alanındaki epistemik topluluğun güncel ajandasının ve metodolojisinin sorgulanması amaçlanmıştır. Dolayısıyla çalışmada sonraki araştırmalara ışık tutulması hedeflenmiştir.

- Metodoloji: Araştırmada iki farklı araştırma tekniği ardı sıra uygulanmıştır. Öyle ki, ilk etapta bibliyometrik analiz çerçevesinde atıf analizi ve anahtar kelime analizi gerçekleştirilmiş, ardından araştırmalarda öne çıkan yöntem ve teknikler gibi daha detaylı verileri ortaya koyabilmek adına nicel içerik analizi uygulanmıştır. Böylece araştırmada daha derinlemesine ve bütüncül bir bakış açısının geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra, araştırmada mevcut durumun analizi ile sadece gelecek çalışmalara yönelik değil aynı zamanda alana bilimsel katkı sağlamak amacıyla ilgili dergilere yönelik de çıkarım ve önerilerde bulunabilmek amaçlanmıştır.

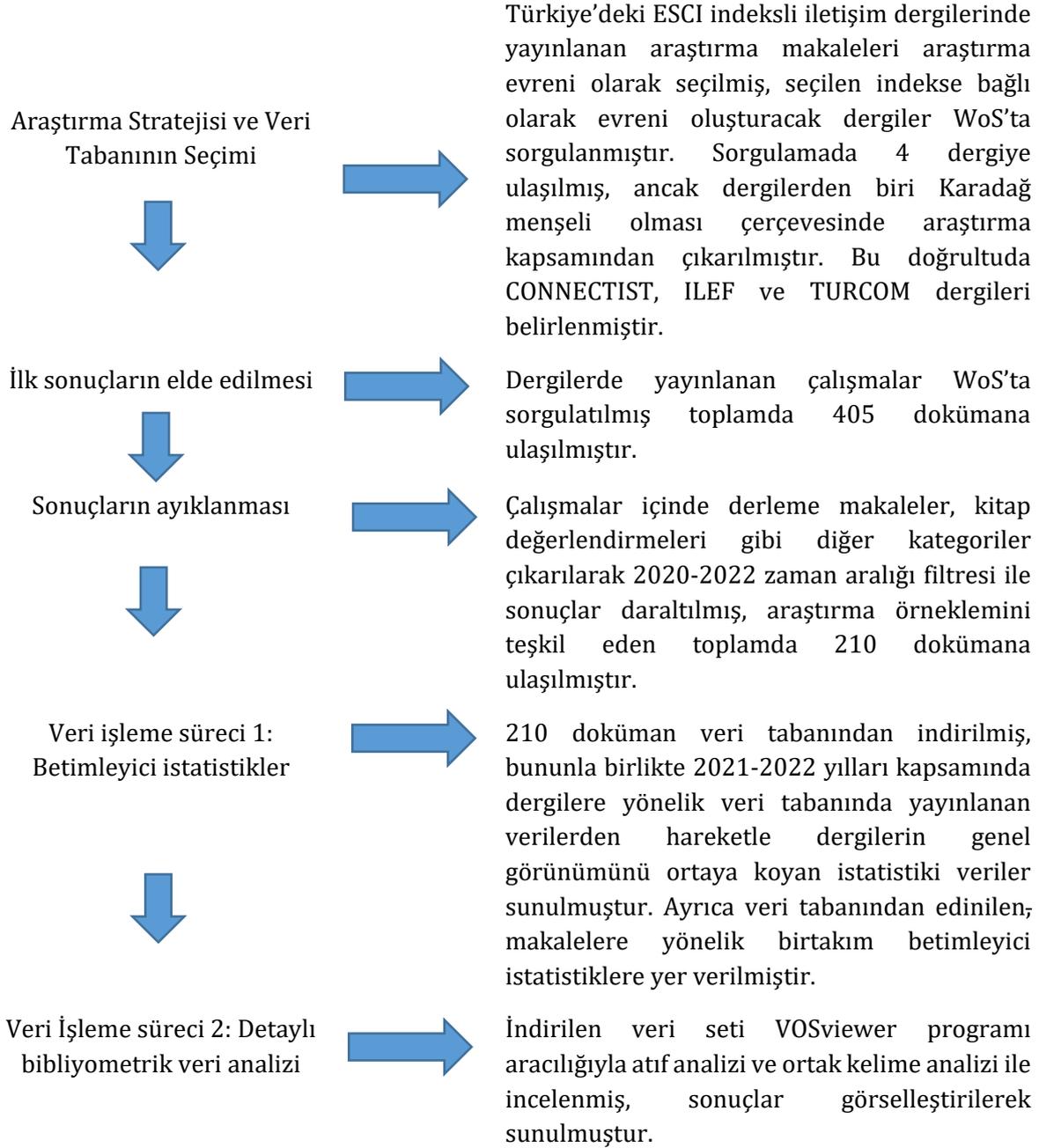
Buradan hareketle araştırmanın 4 temel sorusu bulunmaktadır;

- 1) Örnekleme yer alan dergilerinin ve makalelerin genel görünümü nasıldır (dergilerin ortalama yayın süreleri, dergi atıf göstergeleri, dergilerin atıf yoğunlukları; yayınlanan araştırma makalesi sayısı, makalelerin dili, ülkesi, kurumu, atıf sayısı ve bir kurum tarafından fon sağlanan makale sayısı)?
- 2) Örnekleme yer alan makalelerde hangi anahtar kelimeler ön plana çıkmakta olup bu kelimeler arasında nasıl bir ilişki ağı vardır?
- 3) Örnekleme yer alan makalelerde ortak anahtar kelime ve ilişki ağları 2020-2022 yılları arasında nasıl değişmektedir?
- 4) Örnekleme yer alan makaleler yazar sayısı, alan, alt alan, odaklanılan medya, aynı çalışmadaki araştırma sayısı, araştırma yöntemi, araştırma tekniği, örneklem türü, örneklem seçme yöntemi ve uygulanmışsa istatistiki analiz parametreleri çerçevesinde nasıl bir görünüm sergilemektedir?

3.1. Araştırma süreci ve veri toplama tekniği: Bibliyometrik analiz

Herhangi bir alandaki bilimsel literatüre ilişkin büyük verinin objektif ve sistematik bir biçimde incelenerek ilgili alan yazındaki çalışmalara yönelik örüntülerin ortaya çıkarılmasına imkân tanıyan bibliyometrik analiz (Donthu vd., 2021, 835; Ye vd., 2021, 162), öz yansıtıcı araştırmalarda en güvenilir ve yansız nicel araştırma tekniklerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Donthu vd., 2021, 835). Bu sebeple çalışmada ele alınan araştırma makaleleri öncelikle bibliyometrik verilerden hareketle "atıf analizi (Citation analysis)" ve "ortak kelime analizi (Co-Word analysis)" ile incelenmiştir.

Araştırmada, Feng vd. (2017) tarafından önerilen Guo vd. (2019) ile Ye vd. (2021) tarafından kendi bibliyometrik araştırmalarında uygulanan beş adım takip edilmiştir (Bkz. Şekil 1). Bu kapsamda Şekil 1'de de görülebileceği gibi birinci adımda araştırma stratejisi belirlenmiş ve veri tabanına karar verilmiştir. Ardından ilgili veri tabanında arama kriterlerine göre elde edilen sonuçlar görüntülenmiş ve akabinde araştırmanın örneklem seçim kriterleri çerçevesinde filtrelenmiştir. Araştırmaya dahil edilecek makaleler tespit edildikten sonra, bibliyometrik verileri sistem üzerinden indirilmiş ve veri seti VOSviewer programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Şekil 1*Araştırma Süreci***3.2. Örneklem seçimi**

Literatürde, araştırma amacına bağlı olarak yalnızca bir (Donthu vd., 2021; Martínez-López vd., 2018; Merigó vd., 2017) veya birkaç (Feeley, 2008; Ford vd., 2021; J. Kim & McMillan, 2008) akademik dergi özelinde gerçekleşen bibliyometrik araştırmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmada ise araştırma evrenini Türkiye'de yayınlanan ve Emerging Sciences Citation Index (ESCI)'te taranan iletişim dergilerindeki araştırma makaleleri oluşturmaktadır. ESCI indeksinin bir kriter olarak belirlenmesinin sebebi ise Sosyal Bilimler, Sanat ve İnsan Bilimleri alanında en saygın indeksler olan Social Sciences Citation Index (SSCI) ve Arts & Humanities (AHCI) indekslerinde (Bozkuş, 2019, 77) taranan ve doğrudan iletişim alanıyla ilişkili Türkiye'de bilimsel bir derginin bulunmamasıdır (Bkz. Adalya, Amme İdaresi Dergisi, Belleten, Bilig, Eğitim ve Bilim, Metu Journal of the Faculty of Architecture, Milli Folklor, New Perspectives on Türkiye, Olba, Osmanlı Araştırmaları, Türk Geriatri Dergisi, Türk Psikiyatri Dergisi, Türk Psikoloji Dergisi ve Uluslararası İlişkiler). Bu sebeple araştırmada bir alt grup dergileri ifade eden

ESCI (Asan, 2017, 35) indeksine odaklanılmıştır. Bu kapsamda Web of Science (WoS) veri tabanının resmi internet sitesinden ESCI indeksinde taranan dergiler kategori olarak “iletişim”, bölge olarak “Türkiye” filtreleri ile daraltılarak aratılmıştır. Yapılan sorgulamada Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne ait “İlef Dergisi (İLEF)”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne ait “Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences (CONNECTIST)”, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne ait “Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (TURCOM)” ve Bastas Publication Doo tarafından yayınlanan “Online Journal of Communication and Media Technologies” dergilerine ulaşılmıştır. Söz konusu dergiler içinde yayıncısı Bastas Publication Doo olan Online Journal of Communication and Media Technologies dergisi Karadağ menşeli olması nedeniyle araştırma evreninin dışında tutulmuştur. Böylece WoS veri tabanı üzerinden yapılan taramada 405 dokümana ulaşılmış, bu dokümanlar içinden derleme makaleleri ve kitap değerlendirme çalışmaları gibi diğer kategoriler çıkarılarak, güncel yazına odaklanabilmek amacıyla 2020-2022 zaman aralığı filtresi ile toplamda 210 araştırma makalesine ulaşılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini bu 210 araştırma makalesi oluşturmaktadır.

3.3. Bibliyometrik Analiz Bulguları

3.3.1. Dergi ve makalelere yönelik temel betimleyici istatistikler

Web of Science (WoS) veri tabanından hareketle, CONNECTIST, İLEF ve TURCOM olmak üzere ele alınan üç derginin de kör hakemlik değerlendirme sürecini uygulayarak yılda 2 defa açık erişim politikası ile yayınlandığı görülmüştür. 2020-2022 yılları kapsamında dergilerde toplam 210 araştırma makalesi yayınlanmış olup, bu makalelerin neredeyse yarıya yakını (111 makale) TURCOM’da yer almıştır. TURCOM’u, 51 makale ile CONNECTIST ve 48 makale ile İLEF takip etmiştir.

Tablo 1

Dergilerde Yayınlanan Araştırma Makalesi Sayısı (2020-2022)

Dergi İsmi	Makale Sayısı
TURCOM	111
CONNECTIST	51
İLEF	48
Toplam	210

Yine ilgili veri tabanı baz alınarak, CONNECTIST’in 2020 yılında 0.10, 2021 yılında 0.08; İLEF’in 2020 yılında 0.06, 2021 yılında 0.03; TURCOM’un ise 2020 yılında 0.05, 2021 yılında 0.03 oranında dergi atıf göstergesine (Journal Citation Indicator, JCI) sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla 2020-2021 yılları verileri doğrultusunda en yüksek dergi atıf göstergesinin CONNECTIST’e (0.10; 0.8) ait olduğu ardından İLEF (0.06;0.03) ve TURCOM (0.05; 0.03) dergilerinin sıralandığı fark edilmektedir. Bununla birlikte başvurudan yayına ortalama yayın süreci incelendiğinde TURCOM’un 7 hafta ile yayın sürecinin daha kısa olduğu, ardından İLEF (8 hafta) ve CONNECTIST (22 hafta) dergilerinin gelmekte olduğu görülmüştür.

Tablo 2

2020-2021 Yılları Kapsamında Dergilerin Dergi Atıf Göstergeleri (Journal Citation Indicator, JCI) ve Ortalama Yayın Süresi

Dergi İsmi	2020	2021	Ortalama Yayın Süresi (Başvurudan Yayına)
CONNECTIST	0.10	0.08	22 Hafta
İLEF	0.06	0.03	8 Hafta
TURCOM	0.05	0.03	7 Hafta

Makale dilleri ise Türkçe veya İngilizce olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 3'te de görülebileceği gibi makalelerin yarısından fazlasının (122 makale) Türkçe kaleme alınmış olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca herhangi bir kurumdan fon alan makale sayısı da oldukça düşük (9 makale) olup, örneklem dahilinde fon sağlayan kurumlar arasında Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) (5 makale) öne çıkmaktadır.

Tablo 3

Dergilerde Yayınlanan Araştırma Makalelerinin Dilleri (2020-2022)

Makale Dilleri	Makale Sayısı
Türkçe	122
İngilizce	88
Toplam	210

Tablo 4

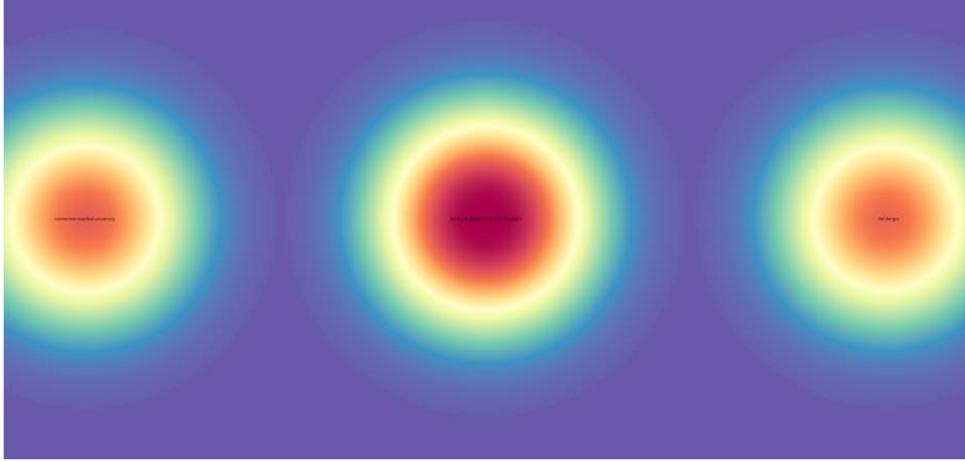
Dergilerde Yayınlanan ve Fon Almış Araştırma Makalesi Sayısı (2020-2022)

Fon Sağlayan Kurum	Fon Alan Makale Sayısı
TÜBİTAK	5
Anadolu Üniversitesi	1
Avrupa Komisyonu	1
Raoul Wallenberg Institute Turkey Human Rights Capacity Building Program	1
Yaşar Üniversitesi+	1
Toplam	9

3.3.2. Atıf analizi (Citation analysis)

Atıf yoğunluğu açısından örneklem kapsamında dergiler incelendiğinde atıf yoğunluğunun TURCOM'da artmış olduğu dikkat çekmektedir. Şekil 2'de dergilerin atıf yoğunlukları verilmiş olup, atıf yoğunluğu arttıkça kırmızı alan renginin de koyulaştığı görülmektedir.

Şekil 2 Atıf Yoğunluğu Açısından Dergiler



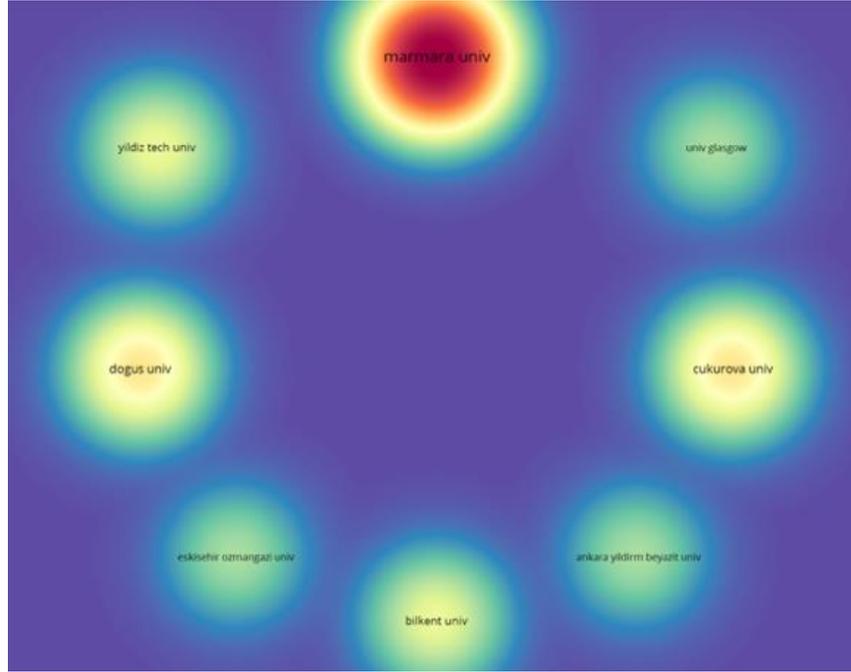
Atıf sayıları ve bağlantı gücü bağlamında dergiler bir arada incelendiğinde; 111 çalışma ile en fazla atıf sayısına TURCOM'un (13 atıf; bağlantı gücü 2) sahip olduğu, ardından 51 çalışma ile CONNECTIST (10 atıf; bağlantı gücü 1) ve 48 çalışma ile İLEF'in (2 atıf; bağlantı gücü 1) geldiği anlaşılmaktadır.

Tablo 5

Atıf Sayısı ve Bağlantı Gücü Çerçevesinde Dergiler

Dergi İsmi	Makale Sayısı	Atıf Sayısı	Bağlantı Gücü
TURCOM	111	13	2
CONNECTIST	51	10	1
İLEF	48	2	1

Üniversiteler bazında örneklem makaleleri en az 2 atıf şartı çerçevesinde analiz edildiğinde, atıf yoğunluğunun Marmara Üniversitesi'nde toplandığı görülmektedir (Şekil 3). İlgili üniversitelerin makale ve atıf sayılarına yakından bakıldığında ise en fazla atıf alan üniversitenin 15 makale ile 6 atıf alan Marmara Üniversitesi (bağlantı gücü 1) olduğu, ardından 2 makale ve 4 atıfla Yıldız Teknik Üniversitesi'nin (bağlantı gücü 0) geldiği görülmektedir. Tablo 6'da da görüldüğü üzere makale sayıları değişmekle birlikte diğer üniversitelerin atıf sayısı 2'dir. Bununla birlikte 8 makale ile 2 atıfa sahip olan Yaşar Üniversitesi'nin bağlantı gücü 1'dir. Ayrıca Glasgow Üniversitesi dışında diğer üniversitelerin Türkiye'deki kurumlar olduğu dikkat çekmektedir.

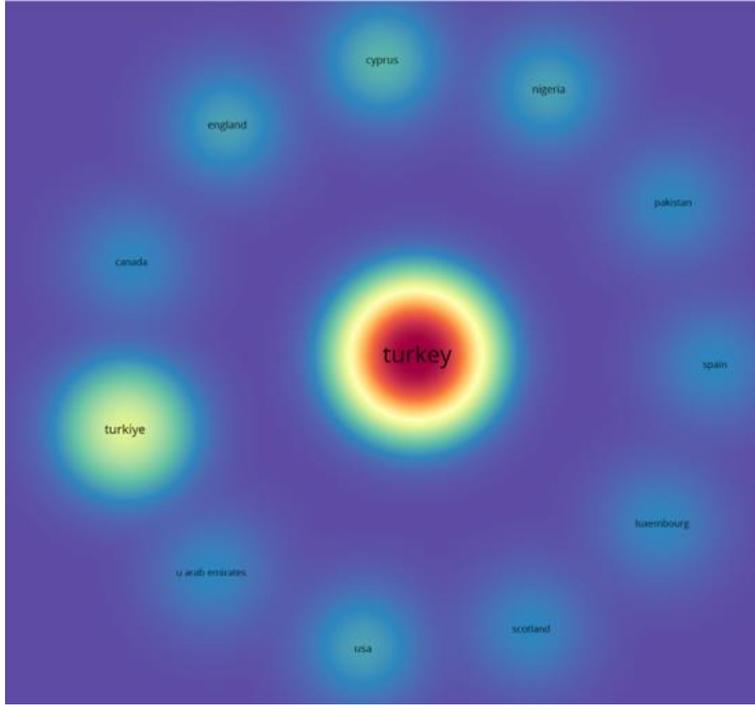
Şekil 3*Atıf Yoğunluğu Açısından Üniversiteler***Tablo 6***Atıf Sayıları ve Bağlantı Gücü Çerçevesinde Üniversiteler*

Üniversite	Makale Sayısı	Atıf Sayısı	Bağlantı Gücü
Marmara Üniversitesi	15	6	1
Yıldız Teknik Üniversitesi	2	4	0
Yaşar Üniversitesi	8	2	1
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	1	2	0
Bilkent Üniversitesi	2	2	0
Çukurova Üniversitesi	4	2	0
Doğuş Üniversitesi	4	2	0
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	1	2	0
Glasgow Üniversitesi	1	2	0

Makaleler, ülkeler bazında analiz edildiğinde 12 farklı ülke listede yer almaktadır. Her ne kadar yayınlar %90'ın üzerinde Türkiye (199 makale, 24 atıf) katılımlı olsa da örneklem dahilinde yayınlara katkı sunan diğer ülkeler Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (3 makale, 1 atıf), İngiltere (2 makale, 1 atıf), Nijerya (2 makale), ABD (2 makale), Malezya (1 makale), Kanada (1 makale), Lüksemburg (1 makale), Pakistan (1 makale), İskoçya (1 makale, 2 atıf), İspanya (1 makale) ve Birleşik Arap Emirlikleri'dir (1 makale). En fazla atıf sayısı ise bu noktadan hareketle Türkiye'ye ait olup (24 atıf) ardından İskoçya (2 atıf) gelmektedir (Tablo 6). Dolayısıyla Türkiye dışındaki diğer ülkelerin atıf oranına katkısı oldukça sınırlıdır (Şekil 4).

Şekil 4

Atıf Yoğunluğu Açısından Ülkeler



Yayın ve atıf sayıları ile yayınların bağlantı gücü bağlamında yazarlar analiz edildiğinde ise atıf sayısı açısından ilk 5'te yer alan yazarlar Tablo 7'deki gibi sıralanmaktadır. Yazarların ismi yazarlardan izin alınmamış olması nedeniyle etik gerekçelerle kodlanarak verilmiştir. Bu kapsamda 2 makale ile a yazarı en fazla atıf sayısına sahip olsa da diğer yazarların çalışmalarının toplam bağlantı gücü daha yüksek orandadır.

Tablo 7

Makale Sayısı, Atıf Sayısı ve Toplam Bağlantı Gücü Bağlamında Yazarlar

	Yazar	Makale Sayısı	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
1	a	2	5	0
2	b	2	2	2
3	c	2	2	2
4	d	1	2	2
5	e	1	2	2

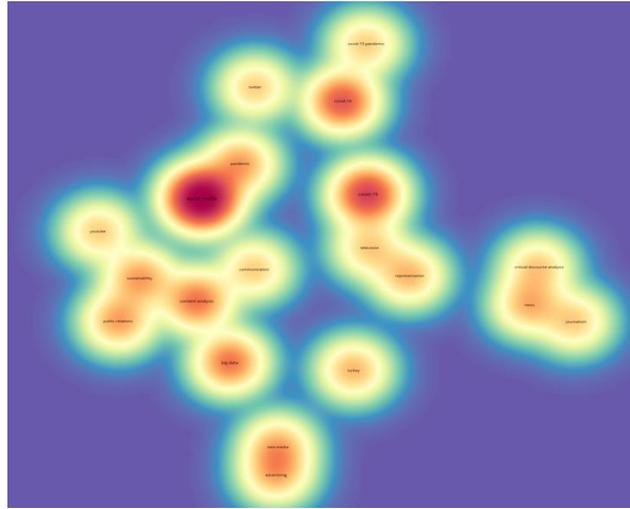
Atıf sayıları ve bağlantı gücü doğrultusunda makaleler incelendiğinde, en az 2 atıf kriteri ile yapılan analizde en fazla atıfa sahip makalenin atıf sayısı 4 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede makaleler ve atıf sayıları Tablo 8'de sunulmuş olup, yazarlarından izin alınmamış olması nedeniyle makaleler kodlanarak verilmiştir.

Tablo 8*Atıf Sayısı Bağlamında Makaleler*

	Makale	Atıf
1	a	4
2	f	2
3	g	2
4	h	1
5	ı	1
6	İ	1
7	j	1

3.3.3. Ortak kelime analizi (Co-word analysis)

İlgili dergiler kapsamında ele alınan örneklem dahilinde en az 5 kere kullanılan anahtar kelimeler seçilerek ortak kelime analizi gerçekleştirildiğinde kelime kullanım yoğunluğu şekil 5'teki gibi tespit edilmiştir. Kırmızı alanlar en çok kullanılan anahtar kelimeleri, sarı alanlar ise en az kullanılan kelimeleri temsil etmektedir. Şekle göz atıldığında özellikle "*sosyal medya*" ve "*covid-19*" kelimelerinin yoğunlukla kullanıldığı fark edilmektedir.

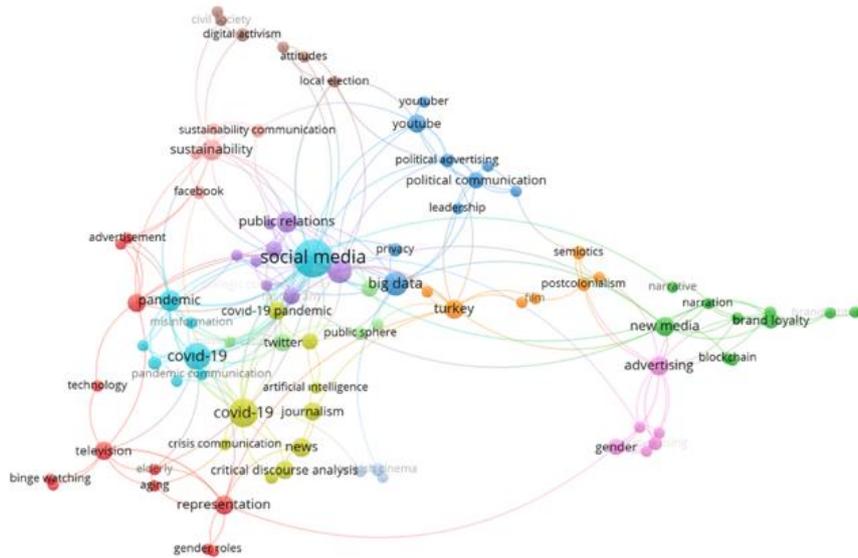
Şekil 5*Anahtar Kelime Kullanım Yoğunluğu*

En az 2 kere kullanılmak şartı ile yapılan anahtar kelime analizinde "*sosyal medya* (23 kullanım, 49 bağlantı gücü)", "*covid - 19* (13 kullanım, 20 bağlantı gücü)" ve "*covid-19* (11 kullanım, 18 bağlantı gücü)" anahtar kelimelerinin en çok kullanılan anahtar kelimeler olduğu tespit edilmiştir (tablo 9). Dolayısıyla her ne kadar sosyal medya anahtar kelimesi kullanım sayısı bakımından ilk sırada yer alsada farklı kullanımlar nedeniyle iki gruba ayrılmış olan COVID-19 anahtar kelimesinin daha çok kullanıldığı dikkat çekmektedir. Aşağıda yer alan Tablo 9'da en çok kullanılan ilk 10 anahtar kelime ve bağlantı gücü sunulmuştur.

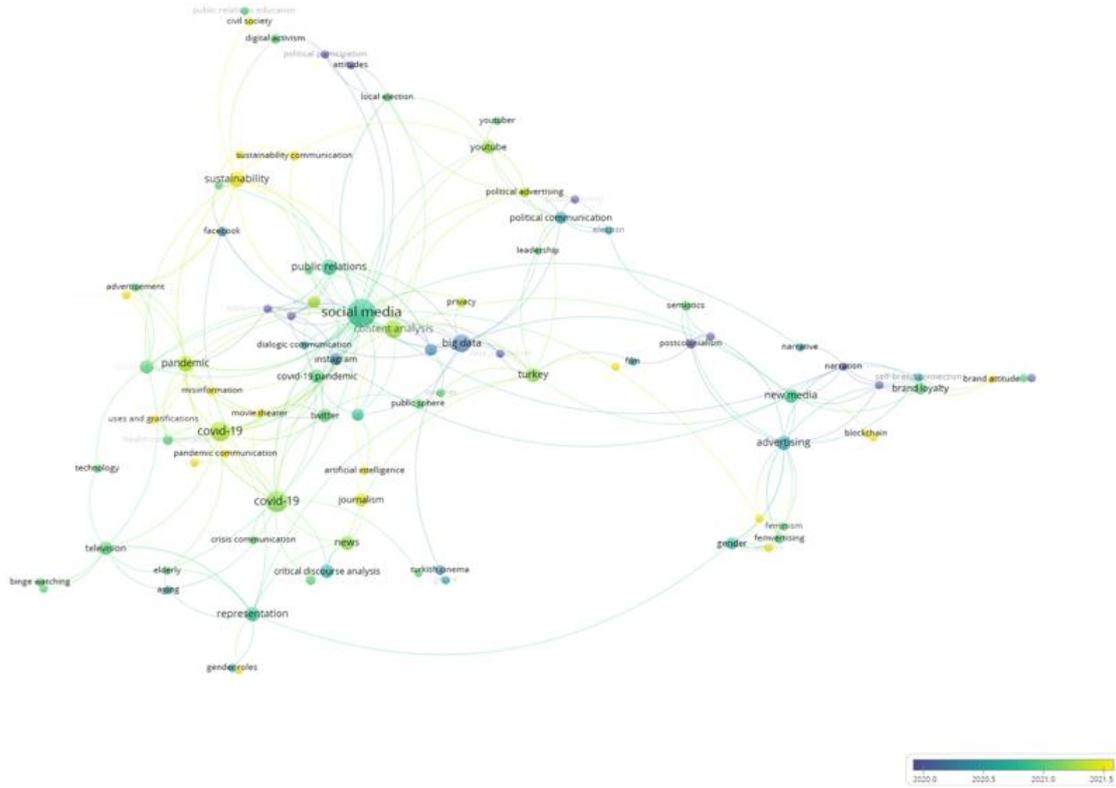
Tablo 9*Ortak Anahtar Kelime Kullanım Sayısı ve Bağlantı Gücü*

	Anahtar Kelime	Kullanım Sayısı	Bağlantı Gücü
1.	Social media (Sosyal medya)	23	49
2.	Covid-19	13	20
3.	Covid-19	11	18
4.	Content analysis (içerik analizi)	9	21
5.	Big data (büyük veri)	9	16
6.	Pandemic (pandemi)	7	20
7.	Sustainability (sürdürülebilirlik)	7	17
8.	Public relations (halkla ilişkiler)	7	13
9.	Advertising (reklam)	6	15

Şekil 6'da ise makalelerde en az iki kere kullanılan anahtar kelimelerin bağlantıları sunulmuştur. Bu çerçevede **“sosyal medya”** anahtar kelimesinin adeta bir kavşak gibi en fazla bağlantıya (31 bağlantı) sahip anahtar kelime olduğu görülmüştür.

Şekil 6*Anahtar Kelimeler Arasındaki İlişki Ağları*

Anahtar kelimeler ve ilişki bağlantıları zaman çerçevesinde incelendiğinde ise özellikle **“blockchain”**, **“yapay zekâ”**, **“pandemi iletişimi”**, **“dezenformasyon”**, **“sürdürülebilirlik”**, **“sürdürülebilir iletişim”**, **“sivil toplum”** ve **“kullanımlar ve doyumlar”** anahtar kelimelerin daha güncel konular (sarı renkli alanlar) olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda yıllara göre çalışılan alan ve bağlantıları şekil 7’de gösterilmektedir.

Şekil 7*Yıllara Göre Anahtar Kelimeler ve İlişki Ağları***3.4. Araştırma Süreci ve Veri Toplama Tekniği: İçerik Analizi**

Araştırma materyallerinin içeriğine yönelik nesnel bir değerlendirme imkânı sunan nicel içerik analizi (Kurtuluş, 2010, 50), önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinde belge içeriğinin kodlanıp sayısal olarak incelenmesine dayanır. Araştırmanın bu kısmında içerik analizi araştırma tekniği uygulanarak örneklem makalelerine yönelik daha kapsamlı ve detaylı bir değerlendirmenin gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Makalelere Dergipark veri tabanı üzerinden ulaşılmış ve indirilmiştir. Ardından söz konusu makaleler aynı zamanda araştırmanın da yazarlarından olan iki farklı kodlayıcı tarafından kodlama cetveline göre kodlanarak SPSS paket programında analiz edilmiştir.

3.5. Kodlama Cetveli

Araştırmada makalelerin hangi kategoriler çerçevesinde inceleneceği kodlama cetveli doğrultusunda belirlenmiştir. Araştırmanın kodlama cetveli ise Chang (2017), Yoo vd. (2015), Kim vd. (2014), Cho ve Khang (2006), Kamhawi ve Weaver (2003) ile Yale ve Gilly (1988)'den yola çıkılarak oluşturulmuş; araştırma teknikleri kategorisinin zenginleştirilmesinde ise Çelik ve Ekşi (2018), Glesne (2013), Kurtuluş (2010) ve Punch'un (2005) çalışmalarından faydalanılmıştır. Bu bağlamda kodlama cetveli *yazar sayısı, araştırma alanı, alt alanı, odaklanılan medya, araştırma sayısı, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, örneklem türü, örneklem seçme yöntemi ve uygulanmışsa istatistikî analiz olmak üzere* 10 kategoriden oluşmuştur. Araştırma alanları *Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, İletişim Çalışmaları* ile *Radyo, Televizyon ve Sinema* şeklinde ele alınmış olup, alt dallarının belirlenmesinde ise *Türkiye Cumhuriyeti Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı'nın* (ÜAK) (2023) *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Temel Alanı'na* yönelik ortaya koyduğu bilim alanları ve anahtar kelimelerinden (*Gazetecilik ve Medya Çalışmaları, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, İletişim Çalışmaları, Pazarlama, Reklamcılık, Sinema*) faydalanılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı, 2023).

3.6. Örneklem

Bir önceki kısımda bibliyometrik analize konu olan araştırma makaleleri aynı zamanda içerik analizinin de odağını oluşturmuştur. Bu kapsamda önceki kısımda WoS'un 210 tane olarak sunduğu araştırma makaleleri ele alınmıştır. Dergipark veri tabanı üzerinden seçim kriterleri doğrultusunda araştırma makaleleri teker teker indirilmiş, bazı makalelerin derleme makale olmasına rağmen araştırma makalesi şeklinde indekslendiği fark edilmiştir. Araştırmanın kapsamı doğrultusunda araştırma makalesi dışında kalan diğer öğeler çıkarılarak toplamda 184 makaleye ulaşılmıştır. Bu sebeple içerik analizi ilgili 184 makale üzerinden gerçekleştirilmiştir.

3.7. Güvenirlik ve Kodlayıcılar Arasındaki Uyum

Güvenirliği sağlayabilmek adına araştırma makaleleri aynı zamanda çalışmanın da yazarlarından olan, biri Reklam ve Tanıtım alanında doktor unvanına sahip, diğeri ise Gazetecilik alanında doktora öğrencisi olan iki farklı kodlayıcı tarafından birbirinden bağımsız bir şekilde SPSS programı aracılığıyla kodlanmıştır. Kodlayıcılar arasındaki uyumun incelenmesi için Cohen Kappa testine başvurulmuştur. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmiş olup; yazar sayısı, makale alanı, makale alt alanı, odaklanılan medya türü ve araştırma yöntemi başlıklarındaki uyum oranının, makalelerin özet metinlerinden yola çıkarak dahi görece kolaylıkla ayırt edilebilmesi doğrultusunda daha yüksek olduğu, buna rağmen oldukça çeşitli bir şekilde karşımıza çıkabilen veri toplama teknikleri, aynı çalışmadaki araştırma sayısı, örneklem türü, örneklem seçme yöntemi ve uygulanması halinde istatistiki analiz başlıklarındaki uyumun daha detaylı bir yapı sergilemesi nedeniyle görece düştüğü ifade edilebilir. Özellikle örneklem seçme yönteminin birçok makalede açıkça ifade edilmemiş olması ilgili başlığı kodlayıcının yargısına daha büyük ölçüde bırakmaktadır. Bu doğrultuda araştırmadaki uyum derecelerinin çok iyi ve iyi arasında değiştiği görülür (Kılıç, 2015, 143).

Tablo 10

Cohen Kappa Analizi

	Cohen Kappa Değeri	Uyum Derecesi
Yazar Sayısı	0,965	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum
Makale Alanı	0,962	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum
Makale Alt Alanı	0,965	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum
Medya	0,942	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum
Araştırma Sayısı	0,745	0,61-0,80 iyi düzeyde uyum
Araştırma Yöntemi	0,961	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum
Veri Toplama Tekniği	0,804	0,61-0,80 iyi düzeyde uyum
Örneklem Türü	0,875	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum
Örneklem Seçme Yöntemi	0,779	0,61-0,80 iyi düzeyde uyum
(Uygulanmışsa) İstatistiki Analiz	0,869	0,81-100 çok iyi düzeyde uyum

2.8. İçerik Analizi Bulguları

Makalelerin yazar sayılarının tek yazardan (%40,8), 4 yazara (%3,3) kadar çıkabildiği; ancak 2 (%44) yazarlı makale sayısının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11*Makalelerin Yazar Sayıları*

Yazar Sayısı	Makale Sayısı	Yüzde
1	75	%40,8
2	81	%44
3	22	%12
4	6	%3,3
Toplam	184	%100

Makalelerin büyük bir kısmının İletişim Çalışmaları (%37,5) alanına ait olduğu, ardından Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (%27,7) alanının geldiği görülmektedir. Alt disiplin çerçevesinde bölümlendirildiğinde Gazetecilik ve Medya Çalışmaları'nın (%18,5), İletişim Çalışmaları'nı (%37,5) takip ettiği görülmektedir. Araştırma alan ve alt disiplini çerçevesinde diğer alanların dağılımı Tablo 12'deki gibidir.

Tablo 12*Makalelerinin Alan ve Alt Alanları*

		Makale Sayısı	Yüzde
Alan (Genel)	Gazetecilik	34	%18,5
	HİR	51	%27,7
	İletişim Çalışmaları	69	%37,5
	Radyo, Televizyon, Sinema	30	%16,3
	Toplam	184	%100
Alt Alan	Gazetecilik ve Medya Çalışmaları	34	%18,5
	Görsel İletişim Tasarımı	2	%1,1
	Halkla İlişkiler	22	%12
	İletişim Çalışmaları	69	%37,5
	Pazarlama	9	%4,9
	Reklamcılık	25	%13,6
	Sinema	23	%12,5
	Toplam	184	%100

Araştırmalarda medya bazında en çok dijital medyaya odaklanıldığı (%44); takiben sinema (%9,2), televizyon (%5,4) ile gazetenin (%5,4) ön plana çıktığı görülmüştür. Bununla birlikte 14 makale (%7,6) medyanın geneline yönelik ortaya konulmuştur. Diğer ortamların makalelerde yer alma sıklığı ve oranları ise Tablo 13'te gösterilmiştir. Elde edilen veri bir önceki kısımda tespit edildiği gibi sosyal medyanın en fazla tekrarlanan anahtar kelimelerden biri olması bulgusunu destekler niteliktedir.

Tablo 13*Makalelerinin Odaklandığı Medya Türleri*

	Makale Sayısı	Yüzde		Makale Sayısı	Yüzde
Televizyon	10	%5,4	Dijital Medya	81	%44,0
Radyo	1	%0,5	Açık hava	1	%0,5
Gazete	10	%5,4	Kombinasyon	2	%1,1
Dergi	6	%3,3	Medya Genel	14	%7,6
Kitap	1	%0,5	Diğer	6	%3,3
Sinema	17	%9,2	Hiçbiri	35	%19,0
Toplam	184	%100			

İncelenen makalelerin metodolojisine yönelik veriler ise Tablo 14 ve Tablo 15'te sunulmuştur. Bu çerçevede çalışmaların ezici çoğunluğunun tek araştırmadan meydana geldiği (%97,3); araştırmalarda nitel araştırma yönteminin daha sıklıkla benimsendiği (%56); araştırma tekniği olarak ise çoğunlukla içerik analizi (%23,4), derinlemesine görüşme (%15,8), doküman inceleme (%10,3), yüz yüze anket (%8,2) ve çevrimiçi anket uygulamalarına (%7,6) başvurulduğu anlaşılmaktadır. Örneklem türü olarak ise çoğunlukla ikincil kaynaklar (%57,1) kullanılmış olup, ardından kadın-erkek karma gerçek hedef kitle (%20,1) ve kadın-erkek karma uzmanlar (%12) gelmektedir. Amaçlı örneklem (%62) en çok tercih edilen örneklem seçim yöntemi olarak belirirken, istatistikî analiz gerçekleştiren çalışmalarda özellikle ortalama ve sıklık gibi betimleyici istatistiklere daha çok rastlanmakta (%56,25) takiben farklı istatistikî analizler bir arada kullanılmaktadır (%38,75).

Tablo 14*Makalelerin Metodolojisine Yönelik Sayısal Veriler I*

	Örneklem Türü		Örneklem Seçme Yöntemi		(Uygulanmışsa) İstatistiksel Analiz			
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
Gerçek Kadın Hedef Kitle	2	%1,1	Sistematiik Ö.	18	%9,8	Sıklık, Ortalama	45	%56,2
Karma Gerçek Hedef Kitle	37	%20,1	Kolayda Ö.	33	%17,9	Fark Testleri	4	%5
Kadın Öğrenciler	1	%0,5	Kota Ö.	1	%0,5	Karma	31	%38,7
Karma Öğrenci	14	%7,6	Kartopu Ö.	3	%1,6	Toplam	80	%100
Karma Uzman İkincil Kaynaklar	22	%12	Amaçlı Ö.	114	%62			
Diğer	105	%57,1	Diğer	15	%8,2			
Toplam	3	%1,6	Toplam	184	%100			
	184	%100						

Tablo 15*Makalelerin Metodolojisine Yönelik Sayısal Veriler II*

Araştırma Sayısı		Araştırma Yöntemi		Veri Toplama Tekniği				
Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde			
1	179	%97,3	Nicel	63	%34,2	İçerik Analizi	43	%23,4
2	5	%2,7	Nitel	103	%56	Derinlemesine Görüşme	29	%15,8
Toplam	184	%100	Nicel-Nitel Karma	18	%9,8	Doküman İnceleme	19	%10,3
			Toplam	184	%100	Yüz yüze Anket	15	%8,2
						Çevrimiçi Anket	14	%7,6
						Diğer	64	%34,7
						Toplam	184	%100

4. Sonuç

Öz yansıtıcı çalışmalar olarak da isimlendirilen literatür incelemeleri, herhangi bir bilim alanındaki bilimsel çalışmalar, ortak çalışma alanları, atıf ilişkileri, alanda öne çıkan isimler ve yazarlık ilişkileri gibi unsurları araştırarak alanın epistemik yapısına ve epistemik topluluğuna yönelik değerli veriler sunmaktadır. Böylece alanın kendisi araştırma odağı haline getirilerek mevcut durum gözler önüne serilir ve gelecek çalışmalara yönelik geliştirilen birtakım tavsiyelerle sonraki çalışmalara ışık tutulması

amaçlanır. Bu çerçevede ilgili araştırmalarda genellikle bibliyometrik analiz, içerik analizi, meta analizi ve soru formlarına başvurulmaktadır.

Türkiye'deki İletişim alanına yönelik gerçekleşen bu araştırma da bir öz yansıtıcı çalışma olarak nicel araştırma yöntemini benimsemiş, kapsamlı bir bakış açısı için sırasıyla bibliyometrik analiz ve nicel içerik analizi tekniklerine başvurmuştur. Bu çerçevede ESCI indeksinde taranan Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne ait İlef Dergisi (ILEF), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne ait Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences (CONNECTIST) ve Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne ait Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (TURCOM)'nde 2020-2022 yılları arasında yayınlanan 210 araştırma makalesi örneklem olarak seçilmiştir. Böylece çalışmada Türkiye'deki İletişim alanının güncel tartışma konularına ve metodolojisine odaklanılmış; atıf sayısı, yoğunlukları ve bağlantı gücü incelemiştir. Bunun yanı sıra araştırmada örneklem dahilinde ele alınan dergi ve makalelere yönelik sunulan birtakım betimsel istatistiklerle (dergi atıf göstergesi, ortalama yayın süresi, makale dili, fon bilgisi) 2020-2022 yıllarına yönelik kapsamlı bir görünüm elde edilmeye çalışılmıştır.

WoS veri tabanından elde edilen bilgilere göre, araştırma makale sayısı en yüksek ve yayın süresi en kısa dergi olan TURCOM, dergi atıf göstergesi bazında CONNECTIST ve İLEF'in ardında sıralanmaktadır. Bununla birlikte en yüksek dergi atıf göstergesine sahip olan CONNECTIST aynı zamanda en uzun ortalama yayın sürecinin de sahibidir. Bu çerçevede ilgili dergilere yayın başvurusunda bulunurken yazarların, söz konusu dergi verileri ile kendi ihtiyaç ve önceliklerinin (örneğin ortalama yayın ve bekleme süresi gibi) uyumlandığından emin olmaları tavsiye edilir.

Örneklem makalelerinin yarısından fazlasının Türkçe kaleme alınmış olduğu, geri kalanının ise İngilizce yazıldığı görülmektedir. Uluslararası dolaşım ve atıf sayısının arttırılabilmesi amacıyla dergiler çerçevesinde İngilizce yayın sayısının arttırılması bir öneri olarak sunulabilir.

210 makale arasından yalnızca 9 tanesinin fon almış olduğu geri kalan makalelerin ise yazarların kendi imkanları çerçevesinde hayata geçirildiği saptanmıştır. Bu noktada en fazla fon alınan kurum olarak TÜBİTAK öne çıkmaktadır. Ancak yazarların fon olanaklarından daha geniş ölçülerde yararlanmalarının çalışmaların da imkanlarını arttıracığı, yapılan bilimsel katkıya ve dolaylı olarak atıf sayısına yansıtacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda yazarların fon olanaklarından daha çok yararlanması ve dergilerin de her sayıda ayıracağı özel kontenjan veya özel sayılarla fon almış çalışmaları teşvik etmesi önerilebilir. Zira makalelerin atıf sayısının artışı doğrudan dergilere yansımaktadır.

Diğer dergilere kıyasla 111 makale ve 13 atıf sayısına sahip TURCOM'un atıf sayısı ve yoğunluğu daha fazladır. Ancak atıf sayısı değerlendirilirken derginin aynı zamanda en fazla makale sayısına sahip olduğu da göz önünde tutulmalıdır. Ardından 51 makale ve 10 atıfla CONNECTIST ve 48 makale ve 2 atıfla İLEF gelmektedir. Dergilerin atıf sayılarının daha yukarılara çekilebilmesi için birtakım uygulamalar hayata geçirilebilir. Bu noktada derleme makale ile İngilizce yayın sayılarının arttırılması, atıf sayısı yüksek uluslararası yazarların özellikle özel sayılara davet edilmesi, sosyal medya platformlarının daha etkin kullanımı gibi yöntemler benimsenebilir (Sage, t.y.). Makaleler üniversite kapsamında kategorize edildiğinde Marmara Üniversitesi'nin en yüksek makale ve en fazla atıf sayısına sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte örneklem makalelerinin ezici çoğunluğu Türkiye menşeli olup geri kalanı farklı ülkelerden gönderilmiştir. Bu çerçevede dergilerin uluslararası yazar sayısını farklı ülkeler kapsamında arttırması tavsiye edilebilir. Bu amaçla makale çağrı metinleri Türkçe ve İngilizce olarak akademik amaçla oluşturulan sosyal medya platformlarında ve dergilerin sosyal medya hesaplarında daha geniş ölçüde paylaşılabilir.

Örneklem çerçevesinde yapılan ortak kelime analizi doğrultusunda 2020-2022 yılları dahilinde özellikle sosyal medya ve COVID-19 konulu ve konu bağlantılı çalışmaların yoğunluk kazandığı tespit edilmiştir. İletişim teknolojilerinin gelişmesi doğrultusunda sosyal medyanın her geçen gün hayatımızın daha çok parçası olması ve COVID-19 pandemisinin tüm dünyayı ve yaşam pratiklerini derinden sarsması bu

durumu anlaşılabilir kılar. Dolayısıyla İletişim alanı doğrultusunda gelecek çalışmalar için yazarların, ele aldıkları konunun sosyal medya bağlantılarını göz ardı etmemeleri gerektiğini söylenebilir. COVID-19 konulu çalışmaların sayılarından da anlaşılacağı gibi gerek mikro gerekse makro ölçüde yaşamı derinden etkileyen olay ve olgular ön plana çıkabilmektedir. Bu kapsamda 2023 yılında Türkiye ve Suriye'yi büyük ölçüde etkileyen depremin ardından özellikle 2023 ve izleyen dönemlerde doğal afet iletişimi, kriz iletişimi, deprem iletişimi vb. anahtar kelimeleri içeren çalışmaların alanda artabileceği öngörülebilir. Bununla birlikte alanda öne çıkan diğer belli başlı çalışma konuları ise şöyle sıralanabilir: içerik analizi, büyük veri, pandemi, sürdürülebilirlik, halkla ilişkiler, reklam. Ancak konular zamansallık açısından değerlendirildiğinde özellikle blockchain, yapay zekâ, pandemi iletişimi, dezenformasyon, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir iletişim, sivil toplum ve kullanımlar ve doyumlar konularının daha güncel çalışma konularını teşkil ettiği gözlemlenmiştir. Bu alanlarda yapılacak olan araştırma sayısının ileride artacağı düşünülmektedir.

Makalelere daha yakından bakıldığında iki ve tek yazarlı makalelerin çoğunlukta olduğu; konuları çerçevesinde çalışmaların ağırlıklı olarak İletişim Çalışmaları alanı kapsamında gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Araştırmaların büyük bir kısmı dijital medya odağında ortaya konulmuş olup, nitel araştırma yöntemi daha çok benimsenmiştir. Veri toplama tekniği olarak ise içerik analizi sıklıkla kullanılmıştır. Aynı şekilde amaçlı örnekleme yöntemi çoğunlukla tercih edilmiş, örneklem olarak ise en çok ikincil kaynaklara başvurulmuştur. Ortalama, sıklık gibi verileri sunan betimsel analizler de yine nicel araştırma yöntemini benimseyen araştırmalarda istatistikî analizler olarak sıklıkla kullanılmıştır. Çalışmalar çerçevesinde dikkati çeken bir diğer husus ise aynı makale içinde birden fazla sayıda birbirini tamamlayan araştırmanın yok denecek kadar olmamasıdır. Oysa aynı çalışma kapsamında birbirinin devamı niteliğinde birden fazla araştırmanın gerçekleştirilmesi uluslararası bağlamda yaygınlaşmaktadır. Bu noktada sürece farklı örneklemleri dahil ederek nitel-nicel karma araştırma yöntemi doğrultusunda farklı araştırma tekniklerinden faydalanan birbirini tamamlamak üzere bir dizi araştırmayı içeren çalışmalar gerçekleştirilebilir. Bu noktada dergiler de ilgili çalışmaları teşvik etmek adına ayrı bir kontenjan ayırabilir. Söz konusu uygulamanın, makaleler bazında alana yapılan katkıları olumlu yönde etkileyeceği iddia edilebilir.

Kaynakça

- Akgöz, S., Ercan, İ., & Kan, İ. (2004). Meta-analizi. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(2), 107-112.
- Arslan, H. (1992). *Epistemik cemaat -bir bilim sosyolojisi denemesi*. Paradigma- Meta Bilimler Dizisi.
- Asan, A. (2017). Uluslararası bilimsel dergi indeksleri, önemleri ve Türkiye kaynaklı dergilerin durumu: Bölüm 1: Bilimsel Dergi İndeksleri. *Acta Medica Alanya*, 1(1), 33-42.
- Baş, M., & Aksoy, G. (2021). Marka Yönetimi ile ilgili yazılan ulusal lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *İçinde Usaysad Derg* (C. 7, Sayı 1). <http://dergipark.gov.tr/usaysad>
- Beard, F. K. (2002). Peer evaluation and readership of influential contributions to the advertising literature. *Journal of Advertising*, 31(4), 65-75. <https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673686>
- Bozkuş, K. (2019). *Web of Science indekslerinde taranan eğitim alanındaki Türkiye kaynaklı yayınların bibliyometrik analizi*. <https://www.researchgate.net/publication/335293160>
- Can, A. (2014). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Pegem Akademi.
- Cesur Karşu, D. (2022). To be real, or not to be real, that is the question: A content analysis of augmented reality articles in advertising and marketing journals from 2017 to 2021. *Media & Culture, The Journal of Cultural Studies and Media*, 2(1), 66-86.
- Chang, C. (2017). Methodological issues in advertising research: Current status, shifts, and trends. *Journal of Advertising*, 46(1), 2-20. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1274924>
- Cho, C. H., & Khang, H. K. (2006). The state of internet-related research in communications, marketing, and advertising: 1994-2003. *Journal of Advertising*, 35(3), 143-163. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367350309>
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2018). *Nitel desenler, gömülü teori* (2. bs). Edam.
- Donthu, N., Kumar, S., Pattnaik, D., & Lim, W. M. (2021). A bibliometric retrospection of marketing from the lens of psychology: Insights from Psychology & Marketing. *Psychology and Marketing*, 38(5), 834-865. <https://doi.org/10.1002/mar.21472>
- Eisend, M. (2017). Meta-analysis in advertising research. *Journal of Advertising*, 46(1), 21-35. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1210064>
- Feeley, T. H. (2008). A bibliometric analysis of communication journals from 2002 to 2005. *Human Communication Research*, 34(3), 505-520. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2008.00330.x>
- Feng, Y., Zhu, Q., & Lai, K. H. (2017). *Corporate social responsibility for supply chain management: A literature review and bibliometric analysis*. *İçinde Journal of Cleaner Production* (C. 158, ss. 296-307). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.018>
- Ford, J. B., Bezbaruah, S., Mukherji, P., Jain, V., & Merchant, A. (2021). A decade (2008-2019) of advertising research productivity: A bibliometric review. *Journal of Business Research*, 136, 137-163. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.030>
- Ghorbani, Z., Kargaran, S., Saberi, A., Haghghinasab, M., Jamali, S. M., & Ale Ebrahim, N. (2022). Trends and patterns in digital marketing research: Bibliometric analysis. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2), 158-172. <https://doi.org/10.1057/s41270-021-00116-9>
- Glesne, C. (2013). *Nitel araştırmalara giriş* (A. Ersoy & P. Yalçinoğlu, Ed.; 2. bs). Anı Yayıncılık.

- Guo, F., Ye, G., Hudders, L., Lv, W., Li, M., & Duffy, V. G. (2019). Product placement in mass media: A review and bibliometric analysis. *Journal of Advertising*, 48(2), 215-231. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1567409>
- Hartmann, T., Krakowiak, K. M., & Tsay-Vogel, M. (2014). How violent video games communicate violence: A literature review and content analysis of moral disengagement factors. *Communication Monographs*, 81(3), 310-332. <https://doi.org/10.1080/03637751.2014.922206>
- Kamhawi, R., & Weaver, D. (2003). Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(1).
- Karagöz, E. (2010). *Sosyal bilimlerde kuram oluşum süreci ve iletişim: İletişim kuramlarının felsefi sosyolojik dayanakları*. Derin Yayınevi.
- Kılıç, S. (2015). Kappa test. *Journal of Mood Disorders*, 5(3), 142. <https://doi.org/10.5455/jmood.20150920115439>
- Kim, J., Kang, S., & Lee, K. H. (2021). Evolution of digital marketing communication: Bibliometric analysis and network visualization from key articles. *Journal of Business Research*, 130, 552-563. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.043>
- Kim, J., & McMillan, S. J. (2008). Evaluation of internet advertising research: A bibliometric analysis of citations from key sources. *Journal of Advertising*, 37(1), 99-112. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367370108>
- Kim, K., Hayes, J. L., Avant, J. A., & Reid, L. N. (2014). Trends in advertising research: A longitudinal analysis of leading advertising, marketing, and communication journals, 1980 to 2010. *Journal of Advertising*, 43(3), 296-316. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.857620>
- Kurtuluş, K. (2010). Araştırma yöntemleri. Türkmen Kitabevi.
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587-604. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x>
- Martínez-López, F. J., Merigó, J. M., Valenzuela-Fernández, L., & Nicolás, C. (2018). *Fifty years of the European journal of marketing: A bibliometric analysis*. İçinde *European Journal of Marketing* (C. 52, Sayı 1-2, ss. 439-468). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0853>
- Merigó, J. M., Blanco-Mesa, F., Gil-Lafuente, A. M., & Yager, R. R. (2017). Thirty years of the international journal of intelligent systems: A bibliometric review. *International Journal of Intelligent Systems*, 32(5), 526-554. <https://doi.org/10.1002/int.21859>
- Meyer, M., & Molyneux-Hodgson, S. (2010). Introduction: The dynamics of epistemic communities. *Sociological Research Online*, 15(2), 109-115. <https://doi.org/10.5153/sro.2154>
- Öktem, N., & Karagöz, E. (2015). *Sosyal bilimlerde yöntem*. Astana Yayınları.
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş* (D. Bayrak, H. B. Araslan, & Z. Akyüz, Ed.). Siyasal Kitabevi.
- Reeves, B., & Borgman, C. L. (1983). *A bibliometric evaluation of core journals in communication research*. İçinde *Human Communication Research* (C. 10, Sayı 1).
- Sage. (t.y.). Increasing citations and improving your impact factor. Geliş tarihi 11 Nisan 2023, gönderen <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/increasing-citations-and-improving-your-impact-factor>

- Segado-Boj, F., Martín-Quevedo, J., & Fernández-Gómez, E. (2021). Research on Television Series: A Bibliometric Analysis. *Serials Librarian*, 81(3-4), 265-281. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2021.2011820>
- So, C. Y. K. (1988). *Citation patterns of core communication journals an assessment of the developmental status of communication*. Symposium on Mass and interpersonal Communication, Human Communication Research, 15(2), 236-255.
- Türkiye Cumhuriyeti Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı. (2023). Kod Bilim Alanı Koşul No Tablo 11-Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Temel Alanı. https://www.uak.gov.tr/Documents/docentlik/2018-ekim-donemi/basvuru-sartlari/TA_Tablo11_2018E_081018.pdf
- Wilson, E. J., & Sherrell, D. L. (1993). Source effects in communication and persuasion research: A meta-analysis of effect size. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21, 101-112.
- Yale, L., & Gilly, M. C. (1988). Trends in advertising research: A look at the content of marketing-oriented journals from 1976 to 1985. *Journal of Advertising*, 12-22.
- Ye, G., Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The value of influencer marketing for business: A bibliometric analysis and managerial implications. *Journal of Advertising*, 50(2), 160-178. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1857888>
- Yoo, K., Joo, E., Choi, H., Reid, L., & Kim, J. (2015). Trends in the use of statistics in major advertising journals over four decades. *International Journal of Advertising*, 34(3), 549-572. <https://doi.org/10.1080/02650487.2015>

Makale Bilgi Formu

Yazarların Katkıları: Bu makalenin yazımına tüm yazarlar eşit katkıda bulunmuştur. Tüm yazarlar, makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmanın telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih İçin Nazmettiği Methiyesinin Tematik İncelemesi

Thematic Analysis of the Panegyric Composed by Ibn al-Rûmî for 'Abd al-Malik b. Sâlih

Esat Ayyıldız 

Kafkas Üniversitesi, Fen-Edebiyat
Fakültesi, Doğu Dilleri ve Edebiyatları
Bölümü, Arap Dili ve Edebiyatı
Anabilim Dalı
esatayyildiz@hotmail.com



Öz: Bu makalede, Abbâsî dönemi şairlerinden İbnu'r-Rûmî'nin Abbâsî hanedanlığının bir üyesi olan Abdülmelik b. Sâlih için nazmettiği methiyesinin tematik bir incelemesinin yapılması planlanmaktadır. Bu analiz, İbnu'r-Rûmî'nin methiyesinin karmaşık katmanlarına derinlemesine bir bakış sağlamaktadır. Methiye, bilhassa Abbâsî döneminin Arap edebî geleneğinde önemli bir yeri bulunan şiirsel bir ifade biçimidir. Yapılan çalışmanın konusu, methiyedeki tematik unsurların araştırılmasına ve İbnu'r-Rûmî'nin hem övgüsel hem de eleştirel anlayışa sahip bir anlatı oluşturmak için dili ve imgeleri nasıl kullandığının ortaya çıkartılmasına dayanmaktadır. Araştırmanın kapsamı, bahis mevzu methiyenin tarihi ve kültürel arka planı bağlamında anlaşılmasının sağlanmasına kadar uzanmaktadır ve Abbâsî döneminin toplumsal normlarının, değerlerinin ve beklentilerinin anlaşılmasına da ehemmiyet vermektedir. Bu yaklaşım, metnin öneminin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır ve salt övgünün ötesine geçerek dönemin sosyopolitik dinamikleri hakkında bir yorum sunmaktadır. Öte yandan mevcut tarihî kayıtların İbnu'r-Rûmî ile Abdülmelik b. Sâlih arasındaki ilişki hakkında çok az ayrıntı sunduğunu ve mevcut belgelerde bu konuda kapsamlı bilgi bulunmadığını vurgulamak gerekir. Bu çalışmanın önemi, klasik Arap edebiyatı alanına yaptığı katkısından, özellikle de methiyelerin bu literatür geleneğindeki rolünün ve gelişiminin anlaşılması hususundaki önceliğinden kaynaklanmaktadır. İbnu'r-Rûmî'nin eserinin analizi vasıtasıyla bu araştırma, methiye nazımının karmaşık doğasına dikkat çekmesinin yanı sıra; şair, şiirde övülen kişi ve şaire verilen maddi ödül arasındaki ilişkinin ayrıntılı şekilde anlaşılmasını da sağlamaktadır. Araştırmada benimsenen yöntem, daha derinlemesine bir anlayış kazanmak amacıyla, manzumenin temalarını parçalara ayırmaya odaklanan yakın bir metinsel analizi içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Arap Dili ve Edebiyatı, Klasik Arap Şiiri, İbnu'r-Rûmî, Methiye, Kaside

Abstract: In this article, a thematic analysis of the panegyric composed by Ibn al-Rûmî, a poet from the Abbasid era, for 'Abd al-Malik, a member of the Abbasid dynasty, is planned to be conducted. This analysis delves into the intricate layers of Ibn al-Rûmî's panegyric, a form of poetic expression that holds a prominent place in Arabic literary tradition, particularly during the Abbasid era. The subject of this study is to explore the thematic elements within the panegyric, revealing how Ibn al-Rûmî utilizes language and imagery to construct a narrative that is both laudatory and critically insightful. The scope of the research extends to understanding the panegyric within the context of its historical and cultural backdrop, making it crucial to comprehend the societal norms, values, and expectations of the Abbasid era. This approach provides a deeper understanding of the text's significance, transcending beyond mere praise to offer a commentary on the sociopolitical dynamics of the time. It should be highlighted that the existing historical records offer scant details about the relationship between Ibn al-Rûmî and 'Abd al-Malik b. Sâlih, indicating a lack of comprehensive information on this topic in current documentation. The importance of this study lies in its contribution to the field of classical Arabic literature, particularly in understanding the role and evolution of panegyrics within this literary tradition. Through the analysis of Ibn al-Rûmî's work, this research highlights the complex nature of composing panegyrics. It provides an understanding of the detailed relationship between the poet, the individual being praised in the poem, and the financial reward given to the poet. The method adopted in this research involves a close textual analysis of the poem, focusing on dissecting its themes to gain a deeper understanding.

Keywords: Arabic Language and Literature, Classical Arabic Poetry, Ibn al-Rûmî, Panegyric, Qaşıda

Geliş Tarihi/Received: 07.12.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 31.01.2024
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
04.04.2024

Extended Abstract

This article offers a comprehensive thematic analysis of a *qaṣīda* (ode) composed by the renowned Abbasid-era poet Ibn al-Rūmī, dedicated to a lesser-known figure of the Abbasid dynasty, ‘Abd al-Malik b. Ṣāliḥ. The study delves into the rich thematic structure and diversity of Arabic literature during the Abbasid period, using this particular *qaṣīda* as a focal point. The poem is segmented into four main thematic sections, each reflecting various aspects of ‘Abd al-Malik b. Ṣāliḥ’s personality, social environment, and personal relationships, thus providing a multifaceted portrayal of the subject. The significance of this study lies in its detailed exploration of a singular work within the vast corpus of Abbasid literature, offering insights into the socio-cultural, ethical, and aesthetic norms of the era. This *qaṣīda* by Ibn al-Rūmī is not only a personal tribute to ‘Abd al-Malik b. Ṣāliḥ but also a reflection of the broader literary and cultural milieu of the Abbasid dynasty. The purpose of this research is to dissect the thematic elements of the *qaṣīda*, highlighting Ibn al-Rūmī’s linguistic prowess, use of imagery, and the poem’s contextual relevance within its historical and cultural setting. Additionally, the study aims to contribute to the broader understanding of Abbasid literature by examining how this particular *qaṣīda* encapsulates the era’s literary and cultural dynamics. The methodology employed in this study involves a thematic analysis of the *qaṣīda*, with a focus on dissecting and interpreting each of its four main sections. The analysis is grounded in a close textual reading, with an emphasis on linguistic and stylistic elements, imagery, and metaphorical representations. The study also situates the *qaṣīda* within the broader context of Abbasid literature, drawing parallels and contrasts with contemporary works and themes. This approach allows for a comprehensive understanding of the *qaṣīda*’s significance, both in terms of its intrinsic literary value and its cultural and historical implications.

The first section of the *qaṣīda* is a profound exemplar of the classical Arabic *madīḥ* (praise) genre, wherein Ibn al-Rūmī meticulously crafts a homage to ‘Abd al-Malik b. Ṣāliḥ. This part of the poem is not merely a sequence of accolades but a nuanced portrait that artfully intertwines the subject’s personal virtues with the broader tapestry of Abbasid cultural and societal ideals. Ibn al-Rūmī’s approach to eulogizing ‘Abd al-Malik is multifaceted; he not only acknowledges his generosity and moral integrity but also highlights his wisdom, a trait deeply revered in Abbasid society. This section’s eloquence is further augmented by the sophisticated use of language and imagery, hallmarks of Ibn al-Rūmī’s poetic style. His choice of words and metaphors is reflective of the Abbasid period’s rich literary tradition, imbued with intricate layers of meaning and cultural references. Ibn al-Rūmī’s diction is carefully chosen to resonate with the audience’s familiarity with classical Arabic literature and its thematic preoccupations. The imagery used is not merely decorative but serves to underscore the depth of ‘Abd al-Malik’s character and his standing in society. Moreover, the construction of praise in this part of the *qaṣīda* is emblematic of the Abbasid era’s valorization of certain virtues. Ibn al-Rūmī’s focus on generosity, for instance, is reflective of the era’s emphasis on munificence as a cornerstone of social prestige and moral excellence. Similarly, the mention of wisdom aligns with the period’s intellectual ethos, which celebrated knowledge and scholarly pursuits. The elegance of Ibn al-Rūmī’s eulogy also lies in its ability to navigate the subtleties of panegyric poetry, balancing adulation with authenticity. The poet deftly avoids hyperbolic excess, instead opting for a portrayal that feels measured. This balance is a testament to his mastery of the *madīḥ* form, affirming his status as a pivotal figure in the Abbasid literary landscape. In essence, this section of the *qaṣīda* is not only a testament to ‘Abd al-Malik b. Ṣāliḥ’s esteemed place in the Abbasid court but also serves as a microcosm of the cultural and literary milieu of the time. Ibn al-Rūmī, through this eulogy, offers a window into the values, aesthetics, and societal norms of the Abbasid era, encapsulating the essence of its rich and sophisticated literary heritage.

The second section transitions to a vivid portrayal of a social gathering hosted by ‘Abd al-Malik b. Ṣāliḥ. This part of the *qaṣīda* showcases the richness and diversity of social life during the Abbasid era. The descriptions of the gathering, with its luxurious atmosphere and cultural nuances, provide valuable

insights into the era's social fabric and cultural diversity. In the third section, Ibn al-Rûmî shifts his focus to a detailed depiction of a black slave woman associated with 'Abd al-Malik b. Şâlih. This part of the poem offers a rich tapestry of aesthetic perceptions and the portrayal of women in Abbasid literature. The detailed and evocative description of the woman serves as a significant commentary on the era's notions of beauty and femininity. The final section of the qaşîda addresses the poet's personal appeal for patronage and reward from Abd al-Malik b. Şâlih. This part candidly reveals Ibn al-Rûmî's motivation behind composing the qaşîda, hinting at the patron-client relationships prevalent in Abbasid literary culture. The poet's subtle yet firm request for remuneration juxtaposes the themes of admiration and personal need, shedding light on the socio-economic aspects of literary production in the Abbasid era.

1. Giriş

İslam edebiyatının zengin mirasında, şairlerin ve yazarların eserleri, dönemin içtimai, kültürel ve siyasî yapısını yansıtan değerli belgeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla bu belgelerin layıkıyla mütalaa edilmesi, edebiyat tarihinin anlaşılması açısından önemlidir. Bu makale çalışmanın odak noktası, Abbâsî hanedanlığına mensup olmasına karşın pek tanınmayan bir şahsiyet hüviyetiyle karşımıza çıkan Abdülmelik b. Sâlih el-Hâşimî (ö. [?]) için İbnü'r-Rûmî (ö. 283/896) tarafından nazmedilen bir methiyenin tematik analizidir. Bu analiz, eserin dilini, içeriğini ve bu içeriğin dönemin genel kültürel ve siyasî bağlamı içerisindeki yerini ele almayı amaçlamaktadır. İbnü'r-Rûmî, Abbâsî döneminin en önemli şairlerinden birisi olarak kabul edilmektedir ve eserleri, Arap edebiyatının klasik döneminin en iyi örneklerinden bazısını teşkil etmektedir. Mezkûr methiye, İbnü'r-Rûmî'nin üslubunun ve dönemin edebî zevkinin anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu methiye hususunda yapılan analiz, şairin anlatım stratejileri, imgeleri kullanımı ve eserin yapısı gibi konulara odaklanmaktadır.

Bu çalışma, İbnü'r-Rûmî'nin methiyelerini, dönemin edebî ve kültürel değerlerini yansıtan bir eser olarak ele alarak, manzumenin Abbâsî dönemi edebiyatı içerisindeki yerini ve önemini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu çalışmanın metodolojik yaklaşımı ise, İbnü'r-Rûmî'nin methiyesinin tematik açıdan kapsamlı ve çok boyutlu bir analizini sağlamak üzere tasarlanmıştır. Ayrıca eserin içerik açısından sahip olduğu özgünlük de tetkik edilecektir. Methiyenin tematik yapısının derinlemesine analizi, dönemin edebî anlayışına ve toplumsal dinamiklerine dair kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. Bu doğrultuda, ilk önce şiirin tematik yapısı incelenecek, ardından söz konusu kaside tematik açıdan bölümlere ayrılarak incelemeye tabi tutulacaktır.

Türkiye'de İbnü'r-Rûmî'ye ilişkin daha önce muhtelif birkaç çalışmanın yapıldığı tespit edilmektedir. Bu bağlamda, Mehmet Ali Kılavuz Araz'ın *er-Rişâ' fî Şi'ri'l-'Abbâsî: Kaşîdetu İbni'r-Rûmî fî Rişâ' İbnih -Dirâse Tahlîliyye-* adlı makalesi (bk. Araz, 2019, 203-238), Muhammed Alanko'nun Yahya Suzan'ın danışmanlığında hazırladığı *İbnü'r-Rûmî ve Şiirleri* adlı yüksek lisans tezi (bk. Alanko, 2022, 1-71) ve Adnan Arslan'ın *Abbâsî Şairi İbnü'r-Rûmî'nin Şiirlerinde Hikmet* başlıklı makalesi (bk. Arslan, 2023, 45-65) sayılabilir. Keza İsmail Durmuş ve Mustafa Çuhadar'ın İslam Ansiklopedisi için kaleme aldıkları madde de bu bağlamda zikredilmelidir (bk. Durmuş - Çuhadar, 2000, 21/186-188). Bu makale çalışmasını daha önceki akademik yayınlardan ayıran unsur ise, araştırma kapsamının İbnü'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih için nazmettiği methiyesinin tematik incelemesine hasredilmiş olmasıdır. Usta şairin divanının altı ciltten oluşan hayli kapsamlı bir şiir hazinesi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, İbnü'r-Rûmî'nin hâlâ incelenmeyi bekleyen çok sayıda manzumesinin olduğu fark edilmektedir. Gelecek yıllarda onun farklı şiirlerini ele alacak özgün akademik çalışmalar, gerek İbnü'r-Rûmî'nin gerekse Abbâsî dönemi edebiyatının daha yakından tanınması için elzemdir.

2. İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih İçin Nazmettiği Methiyesinin Temaları

İbnu'r-Rûmî tarafından Abdülmelik b. Sâlih için nazmedilen bu methiye, Abbâsî dönemi Arap edebiyatının zengin tematik yapısını ve çeşitliliğini yansıtan dikkat çekici bir eserdir (bk. İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657). Methiye, Abdülmelik'in farklı yönlerini işleyerek, onun özelliklerini, sosyal çevresini ve kişisel ilişkilerini ele almaktadır. Kaside, bir yandan Abdülmelik b. Sâlih'in övgüye değer niteliklerini sergilerken diğer yandan da onun sosyal hayatının çeşitli yönlerine ışık tutmaktadır. Manzumenin ilk bölümü, Abdülmelik b. Sâlih'in kişisel erdemlerini ve muhtelif niteliklerini ön plana çıkartan methiye temasına ayrılmış durumdadır. İkinci bölümde memdûh'un huzurunda düzenlenen bir işret meclisi ve bu meclisin canlılığı ve gösterişliliği konu edilmektedir. Bu anlatımlar, dönemin sosyal hayatının zenginliğini ve kültürel çeşitliliğini gözler önüne sermektedir. Üçüncü bölümde, Abdülmelik b. Sâlih'e ait siyahî bir cariyenin cazibesi ve etkisi üzerine odaklanılmaktadır. Bu tegazzül temalı bölüm, dönemin estetik algılarına ve kadın imgesinin edebiyattaki yansımalarına dair değerli veriler sunmaktadır. Dördüncü bölümde ise, şairin Abdülmelik b. Sâlih'ten bahşış talebinde bulunduğu *el-iktidâ' ve'l-istincâz* temalı kısım yer almaktadır. Şiir incelemelerinde fazla ön plana çıkartılmayan bu temanın mana ve muhtevası da ilgili başlık altında izah edilecektir. Netice itibarıyla incelenen bu şiirin ana hatlarıyla dört ana bölüme ayrıldığını söylemek mümkündür.

2. 1. Abdülmelik b. Sâlih'in övüldüğü methiye temalı bölüm

İbnu'r-Rûmî'nin ele alınan kasidesinin methiye temalı bölümü, Abdülmelik b. Sâlih'e adanmış bir övgü olarak temayüz etmektedir. Şiirin bu kesiti, onun karakter özelliklerini, toplumdaki itibarını ve etkisini detaylandıran bir dizi övgüyle doludur. Malum olduğu üzere methiye, özellikle Arap edebiyatında, bir kişiyi veya topluluğu yüceltmek amacıyla kullanılan bir türdür ve genellikle kişisel erdemleri, başarıları ve toplumsal katkıları öne çıkaran bir içeriğe sahiptir (Muhammed, ts., 6-18). Dolayısıyla Abdülmelik b. Sâlih'in kişisel nitelikleri ve onun toplum içindeki rolü, dönemin sosyo-kültürel yapısı üzerinden incelenmiştir. Şair, onun cömertliğini, ahlaki değerlerini ve bilgeliğini ön plana çıkarmaktadır. Bu özellikler, şiirin dilinde ve imgelerinde açıkça gözlemlenmektedir. Bu bölüm, aynı zamanda Abbâsî döneminin edebî ve kültürel özelliklerini yansıtan bir metin olarak değerlendirilebilir.

Şiirin üslubu, dönemin edebî zevkini ve estetiğini, özellikle yüksek makamdaki kişilere yönelik övgü biçimlerini yansıtmaktadır. Abdülmelik b. Sâlih, bu eserde sadece bir övgü konusu olmakla kalmamakta, aynı zamanda dönemin toplumsal değerlerinin ve ideallerinin bir temsilcisi olarak işlenmektedir. Abdülmelik'in kişiliği, bu şiir aracılığıyla, dönemin tarihsel ve kültürel bağlamı içinde zengin ve çok boyutlu bir şekilde anlatılmaktadır. Kasidenin girizgâhında methiye temasına ayrılan kısım, yirmi bir beyitten oluşmaktadır [Münserih]:

1. تبارك الله خالق الكرم — بارع من حمأةٍ ومن غلق
2. ماذا رعيناهُ في جناب فتى — كالبدر يجلو غواشي الغسق
3. أزمانه كلهنا بناؤه — مثل زمان الربيع ذي الأنق
4. أشهر في الناس بالجميل من الـ — أبلق بين الجياد بالبق
5. فتى يرى المجد ما أخل به الثـ — تمجيد كالحق غير ذي الطبق
6. فيشترى غالي الثناء ولو أ — ملق من ماله سوى الغلق
7. تلقاه كالمزيع المريع إذا — شئت، وطوراً كالمورد الرفق

8. فَرَاتُغٌ فِيهِ غَيْرُ ذِي غَصَصٍ وَكَارُغٌ فِيهِ غَيْرُ ذِي شَرِّقٍ

- “1. Allah’a hamdolsun, cömertliğin yaratıcısına, insanı çamur ve pıhtılaşmış kandan yaratana!
2. Dolunay gibi bir delikanlının korumasında, alacakaranlığın kasvetini dağıtan şeyler gördük!
3. Onun bütün zamanları, cömertliği sayesinde, güzellik dolu bahar zamanı gibidir.
4. İyiliği vesilesiyle, akıyla karasıyla insanlar arasında Ablak Sarayı’ndan daha ünlüdür.
5. Şanın, yüceltilmek suretiyle, kapaksız bir hokka gibi bozulacağını düşünen bir delikanlıdır.
6. Mal varlığı en kıymetli unsurlarından soyutlansa dahi en yüksek övgüyü satın alır.
7. Şayet istersen, onda verimli bir çayır ya da hoş bir su kaynağı bulabilirsin.
8. (İnsan) orada boğazında düğümlenmeden yer, kursağında kalmadan içer (İbnu’r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657).”

İbnu’r-Rûmî kasidesinin *maṭla*’nda yani ilk beytinde, Allah’ı yücelttiği bir ifade kullanmaktadır. Allah’ın yüceltilmesi, İslam dünyasındaki geleneksel anlayışının bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Lakin bu kısım şiirin ilerleyen bölümlerinde karşımıza çıkacak olan hümriyyât söylemleri ve gayriahlaki betimlemelerle bir tezat oluşturmaktadır. Kaside bir bütün olarak değerlendirilmezse, İbnu’r-Rûmî’nin bu girişteki ifadelerinin son derece güzel bir anlatıma sahip olduğunu belirtmek gerekir. Nitekim şair, yalnızca Allah’ı yüceltmekle kalmamakta, aynı zamanda onu “cömertliğin yaratıcısı” olarak tanımlayarak methiye bağlamına uygun bir beyanda bulunmaktadır. Nitekim şairler methiyelerde daimî surette cömertliği yüceltme eğilimi göstermektedirler. İbnu’r-Rûmî aynı beyitte Allah’ın insanı çamur ve pıhtılaşmış kandan yarattığına ilişkin ifadeleri de kullanmakta ve böylelikle cömertliğin yaratılışıyla insanoğlunun yaratılışı arasında bir ilişki kurmaya çalışmaktadır. Durum böyleyse, bir methiye şairinden beklenecek şekilde, insan olmakla cömertlik erdemini taşımak arasında tabii bir ilişki olduğunu öne sürdüğünü düşünmek mümkündür. Dolayısıyla şiirin açılış beytinin hayli isabetli bir stratejiyi benimsediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda, cömertlik sıfatının memdûhuna yaratılıştan gelen bir karakter olarak verildiğini vurgulamak maksadıyla, şairin böylesi bir *maṭla*’ tercihinde bulunduğunu farz etmek de olasıdır. Nitekim cömertliğin karaktere dayandığı nispette güzel olduğu düşünülmektedir.

İkinci beyitte, “dolunay gibi bir delikanlı” ifadelerini sarf ederek methettiği kişiyi teşbih sanatının yardımıyla yüceltmektedir. Bu benzetmesiyle, övülen kişinin fiziksel güzelliği ve etkileyici varlığı vurgulanmaktadır. Onun etkisinin alacakaranlığın kasvetini dağıttığını beyan ederken ise, bu kişinin olumlu ve manevi anlamda aydınlatıcı etkisine işaret etmektedir. Üçüncü beyitte, cömertlik olgusuna tekrar vurgu yapılmaktadır. Şair, methedilen kişinin yaşamının her anında insanlara eli açık bir yaklaşımla muamele ettiğini anlatmaktadır. Dördüncü beyitte, “Ablak Sarayı’ndan daha ünlü” ifadesiyle, methedilen kişinin ününün ve itibarının, dönemin tanınmış bir simgesi olan Ablak Sarayı’nı bile aştığı vurgulanmaktadır. Beşinci beyitte ise methedilen kişinin mütevazı ve alçakgönüllü olduğu, şöhret peşinde koşmadığı anlatılmaktadır. Tabiatı gereği biraz mübalağayı daima içinde barındıran methiyelerde, mütevazılık genellikle göz ardı edilen erdemlerdendir. Buna karşın İbnu’r-Rûmî’nin bu hususa estetik bir yaklaşımla temas etmeyi başardığı anlaşılmaktadır. Altıncı beyitte, methedilen kişinin maddi değerlerden çok manevi ve etik değerlere önem verdiği belirtilmektedir. Bu doğrultuda Abdülmelik b. Sâlih’in maddi kaygılar taşımaksızın, kendisini yüceltecek methiye şairlerine cömertçe ihsanlarda bulunacağını vurgulamaktadır. Ne var ki İbnu’r-Rûmî’nin bu konuda hiç de samimi olmadığı ortadadır. Nitekim kasidesinin son bölümünde, şairin memdûhunun kendisine yeterince ihsanda bulunmadığından şikâyet ettiği tespit edilmektedir. Dolayısıyla İbnu’r-Rûmî’nin bu beyitte Abdülmelik’i cömertlik hususunda teşvik etmeyi amaçladığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Yedinci beyitte, “verimli bir çayır ya da hoş bir su kaynağı” benzetmeleriyle, methedilen kişinin sunduğu fayda ve bereketin çeşitliliğine ve zenginliğine vurgu yapılmaktadır. Zorlu çöl ikliminin hâkim olduğu bölgelerde yaşamlarını idame ettirmek mecburiyetinde kalan şairler tarafından şekillendirilen klasik Arap şiirinde bolluk ve bereket anlatımları, tahmin edileceği üzere çoğu zaman su ve yağmur olgularıyla ilişkilendirilmektedir. Bu minvaldeki tabiat unsurlarının methiyelerde konu edilmesi, ayrıca dinleyicilerin zihninde güzel imgelerin oluşmasına da sebebiyet vermektedir. Sekizinci beyitte ise, “(insan) orada boğazında düğümlenmeden yer, kursağında kalmadan içer” ifadeleriyle, methedilen kişinin sunduğu nimetlerin kolayca erişilebilir ve tatmin edici olduğu anlatılmaktadır. Diğer bir deyişle methedilen kişi, hiçbir karşılık beklemez ve başa kalmaksızın misafirlerine lezzetli gıda maddelerini cömertçe sunmaktadır. İbnu’r-Rûmî methiyesine şu dizeleriyle devam etmektedir:

9. يُكْنَى أَبَا الْفَضْلِ وَهُوَ مِنْتَجَعُ الْفَضْلُ، وَمَا قَلْتُ ذَاكَ عَنْ مَلَقٍ

10. وَخَيْرُ مَا يَكْتُمِي الرِّجَالُ بِهِ كَنِيَّةً لَا نَحْلَةَ وَلَا سَرَقَ

11. عَبْدَ الْمَلِكِ الْمُقَلَّدُ الْمُنَنُّ الْزُهْرَقُ دِيمًا مَعَاقِدَ الزَّيْقِ

12. يَتَّخِذُ الْمَالُ حِينَ يَمْلَأُهُ وَاقِيَّةً كَالدَّرْعِ وَالسَّرَقِ

13. مِنْ آلِ عَبَّاسِ الْكَرَامِ ذَوِي الْسُّودِّ وَالْفَائِزِينَ بِالسُّبْقِ

“9. Künyesi, Ebû'l-Faḍl (yani Lütfun Babası şeklinde)dir. Lütfun toplandığı yerdir o. Bunu da dalkavukluk olsun diye söylemiyorum.

10. Erkekler için en hayırlı künye, haksız yere sahibinin haricindekilere isnat edilmeyen ve çalıntı olmayandır.

11. Abdülmelik, eski zamanlardan beri kendisini görkemli iyiliklerden (müteşekkil) kolyelerle süslemiştir.

12. Parayı, sahip olduğunda, zırhlar veya kalkanlar gibi koruma olarak kullanır.

13. Abbâs ailesinden (yani Abbâsîlerden)dir; (onlar içlerinden) liderler (çıkarmış) soylular ve geçmişten (bu yana) muzaffer olan (kişilerdir) (İbnu’r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657).”

İbnu’r-Rûmî’nin şiirinin bu kısmında, genel itibariyle Ebû'l-Faḍl olarak anılan Abdülmelik b. Sâlih’in nitelikleri ve onun ait olduğu toplumsal sınıfın özellikleri üzerinde durulmaktadır. Şiirin dokuzuncu beytinde, Abdülmelik b. Sâlih’in künyesi ve karakteri hakkında, güzel bir laf oyunundan istifade edilerek bilgi verilmektedir. Bu bağlamda Abdülmelik b. Sâlih’in künyesinin Ebû'l-Faḍl olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla şair, “Lütfun Babası” anlamına gelen Ebû'l-Faḍl künyesinin yalnızca bir ad olmadığını, aynı zamanda memdûhunun karakterinin bir yansıması olduğunu belirtmektedir. İbnu’r-Rûmî, bu ifadelerin dalkavukluk olmadığını vurgulayarak, Ebû'l-Faḍl’ın gerçekten de lütuf ve cömertlikle dolu bir kişi olduğuna işaret etmektedir. Lakin şairin şiiri bir bütün olarak incelendiğinde, onun söylemlerinde pek de samimi olmadığı müşahede edilmektedir. Dolayısıyla şairin dalkavukluk yapmadığını bizzat dile getirerek kendisini müdafaa etmeye çalışması, onun bilinç altındaki bir yansıma olarak değerlendirilebilir. Onuncu beyitte ise, künyelerin ve isimlerin önemi ve bunların kişilikle olan ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Şair, en değerli isimlerin ve künyelerin, sahibine özgü ve haksız yere başkalarına atfedilmeyenler olduğunu belirtmektedir. Bu beyan, dönemin sosyal ve kültürel yapısında isimlerin ve unvanların kişisel kimlik ve itibar açısından ne kadar önemli olduğunu gözler önüne sermektedir. On birinci beyitte, Abdülmelik b. Sâlih’in hayatı boyunca itibarını zenginleştirecek kıymetli

faaliyetlerde bulunmuş olması ele alınmaktadır. Bu doğrultuda onun iyi işler ve erdemlerle süslendiği anlatılmaktadır. Bu durum, Abdülmelik b. Sâlih'in ahlaki güzelliklerinin fiziksel âleme yansıtıldığı etkileyici bir anlatımla vurgulanmaktadır. Nitekim şair, bu erdemler bütünüyle farazi kolyeler arasında bir benzeşim ihdas etmektedir.

On ikinci beyitte, Abdülmelik b. Sâlih'in maddi varlıklarını nasıl kullandığına değinilmektedir. Bu dizede parayı koruma aracı olarak kullandığının anlatılması, onun serveti hususundaki düşüncelerini ve servetini nasıl akılcı bir şekilde kullandığını göstermektedir. Tahmin edileceği üzere bu söylem, onun hem zenginliğini hem de bu zenginliği koruma ve kullanma konusundaki bilgeliğini yansıtmayı amaçlamaktadır. Ne var ki söz konusu bağlamda, şairin ne tür bir korumadan bahsettiğinin izah edilmesi faydalı olacaktır. Şairin buradaki maksadı, muhtemelen memdûhunun cömert ihsanları sayesinde hiciv şairlerinin dilinden korunduğunu belirtmektir. Nitekim eski Arap şiirinde, insanların para ödemek suretiyle yergi şairlerinin gazabından kurtulduğuna dair pek meşhur anekdotlar bulunmaktadır. Elbette bu durum hiciv şairlerinin, hicvi para kazanılacak bir meslek haline getirmesiyle ilişkilidir. Bu konuda meşhur hiciv şairi Hutay'e'nin (ö. 59/678 [?]) yaşamını örnek vermek mümkündür. İnsanlar Hutay'e'nin kendisine bağış yapanları övdüğünü, vermeyenleri ise hicvettiğini bildikleri için ona gittiği yerlerde ikramda bulunmuşlardır. Hatta Medine ahalsinin onun hicvinden kurtulmak için aralarında para toplayarak şaire verdikleri dahi rivayet edilmektedir. (bk. Toprak, 1996, 39). İbnü'r-Rûmî'nin burada paranın şairlerin keskin dilinden korunmak için bir kalkan görevi gördüğünü anlatmak istediğinin diğer bir göstergesi ise, kasidesinin son bölümünde serzenişte bulunurken dile getirdiği söylemlerinde aranabilir. Lakin bu kısım, ilerleyen sayfalarda kendi bağlamı içerisinde mütalaa edilecektir.

On üçüncü beyitte ise, Abdülmelik b. Sâlih'in ait olduğu aile ve soy üzerinde durulmaktadır. Abbâsîlerin liderlik ve zaferlerle dolu tarihine atıfta bulunularak, Abdülmelik'in sadece bireysel olarak değil, aynı zamanda soylu bir aileden gelerek de yüce bir şahsiyet olduğu vurgulanmaktadır. Bu durum, onun kişisel niteliklerinin yanı sıra, ailesinin ve soyunun itibarını da ön plana çıkartmaktadır. Zira klasik Arap methiyelerinde şairlerin yüceltebileceği en mühim unsurların başında, asalet gelmektedir (bk. el-Âmirî, 1962, 331). İbnü'r-Rûmî şiirlerine şu dizeleriyle devam etmektedir:

14. بحرٌ بحورٍ إذا نزلت به أصـبحت من مؤجه بمصـطفق

15. يفـه قـُ بالـنـاتـلـين سـاجـلـة عنـد السـؤالـين أيـمـا فـه قـ

16. مُنطـلـا قـُ الكـفـ والـلسـان إذا سـؤنـل وامتـيح أيـ منطـلـا قـ

17. بنائـلٍ من نـدى وأخـر من عـلـمٍ ففـيه أتمـم مرتـقـق

18. يجـري إلـى كـل غايـة شـطـطٍ لـم تـلـم تـمس قـبلـه ولـم تـطـق

19. كـما جـرى الطـرف غـير ذـي صـكـكٍ يـفـلـ من غـربـه، ولا طـرق

20. شـاهـدُ أعـراقـه التـي كـرمت صـفـاء أخـلاقـه من الرنـق

21. أصـبح من فضـله يحـلُّ من الـ أهـواء طـرّاً بـمـلـقـى الفـرق

"14. O, denizler denizidir. Onun yanında konaklarsanız, onun (cömertliğinin) dalgasıyla sarsılırsınız.

15. İsteyenler için onun hazinesi nimetlerle dolup taşmaktadır.

16. Elleri (ihsanları) serbestçe verir ve hediye (talebi için kendisine) yaklaştığında dili özgürce konuşur.
17. Cömertlik ve bilgelik ihsanları, onun (bünyesinde) en mükemmel şekilde birleşmiştir.
18. Uzak, (erişilmesi güç menzillerdeki) her amaç için çabalar; (öyle ki bunlar) henüz ne yoklanmış ne de ulaşılmıştır.
19. (Koşusu esnasında hızını) düşürecek (zayıf) dizleri olmayan ve tökezlemeyen soylu bir küheylan gibidir.
20. Asil soyuna tanıklık eden bir (unsur ise), onun sağlam, safi ahlakıdır.
21. Onun faziletinden, (marjinal) inanç gruplarının ve fırkaların (dahi hoş görü ile karşılanmak umuduyla) hep birlikte bir araya geldiği bir buluşma noktası teşekkül etmiştir (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657)."

İbnu'r-Rûmî, on dördüncü beyitte, şiirin öznesini yani methedilen kişiyi "denizlerin denizi" olarak tanımlamaktadır. Bu benzetme, kişinin cömertliğinin ve enginliğinin ne kadar büyük olduğunu vurgulamaktadır. "Onun yanında konaklarsanız, onun cömertliğinin dalgasıyla sarsılırsınız" ifadesiyle, methedilen kişinin cömertliğinin etkisinin hayli yoğun olduğunu vurgulamaktadır. Öyle ki söz konusu cömertliğe mazhar olan kişi, velinimetinin alicenaplığının farkına kendisini sarsacak kadar güçlü bir uyarının etkisiyle varmaktadır. Klasik Arap edebiyatında cömertlik olgusunun deniz ile ilişkilendirilmesinin, son derece klişeleşmiş bir üslup olduğu bilinmektedir (bk. 'Atîk, 1405/1982, 63). Öte yandan nedimlerinin mezkûr denizin dalgası ile sarsılması hususundaki söylemi, bu klişenin özgün bir anlatımla süslenmesi olarak yorumlanabilir.

On beşinci beyitte, methedilen kişinin hazinesinin, onun cömertliğine mazhar olabilecek insanlar için nimetlerle dolup taşıdığı belirtilmektedir. Bu anlatım sayesinde, esasen Abdülmelik b. Sâlih'in ihtiyaç sahiplerini eli boş çevirmediğinin vurgulanması arzulanmaktadır. On altıncı beyitte, methedilen kişinin elinin açık oluşu ve konuşmasının cimrilik dolayısıyla tutukluk yapmadığı ifade edilmektedir. Böylelikle onun hediye ve yardım taleplerine karşı duyarlı ve açık fikirli olduğu bir kez daha vurgulanmaktadır. İbnu'r-Rûmî bu dizisinde, memdûhunu alelade bir cömert şahsiyetin üzerine çıkartmaya çalışmaktadır. Nitekim insanların ekseriyeti ihsanda buldukları zaman, cimrilikten kaçınmaya karar vermişlerse dahi, mallarının eksileceği düşüncesiyle rahatsızlık hissedebilmektedir. Dolayısıyla İbnu'r-Rûmî memdûhunu bu hislerden arı kılarak, onu cömertliğin en üst mertebesine yerleştirmektedir.

On yedinci beyitte, cömertlik ve bilgelik erdemlerinin, methedilen kişinin şahsiyetinde mükemmel bir şekilde birleştiğini belirtmektedir. Bu söylem, memdûhun hem cömert hem de akıllı olduğunu göstermektedir. Bilgelik üzerine yapılan bu vurgu, sonraki dizelerdeki farklı övgüsel niteliklerin sıralanmasına geçilmeden önce bir hazırlık unsuru görevi görmektedir. Öte yandan şairin, cömertliğin haricindeki faziletlerden uzun uzadıya bahsetmeye çok da hevesli olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum, kasidenin son bölümünün incelenmesiyle daha iyi anlaşılacağı üzere, İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik'ten istediği ihsanları elde edememiş olmasıyla ilişkilidir. Şair onda cömertlik ve bilgeliğin insicamla birleştiğini söylemek suretiyle, memdûhunu cömert olması hususunda bir kez daha teşvik etmektedir.

On sekizinci beyitte, methedilen kişinin erişilmesi güç menzillerdeki amaçlar için çabaladığı vurgulanmaktadır. Bu söylem, görünüş itibarıyla memdûhun yüksek hedeflere sahip olduğunu ve bu hedeflere ulaşmak için çaba sarf ettiğini anlatmaktadır. Ancak kaside kapsamında mezkûr amaçların mahiyetine değinilmemektedir. Şiirin bağlamına bakıldığında, ihtiyatlı bir yaklaşımla, bu yüksek amacın en çok methedilen şahıs olduğu iddia edilebilir. On dokuzuncu beyitte ise, memdûh tökezlemeyen soylu bir küheylan ile karşılaştırılmaktadır. Bu benzetme, methedilen kişinin hem güçlü hem de kararlı olduğunu vurgulamasının yanı sıra memdûhun asil ve yüksek statüsünü de simgelemektedir. Yirminci beyitte, Abdülmelik b. Sâlih'in sağlam ahlakının onun asaletinin bir tanığı olduğu beyan edilmektedir.

Bu beyan, söz konusu kişinin sadece soylu bir aileden gelmesiyle değil, aynı zamanda yüksek ahlaki değerlere sahip olmasıyla da tanındığını göstermektedir. Yirmi birinci beyitte, memdûhün faziletlerinin, farklı inanç gruplarını ve fırkaları bir araya getirdiği anlatılmaktadır. Dolayısıyla methedilen kişinin sadece kendi topluluğu içerisinde değil, geniş bir çevrede de saygı ve takdir gördüğü anlatılmaktadır. Ancak İbnu'r-Rûmî'nin bu ifadesiyle şiirinin ilerleyen kısımlarında dile getireceği gayriahlaki söylemlerini mazur göstermek adına, örtük bir müsamaha çağrısında bulunduğunu öne sürmek mümkündür.

2. 2. Abdülmelik b. Sâlih'in huzurunda düzenlenen bir işret meclisinin konu edildiği hamriye temalı bölüm

Bu bölümde, İbnu'r-Rûmî'nin şiirinin, Abdülmelik b. Sâlih'in huzurunda düzenlenen bir işret meclisini anlatan hamriye temalı kesitine odaklanılmaktadır. Hamriye, genellikle içki ve eğlencenin merkezde olduğu şiir türüdür ve Arap edebiyatında önemli bir yer tutmaktadır. İbnu'r-Rûmî'nin bu temayı işlediği bölüm, Abbâsî dönemi toplumunun belirli bir zümresinin sosyal yapısını ve eğlence anlayışını yansıtırken, aynı zamanda dönemin estetik ve sanatsal değerlerini de sergilemektedir. Abdülmelik b. Sâlih'in huzurunda düzenlenen bu meclis, şiirde detaylı bir şekilde betimlenmektedir. Şiir, meclisin gösterişli ve zengin atmosferini, katılımcıların tecrübelerini ve davet sahibinin misafirperverliğini ön plana çıkarmaktadır. Kasidede bu tür toplantıların, toplumsal ilişkileri pekiştiren ve sosyal statüyü sergileyen önemli etkinlikler olduğu vurgulanmaktadır. Şair, içki ve eğlenceyi sadece fiziksel haz olarak değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir etkinlik olarak da ele almaktadır. Ayrıca şiirde bahsedilen sanat ve müzik, bu meclisin sadece bir ziyafet olmakla kalmayıp, aynı zamanda bir kültür etkinliği olduğunu da göstermektedir. Yirmi ikinci beyitten itibaren başlayan söz konusu kısmın kırk ikinci beyte kadar sürdüğünü söylemek mümkündür:

22. ظَلْنَا لَدَيْهِ بِمَنْزِلٍ خَصْبٍ فِي مَرَجٍ تَارَةً وَفِي غَدَقٍ

23. يُسْمَعُنَا الشُّدُوَّ عِنْدَهُ غَرْدٌ كَالسَّطْرِ فِي الْمُسْمَعِينَ لَا الْأَحَقَّ

24. يَشُدُّوْ فِيحِيي لَنَا السَّرُورَ وَإِنْ أَلْفَاهُ مَيْتًا فِي آخِرِ الرَّمَقِ

25. مَتَى يُقَدَّرُ لِمَنْ يِنَادُهُ مَصْطَبِخٌ يَتَصَلُّ بِمَعْتَبِ قِ

26. يَسْقِي النَّدَامَى فَيْشُرِيونَ لَهُ كَشْرِبِ فِرْعَوْنَ سَاعَةَ الْغُرُقِ

"22. Onun yanında, verimli bir yerleşkede, kimi zaman otlaklarda ve sulak arazilerde konakladık.

23. (Kuş gibi) şakıyan bir şarkıcı, onun yanında bizim için şarkı söyledi. (Onun performansı, düzgün bir) satır gibiydi, (metne sonradan konmuş biçimsiz bir ek) not gibi değildi.

24. Şarkı söylüyor ve ölüme ramak kalmış bir vaziyette rastlarsa dahi mutluluğumuza can veriyordu.

25. Kim onunla işret arkadaşı olma talihine erişirse, sabah içmeye başlar, akşam olduğunda hâlâ içmeye devam eder.

26. İşret arkadaşlarına içki sunar, onlar da boğulduğu andaki Firavun gibi (bu şarabı) içerler. (Yani Hz. Musa'nın peşinden Kızıl Deniz'i geçmeye çalışırken sular altında kalan Firavun'un yuttuğu sular kadar çok şarap içmişlerdir.) (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657)"

İbnu'r-Rûmî'nin şiirinin bu bölümü, methettiği kişinin misafirperverliği, etkileyici kişiliği ve toplumsal etkinliklerindeki canlılığı üzerine odaklanılmaktadır. Şair, methedilen kişinin sunduğu zengin ve keyifli ortamı betimlerken, adeta bu atmosferin şiirsel bir portresini de çizmektedir. İbnu'r-Rûmî methiye

bölümünden hamriye temalı bölüme yumuşak bir geçiş yapmak maksadıyla kurguladığı yirmi ikinci beyitte, methettiği kişinin ev sahipliği yaptığı mekânın verimliliğini ve bereketini vurgulamaktadır. Dolayısıyla İbnu'r-Rûmî'nin *tehallus* sanatını ustaca kullanmayı başardığını söylemek mümkündür. İlhamlarını bolluğun temsilcisi olan verimli tabiat unsurlarından alan şair, işret meclisine konu olacak alanın hem fiziksel hem de metaforik zenginliğini göstermeyi amaçlamaktadır. Söz konusu beytin bir diğer amacı, methedilen kişinin sadece maddi zenginliklere sahip olmakla kalmayıp, aynı zamanda bu zenginlikleri misafirleriyle paylaşan cömert bir kişi olduğuna da işaret etmektedir. Tehallus hüviyetindeki bu dizede cömertliğe yapılan atıf, beytin bir önceki bölümle mantıksal ilintisinin kurulması maksadına hizmet etmektedir. Şair bereketli toprakları konu edinerek yalnızca şairin cömertliğini vurgulamamış, aynı zamanda dinleyicilerin zihninde olumlu ve bereketli tabiat imgelerinin canlanmasına imkân tanımıştır.

Yirmi üçüncü beyitte, methedilen kişinin yanında, şarkı söyleyen bir sanatçının bulunduğu ifade edilmesi, bu meclisin sanatsal ve estetik yönünü vurgulamaktadır. Şair, şarkıcının performansını "düzgün bir satır" ile karşılaştırırken, bu performansın zarif ve etkileyici olduğunu belirtmeyi istemektedir. Bu karşılaştırma, şarkıcının sanatsal yeteneğinin ve performansının, meclisteki genel atmosferi ne kadar yükselttiğini göstermektedir. Yirmi dördüncü beyitte, şarkıcının şarkı söyleme yeteneğinin, ölüme yakın bir durumda olsa dahi, insanların mutluluğunu diriltebilecek kadar kudretli olduğunu belirtmektedir. Bu, şarkıcının sadece teknik becerisini değil, aynı zamanda duygusal etkisini de vurgulamaktadır. Böylelikle söz konusu meclisin katılımcılarının, dünyanın sıkıntıları dolayısıyla bitap düştüğü anlarda dahi dış dünyaya ait kaygı ve kederlerden, memdûhün sağlamış olduğu bu canlandırıcı davet sayesinde kurtulabileceği vurgulanmaktadır.

Yirmi beşinci beyitte, methedilen kişinin misafirleriyle içki içme ritüelleri ve bu ritüellerin uzun saatler boyunca sürmesi üzerinde durulmaktadır. Bu beyan, methedilen kişinin misafirperverliğinin ve eğlenceye olan düşkünlüğünün bir göstergesi olmasının yanı sıra, onun hiçbir masraftan kaçınmayarak konuklarını durmaksızın beslemeye devam ettiğini de anlatmaktadır. Yirmi altıncı beyit, hamriye temasına adanan bölümün belki de en orijinal anlatımını ihtiva etmektedir. İbnu'r-Rûmî burada kıvrak zekâsını göstererek içki içme ritüelinin yoğunluğunu, Firavun'un Kızıl Deniz'de boğulmasıyla karşılaştırmaktadır. Bu güçlü teşbih, içki içme ritüelinin şiddetini ve katılımcıların bu etkinlikte ne kadar ileri gittiklerini göstermektedir. Aynı zamanda bu benzetme, şiirin dinî ve tarihî referanslarla nasıl zenginleştirildiğini de en iyi şekilde gözler önüne sermektedir. Buradaki kurgunun ilginç yönlerinden bir diğeri ise, Allah'a karşı giriştiği inatçı isyankârlığı dolayısıyla, Hz. Musa'nın önderliğindeki topluluğu takip etmek maksadıyla onların peşinden Kızıl Deniz'e girme cüretini gösteren Firavun'un günahkârlığı ile söz konusu işret meclisindeki katılımcıların haram fiiliyatının aynı teşbihin içerisinde kullanılıyor olmasıdır. Bu söylemin daha basit bir izahı, şairin retorik kaygılarıyla ilişkilendirilebilir. İbnu'r-Rûmî şiirine şu dizeleriyle devam etmektedir:

27. قَدِيمُهُ مَطْرَبٌ رَبٌّ وَمُحَدَّثُهُ فَهُوَ جَدِيدٌ الْجَدِيدُ وَالْخَلِيقُ

28. مَا عَيْبُهُ غَيْرَ أَنَّهُ رَجُلٌ يَدْعُو ذَوِي حِلْمِنَا إِلَى النَّزْقِ

29. يَفْلَقُ مَنْ حَسَنَ مَا يَجِيءُ بِهِ الرَّزْمِيتُ بَلْ يَطْمَئِنُّ ذُو الْقَلْبِيقِ

30. كُنْيَتُهُ شَيْفَةُ السَّلَامَةِ وَالسُّلْمِ سَلَامٌ لَتَأْتِكَ فِي الشَّقِيقِ

31. أَبُو سَلِيمَانَ ذُو الْإِصَابَةِ وَالْإِحْسَانِ وَأَبْنُ الْمَأْوُوكِ لَا السُّوْقِ

32. يَا خُسْنَ ذَاكَ الْغَنَاءِ يَشْفُوعُهُ هَدِيرٌ تَلَاكَ الْحَمَامَاتِ الْحَزَقِ

33. مَنْ ذِي تَلَاوِينٍ وَشَيْئُهُ حَسَنٌ وَمَنْ بَهَمِ الدُّجَى وَمَنْ لَهَقَ

“27. Eski ve yeni şarkılarının her ikisi de (insanı) coşturmaktadır; (ister) yeni (ister) yıpranmış olsun, her ikisi de (onun ağzından) çok yeni gibidir.

28. Onun tek ayıbı, bilge insanları uçarı olmaya çağıran bir adam olmasıdır.

29. (İnsanlara sunmak üzere) getirdiği iyi (şarkılar), vakur bir adamı üzer ama üzgün birini yatıştırır.

30. Künyesi, Esenlik ve Barış Parçası’dır. Selam olsun o parçalara!

31. O, doğruluğun ve ihsanın efendisi Ebû Süleyman’dır; kralların oğludur, avamın değil.

32. Güvercin sürülerinin ötüşüne eşlik eden bu şarkı ne kadar da güzel!...

33. ...Gecenin siyahlığından beyazlığa kadar rengârenk (bir skalaya sahip), ince dokunmuş elbiseli birinden (İbnu’r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657).”

İbnu’r-Rûmî yirmi yedinci beyitte, bir önceki dizelerde konu edilen şarkıcının eski ve yeni şarkılarından bahsetmektedir. Bu söylem, onun sanatsal çeşitliliğini ve yeteneğini vurgulamakla birlikte, alanında gösterdiği tabii mevhibesine de dikkat çekmektedir. Nitekim her iki tür şarkının da dinleyicileri coşturduğu ifade edilirken, bu şarkıların zamanın ötesinde bir nitelik taşıdığı belirtilmektedir. Bu ifade, mezkûr şarkıcının sanatsal eserlerinin zamansız niteliğine ve etkileyici gücüne işaret etmektedir. Yirmi sekizinci beyitte, söz konusu şarkıcının “bilge insanları uçarı olmaya çağıran bir adam” olduğu ifade edilmekte ve bu eylemi onun yegâne ayıbı olarak takdim edilmektedir. Bu beyan, bahis mevzu şarkıcının sadece sanatsal bir figür olmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal normları sorgulayan ve mevcut düzene meydan okuyan bir karakter olduğunu da göstermektedir. Nitekim bu tarz işret meclisleri, Arap şiirinde sıklıkla konu edilmesine rağmen, İslam toplumunun temel esaslarıyla uyumadığı için, halk nazarında kötü görülen faaliyetlerdir.

Yirmi dokuzuncu beyitte, şarkıcının dinleyicilerine sunduğu şarkıların, vakur bir adamı üzerken üzgün birini yatıştırabildiği belirtilmektedir. Bu ifade, sanatının duygusal derinliğine ve etkisine dikkat çekmeyi amaçlıyor olabilir. Nitekim şarkılarının farklı ruh hallerine hitap etme yeteneği, bu bağlamda belki de şarkıcının sanatsal hassasiyetini ve insan psikolojisine olan vukufunu vurgulamaktadır. Otuzuncu beyitte, şarkıcının künyesinin “Esenlik ve Barış Parçası” (*Şiḳḳatu’s-Selâmeti ve’s-Silm*) olduğu belirtilmektedir. Bu beyanın ardından söz konusu şarkıcıya *selâm* verildiği göz önüne alındığında, şairin aynı kökten türemiş üç lafzı bir beyte sığdırdığı bu ifadesini, yalnızca *cinâs-ı iştikâk* sanatını kullanmak için kurguladığını düşünmek mümkündür. Öte yandan burada sıradan bir *bed’î* kullanımının ötesinde, şairin söz konusu sanatçının dinleyicilerinde uyandırdığı yatıştırıcı etkiye vurgu yapmak istediği de düşünülebilir.

Otuz birinci beyitte, Ebû Süleyman’ın asaletine, doğruluğuna ve bonkörlüğüne vurgu yapılmaktadır. Ancak İbnu’r-Rûmî bu bağlamda Ebû Süleyman ile kimi kastettiğine ilişkin başka ipucu vermemektedir ve divan şerhleri de bu şahsiyeti tanımlamamaktadır. Otuz ikinci ve otuz üçüncü beyitlerde, güvercinlerin ötüşüne eşlik eden şarkının güzelliğinden ve ses sanatçısının giyinişinden bahsedilmektedir. Bu ifadeler, sanatsal ve estetik zenginliği, ayrıca doğanın ve günlük yaşamın güzellikleri hususunda şairin gösterdiği hassasiyeti vurgulamasına karşın, başarısız bir uzatma girişimi olduğu izlenimini uyandırmaktadır. İbnu’r-Rûmî bu iki beytin ardından şarkı bahsini kapatarak şarap mevzusuna geri dönmektedir. Bu geri dönüşün sebebi, her iki olgunun birbiriyle yakından alakalı olmasıyla ilişkilendirilebilir:

34. ونحن نُسقى شرابَ في فجرٍ ثناؤه من فواكه الرُّقِّق
35. لا يمنع الـريِّ طالبيـه ولا يسقى نديماً له على تَأق
36. وقاه قوامه قيامهم وأنفق كفه بلا فرق
37. على دنان كأنها جثثٌ من قوم عادٍ عظمة الخلق
38. فجاء شيء إذا الذباب دنا منه دنواً دنا من الزهق
39. يلقاك في رقة الشراب، وفي نشر الخزامى، وصفرة الشفق
40. ظاهره ظاهرٌ يحرمه وما على شاربيه من رهق
41. له صريح كأنه ذهبٌ ورغو كلالئ القلق
42. يختال في منظرٍ يزيئه من الرحيق العتيق مسترق"

"34. Bize bolca şarap ikram edilmişti; onun övülmesi ise meyveler (kadar tatlı olan) arkadaşlıklardandır.

35. (İçmeyi) isteyen kimseye (şarap) vermemezlik etmez. İşret arkadaşına içki sunarken asla kızmaz.

36. Uşağı tüm misafirleriyle itinayla ilgilenmektedir, onun eli (içkileri) korkusuzca sunmaktadır.

37. (Bu içkiler), 'Âd'ın iri gövdeli kavminin vücutları gibi (büyük şarap) testilerinden (sunulmaktadır).

38. (Şöyle bir hadise vukua) geldi: Ona bir sinek çok yaklaştığında, eceline yaklaşmış oldu. (Çünkü onun büyüleyici kokusu dolayısıyla kendisinden geçti).

39. Seninle şarabın inceliğinde, yabani şebboy (bitkisinin kokusunun) yayılması ve şafağın sarılığının içerisinde buluşur.

40. Zahiren haram gibi görünür, ama içenlerin bir günahı yoktur.

41. İçerisinde inci taneleri gibi köpüklü, altın gibi saf bir içecek vardır.

42. Eski nektar ile süslenen bir görünüşe bürünmüş şekilde kabarmaktadır (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657)."

Otuz dördüncü beyitte, işret meclisindeki katılımcılara bolca şarap ikram edildiği anlatılmakta ve bu katılımcılar arasındaki samimi dostluğa dikkat çekilmektedir. Böylelikle ziyafetin cömertliği ve sosyal etkileşimin kalitesi vurgulanmaktadır. Otuz beşinci beyitte, ev sahibinin içki konusundaki cömertliği ve sabrı ön plana çıkartılmaktadır. Böylelikle onun sadece maddi zenginliklere sahip olmakla kalmayıp, aynı zamanda cömert ve misafirperver bir kişilik olduğu da gösterilmektedir. Bu bölüm hamriye kapsamında değerlendirilmesine rağmen, açık şekilde görüleceği üzere, İbnu'r-Rûmî memdûhunu şarap teması bağlamında yüceltmeye devam etmektedir. Zaten hamriye ile methiyenin uyumlu bir ikili olması, şarap ikramlarının cömertliğin yüceltilmesine imkân tanıyan bir bağlam oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Otuz altıncı beyitte, uşağın özenle ve malın eksilmesi korkusunu hissetmeksizin misafirlerle ilgilenmesi, bu zengin ve gösterişli ortamın bir parçası olarak sunulmaktadır. Bu anlatım, ziyafetin sadece ana karakterleri değil, aynı zamanda yardımcı karakterleri de kapsadığını

göstermektedir. Uşağın korkusuzluğunun dile getirilmesi suretiyle, davet sahibinin cömertliğinin altı dolaylı olarak tekrar çizilmektedir.

Otuz yedinci beyitte, şarap testilerinin 'Âd kavminin iri gövdeli vücutlarına benzetilmesi, ziyafetin büyüklüğünü ve etkileyciliğini vurgulamaktadır. Şairin burada kullandığı teşbih, şiirin dönemin kültürel ve tarihî referanslarını işleme şeklini örneklemektedir. Ancak klasik Arap şiirinde 'Âd kavminin ulvilik ve eskilik kavramlarıyla sıklıkla ilişkilendirildiği de bu bağlamda vurgulanmalıdır. İslam öncesi Arap şiirinde, 'Âd kavminin vücutlarının yücelik ve saflıkla ilişkilendirildiği farklı örnekler de rastlanmaktadır. Örneğin; Nâbiga ez-Zübyânî (ö. 604 [?]) bir şiirinde, 'Âd kavminin vücutlarının serkeşlikten, afetlerden ve günahlardan arınmış olduğunu beyan etmektedir (bk. ez-Zübyânî, 1373/1963, 107). Dolayısıyla İbnu'r-Rûmî'nin buradaki kullanımının geleneksel anlayışın bir yansıması olduğunu söylemek mümkündür.

Otuz sekizinci beyitte, şarabın büyüleyici kokusu dolayısıyla bir sineğin başına gelen talihsiz olayın anlatılması, şiirsel imgelemin ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir. Bu anlatım, muhtemelen şarabın tesirinin güçsüz canlılar üzerinde ölümcül bir etki bıraktığını iddia etmek suretiyle, alkol oranının yüksekliğini vurgulamayı hedeflemektedir. Otuz dokuzuncu beyitte, şarabın inceliği, yabancı şebboy bitkisinin kokusu ve şafak vaktinin sarılığı gibi ifadelerle anlatımın zenginleştirilmesi için çalışılmaktadır. Kırkıncı beyitte İbnu'r-Rûmî, içkinin haram gibi görünmesine rağmen, şarap içenlerin günah işlemediğini iddia etmektedir. Bu ifade, esas itibarıyla dönemin toplumsal normlarına meydan okuyan bir yorumdur. Ancak İbnu'r-Rûmî'nin bu beyanı sadece retorik bir unsur olarak kullandığını ve içkinin dinî açıdan haram olmadığını iddia etmediğini düşünmek mümkündür. Nitekim daha önceki beyitlerinden hatırlanacağı üzere, şairin bu işret meclisinde yapılanların nahosluğunu esasen bildiğini düşündüren bazı ipuçlarına rastlanmaktadır. Kırk birinci beyitte, içkinin inci taneleri gibi köpüklü ve altın gibi saf olduğu belirtilmektedir. Bu, içkinin kalitesini ve değerini vurgulamaktadır. Kırk ikinci beyitte, içkinin eski nektarla süslenmiş bir görünüme sahip olduğu belirtilerek hamriye teması tamamlanmaktadır.

Genel itibarıyla, İbnu'r-Rûmî'nin şiirinin hamriye temasına ayrılan bu bölümü, Abbâsî döneminin sosyal hayatının zenginliğini ve şaşasını betimlemektedir. Şiir, dönemin edebî ve kültürel değerlerini yansıtan zengin bir içeriğe sahiptir ve çağın toplumsal ve kültürel yapısını aydınlatan bir metin olarak değerlendirilmelidir. Bu bölümün esas itibarıyla, Abbâsî dönemi Arap edebiyatının temel özelliklerini yansıttığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Fakat hamriye temasının İslam öncesi dönemde faaliyet göstermiş şairlerin şiirlerinde de görüldüğü göz önünde bulundurulduğunda, İbnu'r-Rûmî'nin bu bölümde seleflerinin mevcut mirasının üzerine yeterince çıkmayı başaramadığını söylemek yanlış değildir. Öte yandan şarap tüketiminin çokluğuyla Firavun'un denizde boğulurken yuttuğu su miktarının karşılaştırılması gibi özgün birkaç fikir, şiirin bütünüyle alelade bir anlatıma bürünmesini engellemektedir.

2. 3. Abdülmelik b. Sâlih'e ait siyahî bir cariyenin konu edinildiği tegazzül temalı bölüm

Kasidenin bu bölümü, Abdülmelik b. Sâlih'e ait siyahî bir cariyenin detaylı şekilde konu edildiği tegazzül temasına ayrılmış durumdadır. Şair, söz konusu cariyenin fiziksel özelliklerini, kişisel çekiciliğini ve etkisini yoğun bir dille betimlerken, Abbâsî dönemi edebiyatının estetik temayüllerine ve gazel anlayışına derinlemesine bir bakış sunmaktadır. Cariyenin tasviri, dönemin edebî ve kültürel değerlerini yansıtan zengin bir içeriğe sahip olmasının yanı sıra, kadın bedeninin betimlenmesi hususunda Abbâsî dönemi şairlerinin tutumlarını yansıttığından, modern araştırmacılar için önemli bir veri kaynağı sağlamaktadır:

43" تديره جونة تحرق بالمد دل إذا البيض جـ دن بالرمق

44. سوداء لم تنتسب إلى برص الشئ — شُقر ولا كُفـة ولا بهق
45. ليست من الغبـس الأـكـفـ ولا الـ — قُلمح الشـفاه الخبائـث العـرق
46. بل من بنات الملوكِ ناعمـة — تنتشر بالـدَلِّ مَيِّت الشـبـق
47. في لـين سـمُورـة تخيـر هـا الـ — فرأء، أو لـين جَيِّد الـدلق
48. تُذرك المسك والغوالي والسـ — سـُك ذوات النسيم والغـبـق

“43. (Bu şarap), beyaz kızların sadece bir kıvılcım çıkardığı yerde, cazibesıyla (alev alev) yanan siyahî bir cariye tarafından dolaştırılıyor.

44. Siyah (bir kızdır); o cüzzamlılardan, soluk benizlilerden veya vitiligoya tutulmuş olanlardan değildir.

45. Elleri kirli, alt dudağı yarık, ter kokanlardan değildir.

46. Ama cazibesıyla ölü bir libidoyu (bile) yeniden canlandıracak narin prenseslerdendir o.

47. Kürkçülerin tercih ettiği gelincik postu gibi yumuşak veya kunduz postu gibi narindir.

48. Sana, meltemli ve ıtırli olan miski, pahalı kokuları ve *suk* (raihasını) hatırlatır (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657).”

İbnu'r-Rûmî kırk üçüncü beyitte, siyahî bir cariyenin şarap servisi yaparken gösterdiği cazibe ve etki gücünü vurgulamaktadır. Bu beytin şarap konusuyla ilişkili olmasının nedeni, bir önceki bölümün teması olan şarap mevzusundan, şairin mezkûr cariyeye ilişkin söylemlerini dile getireceği yeni bölüme geçiş yapma arzusundan kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla kırk üçüncü beytin bir geçiş beyti olduğunu söylemek mümkündür. Bu kısım, dönemin sosyal yapısında cariyelerin rolüne ve onların toplumsal etkinliklerdeki yerine dikkat çekecek niteliktedir. Ayrıca cariyenin beyaz kızlara kıyasla daha etkileyici ve dikkat çekici olduğuna ilişkin söylemlere, henüz kırk üçüncü dizede başlanmıştır. Bu söylem, dönemin güzellik anlayışının çeşitliliğine yorulabilir. İbnu'r-Rûmî'ye göre konu edindiği bu cariyenin cazibesinin yanında, beyaz kızların çekiciliği son derece sönük kalmaktadır. Şiirin ilerleyen bölümlerinde, şairin bu mukayeseye ilişkin söylemini farklı ifadelerle sürdürdüğü görülmektedir.

Kırk dördüncü ve kırk beşinci beyitlerde, cariyenin fiziksel özelliklerini ve onun toplumdaki yerini daha da detaylandırmaktadır. Cüzzamlılardan, soluk benizlilerden veya vitiligoya tutulmuş olanlardan farklı olarak betimlenmesi, onun fiziksel görünüşünün şairin estetik normlarına uygun olduğunu göstermektedir. Lakin bu bağlamda, İbnu'r-Rûmî'nin seleflerinin güzellik anlayışının dışına çıkarak beyazlığıyla temayüz eden kadınları dolaylı yoldan hicvettiği anlaşılmaktadır. Klasik Arap şiiri incelendiğinde, Arap şairlerinin kadınların mümkün olduğunca beyaz tenli, gür saçlı, beyaz dişli ve ince belli olmasını arzuladıkları anlaşılmaktadır. Bu durumun en basit örneklerinden birisi, A'sâ'nın (ö. 7/629 [?]) sevgilisi Hureyra'dan bahsettiği meşhur *mu'allakas*ında görülebilir (el-A'sâ el-Kebîr, 2010, 1/203-222). Dolayısıyla İbnu'r-Rûmî'nin bu şiirinde, döneminin ve seleflerinin kalıplaşmış estetik yargılarına meydan okuduğunu söylemek mümkündür. İbnu'r-Rûmî'nin söz konusu siyahî cariyenin güzelliğini beyaz kızların cazibesinden üstün tuttuğu bu söylemleri, şiirin en yenilikçi ve ilgi çekicisi kısmını teşkil etmektedir.

Kırk altıncı beyitte, cariyenin cazibesi ve etkisi, ölü bir libidoyu bile canlandırabilecek kadar güçlü olarak tasvir edilmektedir. Bu söylem, cariyenin sadece fiziksel güzelliğiyle değil, aynı zamanda karşı konulmaz işvesiyle de dikkat çektiğini göstermektedir. Kırk yedinci beyitte, cariyenin yumuşak ve narin olduğu vurgulanmaktadır. Şair bu anlatımını süslemek için, cariyenin tenini gelincik ve kunduz postu gibi

yumuşaklığıyla meşhur materyallerle teşbih etmektedir. Kırk sekizinci beyitte, cariyenin hatırlattığı kokuların detaylarına girilmektedir. Bu strateji, şairin dinleyicilerinin zihninde sadece görsel imgeleri değil, aynı zamanda farklı duyuları da harekete geçirmeyi hedefleyen bir betimleme arzusu taşıdığını göstermektedir. Gazel temalı şiirlerde kadınların güzel parfümlerinden bahsedildiği kısımlara ilişkin örnekleri, klasik Arap şiirindeki sayısız örnekte görmek mümkündür. İbnu'r-Rûmî'nin şiirinde misk ve pahalı kokuların kullanımının konu edilmesi, cariyenin lüks ve gösterişli bir ortamda bulunduğuna işaret etmektedir. İbnu'r-Rûmî cariyeyi betimlemeye şu dizeleriyle devam etmektedir:

49. هيفاء زينت بخص محتضن أوفى عليه نهو د معتق

50. غصن من الأبنوس ألف من مؤزرر معجب ومنتق

51. بهنر من ناهدیه فی ثمر ومن دواجی ذراه فی ورق

52. أكسبها الحب أنها صُبغت صبغة حب القلوب والحدق

53. فانصرفت نحوها الضمائر والـ أبصار يُعنفن أئما عنق

54. يفتنر ذاك السواد عن يقق من ثغرها كاللألى التسق

55. كأنها والمزاح يضحكها ليل تفرى دجاه عن فلق

“49. Sarılabilecek ince bir bel ile süslenmiş, üzerinde şişkin göğüslerin kucaklanabileceği ince bir kızdır.

50. Eteğe sarılmış, etrafı kemerle çevrelenmiş parçalardan oluşan abanoz dalı (gibidir).

51. Kabaran meyveleri ve üstündeki koyu renkli yapraklarıyla titremektedir.

52. Kalplerin ve bakışların boyasıyla boyanmış olması ona sevgiyi kazandırmıştır.

53. Böylece kalpler ve gözler ona çevrilir, boyunlara gerdanlığı geçirir.

54. Gülümsediğinde bu siyahlık, iyi dizilmiş inciler gibi parlak, beyaz dişlerini gösterir.

55. Bir şakaya gülerken, karanlığı şafağın söktüğü bir gece gibidir (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657).”

Kırk dokuzuncu beyitte, siyahî cariyenin fiziksel özellikleri detaylandırılmaktadır. Burada kullanılan “sarılabilecek ince bir bel” ve “şişkin göğüsler” ifadeleri, kadının fiziksel cazibesini vurgulamaktadır. Bu tür betimlemeler, dönemin güzellik anlayışını ve kadın bedeninin estetik değerlendirilmesini yansıtmaktadır. İbnu'r-Rûmî'nin bu beyitteki estetik anlayışı, seleflerinin güzellik anlayışıyla uyusmaktadır. Ellinci beyitte, kadın abanoz dalı ile teşbih edilmektedir. Bu karşılaştırma, kadının endamının doğal ve zarif olduğuna işaret etmektedir. Elli birinci beyitte, mezkûr teşbih üzerinden kadının güzelliğinin tekrar vurgulandığı görülmektedir. Cariyenin tabiat unsurlarıyla ilişkilendirilmesi, onun sadece görsel bir nesne olmadığını, aynı zamanda doğurganlık ve yaşamın bir simgesi olduğunu da gösteriyor olabilir. Lakin bu ihtimal daha zayıf görünmektedir. Elli ikinci beyitte, kadının “kalplerin ve bakışların boyasıyla boyanmış” olduğunun vurgulanması, onun duygusal ve estetik çekiciliğine işaret etmektedir. Bu ifade, kadının sadece fiziksel değil, aynı zamanda duygusal bir çekim merkezi olduğunu belirtmektedir. Elli üçüncü beyitte, kadına yönelik ilgi ve hayranlık ifade edilir. “Kalpler ve gözler ona çevrilir” ifadesi, kadının çekiciliğinin ve etkisinin ne kadar geniş kapsamlı olduğunu göstermekte ve bu beğeniyi İbnu'r-Rûmî'nin şahsıyla sınırlamamaktadır.

Elli dördüncü beyitte, kadının gülümsemesi esnasında tezahür eden dişleri iyi dizilmiş incilere benzetilmekte ve beyazlığı vurgulanmaktadır. Bu karşılaştırma, gülümsemenin güzelliğini ve etkisini vurgulamaktadır. Dişlerin beyazlığının vurgulanmasının, beyaz kadınların betimlendiği dizelerde de bir güzellik unsuru olarak kullanıldığı bilinmektedir (el-A'sâ el-Kebîr, 2010, 1/203-222). Elli beşinci beyitte, kadının bir şakaya güldüğündeki cilveli görünüşü konu edilmektedir. Bu beyit, kadının neşesinin ve canlılığının, çevresindeki atmosferi nasıl aydınlattığını ve değiştirdiğini göstermektedir. İbnu'r-Rûmî'nin şiirinde cariyeden bahsettiği son kısım ise şu şekildedir:

56. سَحْمَاءُ كَالْمَهْرَةِ الْمُطَهَّمَةِ الذُّدِّ — دَهْمَاءُ تَنْضُو أَوَائِلَ الصَّبِيِّ

57. تَجْرِي وَيَجْرِي رَسْمُهَا مَعَهَا — شَأْوَيْنِ مُسْتَعْجَلِينَ فِي طَلْقِ

58. لَهَا هَنْ تَسْتَعِيرُ وَقَدَّتْهُ — مِنْ قَلْبِ صَبِيٍّ، وَصَدْرِ ذِي حَنْقِ

59. كَأَنْتُمْ أَحَارُهُ لَخَابِرِهِ — مَا أَلْهَبَتْ فِي حَشَاهُ مِنْ خُرْقِ

60. يَزْدَادُ ضَيْقًا عَلَى الْمَرَّاسِ كَمَا — تَزْدَادُ ضَيْقًا أَنْشَوْتَ الْوَهْقِ

61. لَهُ إِذَا مَا الْفُؤْدُ خَالَطَهُ — أَرْمُ كَأَزْمِ الْخِنَاقِ بِالْعَنْقِ

62. يَقُولُ مِنْ حَدَّثِ الضَّمِيرِ بِهِ: — طُوبَى لِمَفْتَاحِ ذَلِكَ الْغَلْقِ

63. أَخْلِقَ بِهَا أَنْ تَقُومَ عَنْ ذِكْرِ — كَالسَّيْفِ يَفْرِي مُضَاعَفَتِ الْخَلْقِ

64. إِنْ جَفَّوْنَ السَّيُوفِ أَكْثَرَهَا — أَسْوَدُ وَالْحَقُّ غَيْرُ مُخْتَلِقِ

“56. Kaldırdığı toz bulutlarını aşan, kusursuz bir kısrak gibi koyu, esmer, siyah bir kızdır.

57. Koşuyor, yol arkadaşı da onunla koşuyor; ikisi mesafeleri aceleyle gidiyor.

58. Sıcaklığını, tutkulu bir âşğın kalbinden ve(ya) öfkeli birisinin göğsündeki (yüreğinden) ödünç almış bir ferici var onun.

59. Sıcaklığı, onu deneyen kişiye, kalbinde tutuşturduğu yakıcı alevler gibi görünür.

60. İlişkiye girerken, sıkılığı kementin kayan düğümü gibi giderek artar.

61. Güçlü olan nesne ona iliştğinde, bir ilmiğin boğazı boğması gibi onu yakalar.

62. Bunu kendi kalbinde dile getiren kişi: ‘Bu kilidi açacak anahtara ne mutlu!’ der.

63. (Bu kadın), çift kat zırhı delen bir kılıca benzer zekerin karşısında ayağa kalkmaya nasıl da layık!

64. Kılıç kınlarının çoğu siyahtır. (Bu durum, doğru ve) uydurulmamış bir gerçektir (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657).”

Elli altıncı beyitte, kadının fiziksel görünüşünün “kusursuz bir kısrak” ile karşılaştırılması suretiyle yapılan teşbih, onun zarıflığını ve atletik yapısını vurgulamaktadır. İlhamını kısrak benzetmesinden almaya devam eden elli yedinci beyitte, kısrakla özdeşleştirilen kadının hız ve hareketliliği konu edilmektedir. Buradaki anlatım, kadının aktif ve dinamik yapısını göstermesinin yanı sıra şiirin hızının ve ritminin arttırılması için kurgulanmıştır. Elli sekizinci beyitten altmış dördüncü beyte kadar olan

kısımda ise, mezkûr siyahî cariyeye kurulan ilişki sırasındaki duygusal ve fiziksel deneyimler detaylandırılmaktadır. Bu bağlamda İbnu'r-Rûmî'nin söz konusu cariyeye ilişkin söylemlerinin uydurmadan ibaret olduğunu düşünmek mümkündür. Nitekim bizzat kendi ağzıyla, ileride altmış altıncı beyitte, bu kısımları hayal gücünü kullanarak uydurduğunu itiraf etmektedir.

Hakikat her ne olursa olsun, İbnu'r-Rûmî'nin bu kısımdaki anlatımları, münasebetsiz bir açıklık seviyesine sahiptir. Esasen İslam öncesinde ve İslam'ın ilk yıllarında nazmedilmiş olan Arap şiirlerinde, bu minvaldeki gayriahlaki ifadelerin kullanılması hoş karşılanmayan bir durumdur. Ne var ki Abbâsî döneminde nazmedilen şiirlerde böylesi fahiş ifadelerin kullanıldığı pek çok örneğe rastlamak mümkündür. İbnu'r-Rûmî'nin bu bölümdeki söylemleri gerek İslam ahlakıyla gerekse modern dünyanın etik anlayışıyla uyuşmamaktadır. Abbâsî dönemindeki Arap şairlerinin bu minvaldeki gayriahlaki söylem ve betimlemeleri, mazinin sanatsal mirasını modern dönemde tekrar mercek altına alan Arap akademisyenler arasında, hararetle tartışmalara da kapı aralamıştır. Örneğin; Abbasî döneminde nazmedilen aşırı şiirleri, şüphe, zındıklık ve müstehcenlikle ilişkilendiren Mısırlı ünlü tarihçi Tâhâ Hüseyin (1889-1973), Suriyeli fikir insanı Refîk el-'Azım (ö. 1925) başta olmak üzere pek çok kişinin tepkisini çekmiştir. Tâhâ Hüseyin ise kendisini Arap tarihini kötü göstermekle suçlayan bu kişilere, bilimin maziye kutsallaştırmayı kabul edemeyeceğini ve bilimsel eleştiride duygusallığa yer olmadığını belirterek karşılık vermiştir (Ürün, 2015, 68). Netice itibarıyla İbnu'r-Rûmî'nin şiirinin bu kısmının, Abbâsî dönemi Arap edebiyatının temel özelliklerini yansıttığını ve dönemin estetik anlayışına ve şehvani imgelerine dair önemli ipuçları sunduğunu belirtmek yetinmek mümkündür. Ayrıca şairin söylemleri değerlendirilirken, dönemin yaygın temayüllerinin göz önünde bulundurulmasının gerekliliği ve anakronizmden kaçınmanın önemi de hatırlatılmalıdır.

2. 4. Abdülmelik b. Sâlih'den methiyeye karşılık bahşiş talebinin yapıldığı el-İktiâda' ve'l-İstincâz temalı bölüm

Klasik Arap şiirinde *el-iktiâda' ve'l-istincâz* tabiri, verilen bir vadin yerine getirilmesi için şairlerin meramlarını ifade ettikleri veya ihtiyaçlarının karşılanması hususundaki taleplerini bildirdikleri temaları tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu şekilde tanımlanan kaside temalarının, esas itibarıyla herhangi bir methiyenin dâhili yapısı içerisinde karşılaşılabilecek bir unsur olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan İbn Reşîk el-Çayrevânî (ö. 456/1064) gibi bazı edebiyat âlimleri, *el-iktiâda' ve'l-istincâz* şiirlerini müstakil bir öge olarak değerlendirmiş ve bu minvaldeki anlatımları methiye bağlamından çıkararak müstakil bir konu olarak ele almayı yeğlemişlerdir (el-Çayrevânî, 1401/1971, 2/ 158; Çetin, 2011, 70; el-Çağrı, 1997, 83-102). Klasik Arap şiirinde temalar son derece girift şekilde karşımıza çıktığından, diğer bir deyişle konular arası geçiş çok fazla gözlemlendiğinden ve çok temalı bir anlayış yeğlendiğinden, methiye dâhilindeki kısımların tefriki güçtür. *el-İktiâda' ve'l-istincâz* babındaki şiirlerin kimi zaman kınama (*itâb*) unsurları içerdiği bilinmektedir. Ne var ki talepte bulunan şairin latif ve kibar bir üslup belirlemesinin daha mantıklı olduğunu savunan İbn Reşîk, bu minvaldeki şiirlerde muhatap alınan kişinin veya memdûhün kınanmasını makul görmemektedir (el-Çayrevânî, 1401/1971, 2/158).

Öte yandan İbnu'r-Rûmî'nin şiirine bakılacak olursa, onun memdûhunu üstü kapalı şekilde kınamaktan geri kalmadığı gözlemlenmektedir. Nitekim arzu ettiği bahşişi elde edemediği veya istediği miktarda alamadığı anlaşılan şairin Abdülmelik b. Sâlih'e kırıncı olduğunu tahmin etmek güç değildir. Öte yandan İbnu'r-Rûmî'nin serzenişinin aşırı bir boyutta olmadığını belirtmek gerekir. Bu bağlamda şairin söylemlerini kontrol edebildiği ve sitemkâr tonu son derece düşük bir seviyede tutmayı başardığı düşünülebilir. Bu durumun belirgin göstergelerinden birisi de şairin söz konusu kısımda daha müphem ifadeler kullanarak anlaşılması daha güç bir kompozisyon ortaya koymasındır. İbnu'r-Rûmî'nin bu sitemkâr ifadeleri, kasidenin son bölümünü teşkil etmektedir. Fakat bu kısım, yapısı gereği tegazzül temasına tahsis edilen bölüme yapılmış birkaç göndermeden bütünüyle arınmış değildir:

65. "خَزَّ الْأَمَادِيحُ لَا مَنَ الْخِرْقُ خُذَهَا أَبَا الْفَضْلِ كُسْوَةً لَكَ مَنَ
66. وصفتُ فيها الذي هو يث على الـ وهم، ولم تُختبر، ولم تُذَقْ
67. إلا بأخبارك التي وقعت منك إني عن ظبيبة البرق
68. حاشا لسوداء منظرٍ سكت دارك إلا من مخبرٍ يرق
69. وبعض ما فضّل السواد به والحق ذو سلم وذو نقق
70. أن لا تعيب السواد حلكة وقد يعاب البياض بالبهق"

"65. Ey Ebû'l-Faql! Bu (kasideyi), kendin için ipekten bir elbise olarak kabul eyle! (Bu kaside), paçavralardan (meydana gelmiş) değildir.

66. Denemeden ve tatmadan, hayalimde dilediğim şeyi bu (şiiirde) anlattım.

67. Ama (sizlere anlattığım bu ilişki tasviri), taşlık arazilerdeki o ceylan hususunda (bana anlattığınız) haberlerden (kaynaklanmaktadır).

68. Evinizde yaşayan siyahî bir (kadının katıksız) beyazdan başka bir şöhrete sahip olması ne mümkün!

69. Siyahın tercih edilmesinin nedenlerinden bazıısı şudur: Hakikatin (kendisine ulaşabileceğimiz) merdivenleri ve (yer altının karanlıklarına uzanan) tünelleri vardır.

70. Beyaz, vitiligo olduğunda suçlanırken zifiri siyah asla suçlanmaz mı (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657)?"

Altmış beşinci beyitte, İbnu'r-Rûmî kasidesini Abdülmelik b. Sâlih'e sunmakta ve bu kasidenin "ipekten bir elbise" olarak kabul edilmesini istemektedir. Bu ifade, kasidenin değerini ve inceliğini vurgularken, aynı zamanda şiiirin yüksek estetik ve sanatsal değerine de işaret etmektedir. Şairin manzumesi için kullandığı "paçavralardan meydana gelmiş değildir" ifadesi ise, kasidenin kalitesini ve zenginliğini belirtmektedir. Altmış altıncı beyitte, İbnu'r-Rûmî hayalindeki şeyleri, denemek veya tatmaksızın anlattığını ifade ederek bir önceki bölümde konu edindiği siyahî cariyeye ilişkin söylemlerinin hayal ürünü olduğunu itiraf etmektedir. Altmış yedinci beyitte ise, anlattığı bu ilişki tasvirinin, Abdülmelik b. Sâlih'den aldığı haberlere dayandığı belirtilmektedir. Bu durum, şiiirin gerçek olaylara veya anlatılara dayanabileceğini, ancak şairin bu olayları kendi yorumuyla işlediğini göstermektedir. Altmış sekizinci beyitten yetmişinci beyte kadar olan kısımda, tekrar cariyeden bahsetmeye başlamaktadır ve cariyenin durumunu tekrar beyaz kadınların güzelliğiyle mukayese etmektedir. Şiiirin uzatılması amacıyla kasideye ilave edilmiş olan bu dizeler, şairin *el-iktidâ' ve'l-istincâz* temasına bütünüyle geçmeden önce yaşadığı bir tereddüt olarak yorumlanabilir. İbnu'r-Rûmî'nin bu kısma kadarki dizelerinde, muhatabının gönlünü almak için latif bir yaklaşım benimsediği gözlemlenmektedir. Ancak şiiirin son kısmında, şair sitemini bu kez açık bir şekilde dile getirmektedir:

71. "واها لها خلعاً تشفأ أبا الضن ضغن ولا تُستشفأ عن خرق

72. أتاك طوعاً وداً قاتلها ولم يعد كارهاً ولم يُسق

73. وإن منعنت الصِّحَابَ أكسِيَّةً تقِي أذى القُـرِّ أو أذى اللُّـثـقِ

74. مسـتأثراً دونهم بلبسـكها لا مُعقِباً فِيقـة من الفِـقِ

75. أعقـبهم لا تقم بمخترق الذـ دَمَ فَنَلَفَـي بِأَيِّ مختـرق

76. لحاجتي إن بعثتها لـي في إسـكافـت والـدَّير وجـهـه مَنقـق

77. أو لا فمأسـؤد باب معـذرة كلا ولا سُـدَّ باب مرتـزق"

"71. Kindar adamı zayıflatan ve (içindeki) yangınları aşikâr kılmayan ne âlâ bir armağanıdır bu (kaftan)! (Diğer bir deyişle, sizin için nazmettiğim bu kaside, bedhahları kışkırtacaktır.)

72. (Bu kasideyi) söyleyenin (yani bendenizin) sevgisi, size isteyerek gelmiştir; zorlama veya itelemeye değil.

73. Her ne kadar dostlarınızı soğuşun zararından veya gecenin ezasından koruyan elbiselerden mahrum bıraksanız da...

74. ...İki sağım arasındaki zaman diliminde (ineklerin) süt vermemesi gibi, (dostlarınız) olmaksızın (başkalarının) giydirilmesini yeğleyerek.

75. Onlara haklarını verin! Kendinizi zemmedilecek duruma düşürmeyin! Yoksa kötü bir duruma düşüverirsiniz!

76. Eğer ihtiyacımı, bana (Bağdat yakınlarındaki) İskâf'ta veya Manastır'da gönderirsen, (onun) dostane bir yüzü olduğunu (görürsün).

77. Yoksa ne özür kapısı kapatılmıştır ne de rızık kapısı kapatılmıştır (İbnu'r-Rûmî, 1424/2003, 4/1653-1657)."

İbnu'r-Rûmî yetmiş birinci beyitte, kendisi tarafından nazmedilen bu kasidenin, kıskanç ve kindar insanlara hoşnutsuzluk verecek derecede güçlü olduğunu iddia etmektedir. Onun bu ifadesi, şiirin yalnızca estetik değerinin olmadığını, aynı zamanda toplumsal ve psikolojik bir etkisinin de bulunduğunu göstermektedir. Yetmiş ikinci beyitte, şairin sevgisinin zorlama veya iteleme olmadan, gönülden geldiği vurgulanmaktadır. Bu anlatım, şairin eserine olan bağlılığını ve içtenliğini gösterirken, aynı zamanda şiirin samimiyetini ve kişisel önemini de belirtmektedir.

Yetmiş üçüncü ve yetmiş dördüncü beyitlerde, memdûhun dostlarına karşı olan davranışları ve cimriliği eleştirilmektedir. Tahmin edileceği üzere şairin burada kastettiği dost, kendisinden başkası değildir. Bu söylemiyle, memdûhun sosyal sorumluluklarını yerine getirmediğini ve dostlarına karşı duyarsız kaldığını iddia etmek suretiyle, kasidesine karşılık elde etmeyi arzuladığı ödemenin kendisine yapılması için açık bir mesaj vermektedir. Yetmiş beşinci beyitte, memdûhun dostlarına haklarını vermesi ve kötü bir duruma düşmemesi için uyarıda bulunulur. Bu beyan, şairin memdûha karşı hem eleştirel hem de öğüt verici bir yaklaşım sergilediğini göstermekle birlikte, tehditkâr havası dolayısıyla, İbnu'r-Rûmî'nin beklemekten sabrı tükendiğinde, Abdülmelik b. Sâlih'i hicvetmekten geri durmayacağı izlenimini uyandırmaktadır. Zaten şairin amacı da muhtemelen bu izlenimi uyandırmaktır. İbnu'r-Rûmî yetmiş altıncı ve yetmiş yedinci beyitlerde, memdûhunu kendi ihtiyaçlarını karşılamaya davet etmektedir. Talep ettiği ödemenin kendisine yapılması halinde, aralarındaki dostluk bağının devam edeceğini ima ederek kasidenin asıl nazmedilme gerekçesini nihayet açıkça ifade etmeye muvaffak olmaktadır. Genel olarak İbnu'r-Rûmî'nin şiirinin bu bölümü, memdûhun sosyal ve etik davranışlarını eleştirel bir bakış açısıyla işlerken, şairin bu eleştirileri nasıl ifade ettiğini gösteren zengin içeriğiyle temayüz etmektedir.

Söz konusu kapanış bölümü, Abbâsî dönemi Arap edebiyatının temel özelliklerini sergilemesinin ve dönemin sosyal ve etik anlayışlarına dair önemli bilgiler sunmasının yanı sıra *el-iktidâ' ve'l-istincâz* teması hususunda da güzel bir örnek olarak ön plana çıkmaktadır.

Sonuç

İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih için nazmettiği methiyesinin tematik incelemesine yoğunlaşan bu akademik makale, örneklem için seçilen manzume üzerinden, İbnu'r-Rûmî'nin Abbâsî dönemi edebiyatının zengin ve karmaşık yapısını nasıl yansıttığını ortaya koymaktadır. Methiye'nin detaylı analizi, şairin dil kullanımındaki ustalığını ve imgeleminin derinliğini gözler önüne sermesinin yanı sıra, dönemin içtimai, kültürel ve ahlaki bağlamını yansıtan tematik öğeleri de açığa çıkartmaktadır. İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih'e yönelik övgüsünün, bireysel bir takdirin ötesinde, dönemin toplumsal ve kültürel dinamiklerine dair derin bir anlayış sunduğu aşikârdır. Öte yandan şairin memdûhu için ortaya koymuş olduğu bu takdirin, dinleyicilerin veya okuyucuların zihninde, yapmacık bir duygulanıma dayandığı izlenimini uyandırdığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Nitekim yapılan şiir analizinden, bu manzumede samimi duyguların ifade edilmesinden ziyade, maddi çıkar arzusunun ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

Tetkik edilen söz konusu methiye, Abdülmelik'in farklı yönlerini işleyerek, onun özelliklerini, sosyal muhitini ve şahsi ilişkilerini ele almaktadır. Böylelikle kaside, bir taraftan Abdülmelik b. Sâlih'in takdire şayan hasletlerini anlatırken, diğer taraftan onun sosyal yaşamının muhtelif yönlerine değinmektedir. Manzume tematik açıdan kısımlara ayrıldığında, dört ana bölümden teşekkül ettiği saptanmaktadır. İlk bölümde, İbnu'r-Rûmî methiye temasına yoğunlaşmakta, methettiği kişinin erdemlerini ve cömertlik başta olmak üzere çeşitli faziletlerini anlatmaktadır. Kasidenin ikinci bölümünde memdûhun inayetinde tertiplenen bir işret meclisi ve bu meclisin canlılığı ve gösterişliliği işlenmektedir. Kasidenin bu bölümündeki anlatımlar, araştırmacılara şairin yaşadığı çağdaki sosyal hayatın zenginliğine ve kültürel çeşitliliğine ilişkin önemli bilgiler sunmaktadır. Manzumenin üçüncü bölümde, Abdülmelik b. Sâlih'e ait siyahî bir cariyenin güzelliği ve cazibesi konu edilmektedir. Tegazzül temalı bu bölüm, dönemin estetik anlayışına ve kadın imgesinin şiirdeki yansımalarına ilişkin önemli veriler sağlamaktadır. Kasidenin son kısmı olan dördüncü bölümde ise, İbnu'r-Rûmî'nin Abdülmelik b. Sâlih'ten şiirlerine karşılık ödeme talebinde bulunduğu *el-iktidâ' ve'l-istincâz* temalı kısım yer almaktadır. Bu bölüm, şairin söz konusu methiye'yi nazmetmekteki ana motivasyonunu gözler önüne serdiği için, şair-memdûh ve ödenek hususlarındaki dengeyi gözler önüne serdiğinden önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Alanko, M. (2022). *İbnu'r-Rûmî ve Şiirleri*. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi), Batman: Batman Üniversitesi.
- Araz, M. A. K. (2019), *Er-Rişâ' fî's-Şi'ri'l-'Abbâsî: Kaşîdetu İbni'r-Rûmî fî Rişâ' İbnih –Dirâse Tahlîliyye-, Nûsha*, 48, 203-238.
- Arslan, A. (Haziran 2023). Abbâsî Şairi İbnü'r-Rûmî'nin şiirlerinde Hikmet". *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 45-65. <https://doi.org/10.51553/bozifder.1258861>
- Atîk, A. *İlmu'l-beyân*. Lübnan: Dâru'n-Nahđati'l-'Arabiyye li't-Ṭibâ'a ve'n-Neşr ve't-Tevzî, 1405/1982.
- Çetin, N. M. (2011). *Eski Arap şiiri*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Durmuş, İsmail - Çuhadar, Mustafa. "İbnü'r-Rûmî". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 21/186-188. İstanbul: TDV Yayınları, 2000.
- El-'Âmirî, Lebîd b. Reb'â (1962). *Şerhu Dîvânî Lebîd b. Reb'â*. thk. İhsan Abbas. Kuveyt: Maṭba'atu Hukûmeti'l-Kuweyt.
- El-A'şâ el-Kebîr, Meymûn b. Kays b. Cendel (2010). *Dîvânu'l-A'şâ el-Kebîr*. thk. Mahmûd İbrâhîm Muhammed er-Rıdvânî. 2 Cilt. Doha: Vizâratu's-Şakâfe ve'l-Funûn ve't-Turâş.
- El-Ḥaṭîb, B. M. A. (1997). Edebu'l-İkîdâ' ve İstincâzi'l-Ḥavâ'ic ve Medlûlâtuhu'l-Hukûmiyye fî's-Şi'ri'l-Umevî. *Mecelletu'l-Âdâb* 43, 83-102.
- El-Ḳayrevânî, İbn Reşîk. *el-'Umde fî meḥâsini's-şî'r ve âdâbih*. thk. Muhammed Muhittin Abdülhamit. 7 Cilt. b.y.: Dâru'l-Cil, 5. Basım, 1401/1971.
- Ez-Zubyânî, en-Nâbiğa. *Dîvânu'n-Nâbiğa ez-Zubyânî*. thk. Kerem el-Bustânî. Beyrut: Dâru Şâdir li't-Ṭibâ'a ve'n-Neşr – Dâru Beyrût li't-Ṭibâ'a ve'n-Neşr, 1373/1963.
- İbnu'r-Rûmî. *Dîvânu İbni'r-Rûmî*. thk. Hüseyin Naşşâr. Kahire: Maṭba'atu Dâri'l-Kutub ve'l-Veşâ'iki'l-Ḳavmiyye, 1424/2003.
- Muhammed, Sirâcu'd-Dîn. *el-Medîh fî's-şî'ri'l-'Arabî*. Beyrut: Dâru'r- Râtibi'l-Câmi'îyye, ts.
- Toprak, M. F. (1996). Birer hiciv şairi olarak el-Hutay'a ve Beşşâr b. Burd. *Doğu Dilleri* 5(3), 39-55.
- Ürün, A. K. (2015). *Modern Arap edebiyatı*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Makale Bilgi Formu

Yazarın Katkıları: Makale tek yazarlıdır. Yazar makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazar dergide yayınlanan çalışmasının telif hakkına sahiptir ve çalışma CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

Yeni Medyada Kadın Olmak: Tiktok İçerik Analizi

Being a Woman in New Media: TikTok Content Analysis

Meryem Memiş Doğan 

Bitlis Eren Üniversitesi, Fen Edebiyat
Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Bitlis,
Türkiye, mmemis@beu.edu.tr



Geliş Tarihi/Received: 14.11.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 03.01.2024
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
05.04.2024

Öz: Medya özellikle de geleneksel medyanın sosyolojik yönü tarihten bugüne oldukça tartışılmalıdır. Geleneksel medyanın yanı sıra teknolojik gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte yeni medyanın da günümüzdeki başat rolü ve etkisi tartışılmaz bir gerçekliktir. Kimlik stereotiplerinin oldukça görünür olduğu medya; cinsiyet temelli kimliklere yönelik tanımlamaları ve bu kimlikler arası ilişkileri yeniden üretmekte ve günümüzde gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmektedir. Bu çerçevede bu çalışma sermaye ve sınıfsal ilişkilerin şekillendirdiği geleneksel medya içeriklerinin aksine daha özgür bir kamusal alan sunma iddiasında olan yeni medyayı toplumsal cinsiyet yaklaşımları temelinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Geniş bir etki alanı bulunan yeni medyanın; yeni bir direniş biçimi olma ve cinsiyetçi kalıp yargıları ve stereotipleri yeniden üretme noktasında iki yönü bulunmaktadır. Türkiye özelinde Tiktok gençler tarafından kullanılan instagramdan sonra gelen ikinci büyük uygulamadır. Bu sebeple bu çalışma örneklem olarak alınan Tiktok hesaplarını cinsiyetçi kalıp yargıları çerçevesinde eleştirel olarak analiz etmeyi hedeflemektedir. Amaçlı örneklem yöntemi kullanılan bu çalışmadaki temel motivasyon; özellikle tarihten bugüne edebiyat, sanat, sinema gibi pek çok alanda konu edinilen kadın ve erkek ilişkileri temalı tiktokerların paylaşımlarını içerik analizi ile açıklayabilmektir. Çalışmanın içeriğinde keskin sınırlar dahilinde verilen kadınlık ve erkekliğe dair; özel ve kamusal alan ayrımı, ekonomik iktidar, ailevi ilişkiler, gündelik yaşamdaki rol ve sorumlulukların cinsiyetçi bir çerçeveden vurgulandığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Yeni Kamusal Alan, TikTok, Ataerkil Pazarlık

Abstract: The sociological dimension of the media, especially traditional media, has been a subject of extensive discourse throughout history. With the advent of technological developments and the widespread use of the internet, the indisputable reality today is the pivotal role and influence of new media. The media, where identity stereotypes are markedly visible, not only reproduces definitions of gender-based identities and their relationships but also becomes an integral part of ontemporary daily life. Within this framework, this study aims to analyze the new media based on gender approaches, as it claims to provide a more liberated public space, unlike traditional media contents shaped by capital and class interactions. The new media with its expansive reach embodies two aspects, a novel form of resistance and a reformer of sexist stereotypes and preconceived notions. In Turkey, Tiktok is the second-largest application among youth, following Instagram. Therefore, this study aims to critically analyze a sample of Tiktok accounts, within the framework of sexist stereotypes. The main motivation of the study is to explain the posts of Tiktokers addressing the theme of male-female relations especial on the subjects of literature, art, and cinema by a historical perspective. The study employed purposive sampling method and content analysis. The distinction between private and public spaces, economic power, familial relations, roles and responsibilities in daily life regarding the femininity and masculinity as define within distinct boundaries in the study were expressed with a sexist framework.

Keywords: Gender, New Public Space, TikTok, Patriarchal Bargaining

Extended Abstract

With the development of technology and widespread use of the internet, new media has become an important part of daily life. At this point, new media emerges as an important actor in many sociological problems. Gender debates from history to the present have reached a new dimension with the use of new media. In this context, new media can be described as both a field of resistance and a field that reproduces unequal gender stereotypes. This difference in the use of new media is directly related to how liberal, democratic and egalitarian the physical space is. Because new media is not independent from physical space, economy, culture and politics. In the context of these discussions, this study aimed to analyze the videos shared on TikTok pages, which have an important place in new media, using the content analysis method. In this study, which adopted the purposeful sampling method, accounts that focused on bilateral relations and had high numbers of followers were examined. Data of the study; A total of 25 posts were published on 7 Tiktok accounts: Şahangiller (2.1 million), nesrin_karatosun (2.4 million), aytachailideacar (1.5 million), guven8elvan (1.2 million), cagrialtunbas (1.6 million), halil10hilal (1.4 million) and @buketyildirims (2.1 million). reels collected from video. The data obtained was classified and analyzed within the framework of the determined themes. The data of the study was collected between 1-10 September.

In the videos examined, four themes examining domestic responsibilities, economy, separation of public and private spaces, and kinship relations were identified. In the videos examined, domestic responsibilities are given as women's responsibilities. In the distinction between public and private spaces, women are positioned within the home, while public space is given as the man's domain. Women, who are not visible in working life, are responsible for unpaid work such as housework and child care. Kinship relations, especially those formed through women, are described as conflicts between women. In this context, it can be said that sexist stereotypes are reproduced in an exaggerated way in the themes determined in the videos examined. In the study, it is seen that TikTok videos, which are widely used especially by young people, reproduce sexist stereotypes within the selected sample. Stuart Hall states that the representation of social events by the media includes many factors in media contents breaking away from reality and reproducing reality in an exaggerated way. Similarly, Reese and Shomaker (2016, 39) state that the contents presented by the media are not real and that they reconstruct reality while representing it. At this point, it is a fact that the sexist stereotypes and stereotypes in the videos examined are presented in a new, exaggerated form.

Within the framework of these analyses, it is a matter of curiosity why women who define themselves as content producers are more visible and contribute to the production of sexist stereotypes. Within the framework of this question mentioned in the discussion section of the study; It can be said that femininity and masculinity are not decisive in having a patriarchal ideology. Women who grew up and socialized in a patriarchal habitus may have internalized this ideology. Additionally, this discussion is based on Gayatri Chakravorty Spivak's (2023, 53) question "will she be able to speak for herself with her own voice? And does being able to speak remove his status as a subaltern? reminds you of your questions. Within the framework of the study, the following question can be added to this discussion: Can a woman in a subaltern situation increase her number of followers if she speaks with her own voice? The concept of patriarchal bargaining can also be explanatory in terms of being an actor that reproduces sexist stereotypes. Patriarchal bargaining can be defined as a secret agreement made by men and women within the framework of mutual responsibility and limits in a sexist unequal society. But here it should be explained whether the woman's position in this bargaining is a conscious choice or a process shaped by habitus. This study argues that this situation is not a conscious choice but a reality shaped within the framework of habitus and doxa.

The predetermined rules of the game, namely doxas, are accepted without question when entering the game. At this point, in a patriarchal game, the rules are sexist. And women socialized in a sexist habitus internalize sexist stereotypes. In short, the fact that women appear in these videos and reproduce sexist stereotypes; It can be explained by the habitus and doxa in which he lives. And the new media, shaped by the influence of physical space, is both a new form of resistance and a form that exaggerates sexist stereotypes. What is important is the purpose for which this tool is used.

1. Giriş

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte medya gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu sebeple medya; ekonomik, toplumsal, siyasi pek çok alanda önemini korumakta ve iletişim, haberleşme, bilgi alma noktasında çoğu zaman güvenilir bir kaynak olarak tanımlanmaktadır (Malone, vd., 2000, 724). Literatürde medya tarihi ve etkisi geleneksel ve yeni medya ayrımında tartışılırken televizyon, gazete, dergi gibi yayın organlarını kapsayan geleneksel medyada tek yönlü bir iletişimden bahsedilmektedir. Geleneksel medyada izleyici ya da okuyucu, alıcı konumunda ve pasiftir. Teknolojinin gelişimi, internetin ve akıllı cihazların kullanımı ile yeni medyanın yaygınlaştığı, gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olduğu ve izleyici ya da okuyucunun aktif bir role sahip olduğu görülmektedir.

Medya araçları ve yayınları gündelik yaşamı yansıtırken toplumsal gerçekliği de yeniden üretmektedir. Toplumsal cinsiyet temelindeki farklılıklar ve betimlemeler medya yayınlarında da göze çarpmaktadır. İmançer (2006)'e göre; cinsiyet temelli kimliklerin ve algıların inşası için etkili bir alan olan medya, toplumsal cinsiyet düzenini yapılandırmada oldukça etkili yardımcı bir rol üstlenmektedir. Geçmişten günümüze kadar gelen kadınlık ve erkeklik kimliğine yönelik atfedilen roller, görevler gibi pek çok unsur kurumlar sayesinde nesilden nesile aktarılmaktadır. Nesiller arası bu aktarımda medya önemli bir aktördür. Lemish'e (2008, 1945) göre; medya bireylerde kendilik bilincini, kadın ve erkek kimliğine yönelik ayrımları ve bu ayrımlarda oluşan rol ve sorumlulukları öğretmektedir.

Literatürde toplumsal cinsiyet algılarını yeniden ürettiği gerekçesi ile özellikle geleneksel medya üzerine yapılan pek çok çalışma (Sussman ve Tyson: 2000; Aktaş, 2020; Şahin ve Birincioğlu, 2020, İnceoğlu ve Akçalı, 2018) bulunmaktadır. Medyada bulunan cinsiyet temelli kadınlık ve erkeklik kimliğine, rol, sorumlulukların ayrımına ve oluşturulan stereotiplere dikkat çekmek isteyen Wood (2009, 259); medyada erkeklerin girişken, aktif, maceraperest; kadınların ise genç, güzel, pasif, bağımlı ve yetersiz olarak temsil edildiğini ifade etmektedir. Boudrillard'a (2001) göre; reklamlarda yer alan erkek modeller genellikle fiziksel yapıyı ve başarıyı, kadınlar ise güzellik, cinsellik ve ihtirası temsil etmektedir. Benzer şekilde çok başvurulan bir kaynak olan Butler ve Paisley'in 1980 yılında yaptığı çalışmaya göre; geleneksel medyada kadınlar 5 stereotip üzerinden yansıtılmaktadır. Bunlardan ilki kurban konumundaki aptal, suskun ve seksi kadınlar iken ikinci kategori; anne, eş, hemşire, sekreter gibi özel alan ile özdeşleşmiş ve ataerkil sistemdeki rol ve sorumluluklarını yerine getiren kadın tiplemesidir. Üçüncü kategori birinci ve ikinci stereotiplerin görevlerini yerine getirmeye çalışan kadınlardır. Genellikle bekar olan dördüncü kategorideki kadınlar ise erkekler ile eşit hak talebini vurgulamakta, son kategorideki kadınlar ise hiçbir kalıpta olamayan alışılmışın dışında betimlenmektedir (Akt. Tanrıöver, 2007, 154). Bu stereotipler cinsiyetler arasındaki eşitsizliği ve ayrımı her gün yeniden üretirken gerçeklik olarak yansıtmakta ve yeni nesillere aktararak normalleştirmektedir. Son zamanlarda eleştiriler ile birlikte toplumsal cinsiyet çerçevesinde hassas yayınlar yapılıyor olsa da genel görüntü arasında bu durum çok cılız kalmaktadır.

2. Yeni Direniş Biçimi - Yeni Tahakküm Şekli

Geleneksel medyadan farklı olarak dijital kodlama sistemine sahip yeni medya, bireylerarası yoğun, hızlı ve eş zamanlı etkileşime sahip iletişim araçlarına karşılık gelmektedir (Binark, 2007, 5). Geleneksel medyada pasif durumda olan alıcı, yeni medya ile aktif, katılımcı bir role sahip olmaktadır. Teknolojinin

gelişimi, internetin yaygın kullanımı ile birlikte “bilgi toplumu” olarak nitelendirilen bir iletişim ağından söz edilmektedir. Teknolojik araçların ve internetin ucuzlaması ve akıllı telefonların her an elimizin altında olması ile birlikte yeni medya kullanımında ciddi bir artış olmuştur (Özdemir,2010, 102). Gündelik yaşam pratikleri olarak nitelendirebileceğimiz internet ve sosyal ağlar, bireyin aktif katılımı ile birlikte daha çok benimsenmiş ve duygu, düşünce, davranış gibi pek çok alanda etkili hale gelmiştir (Özdemir Batga-Uçar, 2019, 472- 473). Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyanın mali yatırım ve işgücü çerçevesinde büyük bir sermaye gerektirmemesi cazibesini arttırmakta ve sermaye sahibi olmayan muhaliflerin, azınlık grupların ve kadınların katılımını arttırmaktadır. Bu çerçevede yayın yapma, kanal açma daha az hiyerarşik bir konumlanma ile karşımıza çıkmakta ve bu çerçevede daha aktif katılım olan özgürlükçü bir görünüm sunmaktadır.

Yeni medya özellikle toplumsal cinsiyet tartışmaları ekseninde özgürlükçü bir alan, hatta yeni direniş biçimlerinin oluştuğu yeni bir kamusal alan olarak ele alınmaktadır. Sosyal bilimler literatüründe yeni medyanın kullanımı ve yaygınlığı çerçevesinde yeni bir kamusal alan olup olmama noktasında pek çok tartışma olduğu görülmektedir. Literatürdeki tartışmalar çerçevesinde önemli bir isim olan Jürgen Habermas kamusal alanı (2000, 29) belli bir konuda; akıl yürütülen, rasyonel bir tartışma zemininde ortak görüş ve kamuoyu oluşmuş mekan, süreç ve araçların alanı olarak açıklamaktadır. Madanipour (1999)’un herkesçe erişilebilen alan olarak tanımladığı kamusal alanı, Dacheux, (2012, 14) devlet ve sivil toplum arasında aracılık eden alan olarak ele almaktadır. Bu çerçevede kamusal alan hiyerarşik olmayan ve herkesin söz söyleyebildiği bir alan olarak idealize edilebilir.

Basın ve medyanın dördüncü kuvvet olduğunu ve eleştirel bir kamusal alana karşılık geldiğini ifade eden Habermas’a (2000, 292) göre; medya ticarileşerek bu özelliğinden uzaklaşmaktadır. Habermas’ın betimlediği kamusal alanın var olmadığı ve olmayacağını belirten Fraser’e (1992, 118) göre; kamusal alan cinsiyet, mülkiyet ve ırk temelli üç eşitsizliği içermektedir. Kavramın Antonio Gramsci’nin hegemonya kavramı ile analiz edilmesi gerektiğini ifade eden Fraser (1992,117); kamusal alanın egemenlik biçimleri için gereken rızayı sağladığını belirtir. Benzer şekilde Elley (1992,331) Habermas’ın kamusal alan yaklaşımının; tarihi bulgular, toplumsal cinsiyet, devletin geçirdiği süreçler ve popüler kültür çerçevesinde derinlemesine tartışılması gerektiğini ifade etmektedir. Papacharissi (2009, 231) ise gerçek bir demokratik toplumsal yapıda yeni medyanın kamuoyu oluşturmada etkili olabileceğini ifade etmektedir. Literatürdeki bu tartışmaların ikili bir sınıflandırma ile analiz eden Oblak’a (2014, 8) göre; elektronik kamusal, ya var olan kamusal alanı destekleyen bir yapı ya da kamusal alanın yeni bir biçimidir. Dijital dünyanın gelişimi ile ortaya çıkan yeni kamusal alanın toplumsal yapıdan bağımsız olmadığı, demokratik bir toplumda radikal bir kamusal alan olarak değerlendirilebilecekken, baskıcı toplumlarda bölük ve parçalı kamusal alanları oluşturduğu söylenebilir. Çünkü fiziki uzamdaki eşitsizlikler, yapılar siber uzamda da görünür olmakta ve yeni kamusal alanı da şekillendirmektedir. Ancak dijital medya ve özellikle sosyal medyanın yeni, eşitlikçi bir kamusal alan oluşturabilme potansiyeli olduğu da unutulmamalıdır.

Bu noktada önemli bir tartışma konusu sosyal medyanın kullanım amacı ve şeklidir. Çok uluslu şirketlerin ve ataerkil iktidar şekillerinin dışında gelişen bir sosyal medya kullanımı, toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dair yeni tartışmaların gün yüzüne çıkmasını, kadın hareketleri ve STK’ların güçlenmesini bu yeni kamusal alanda hızlı bir örgütlenmeye gidebilmesini sağlamaktadır. Kadın dayanışma örgütleri için sosyal medya önemli bir alandır ki bu alan kadın cinayetleri ve kadına yönelik şiddet söz konusu olduğunda gündem oluşturarak toplumsal algıyı hatta hukuk temelindeki kararları bile etkileyebilmektedir. Sinema sektöründeki taciz probleminin görünürlüğünü arttırmak amacıyla Twitter’da gerçekleşen ve dijital alanda “hashtagler” ile geniş bir kamuoyu oluşturan “Me Too” hareketi bu duruma örnek verilebilir. Ayrıca Instagram, Facebook, TikTok gibi pek çok sosyal alan, dijital aktivizm noktasında kullanılan yeni kamusal alanlar olarak karşımıza çıkar. Bu çerçeveden Webb ve

Temple, (2015) internetin sunduğu alanı toplumsal cinsiyete yönelik tanımlamaların yeniden üretilebileceği özgürlükçü bir alan olarak tanımlamaktadır.

3. Dördüncü Dalga Feminizm

Modernleşmenin etkisi ile kadın ve erkek kimliği üzerinden cinsiyet iki kutuplu bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Biyolojik farklılıklar temelinde toplumsal yaşamda da farklı statüler, görev ve sorumluluklar ile sınırlandırılan kadınlık ve erkeklik toplumsal cinsiyet tartışmalarının temelini oluşturmaktadır. 1789 Fransız İhtilalinden sonraki süreçte İnsan Hakları Bildirgesine yönelik eleştiriler ile feminizm tartışmalarının yükseldiği bu dönemde toplumsal cinsiyet temelinde; oy verme, yönetimde yer alabilme, eğitim hakkı gibi yasal haklar, talepler tartışılmış ve belli kazanımlar sağlanmıştır. 1960-1990'lı yılları kapsayan, ikinci dalga olarak adlandırılan feminist tartışmalar Simone de Beauvoir (1993) "İkinci Cins" kitabının yarattığı etkiyle özel alanı da kapsamaktadır. "Kadın doğulmaz, kadın olunur", "özel olan politiktir" ifadeleri çerçevesinde yükselen tartışmalar toplumsal yaşamda ve gündelik hayattaki kadınlığa dair ikincilleştirmeleri tartışmaya açmaktadır. Postmodernizm ve kimlik tartışmalarının da etkisi ile üçüncü dalga ise milliyetçilik, sınıf, etnisite, cinsellik, ekonomi, iktisat vb. konuları feminist perspektiften tartışmıştır (Tong, 2009, 285). Feminizm tarihinde dalgalar metaforu tarihi olarak dönemsel bir sınıflandırmadan ziyade ideolojik ve politik alandaki değişimlere karşılık gelmektedir. Teknolojik gelişmelerin etkisini, yeni direniş ve kamusal alan tartışmalarını da içeren üçüncü ve dördüncü dalga iç içe bir yapıda ifade edilmektedir. Örneğin Winch vd., (2016, 559)'ne benzer şekilde Kaya ve Belge de (2018, 566); internet ve teknolojinin sunduğu olanakları iyi kullanan üçüncü dalga feminizmin, dijital feminizm olarak tanımlanan dördüncü dalga ile girift bir yapıda olduğunu ifade etmektedir. Teknoloji, internet ve sosyal medya yeni bir alan açarak feminist tartışmalarda yerini almaktadır. Yeni bir tartışma konusu olması itibari ile net tanımı yapılamayan her kültür ve kimlikten insanı bir arada, bir toplumsal problem etrafında buluşturma potansiyeli olan, bu anlamda kamuoyu oluşturmada dijital alanı kullanan bu aktivizm türü; çevrimiçi aktivizm, dijital aktivizm, siberativizm, e-aktivizm olarak adlandırılabilir (Joyce, 2010).

Sosyal medya kişilerin kendi dünya görüşü dışındaki toplumsal algı, düşünce ya da problemler hakkında bilgi almasını sağlayan ancak bilgi almasının ötesinde hem ulusal hem de uluslararası kamuoyu yaratan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital aktivizme yönelik literatürde yer alan tartışmalara baktığımızda reel bir direniş olmadığı ve bu sebeple de çözüme uzak olduğunu düşünenlerin yanı sıra yeni bir feminist söylemin gerçekleşeceği alan olarak da tanımlandığı görülmektedir. Christensen (2011)'in ifadesi ile dijital aktivizm reel katılım olmadığı için çoğu zaman "slaktivizm ya da "koltuk aktivizmi" olarak nitelendirilmektedir. Dijital aktivist eylemleri "hashtag aktivizmi" olarak tanımlayan Rodino-Colocino (2016), bu durumun yeni bir feminist dalga olmadığını ifade ederken, Knappe ve Lang (2014) dijital aktivizmi dördüncü dalga ile ilişkilendirmekte, Fredrika Thelandersson (2014, 529) ise interneti feministlerin birbiri ile bilgi alışverişi sağladığı ve direniş kanalları oluşturduğu yeni bir alan olarak tanımlamaktadır.

Sosyal bilimler literatüründe internet ve feminizm ilişkisi çerçevesindeki siberfeminizm tartışmaları ise özel bir alanı kapsamaktadır. Özellikle siberfeminizm tartışmaları ekseninde teknoloji ve yeni medyanın önemli bir araç olarak tanımlandığı görülmektedir. Dijital ortamdaki feminist hareketleri tanımlamak için kullanılan siberfeminizm ya da siberetik feminizm Susanna Paasonen'e (2005, 336) göre, dijital ortamdaki tüm feminist hareketleri bir çatı altında toplayan bir terimdir. 1991 yılındaki "A Cyborg Manifesto" isimli çalışması ile Donna Haraway teknolojinin toplumsal yaşamdaki konumunu tartışmaktadır. Toplumsal cinsiyet sonrası modelleyen, cinsiyetsiz bir dünya çizen Haraway cinsel farklılıkları aşan bir siborg tanımı yapmakta ve bu çerçevede her düzeyde yeniden inşa edilebilen kimlik temelindeki bir aidiyet ve ayrımcılığa izin vermemektedir (Haraway, 2006). Bu çerçevede kimlik inşası noktasında yeni medya kimliklerden arınmış bir yaşam sunabilme potansiyelini taşımaktadır. Geleceğe yönelik kimlikler üstü bir siborg modellemesi yapan Haraway (2006) bugünün dünyasında denetim

mekanizmaları çerçevesinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin devam ettiğini de belirtmektedir. Bu bağlamda dijitalleşme ile birlikte feminizmin kendine yeni bir alan bulduğu ancak bu alanın direniş biçimlerini güçlendirme potansiyelinin yanı sıra cinsiyetçi söylemin yeniden üretimini de destekleyebilme ihtimali bugünün ve bu çalışmanın temel tartışma konusudur.

Her toplumsal gerçeklikte olduğu gibi yeni medya tartışmaları çerçevesinde de madalyonun bir diğer yüzü bulunmaktadır. Yeni medya bir özgürlük alanı olabilme ihtimalinin yanı sıra toplumsal eşitsizlikleri ciddi ayrımlar çerçevesinde abartılı bir şekilde yeniden üreten bir araç olarak da işlev görmektedir. McCracken vd., (2018, 64)'e göre; geleneksel medyadaki eşitsizlikleri ortadan kaldıracak olduğu düşünülen yeni medya paylaşımına açık olması nedeniyle sanal yeni şiddet ve istismar alanları oluşmaktadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde denetimin zorlaştığı yeni medya, nefret söylemleri ve sanal saldırıların oldukça fazla olduğu bir alan olma ihtimalini de barındırmaktadır. Uluç'a (2009, 125) göre; Stuart Hall toplumsal olayların medya tarafından temsilinin oluştuğunu, medya içeriklerinin gerçekten kopmasında ve gerçekliği yeniden abartılı şekilde üretmede birçok etkeni barındırdığını ifade etmektedir. Benzer şekilde Reese ve Shomaker (2016, 39) de medyanın sunduğu içeriklerin gerçek olmadığını ve gerçekliği temsil ederken yeniden inşa ettiğini ifade eder. Özgürlükçü yeni bir kamusal alan ya da cinsiyetçi çerçeveden yeni bir direniş biçimi potansiyeli taşıyan dijital dünya ve özelde sosyal medya aynı zamanda yeni cinsiyetçi kalıpları, toplumsal cinsiyet temelinde yeni eşitsizlikleri de doğurabileceği söylenebilir. Siber alanda kadınların hala sömürüye açık olmasını Haraway (2006, 34) enformatik tahakküm olarak tanımlamaktadır. Gözetim ve kontrol mekanizmalarının da dijitalleşmesi ile birlikte kadınların sömürü şekillerine enformatik tahakkümde eklenmiştir.

4. Yöntem

Gündelik yaşamda önemli bir aktör haline gelen internet ve yeni medya siyasi, sosyal, toplumsal pek çok alana etki etmektedir. Teknoloji ve internetin yaygınlaşması ile paralel şekilde sosyal medya kullanımı da artmakta, kimlik inşasında da önemli bir aktör olan sosyal medya toplumsal olguları hem değiştirme potansiyelini hem de ve yeniden üreterek yaygınlaştırma gücünü bir arada barındırmaktadır. Sosyal bilimler literatüründe her iki katmanda da pek çok tartışma olan yeni medyanın gelişimi ve değişimi ile birlikte gelecek tartışmalarda da yer alacağı söylenebilir.

Bu çalışma son zamanlarda özellikle gençler arasında çok yaygın bir kullanıma sahip olan hem içerik üretme hem de tüketme noktasında sosyal bir iletişim alanı sağlayan TikTok uygulamasını toplumsal cinsiyet algısı çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Amaçlı örneklem yöntemi kullanılan bu çalışmadaki temel motivasyon; özellikle tarihten bugüne edebiyat, sanat, sinema gibi pek çok alanda konu edinilen kadın erkek ilişkileri temalı tiktokerların paylaşımlarını içerik analizi ile açıklayabilmektir.

2016 yılında sosyal medya hizmetine sunulan Çin menşeli Zhang Yiming tarafından kurulan Musical.ly uygulamasına dayanan TikTok programı 15 saniyelik videoların yer aldığı, müzik ve efektler kullanılabilen bir yazılımdır. 2017 yılında Çin'de Douyin olarak bilinen uygulama, 2018 yılında uluslararası piyasaya TikTok olarak sunulmuştur (Montag vd., 2021, 3). Amacı takipçi sayısını arttırmak olan uygulama, maddi ve manevi kazanç elde etme noktasında tercih edilebilmektedir. Genellikle gençlerin tercih ettiği TikTok uygulamasına yönelik 2019 yılında yapılan araştırmaya göre; kullanıcıların %68,97'si 24 yaş altı, %73,69'u 30 yaşın altı kişilerden oluşmaktadır. Bu noktada TikTok bir kimlik inşa etme noktasında gençlere hitap ettiği söylenebilir (Yang, Zhao ve Ma, 2019, 340). Benzer şekilde Broner'ın (2021) yaptığı çalışmaya göre; Z kuşağının %20'si günün 5 saatten fazlasını TikTok'ta geçirmektedir. We Are Social (2022) araştırmasına göre; Türkiye'deki kullanıcılar birinci sırada Instagram, ikinci sırada ise ayda 18,8 saat ile TikTok kullanmaktadır. Gençlerin TikTok kullanım nedenlerine baktığımızda; eğlence, sosyalleşme, bilgi edinme, statü ve beğenilme talebi vb. nedenler sıralanabilir (Ahlse vd., 2020, 34). Al-Marouf vd. (2021) yaptığı çalışmaya göre ise TikTok kullanımının

sebepleri; zaman geçirmek, sosyalleşme ve benlik sunumu iken, Omar ve Dequan (2020, 128) başkalarının hayatlarını izleme, sosyalleşme, dijital etkileşim kurma, reel hayattan kaçma, kendini gerçekleştirme ve ifade etme, bilgi edinme ve eğlenme olarak açıklamaktadır. Tam'ın 2022 yılında yaptığı alan araştırmasının sonuçlarına göre; katılımcıların büyük çoğunluğunun uygulamaya yönelik olumsuz bir tanımlaması olmasına rağmen günlük ortalama 1 saat 45 dakika ayırdığı, hesabı olmadan önce TikTok videolarına instagram uygulaması üzerinden ulaşarak beğendiğini göstermektedir. Ayrıca TikTok kullanmayan ancak instagram gibi diğer sosyal medya kullanıcılarının sayfalarında da reels olarak adlandırılan bu videolara erişilebilmektedir. Bu çerçevede resmi sayılardan daha büyük bir toplumsal kesime hitap ettiği söylenebilir.

Takipçi sayısını arttırmak amacıyla ulusal ve uluslararası pek çok akımı takip eden TikToker'lar benzer videoları tekrar tekrar yayınlamakta, bazı sayfalar muhafazakâr, seküler kimliklerini özellikle vurgulamakta, gündelik yaşamındaki eşi, çocuğu ve ailesini videolarda görünür kılmaktadır. TikTok video içeriklerinin bütünüyle bir sanal olay örgüsüne sahip olmadığı, gündelik yaşamdaki kişileri, özel alan olarak evleri de yansıttığı bu sebeple de gerçeklik ile iç içe bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Yayımlanan bu içeriklerde toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizliklerin dikkat çekmesi çalışmanın yapılmasındaki itici güç olmuştur. Çalışmada amaçlı örneklem tekniği ile ikili ilişkileri konu edinen ve yüksek takipçi sayılarına sahip olan Şahangiller (2.1 milyon), nesrin_karatosun (2.4 milyon), aytachailideacar (1.5 milyon), guven8elvan (1.2 milyon), cagrialtunbas (1.6 milyon), halil10hilal (1.4 milyon) ve @buketyildirims (2.1 milyon) 7 TikToker hesaplarında yayımlanan toplamda 25 reels video içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve belirlenen temalar çerçevesinde sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın verileri 1-10 Eylül 2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

5. Bulgular Ve Yorum

İkili ilişkileri konu edinen TikTok sayfalarında genellikle gerçek bir ilişki videolara yansıtılmakta, iki isim ile kurulmakta, fiziki yaşamdaki ev ve aile ilişkiler görünür olmakta, ilişkilere dair kısa videolar yayınlamaya pek çok takipçiye ulaşmaktadır. Film ya da dizi gibi kurgusal bir içerikten ziyade gerçeklik ile iç içe geçmiş bir yapıya sahip olan bu yayınlar, genellikle akım olarak nitelendirilen belli senaryoları tekrarlayarak yeniden üretmektedir. Takip edilen sayfalardaki bazı videolar farklı kişiler tarafından yeniden üretilmekte ve instagram gibi diğer uygulamalardan da izlenebildiği için daha fazla kişiye ulaşabilmektedir. Hesapların sahipleri kendilerini içerik üretici olarak betimlemektedir. Ayrıca bu sayfalar her ne kadar kadın ve erkeğin ortak hesabı görüntüsü verse de paylaşılan videolarda kadınların fiziki olarak daha görünür olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum hem açık hem de gizli şiddet ve istismarın dijital biçiminin olduğu şeklinde yorumlanabilmekte ve McCracken vd., (2018, 64)'nin, Haraway'ın enformatik tahakküm olarak nitelendirdiği daha önce değinilen yeni şiddet ve istismar alanları oluşturacağı yönündeki düşüncelerini akla getirmektedir. Örneklem alınan hesaplarda tekrar eden videoları içerik analizi yöntemi ile inceleyen bu çalışmada; ev içi sorumluluklar, ekonomi, kamusal ve özel alan ayrımı, akrabalık ilişkilerini inceleyen 4 tema belirlenmiştir. Belirlenen bu temalar analiz sonrasında ekonomik ev içi sorumluluklar, iktidar olan erkek, tüketim çılgını kadın, kamusal ve özel alan, kadını merkeze alan akrabalık stereotipleri gibi beş alt başlıkta yorumlanmıştır.

5.1. Ev içi sorumluluklar

Yayımlanan videolarda toplumsal cinsiyete dair tartışmalarda önemli bir başlık olan özel alandaki görev ve sorumlulukların kadınlarla özdeşleştiği görülmektedir. Örneğin akım olan video sahnelerinde; evi süpürdüğü için erkekle ilgili dalga geçildiği, evin dağınık olması durumunda kadının eleştirildiği, yemek olmaması noktasında kadının erkekten özür dilediği görülmektedir. Cinsiyetçi ataerkil bakış açısı ile özel alan ve ev içi sorumluluklar ile özdeşleşen kadın kimliğinin TikTok videolarında da görünür olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra bazı videolarda her ne kadar özel alandaki paylaşımına yönelik eşitlikçi bir bakış açısı sunulmaya çalışılsa da ev işleri noktasında erkeğin eşine "yardım" etmesi gerektiği, "kadının

erkeğe bir emanet” olduğu gibi vurgular kadını ev işleri noktasında birincil sorumlu olarak konumlandırmakta ve paylaşım noktasında literatürdeki pek çok tartışmanın konu edindiği cinsiyetçi ve eşitsiz bakış açısını devam ettirmektedir. Simon De Beauvoir’un (1993) “özel olan politiktir” yaklaşımı çerçevesinde şekillenen ev içi ücretsiz emek tartışmaları bu videolarda görünür hale gelmekte ve özel alandan çıkararak dijital kamusal alanda yeniden üretilmektedir. Toplumsal cinsiyet noktasında yeni bir direniş biçimi olma potansiyeli olan genelde internet özelde ise sosyal medyanın incelenen TikTok videoları özelinde, fiziksel uzamda var olan eşitsiz ve cinsiyetçi bakış açısını görünür kıldığı, vurguladığı ve normalleştirdiği söylenebilir. Bu noktada literatürde Webb ve Temple, (2015) gibi internetin sunduğu alanı toplumsal cinsiyete yönelik tanımlamaların yeniden üretilebileceği özgürlükçü bir alan olarak tanımlayan yaklaşımların incelenen TikTok videoları özelinde geçerli olmadığı görülmektedir.

5.2. Ekonomik iktidar olan erkek

Çalışmanın bulgular kısmındaki pek çok başlıkta akılda tutulması gereken en önemli noktalardan biri; incelenen video içeriklerinin neredeyse tamamında çalışma yaşamına katılmayan kadının özel alan ile sınırlı bir gündelik yaşama sahip olmasıdır. Ayrıca TikTok videolarında kadın kimliği alışverişe bağımlı ve erkek tarafından sınırlandırılması gereken bir birey olarak betimlenmekte, kadının ekonomi ile ilişkisi yalnızca tüketim üzerinden görünür olurken, erkeğin evin ekonomik geçimini sağladığı sık sık söylemsel olarak ifade edilmektedir. Örneğin bir akım olarak pek çok sayfada tekrar edilen bir senaryoda kadın alışveriş yaparken erkeğin “ocağıma incir ağacı diktin”, “ben kolay mı kazanıyorum parayı” gibi tepkiler verdiği görülmektedir. Ev içi emeği karşılıksız ve değersiz olan kadın aynı zamanda tüketim noktasında sınırlandırılması gereken bir konumda yer almaktadır.

Başka bir video senaryosunda çamaşır yıkayan kadın ev işlerine yönelik paylaşım olmadığı için tepkiliyken, eşinin yıkanmak için bıraktığı pantolonun cebinden bulduğu paraya sevinmesi ve paraya el koyarak tepkisinin yok olduğu, erkeğe yönelik sevgi sözcükleri söylediği görülmektedir. Ayrıca bazı videoların sonunda bu durumu fark eden erkek kadına “hırsız” gibi hitaplarda bulunabilmektedir. Bu videolar evi temizlerken halının altından para bulunması ya da yatağın içinden para çıkması gibi pek çok şekilde tekrarlanmaktadır. Benzer şekilde “Airfry almak için kocama nasıl yalvarıyorum” isimli videolarda kadının fırın/airfry almak için kocasını ikna etmeye çalıştığı görülmektedir. Bu videolar incelendiğinde; kadının ev içi işlerden sorumlu, erkeğin ekonomik olarak iktidar olarak konumlandığı, kamusal alan ve özel alan çerçevesinde ayırımın toplumsal yaşamdaki görüntüsünden daha sade, kısa, keskin ve abartılı şekilde vurgulandığı görülmektedir. Bu durum Hall’in medya içeriklerinin gerçekten koparak yeniden ve abartılı şekilde süsleyerek ürettiğini belirten yaklaşımı (Akt. Uluç, 2009, 125) ile açıklanabilir. Çünkü burada amaç daha hızlı ve fazla tüketilmek, daha fazla takipçiye ulaşmaktır. Teorik kısımda değinildiği gibi Boudrillard’ın (2001) reklamlarda kullanılan cinsiyetçi yargılar temelindeki eleştirisi bu videolar çerçevesinde de geçerlidir denilebilir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet eşitsizliği çerçevesinde tartışılan özel ve kamusal alan ayırımının, normalleşen kadının ücretsiz ev içi emeğinin, aile reisi erkektir temelindeki kalıp yargıların TikTok videolarında yeniden üretildiği söylenebilir. Bu çerçevede kadın ve erkeği sınırlandıran ve belli stereotipler çerçevesinde şekillendiren sosyal medya paylaşımlarında da geleneksel medya literatüründe (Sussman ve Tyson: 2000; Aktaş, 2020; Şahin ve Birincioğlu, 2020, İnceoğlu ve Akçalı, 2018) belirtildiği gibi stereotipler oluşturduğu görülmektedir. Bu noktada hem bir direniş biçimi hem de yeni bir tahakküm biçimi olabilme potansiyeli olan yeni medyayı, teorik çerçevede değinildiği gibi Oblak’ın (2014, 8) yaklaşımını yansıtır şekilde fiziki toplumsal gerçekliklerin belirlediği söylenebilir. Ancak burada önemli olan yeni bir kamusal alan olarak tanımlanan yeni medyanın gücünün cinsiyetçi, ataerkil gerçekliği normalleştirmesi yönünde kullanılmasıdır. Medyanın bireylerde kendilik bilincini, kadın ve erkek kimliğine yönelik ayrımları ve bu ayrımlarda oluşan rol ve sorumlulukları öğrettiğinin altını çizen Lemish’in (2008, 1945) yaklaşımı ile

benzer şekilde yeni medyadaki cinsiyetçi yaklaşımların görünürlüğü toplumsal gerçekliği inşa etmekte ve ataerkil bir kısır döngüye sebep olmaktadır.

5.3. Tüketim çılgını “kadın”

Çalışmanın örnekleme çerçevesinde incelenen hesaplarda yayınlanan videolarda; erkeğin ekonomik iktidar olarak konumlandığı, kadının ise tüketim çılgını olarak nitelendirildiği daha önceki bölümlerde belirtilmiştir. Tüketim noktasında kadına yönelik tipleştirmelerin çeşitlendiği, bu sebeple de ayrı bir başlık altında incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Örneğin yayınlanan bir videoda bir mutfak aletini kullanmadığı için kadın erkekten tepki görmektedir. Bu kadının komşusunda gördüğü için aldığı ancak hiç ihtiyaç duymayıp kullanmadığı vurgusu yapılan bu videoda tüketim konusunda bilinçsizce davranan kadın reklamlarda hitap edilen kimlik, çevresinde gördüğü için her şeye sahip olmak isteyen bir stereotiple sunulmaktadır. Benzer şekilde pek çok video akımında kadın kimliği; sürekli internet alışverişi yapan ancak kargoyu ve aldıklarını erkek olan iktidardan gizleyen, alışveriş tutarlarını erkeğe daha düşük aktaran bir görünümde. Bir diğer akım olan kargo açma videoları “işbirliği” etiketiyle sunulmakta takipçilerine reklam yapan hesapta bu videolarda çoğunlukla kadınlar görünür olmaktadır. Bu alışveriş temalı videoların vurgulanması hesaba maddi kazanç sağlıyor olması ile açıklanabilirken, kadına yönelik konumlandırma tarihsel ve toplumsal yapıdaki cinsiyetçi kalıp yargılar ile açıklanabilir. Ancak sosyal medya üzerinden bu stereotiplerin tekrarlanan vurguları; erkeği evi geçindiren, kadını ise bilinçsizce alışveriş yanlısı bir yapıda konumlandırmakta, kadın emeği değersiz ve karşılıksız olarak tanımlanmakta ve cinsiyetçi kalıp yargılarının yeniden üreterek nesilden nesile aktarmaktadır.

5.4. Kamusal alan özel alan ayrımı

Tarihten bugüne toplumsal cinsiyet tartışmalarında sıklıkla vurgulanan kamusal ve özel alan ayrımı, cinsiyet temelli eşitsizliğin anlaşılması ve çözülmesinde kilit bir role sahiptir. Kamusal alan; toplumsal yapıya, siyasete, eğitime, ekonomiye yön veren, özel alan ise hiyerarşik olarak kamusal alandan daha önemsiz tanımlanan ve aşağıda konumlanan bir alandır. Kamusal alan ile özdeşleşen erkek kimliği özel alan ile sınırlandırılan kadın kimliği arasında hiyerarşik bir yapılanma bulunmaktadır. Eğitim ve meslek sahibi olsa bile iktidar konumunda karar mekanizması olamayacak olan kadın, değersiz ve ücretsiz olan ev içi sorumluluk ve görevlerini yerine getirmek zorundadır. Bu cinsiyetçi bilgi stokları kadının kamusal alanda iş yaşamına katılmış olsa bile karar mekanizması olmasındaki engelleri (Cam Tavan, Sızdıran Boru Hattı) açıklamakta yardımcı olabilir. Bunun yanı sıra doğum ve annelik ile ilgili sorumluluklar da eklenince kadının kamusal alandaki görünürlüğü olumsuz olarak etkilenmektedir. Bu noktada kadın duygusal olarak nitelendirilmekte ve kamusal alanda ya ikincilleşmekte ya da dışlanmaktadır.

İncelenen TikTok videolarında da bu özel ve kamusal alan ayrımının çalışmada seçilen pek çok temada vurgulandığı görülmektedir. Özel alandaki çocuğa yönelik sorumluluk ve görevlerin kadın kimliğine yönelik atfı, ev ve araba ayrımında kadının ev, erkeğin ise araba ile nitelendirilmesi dikkat çekicidir. Pek çok akım videoda kamusal alan sayılan ve teknik bir donanıma sahip olan araba erkeğin alanı olarak resmedildiği, duygusal olan kadının teknik beceri gerektiren araba, bilgisayar gibi alanlarda var olmayacağı vurgusu dikkat çekicidir. Örneğin bir videoda arabanın kapısını çarpan kadını cezalandırmak için erkek kadının makyaj malzemelerine zarar verdiği ya da evi temiz tutmayan erkeği cezalandırmak için kadının arabayı kirlettiği görülmektedir. Ayrıca bu pek çok videoda araba kullanma noktasında kadın başarısızdır. Kadının tek aidiyeti erkeğin kazandığı para ile gizlice aldığı ve fiyatını düşük gösterdiği makyaj malzemeleri ve ortak kullanım alanı olan ev içi araçlar ile sınırlıdır. Ayrıca yayınlanan videolarda kadının çalışma yaşamı, kamusal alandaki arkadaşlık ilişkileri görünür değildir. Bu eşitsiz görünümde kadınların görünürlüğü ve öncülüğü ataerkilliği biyolojik olarak kadınlık ve erkeklik ile ilgili olmadığını, habitus ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu durumu kanıtlar şeklinde Sussman ve Tyson'ın (2000) yaptığı araştırma sonuçlarına göre gündelik yaşamında sosyal ağlara önemli bir yer veren kadınların eşitsiz yargıları daha fazla sergilemektedir. Bu durum eşitsiz cinsiyetçi

kalıp yargılar çerçevesinde kadının bilinç durumunu anlayabilmek adına Gayatri Chakravorty Spivak'ın (2023, 53) "kendi sesiyle kendi adına konuşabilecek mi? ve konuşabilmesi madun olma durumunu kaldırır mı? tartışmasını akla getirmektedir. Çalışmada incelenen veriler çerçevesinde sosyal medya ve özellikle TikTok videoları kapsamında Bourdieu'cu anlamda oyunun kuralları olan ve sorgulanmayan doxa'nın yeni bir cinsiyetçi bakış açısını içerdiği görülmektedir. Bu paylaşımlarda amaç cinsiyetçi bakış açısını sorgulamaktan ziyade toplumsal genel yargılara yer vererek daha fazla takipçi kazanmak olması oyunun kurallarını şekillendirmektedir. Bu tartışma çalışmanın son bölümünde ayrıntılı şekilde tartışılacaktır. Ancak bu başlık altında kadınlık ve erkeklığe dair resmedilen kimlikler toplumsal cinsiyet kalıplarını içermekte hatta abartılı bir şekilde sınırları keskinleştirerek eşitsizliği derinleştirmektedir denilebilir.

5.5. Kadını merkeze alan akrabalık stereotipleri

Ataerkil toplum yapısı yalnızca kadınlık ve erkeklığe değil tüm akrabalık statü ve ilişkilerine şekil vermektedir. Bu noktada geçmişten bugüne medyada konu edinilen "gelin kaynana" "elteler" "gelin görümce" gibi kalıp yargılar bulunmaktadır. Bu kalıp yargıların TikTok video içeriklerinde de yer aldığı görülmektedir. Gelin ve kaynana arasındaki gerilimli ilişkinin erkeğin paylaşılabilmesi noktasında bir çatışmaya sebep olduğu ya da elteler arasındaki gerilimli ilişkinin görünür olması tüm bu aktörlerin kadın olması bağlamında önemlidir. Örneğin yayınlanan bir videoda arkadaşı ile konuşan kayınvalide gelinini olumsuz bir şekilde anlatırken, gelini odaya girdiğinde bu konuşma olumluya dönüşebilmektedir. Ya da eltisinin tatile gittiğini gören kadının kocasına tatile gitme konusunda baskı yaptığı görülmektedir.

Modernleşme ve kentleşme ile birlikte geleneksel aile yapısı değişerek çekirdek aile yapısı daha yaygın hale gelmiştir. Bu değişim hiyerarşik akrabalık ilişkilerini de etkilemiştir. Kente göç ile birlikte aileler küçülmüş ve akrabalık ilişkileri de değişmiştir. Ancak teknoloji ve internet kullanımı ile birlikte akrabalık ilişkileri de yeni bir hal almış ve sanal bir iletişim ve birliktelik söz konusu olmaya başlamıştır. İncelenen TikTok videolarında sanal akrabalık ilişkilerinin konu edildiği ancak yine kalıplaşmış bilgi stoklarının varlığını sürdürdüğü söylenebilir. Özellikle kadınlar arasında resmedilen çatışma, kıskançlık gibi duygular sosyal medyada çokça görünürdür. Yukarıda örneklendirilen pek çok içerik özellikle kaynana-gelin, elteler, gelin-görümce gibi akrabalık ilişkilerini kalıplaşmış geleneksel yapılar dâhilinde yeniden üretmektedir. Bu yeniden üretim de sosyal medya paylaşımlarının içeriklerini beğenip beğenmeme, paylaşılan fotoğraflar ile ilgili yorumlar yapma gibi yeni çatışma alanları ve biçimlerini görünür kılmaktadır. Bu noktada her ne kadar biçim ve iletişim alanı olarak yeni görünse de kadınların görünür olduğu geleneksel kodların ve konumlanmaların sabitliği göze çarpmaktadır.

6. Değerlendirme, Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma toplumsal cinsiyet ve kadın kimliği noktasında yeni medyayı anlayabilmeyi amaçlamaktadır. Örneklem olarak alınan TikTok videolarını inceleyen bu çalışma; cinsiyet kalıplarına ilişkin içerikleri analiz edebilmeyi hedeflemektedir. Genelde yeni medya özelde ise sosyal medya kullanım amacı ve pratiği noktasında çok yönlüdür. Toplumsal cinsiyet kalıplarını ve eşitsiz cinsiyetçi kalıpları eleştirmek amacıyla yeni bir direniş alanı olabilen yeni medya, diğer taraftan fiziki yapıda bulunan kalıp yargıları yeniden üretebilen ve normalleştiren bir araç olarak da işlevsel olabilmektedir. Burada yeni medyanın kullanım pratiklerinin neyi amaçladığı, ne amaçla kullanıldığı önemli hale gelmektedir. Teknoloji, yeni medya ya da sosyal medya değil toplumsal yapının bilinci, farkındalık düzeyi, amacı ve kullanım şekli önem kazanmaktadır.

TikTok'un örneklem alındığı bu çalışmada incelenen hesaplarda yayınlanan videolar çerçevesinde; kadın ve erkek kimliğine dair kamusal özel alan ayrımı, erkek iktidar vurgusu, geleneksel akrabalık ilişkilerinin kısa reel videolarda kısaltılmış, abartılı, keskin mesajları olan bir yapıda görünürlük kazandığı söylenebilir. Özellikle beden sosyolojisi çerçevesinde tartışılması gereken videolarda genellikle kadınların görünür olması da bu analizi güçlendirmektedir. Bu durumu Wood (2009, 275) medyanın kadınlık ve erkeklığe çarpıtılarak ve abartılarak üç şekilde sunduğunu belirtir. Ona göre (2009,

275) bu çalışmada altını çizmeye çalıştığımız sonuç ile paralel şekilde medya öncelikle cinsel kimliklerin gerçek olmayan ideallerini sürekli tekrarlar. İkinci olarak cinsiyet temelinde bir algı tanımlaması yaparak belirli çizgiler belirler ve son olarak kadına yönelik şiddetin önünü açar.

Sussman ve Tyson'ın 2000 yılında yaptıkları bir araştırmanın sonucuna göre; sosyal ağları daha etkin kullanan kadınlar eşitsiz toplumsal cinsiyet kalıplarını daha fazla sergilemektedir. Peki sosyal medya ağlarını daha çok kullanan ve içerik üreten kadınlar neden cinsiyetçi kalıpları kullanmaya devam etmektedir? Yukarıda değinilen dijital feminizm tartışmalarına paralel şekilde yeni medya ve sosyal ağlar bir özgürlük alanı olabileceken neden eşitsiz cinsiyet kalıpları hem de çoğunlukla kadınlar tarafından yeniden üretilmektedir? Gayatri Chakravorty Spivak da (2023, 53) bu çerçevede; "kendi sesiyle kendi adına konuşabilecek mi? ve konuşabilmesi madun olma durumunu kaldırır mı? olmak üzere iki temel soru sormaktadır.

Literatürde bu çerçevede pek çok tartışma yer almaktadır. Bu tartışmaları yeni medya üzerinden sınıflandırmaya çalışırsak karşımıza öncelikle Antonio Gramsci'nin hegemonya kavramı çıkmaktadır. Hegemonya kavramı; modern endüstriyel toplumsal yapıda iktidar karşısında yönetilenlerin rızasının kazanılması ve sınıflı hiyerarşik yapının devamını açıklayabilmeyi amaçlamaktadır. Gramsci'ye göre kazanılan rıza yani kurulan hegemonya istikrarsız olduğu için sürekli yeniden kazanılmalıdır (Fiske; 2019, 225). Nitekim sivil toplum, internet ve medyayı da içeren hegemonik aygıtlar önemli araçlardır. İşçi sınıfının iktidara karşı hegemonyasını açıklamaya çalışan Gramsci'ye (2014, 150) göre; modern toplumda işçilerin üretim temelindeki direnişi manevi ve kültürel alanda direniş ile birleşmelidir. Bu durumu açıklamak için kullanılan karşı hegemonya ise toplumsal yaşamda ikincil planda tutulan kültürel alanda gerçekleşecek ideolojik ve siyasal örgütlenme olarak açıklanabilir (Gramsci, 2014, 152). Toplumsal cinsiyet tartışmaları çerçevesinde de hiyerarşik olarak erkek ve kadın konumlanması hegemonya ile kadınların rızasını sağlayan bir yapıda olabilmektedir. Bu durum TikTok videolarında içerik üreten ve yer alan kadınların durumunu açıklamakta yardımcı olmaktadır. Bunun yanı sıra ataerkil toplumsal yapıda kültürel ve toplumsal alandaki değişimi sağlamak için yeni bir direniş biçimi olarak kullanılan yeni medya, karşı hegemonyayı kurmada da önemli bir aktördür. Kadınların yeni medyada cinsiyetçi yargıları yeniden üretmesi de kadının rızasına dayanan hegemonya kavramı ile açıklanabilir. Ayrıca ataerkil ve cinsiyetçi kalıp yargılarının biyolojik kadın ve erkek olmanın ötesinde bir ideoloji ve düşünce biçimi olduğu da unutulmamalıdır.

Deniz Kandiyoti'nin "ataerkil pazarlık" kavramı da kadınların durumunu anlamada önemli bir açılım sunmaktadır. Kendi içinde çatışmalar ve pazarlıkları barındıran ataerkil toplumsal yapıda yaşayan kadınlar Kandiyoti'ye (2019) göre; ataerkil toplumda yaşayabilmek için çeşitli uyum ve direniş stratejileri geliştirmektedir. "Pazarlık" (bargaining) kavramı; toplumsal cinsiyet noktasında eşitsiz toplumsal yapılarda güç ve güvence alanı sağlayarak kadınların rızasını kazandıklarını varsaymaktadır. Bu noktada ataerkil rejimlerde kadınlar; hem sosyalleştikleri normları içselleştirmekte hem de güven ve güç kazanabilmek adına pazarlığa girişmektedir (Kandiyoti, 2021). Ataerkil pazarlık kavramına göre; erkekler ve kadınların arasında her ikisinin de rıza gösterdiği karşılıklı beklentileri yerine getirmek üzere gizli bir varsayım ve anlaşma bulunmaktadır. Bu anlaşma çerçevesinde kadınlar cinsiyetçi kalıp yargılarını toplumda kabul görme, ihtiyaçlarının karşılanması kaygısıyla destekleyebilmektedir (Sancar, 2016). Bu noktada kadınların ataerkil toplumsal yapıya uyumunun bilinçli bir tercih mi yoksa hegemonik bir tahakküm mü olduğu tartışma konusudur. Yani kadınlar ataerkil toplumsal yapıda bilinçli bir şekilde karşılıklı anlaşma çerçevesinde mi uyum gösteriyor yoksa hegemonik olarak cinsiyetçi kalıp yargılarını benimseyerek mi uyum gösteriyor? sorusu sorulmalıdır. Bu tartışmayı yürüten Kandiyoti (2021) başlarda bilinçli bir strateji olarak tanımladığı ataerkil pazarlık kavramını revizyondan geçirerek Gramsci'nin hegemonya ve Pierre Bourdieu'nun "doxa" kavramına dönüştüğünü ifade etmektedir. Bourdieu'nun oyun metaforunda oyunun temel kuralları olan doxa adeta sorgulanamayan gerçeklerdir. Bu çerçevede ataerkil normların kadınlar tarafından benimsenmesi; toplumsal gerçeklikler olarak kabulü ve pek çok toplumsal araç tarafından hegemonya oluşturması ile açıklanabilir. Kısacası bu çalışmanın konusu olan TikTok videolarında cinsiyetçi kalıp yargılarının kadınlar tarafından yeniden üretilmesi hegemonya ve doxa ile açıklanabilir. Bunun yanı sıra yeni medyanın fiziksel gerçekliklerden bağımsız olmadığı, cinsiyetçi kalıp yargılarının hakim olduğu toplumsal kural, norma ve eşitsizliklerin yeni medyaya da yansıdığı söylenebilir. Ancak yeni medyanın karşı hegemonik bir araç olabileceği ve yeni bir direniş biçimi potansiyeli de unutulmamalıdır.

Kaynakça

- Ahlse, J., Nilsson, F., & Sandström, N. (2020, Haziran). It's time to tiktok: exploring generation z's motivations to participate in #challenges. Diva Portal. <http://www.divaportal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1434091&dswid=8799>
- Aktaş, N. (2020). Toplumda değişen kadın rollerinin reklâmlara yansımaları: Küçük ev aletleri markalarına yönelik bir analiz. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (15), (s.183-201).
- Al-Marouf, R., Ayoubi, K., Alhumaid, K., Aburayya, A., Alshurideh, M., Alfaisal, R., & Salloum, S. (2021). The acceptance of social media video for knowledge acquisition, sharing and application: A comparative study among YouTube users and TikTok Users' for medical purposes. *International Journal of Data and Network Science*, (5)3, (s.197-214).
- Baudrillard, J. (2001). *Baştan çıkarma üzerine*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Binark, M. (2007). *Yeni medya çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Broner, S. (2021, Ağustos). 20% of gen z spends more than 5 hours every day on tiktok. https://www.greenbook.org/mr/market-research-trends/20-of-gen-z-spends-more-than-5-hours-every-day-on-tiktok/?utm_campaign=rtb&utm_medium=newsletter&utm_
- Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means?. *First Monday*, 16(2).
- Dacheux, E. (2012). *Kamusal alan: Demokrasinin anahtar bir kavramı*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- De Beauvoir, S. (1993). *İkinci cins*. İstanbul: Payel Yayınları.
- ELEY, G. (1992). *Nations, publics, and political cultures: Placing Habermas in the nineteenth century. Habermas and Public Sphere (s. 289-338)*. Cambridge: The MIT Press.
- Fiske, J. (2019). *İletişim çalışmalarına giriş*. Ankara: Pharmaton.
- Fraser, N. (1992). *Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of aActually existing democracy. Habermas and Public Sphere (s. 109-142)*. Cambridge: The MIT Press.
- Gramsci, A. (2014). *Hapisane defterleri*. İstanbul: Belge Yayınları.
- Habermas, J. (2000). *Kamusallığın yapısal dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Haraway, D. (2006). *Siborg manifestosu: Geç yirminci yüzyılda bilim, teknoloji*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- İmançer, D. (2006). *Medya ve kadın*. Ankara: Ebabil Yayıncılık.
- İnceoğlu, İ., Akçalı, E. (2018). *Televizyon dizilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği araştırması*. İstanbul: TÜSİAD.
- Joyce, M. (2010). *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. New York: İDEBATE Press.
- Kandiyoti, D. (2019). *Cariyeler, bacılar, yurttaşlar*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kandiyoti, D. (2021, 01 05). *Ataerkil pazarlık. Feminist Bellek*. <https://feministbellek.org/ataerkil-pazarlik>
- Kaya, H., Belge, M. (2018). Feminist iktisat ve iktisadi düşüncede kadının konumu. *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 5(60).

- https://www.researchgate.net/publication/328803309_Feminist_iktisat_ve_iktisadi_dusuncede_kadin_in_konumu
- Knappe, H., Lang, S. (2014). Between whisper and voice: Online women's movement outreach in the UK and Germany. *European Journal of Women's Studies*. doi:<https://doi.org/10.1177/1350506814541643>
- Lemish, D. (2008). *The international encyclopedia of communication*. W. Donsbach içinde, International encyclopedia of communication (s. 1945-1951). Malden: Blackwell.
- Madanipour, A. (1999). *Why are the design and development of public spaces significant for cities? Environment and Planning B: Planning and Design*, 26(6), 879-891. <https://doi.org/10.1068/b260879>.
- McCracken, K., FitzSimons, A., Priest, S., Girstmair, S., & Murphy, B. (2018). *Gender equality in the media sector*. <https://www.europarl.europa.eu/committees/en/supporting-analyses/sa-highlights>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of tiktok use: A first glimpse from empirical findings. *Front Public Health*. 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Oblak, T. (2014). Dialogue and representation: communication in the electronic public sphere. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 9(2), (s.7-21). doi:10.1080/13183222.2002.11008797
- Omar, B., Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on tiktok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14 (04), (s.121-137). Doi: 10.3991/ijim.v14i04.12429
- Özdemir, L., Batga, B., & Uçar, B. (2019). Sosyal ağ kullanımının öğrencilerin algılanan toplumsal cinsiyet rolleri üzerine etkisi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), (s.471-486).
- Özdemir, M. (2010). Türkiye'deki reklâmlarda toplumsal cinsiyet ve sunumu. *Milli Folklor Dergisi*, 11(8), (s.101-111).
- Paasonen, S. (2005). Labrys. surfing the waves of feminism: cyberfeminism and its others: <https://www.labrys.net.br/labrys7/cyber/susanna.htm>
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual sphere 2.0: The internet, the public sphere and beyond. Routledge Handbook of Internet Politics. <https://victorsampedro.com/wp-content/uploads/2012/12/Papacharissi-The-Virtual-Sphere-Revisited-Handbook.pdf>
- Reese, S. D., Shoemaker, P. J. (2016). A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model. *Mass Communication and Society*, 19 (4), (s.89-410).
- Rodino-Colocino, M. (2016). Critical-cultural communication activism research calls for academic solidarity. *International Journal of Communication*, (s.4017-4026).
- Sancar, S. (2016). *Erkeklik, imkansız iktidar*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Spivak, G. C. (2023). *Madun konuşabilir mi?*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Sussman, N., & Tyson, D. (2000). Sex and power: Gender differences in computermediated interactions. *Computers in Human Behavior*, 16, 381-394.
- Şahin, Z. B., Birincioğlu, Y. D. (2020). Toplumsal cinsiyet ve medya: Şule Çet'in şüpheli ölümü üzerine haberlerin eleştirel söylem analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (1), (s.189-216). doi: <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.597502>

- Tam, M. S. (2022). Z kuşağının tiktok kullanım pratikleri ve motivasyonları. *Yeni Medya*, 13, (s.148-167). doi: <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1163922>
- Tanrıöver, H. U. (2007). *Medyada kadınların temsil biçimleri ve kadın hakları ihlalleri*. S. Alankuş, Kadın Odaklı Habercilik, ss.66-149. İstanbul: IPS.
- Thelandersson, F. (2014). A less toxic feminism: Can the internet solve the age old. *Feminist Media Studies*, 527-530. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.909169>
- Uluç, G. (2009). *Medya ve oryantalizm*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- We are social. (2022, 01 26). <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Webb, L. M., Temple, N. (2015). *Social media and gender issues*. Handbook of Research on the Societal Impact of Digital Media (s. 638-669).
- Winch, A., Littler, J., & Keller, J. (2016). Why “intergenerational feminist media studies”? *Feminist Media Studies*, 557-572.
- Wood, J. T. (2009). *Gendered lives*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). *Analysis of the reasons and development of short video application - Taking tiktok as an example*. 9th International Conference on Information and Social Science (s. 340-343). China: School of Business Xijing University.

Makale Bilgi Formu

Yazarın Notları: Bu çalışma 20-22 Eylül 2023 tarihinde Galatasaray Üniversitesi'nde düzenlenen Ulusal Sosyoloji Kongresinde sözlü olarak sunulmuştur.

Yazarın Katkıları: Makale tek yazarlıdır. Yazar, makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazar dergide yayınlanan çalışmasının telif hakkına sahiptirler ve çalışma CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

Differentiated Integration in the EU Regarding the Migration Crisis: Disputes Between the Member States

Buket Ökten Sipahioğlu 

Ankara University, Faculty of Political
Sciences, Department of Politics and
Economics, Ankara, Türkiye,
buket_okten@yahoo.com



Received: 13.07.2023
Accepted: 13.10.2023
Available Online: 05.04.2024

Abstract: The European Union (EU) has been challenged by several crises lately. In addition to Brexit, the Euro crisis, and the migration crisis; global issues such as the coronavirus pandemic and the Russian attack on Ukraine affected the EU. The migration crisis, on the one hand, differs from the above-mentioned crises with one remarkable feature. The member states have no real consensus about forming a common migration policy. Besides, for geographic reasons, some member states put much more burden on immigrants. Agreeing on immigration becomes impossible for the border countries and transit countries on the migration route. The paper argues that, unlike the other crises of the EU, the migration crisis reinforces EU integration in such a way that disputes between member states prevent the EU from making institutional changes about the issue. The study results assume that the other above-mentioned crises, on the other hand, stimulated institutional change throughout the EU. In light of this information, this study evaluates, using a method of relevant literature review and comparing the arguments of the researchers, how the migration issue became a subject of dispute between member states by exemplifying the 2015 crisis.

Keywords: European Union, Crisis, Migration Crisis, Differentiated Integration, Member States

1. Introduction

The EU started to be mentioned as 'the union with polycrises' (Schimmelfennig, 2022) regarding the overlapping crises recently. In addition to Brexit, the Euro crisis, and the migration crisis; global issues such as the coronavirus pandemic and the Russian invasion of Ukraine affected the EU. On the other hand, the migration crisis differs from the above-mentioned crises with one remarkable feature. The member states have no real consensus about forming a common migration policy. This paper argues that, unlike the other crises of the EU, the migration crisis reinforces the EU's integration in such a way that disputes between member states prevent the EU from making institutional changes about the issue. The other crises mentioned, on the other hand, stimulated institutional change throughout the union. It can be suggested that the failure to establish a common European migration policy is the crisis of the policy, not the crisis of migrants (den Heijer, Rijpma, Spijkerboer, 2016: 28).

Differentiated integration has, on the one hand, both theoretical and practical links to crises in European integration. After the adoption of the Amsterdam Treaty, different levels of integration for migrants were established. This means that different EU laws apply to different countries, depending on how close the country is to the EU. Some countries that are not in the EU are considered "associated states" of the Schengen system, which means they participate in the European Economic Area (EEA) and have access to the same legal measures as other EU countries (Filliez, 2008). Silga (2022: 910) argues that EU migration policy is one area of EU policymaking in which differentiated integration has found its clearest expression. D'Appollonia (2019) puts it one step further and states that [t] the EU's immigration policy excellently illustrates a system of differentiated integration. Moreover, although it is still difficult to appraise the effect of differentiated integration in the circumstances of the migration crisis, the differentiation itself has brought about a high level of derangement in the functioning of the EU migration policy.

The 2015 migration crisis is a crucial example of how EU member states acted differently for their interests. The most recent debates in EU politics focused on how integration would affect the Union itself. For now, it is not possible to make concrete judgments about how the EU can handle this migration movement and how its integration will be affected. Still, raising questions about the issue is important to enrich the literature and advance the discussion. The latest articles and books or chapters shed light on the discussion, like the studies by Markakis (2020), Turhan and Yıldız (2022), Comte (2022), and Schimmelfennig (2022). While the EU has tried to overcome the crisis with some forms of reallocation or the new Dublin Regulation, Scipioni (2018) claims that this classification is not enough to describe this policy area at this time. This is especially true in the case of migration. The timing is right for a discussion on whether the Union's current structure is sustainable in the future, considering the confrontations ahead in some policy areas. Additionally, opinions such as Zeitlin (2019) claim that the migration crisis has created a break between member states of Central and Eastern Europe, which are unwilling to share the burden of hosting refugees with the core countries of the northwest and the frontline countries on the south-eastern borders.

Considering the above-mentioned facts, this study contributes to recent debates about the EU, which struggles with various kinds of crises. Differing from previous studies, this study evaluates differentiated integration with one policy area in detail rather than putting forward all policy areas together. Furthermore, the study analyzes this one policy area of the Union—migration policy—by exemplifying the 2015 migration crisis of the Union concretely. With this motivation, the study aims to promote a deeper analysis of the migration policy of the EU and further differentiation in this policy area.

Differentiated integration, which offers to apply different policies partially to some member or nonmember countries in the EU, is defined by many EU scholars as the prevention of a possible disintegration of the EU. Moreover, the migration crisis is one of the most important key policy areas in which EU members disagree and cannot find common ground. This study, reviewing the relevant literature and comparing the arguments of the researchers, evaluates the most recent debates and argues that, unlike the other crises of the EU, the migration crisis reinforces EU integration in the manner that disputes between member states prevent the EU from making institutional changes about the issue. The study consists of three parts. In the first part, the conceptual framework of differentiated integration is analyzed. The definitions of several scholars about differentiated integration in the EU are examined in the first part of the study. In the second part, the migration crisis in the EU is explained. The historical development of the EU's migration policy is also detailed and clarified in the second part. The third part is about the effect of the migration crisis on the differentiated integration of the EU. How the migration policy as a key area is differentiated, affected, and has possible results is also discussed in this part. The final discussion and remarks are given in the conclusion part of the study.

2. Conceptual Framework of Differentiated Integration

Differentiated integration is one of the most debated topics in the EU literature recently. Since it is hard for 27 member countries to apply identical policy rules, it seems preferable to make them choose some policy applications according to their interests. These different model proposals sparked many discussions, with various challenges in applying them. Recent hot debates about differentiated integration are about Brexit, the struggle with the economic crisis, and surely the migrant crisis. These challenges made the EU decide on some different policy rules to prevent possible more devastating effects of the crisis, like disintegration. Before getting deeper into differentiated integration and its effects on the migration crisis, the term needs to be clarified. According to de Witte et al. (2001), differentiation refers to “the facilitation and accommodation of a degree of difference between Member States or regions about what would be otherwise common union policies”.

Leruth and Lord (2015: 761) state that the existing literature on differentiated integration is miscellaneous. It is often believed that differentiated integration is a new policy tool for the EU, which is not correct. In the 1980s, Wallace and Ridley (1985) described types of differentiated integration not less than today's researchers can. These types include two-speed Europe and gradual integration. Stubb (1996), on the other hand, in the 1990s classified many types of integration he identified throughout the three extents of time, space, and policy. Differentiation can be instrumental in aiding new member states in building the necessary implementation capability, they are temporarily granted an opt-out from

certain aspects of the *Acquis Communautaire*. Constitutional differentiation has been given high importance and hope, which have been emphasized by authors many times. Some scholars, such as Alesina et al. (2005) contend that it boosts efficiency by lessening intergovernmental disagreement, speeding up decision-making, and assisting in the adaptation of EU policies to diverse national preferences. Others, such as De Blok and De Vries (2023), Schraff, and Schimmelfennig (2020), on the other hand, emphasize how heterogeneity fosters legitimacy by shielding member states from EU hegemony and meddling in crucial policy areas. He summarizes differentiation in the EU by stating that since the early 1990s, deepening has frequently been accompanied by differentiation: as EU policies have become more integrated, they have stopped holding in all member states equally. The two most notable instances of deepening-induced divergence are the eurozone and the Schengen region. Widening has also been a significant factor in the distinction. Each accession treaty includes temporary provisions that exempt the new member states from the immediate and full application of EU laws (Schimmelfennig, 2015).

Some rules and policies are applied to some members of the union, whereas some rules and policies apply to non-member partners of the union. Examples can be given for these partial applications, such as monetary policy, internal market rules, and the Schengen regime. Holzinger and Schimmelfennig (2012: 292) clarify these kinds of policies and thus differentiated integration, as the territorial extension of EU membership and EU rule validity are incongruent and rare cases of differentiated (or flexible) integration. The other scholars that define differentiated integration are Andersen and Sitter, Leruth and Lord (2015), Warleigh-Lack (2015), Cianciara and Szymański, Leuffen, and Schimmelfennig (2023), Hooghe & Marks (2022); Schimmelfennig et al. (2022) Schimmelfennig & Winzen (2023), Kölliker (2001); Dyson and Sepos (1996), Stubb (1996), Andersen, and Sitter (2006); Genschel et al (2023).

Andersen and Sitter (2006) quote Lenin and suggest that European integration constitutes a regime that is 'European in form but national in content'. As well as long theoretical and conceptional definitions, this short, paraphrased sentence summarizes the logic of differentiation in the EU regarding the desire not to interfere in the internal affairs of countries.

According to Schimmelfennig (2022), differentiation has established itself as a crucial and frequently essential facilitator of integration. Major institutional and policy changes in the EU continue to need the approval of the European Parliament, intergovernmental unanimity, and national ratification in each member state, providing several veto points. The diversity of member state preferences and capabilities and internal opposition to EU policies have expanded concurrently, increasing the likelihood that veto players may exercise their rights. Under these circumstances, reaching a consensus on the uniform implementation or change of EU policy has become increasingly challenging. Differentiated integration minimizes the likelihood that member nations will veto an agreement by accommodating international heterogeneity and eliminating veto issues. It provides member states with the option to reject EU regulations. If there were no differentiated integration in the EU, there would be no common currency or free-travel zone throughout the EU since the member states would not deepen their integration without being blocked.

This exercise can be especially useful for an EU that has officially started developing a uniform immigration and asylum policy. The vast challenges that this ambitious project entails can be made even more onerous by the presence of major disparities across member states in terms of migration realities and orientations, as experience thus far reveals. An output of this comparative exercise could be a determination of which distinctions are more significant and how they affect national postures toward shared policies. Finding out what lessons may be drawn from the experiences of those nations who came before them as receiving nations could be another result (Arango, 2012: 45).

Some or more of the member states could expend leadership in any given 'community' if the future of EU differentiated integration appears to be a core of a various number of member states participating in riding behavior groups. However, while some areas of policy, as previously mentioned, still call for more coordinated integration, such as security and defense or immigration and refugee policy, others, such as the Eurozone, call for greater decentralization (Schmidt, 2020).

3. The European Union Migration Policy and Migration Crisis

For many years, Europe has been a desirable destination for migrants. This is a watershed moment in history, as Europeans could control international migration flows until the 1960s. Europe was earlier an immigrant-sending region, then became an immigrant-receiving country in the following two decades after World War II, although a handful of countries experienced it much earlier. Nevertheless, Europe's current array as an immigration-receiving region was clarified because of the gradual enthalpy of national migration transitions, a few of which are still ongoing. More national transitions are most likely in the years to come (Arango, 2012: 45). Moreover, when it comes to immigration, Europe is one of the most active continents. Thus, the migration policy of the EU can be counted as one of the most important and key areas, and crises in this policy area require urgent resolution. Regarding the crises in key policy areas such as the Eurozone, migration policy, or Brexit, it can be questioned whether the EU should be deeply differentiated or not concerning the possible scenarios in case the member countries put into effect their national arrangements. In one sense, it is arguable whether common institutional arrangements and policies are required for all policy areas in the EU, like the abovementioned key policy areas, including migration policy. Differentiation, therefore, can be perceived as an understandable reaction by the member states, which prioritize their national interests.

Merely, the migration crisis is associated with the 2015 migration movement, when many immigrants and asylum seekers tried to reach Europe via the Mediterranean and Balkans to seek asylum from EU countries. Since then, the migration crisis, or more precisely, migration as a policy crisis, has held the board of the EU. Although the entrance of more than 1 million people into EU territories is perceived by the EU as catastrophic, some scholars like den Heijer, Rijpma, and Spijkerboer (2016) highlight that a million is not a big number compared to the recent population of the EU, which was 446.8 million at the end of 2022 (Population and Population Change Statistics, 2023). With the member states' unwillingness and failure to organize the migration flows effectively, the common asylum system of the EU collapsed. Germany suspended the Dublin Regulation one-sidedly for Syrians in August 2015 (Fox, 2023). The then-German Chancellor presumed that the other states would do the same, but this was not the case.

Unexpectedly, the German government could not remain unresponsive to the intense refugee flow to its Bavaria district and Austrian borders, so Germany had to temporarily reinstate border controls at the internal Schengen border with Austria. Followingly, Austria reinstated border controls, which Slovakia, Slovenia, Hungary, Italy, and Sweden adopted. In November 2015, Sweden followed suit, prompting additional measures in Denmark that increased internal controls but did not reintroduce them.

According to Schimmelfennig (2023), in addition to domestic politics, the migrant crisis was also shaped by the intense spreading of disagreements between the countries that were affected. However, compared to the Euro crisis, the risks and costs of disintegration were less, and member states were able to dominate the influx of migrants by combining internal policies with externalization (as in the EU-Türkiye Deal). Additionally, unlike the European Central Bank during the Euro Crisis, the EU's asylum and border control administrations required significant supranational authorities to promote and support integrative crisis reactions (Schimmelfennig, 2018). Everyone can probably agree that the UK and Ireland do not need to reconsider their outsider status because they are willing Schengen non-members and geographically far from the origin of the migration flows. The less-impacted Schengen area member states consequently objected to increased integration. Insiders lacked the support to further integrate, while outsiders lacked the motivation to join (www.ec.europa.eu). According to D'Appollonia (2019), member states differ significantly not only in their approach to the crisis but also in how they reform migration policy. In recent years, the Common European Asylum System (CEAS) has revealed many shortcomings following the Arab Spring and the crises in Syria and Libya. The Dublin system has put unsustainable pressure on Mediterranean countries within the EU and led to the collapse of the asylum system in Greece, Malta and partly in Italy and Spain (Vara, 2023). The 2015 refugee crisis showed that the system was not adapted to the growing number of refugees arriving in EU member states. Reform of the Dublin regulations or special resettlement arrangements has faced opposition from a group of mainly Central and Eastern European member states that are not affected by migration due to the outbreak of war in Ukraine or just simple transit countries. This group has traditionally opposed

non-European migration for ideological and cultural reasons. However, Mediterranean countries debate the criteria and mechanisms for determining the country responsible for reviewing asylum applications. As a result of the crisis, “the already multi-layered system has become even more chaotic as EU member states responded to this crisis by abusing existing legal elements to facilitate flexibility. Silga (2022) argues that the lack of agreement between Member States can also be explained by the lack of consensus among member states. Deep disagreement – even a “rift” – exists between Member States over the values on which this policy is based.

Scipioni (2018) argues that, during the 2015 crisis, the EU migration policy became more and more unsustainable due to a lack of institutional strength, weak monitoring, low solidarity, and low harmonization. Additionally, because Europe lacks strong institutions and has internal borderless areas, inflows can advance into a state and trigger unpredictably large-scale policy responses. When Schengen rules allow member states to reintroduce border controls, the effectiveness of such a move and the long-term effects of “one of the EU's most blessed achievements” are by no means favorable. The above-mentioned domino effect resulted from Germany reinstating border checks at its borders with Austria in September 2015.

The approach that human mobility should be securitized, prevented, and controlled is very clearly laid out in the EU's New Migration and Asylum Pact (Common European Asylum System, 2020a), where border management and return procedures are frequently emphasized. Recently, the Union has been externalizing its security-oriented approach to non-EU third countries, aiming to transform norms and standards regarding border management in cooperation with third countries in line with EU policies. In this context, the EU has placed Türkiye, which is a key destination and transit country in terms of irregular migration, at the center of its cooperation dialog. The clearest and most obvious reflection of this approach is the EU-Türkiye Deal of March 18, 2016, mainly on the prevention of irregular migration and the prevention of crossings to Europe (Yıldız, Turhan, 2022).

4. How does the migration crisis affect differentiated integration?

Migration is one of the most important policy areas that shows how Member States can be differentiated from each other. Schuessler et al. (2023) conducted a study about public opinion on differentiated integration. In their study, Schuessler et al. observed a comparatively high level of support for optional policy areas. However, there are still disputes between Member States. Such that respondents in Germany and Ireland are generally opposed to this notion, it is strongly supported in Greece, Italy, the Netherlands, and particularly in Poland (where net support is under 50%), as well as to a lesser extent in France. Some Dutch respondents may favor delaying additional moves toward a fiscal union on the differentiated integration side, while many conservative Poles may object to shared policies regarding immigration or minority rights. This case study demonstrates that, aside from the member countries, the public in the aforementioned countries tends to stay far from finding common ground.

There is not a uniform migration policy that is adhered to by the member states, which distinguishes the migration crisis from other policy issues the EU faces. The EU's migration policy is made more difficult because of the member states' disagreements, which prevent them from coming together on a common issue. One could argue that the EU's immigration policy articulates the logic of differentiated integration very effectively. The EU member states' behavior in deciding their immigration policies led to a sharp division within the Union regarding the creation of a common immigration policy. According to F. Biermann et al. (2019), the choices of EU member states to promote political reforms primarily reflect the characteristics of states in the context of global mutuality. For instance, the migration crisis pitted governments that were severely impacted by migration flows against those that were largely unaffected. Since there was no agreement on a shared problem that should be avoided by all, member states' priorities in the migration crisis were asymmetrical.

The 2015 migration crisis somehow showed the differentiation between the member states in such a way that there is a lack of a system of burden sharing among member states that would support the border countries (Schimmelfennig, 2022). Geographically and by nature, immigrants from Northern Africa and the Middle East affect Mediterranean countries. The other prominent EU member countries could not take the necessary steps at that time to share the burden of the migrant crisis with the Mediterranean countries, namely Italy, Greece, Malta, and Spain. Besides, the countries that can be counted as secondary destinations for the migrants, like Germany and Sweden, are also affected by the

migratory movements. The countries that are not located on the migration routes or are transit countries do not feel responsible for sharing the burden. Flexible solidarity' was put forth as a substitute in 2016 by the Central and Eastern European opponents of corrective reallocation. However, unlike its successor notion, "effective conditionality," it does not imply a formal division of the Schengen area into two groups subject to various asylum laws, Schimmelfennig (2022) argues. Instead, it means that each member state needs to decide on specific forms of contribution on their own while taking their expertise and capabilities into account. Any distribution method should also be voluntary.

After the adoption of The Amsterdam Treaty, the application of legal measures around migration showed itself as a variation in the territorial scope. According to Comte and Lavenex (2022), this means that all EU legal measures are not applied to all Member States in the same way. Moreover, these legal measures regarding migration also apply to non-EU Member States. These states are in the Schengen System but are not EU members, namely Iceland, Lichtenstein, Norway, and Switzerland. These countries are also part of the Dublin System and are liable for the different criteria of the migration policy.

Giorgia Papagianni (2006) puts it out like this: "[T]o the extent that migration-related issues are concerned, Member States have always managed to secure their central role as well as to reserve a predominant position in that area". Further clarifying Papagianni's statement that, in general, the EU member states are in favor of cooperation regardless, it should be kept in mind that the entry and residence of foreigners in the national territory of each member state is primarily sensed as a sovereign right, the exercise of which is based on principally national economic, social, and political considerations. With the perception of the migration issue as a security constituent, it is not surprising that the EU countries are reluctant to integrate migration issues into the EU institutional framework.

Decision-making was not necessarily related to the EU's inability to handle the migrant flow, according to Börzel and Risse (2018). Between the end of September 2015 and the end of April 2016, the member states agreed on a comprehensive set of cooperative measures aimed at managing future refugee flows and "sharing the responsibility" for refugees who had already entered EU territory. The legal foundation for the EU's single asylum and immigration policy served as the basis for the choice. Several billions of euros in funding have been allocated as part of the main measures to help member states and other countries manage. The adoption of a common list of safe countries of origin, the relocation of 120,000 people who require international protection, the establishment of new hotspots in Italy and Greece, as well as the allocation of several billion euros to various funds, are among the main measures. There will also be more hotspots created in other European nations, such as Türkiye and Greece. As a result, the inadequate refugee processing systems in both countries were overwhelmed and waded through by asylum seekers. Large secondary movements toward Northern Europe resulted from this. The Dublin system, which held border nations responsible for any asylum seekers who entered the Schengen area through their soil, eventually fell apart completely. Or, to put it another way, it was so heavy that it toppled (Menendez, 2016: 388).

The disputes about some policy areas like migration issue, which this study focuses on, can be associated with not only differentiated integration but also graded membership, which, in a study declared by Schimmelfennig (2016) in the last years like: "not only has European integration increased in depth and breadth, but it has also grown increasingly distinct and long-lasting." The EU's system of graded membership has become more precise and now covers the whole of Europe. Graded membership is most frequently the unintended result of international disagreement over the expansion and deepening of integration. Giving nations a perspective that contradicts or is unsuitable for more supranational policy integration with a tailored perspective, resolves such disagreement. A state's proximity to the core members' standard for good administration determines whether further integration is permitted or not, where it sits in the system of graded membership, and the conditions under which it advances toward the core. The fundamental principle forbids further integration for nations that fall short of the good governance criteria. However, communities and governments that perform better than the core do not value comprehensive supranational integration.

A France-Italy dispute in November 2022 about Italy's "closed port" policy towards non-governmental organization (NGO) ships that rescue migrants in the Mediterranean caused a rift with France (Thomas and Fonte, 2022). Moreover, the dispute between Hungary and Poland could not be solved at the latest EU Summit in June 2023. Poland and Hungary refused to budge in their stalemate with the other 25 EU

leaders, making it impossible for EU leaders to find a solution to the acrimonious issue of reforming the bloc's immigration laws.

By a qualified majority, EU home affairs ministers earlier this month approved the introduction of mandatory migrant relocation, with countries that refuse to accept them being charged a fee of €20,000 per person. Poland and Hungary were against the accord (Fox, 2023). At the two-day summit meeting in Brussels, the capital of Belgium, EU leaders could not accept a joint statement on migration.

It is crucial to note that no one should expect to apply the same policies in the same way to their national sovereignties. Wealthy and old member states share the burden of some policies differently than the new and weaker countries of the Union. Winzen (2016) argues that opt-outs from Member States have long been a common occurrence in the Union's legislative procedure. Furthermore, despite being best viewed as a solution to certain Member States' capacity issues before Maastricht, they have lately mostly been the product of the EU's wealthy and nationally focused countries' demands for sovereignty. While the legal covering of the "traditional" EU competencies in the market and agriculture has become more consistent, differentiation has dramatically increased in tandem with the ongoing European integration of key state functions, such as internal and external security and monetary policy.

5. Final Remarks

The EU has been challenged by crises lately, namely Brexit, the Euro, and the migration crises. Some scholars lately have called the EU poly-crises, like Zeitlin and Schimelfennig (2022). Differentiated integration, namely the adoption of EU policies differently by the member states, in which some member states integrate further and some do not accept to adopt several policies, differing from the others, the migration issue is rather sensational for the member states since it has been perceived as an issue of security and can be threatening to their national security. Because of this reason, the formation of a common migration policy for the EU is a long-discussed issue. Therefore, this paper argues that the migration crisis reinforces EU integration in such a way that disputes between member states prevent the EU from making institutional changes about the issue. The migration crisis started in 2015 when many immigrants and asylum seekers tried reaching Europe via the Mediterranean and Balkans to seek asylum from EU countries. Some countries, like Greece and Italy, had more responsibility for the migrant flows, which resulted in conflicts between the member states about the unfair share of the burden of refugees. The migration crisis, therefore, is said to be a policy crisis rather than a crisis that occurs because of the migrants. The national measures and externalization alternatives of the migration-related policy outcomes make this migration crisis different than the other crises that the EU has been experiencing. The EU-Türkiye Agreement can be counted as one of the national measures and externalization alternatives for the 2015 migration crisis.

Several scholars have been studying differentiated integration in the EU. Differentiation, as a synonym for differentiated integration, means applying some policy areas to only some member states, excluding others. This is crucial for a supranational structure such as the EU, concerning the fact that it consists of 27 member countries, each of which is heterogeneous in terms of economic, social, and other factors. In this sense, forming common policies in these policy areas seems impossible within the Union. Migration is presumably the most important and noticeable subject for the EU, about which it is not possible to form a common policy. Scholars even argue that migration is the best example to clarify differentiated integration in the EU. So much so that changing disputes between the member states according to their interests makes this area of policy far from coming together. Although the scholars put forward different views about the changing disputes about the migration issue under the framework of differentiated integration, they strike a balance about one issue: migration is perceived as a security threat, and member states regard this issue as harming the national threat.

Taking the 2015 migration crisis as an example, this study argues that the above-mentioned differential disputes among the member states prevent the EU from making institutional changes to the migration policy. Greece and Italy took on the burden of the refugees in the 2015 crisis, whereas Hungary and Denmark overtly refused to share the burden of the vulnerable people fleeing from war and persecution. Germany welcomed those vulnerable people aiming to enter its borders, assuming that other EU member states would do so, which was not the case. As Vara (2022) puts it, flexible solidarity does not

necessarily lead to better protection of asylum seekers and the development of greater solidarity between Member States. Greater differences are unlikely to allow the EU to address the shortcomings currently faced by CEAS until there is an agreement between member states on the implementation of the principle of unanimity. If flexible unanimity is eventually accepted by member states in its current form, this will introduce a high level of complexity in the administration of asylum and migration policies, leading to difference increases. In one sense, having several crises lately cannot be suggested to form a more differentiated integration. In another sense, the crises would not bring a less differentiated Union as long as the member states remained distant from agreeing on some policy areas like migration policy.

References

- Alesina, A., Ignazio A., & Federico E. (2005). International unions. *American Economic Review*, 95(3), 602–615. <https://doi.org/10.1257/0002828054201279>
- Andersen, S. S., & Nick, S. (2006). Differentiated integration: What is it and how much can the EU accommodate?. *Journal of European Integration*, 28(4), 313–30. <https://doi.org/10.1080/07036330600853919>
- Arango, J. (2012). *Early starters and latecomers*. European Immigrations, Amsterdam, Amsterdam UP, 45-63.
- Biermann, F., Nina, G., Stefan J., Berthold R., & Moritz, W. (2019). Political (non-)reform in the euro crisis and the refugee crisis: A liberal intergovernmentalist explanation". *Journal of European Public Policy*, 26(2), 246-266. <https://doi.org/10.1080/13501763.2017.1408670>
- Börzel, T. A., & Thomas, R. (2018). From the euro to the Schengen crises: European integration theories, politicization, and identity politics. *Journal of European Public Policy*, 25(1), 83-108. <https://doi.org/10.1080/13501763.2017.1310281>
- Chebel d'Appollonia, A. (2019). EU migration policy and border controls: From chaotic to cohesive differentiation. *Comparative European Politics*, 17, 192. <https://doi.org/10.1057/s41295-019-00159-4>
- Cianciara, A. K., & Adam, S. (2020). Differentiated integration: Towards a new model of European Union–Türkiye relations?. *Turkish Studies*, 21(2), 254-273. <https://doi.org/10.1080/14683849.2019.1618190>
- Common European Asylum System, https://home-affairs.ec.europa.eu/policies/migration-and-asylum/common-european-asylum-system_en, 14.02.2023
- Comte, E., & Sandra, L. (2022). Differentiation and de-differentiation in EU border controls, asylum and police cooperation. *The International Spectator*, 57(1), 124-141. <https://doi.org/10.1080/03932729.2022.2021011>
- De Blok L., & Catherine E. De Vries. (2023). A blessing and a curse? Examining public preferences for differentiated integration. *European Union Politics*, 24(1), 143–163. <https://doi.org/10.1177/1465116522113367>
- De Witte, B., Dominik H., Ellen V., & eds. (2001). The many faces of differentiation in EU law. Intersentia nv.
- Den Heijer, M., Jorrit J. R., & Thomas S. (2016). Coercion, prohibition, and great expectations: The continuing failure of the common European asylum system. *Market Law Review*, 53, 607-642. <https://ssrn.com/abstract=2756709>
- Dyson, K., & Angelos, S. (2010). Differentiation as design principle and as tool in the political management of European integration. in K. Dyson & A. Sepos (Ed.), *Which Europe? The Politics of Differentiated Integration*. Basingstoke: Palgrave Mac-Millan, 3–23.
- Filliez, F. (2008). Schengen/Dublin: The association agreements with Iceland, Norway and Switzerland. in B. Martenczuk & S. Van Thiel (Ed.), *Justice, Liberty, Security: New Challenges for EU External Relations cit.* 145.

- Fox, B. (30 June 2023), "EU Leaders Fail to Resolve Migration Dispute With Poland and Hungary" 10.07.2023 <https://www.euractiv.com/section/migration/news/eu-leaders-fail-to-resolve-migration-dispute-with-poland-and-hungary/>
- Genschel, P., Markus J., & Marta, M. (2023). Differentiated integration as symbolic politics? Constitutional differentiation and policy reintegration in core state powers. *European Union Politics*, No.1, 81-101. <https://doi.org/10.1177/14651165221128291>
- Germany suspends Dublin Agreement for Syrian Refugees, <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/germany-suspends-dublin-agreement-for-syrian-refugees/>
- Holzinger, K., & Frank, S. (2012). Differentiated integration in the European Union: Many concepts, sparse theory, few data. *Journal of European Public Policy*, 19(2), 292-305. <https://doi.org/10.1080/13501763.2012.641747>
- Hooghe, L., & Gary, M. (2022). Differentiation in the European Union and beyond, *European Union Politics*. 24(1), 1-11.
- Kölliker, A. (2001). Bringing together or driving apart the Union? Towards a theory of differentiated integration. *West European Politics*, 24(4), 125-51. <https://doi.org/10.1080/01402380108425468>
- Leruth, B., & Christopher, L. (2015). Differentiated integration in the European Union: A concept, a process, a system or a theory?". *Journal of European Public Policy*, 22(6), 761. <https://doi.org/10.1080/13501763.2015.1021196>
- Menéndez, A. J. (2016). The refugee crisis: Between human tragedy and symptom of the structural crisis of European integration. *European Law Journal*, 22(4), 388-416. <https://doi.org/10.1111/eulj.12192>
- Markakis, M. (2020). Differentiated integration and disintegration in the EU: Brexit, the Eurozone crisis, and other troubles. *Journal of International Economic Law*, 23, 489-507. <https://doi.org/10.1093/jiel/jgaa004>
- Papagianni, G. (2006). *Institutional and policy dynamics of EU migration law*. Brill.
- Population and Population Change Statistics, 30.06.2023 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_and_population_change_statistics#:~:text=On%201%20January%202022%2C%20the,fewer%20than%20the%20previous%20year.&text=The%20EU%20population%20decreased%20in,more%20deaths%20than%20in%202019.
- Schimmelfennig, F. (2015). Europeanization beyond Europe. *Living Reviews in European Governance*, 10.1.
- Schimmelfennig, F. (2016). Good governance and differentiated integration: Graded membership in the European Union. *European Journal of Political Research*, 55, 789-810. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12152>
- Schimmelfennig, F. (2018). European integration (theory) in times of crisis. A comparison of the Euro and Schengen crises. *Journal of European Public Policy*, 25(7), 969-989. <https://doi.org/10.1080/13501763.2017.1421252>

- Schimmelfennig, F. (2022/31). *Differentiated integration has been of limited use in the EU's polycrisis*, Policy Briefs; Integrating Diversity in the European Union (InDivEU). <http://hdl.handle.net/1814/74520>
- Schimmelfennig, F. (2022). *Overcoming Crisis in the European Union*. The Limits of Differentiated Integration. In *Autonomy Without Collapse in a Better European Union*, pp. 43-62, Oxford University Press.
- Schimmelfennig, F. & Thomas, W. (2023). Cascading opt-outs? The effect of the Euro and migration crises on differentiated integration in the European Union. *European Union Politics*, 24(1), 21-41, 14651165221121720.
- Schimmelfennig, F., Dirk, L., & Catherine, De V. (2023). Differentiated integration in the European Union: Institutional effects, public opinion, and alternative flexibility arrangements”, *European Union Politics*, 24(1). <https://doi.org/10.1177/14651165221119083>
- Schmidt, V. (2020). *The Future of Differentiated Integration*. EU IDEA Op-eds 9.
- Schraff, D., & Schimmelfennig, F. (2015). Does differentiated integration strengthen the democratic legitimacy of the EU? Evidence from the 2015 Danish opt-out referendum, *European Union Politics*, 21(4), 590–611.
- Schuessler, J., Heermann, M., Leuffen, D., De Blok, L., & De Vries, C. E. (2023). Mapping public support for the varieties of differentiated integration. *European Union Politics*, 24(1), 164–183. <https://doi.org/10.1177/14651165221127633>
- Scipioni, M. (2018). Failing forward in EU migration policy? EU integration after the 2015 asylum and migration crisis. *Journal of European Public Policy*, 25(9), 1357-75. <https://doi.org/10.1080/13501763.2017.1325920>
- Silga, J. (2022). Differentiation in the EU migration policy: The ‘Fractured values’ of the EU”. *European Papers*, 7(2), 909-928.
- Stubb, Alexander C-G. (1996). A categorization of differentiated integration, *Journal of Common Market Studies*, 34(2), 283-95.
- Thomas, L. & Fonte, G. (2022), <https://www.reuters.com/world/europe/migrant-ship-spurned-by-italy-docks-france-2022-11-11/>
- Turhan, E. & Yıldız, A. (2022). *Türkiye’s external differentiated integration with the EU in the field of migration governance: The case of border management*. In B. Leruth, S. Gänzle & J. Trondal (Ed.), *The Routledge Handbook of Differentiation in the European Union*, New York: Routledge, 502-518.
- Vara, J. S. (2022). Flexible solidarity in the new pact on migration and Asylum: A new form of differentiated integration?. *European Papers-A Journal on Law and Integration*, 2022(3), 1243-1263.
- Wallace, H. S., & Ridley, A. (1985). *Europe, the challenge of diversity* (No. 29). Routledge.
- Warleigh-Lack, A. (2015). Differentiated integration in the European Union: Towards a comparative regionalism perspective. *Journal of European Public Policy*, 22(6), 871-887.
- Winzen, T. (2016). From capacity to sovereignty: Legislative politics and differentiated integration in the European Union. *European Journal of Political Research*, 55, 100–119. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12124>.

Yıldız, A., & Turhan, E. (2022). Entegre sınır yönetimi ve Frontex ile ilişkiler bağlamında Türkiye'nin AB ile harici farklılaştırılmış entegrasyonu. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Türkiye'nin Göç Siyaseti Özel Sayısı, 21 (Özel Sayı), 211-231. <https://doi.org/10.46928/iticusbe.1110418>

Zeitlin, J., Nicoli, F., & Laffan, B. (2019). Introduction: The European Union beyond the polycrisis? Integration and politicization in an age of shifting cleavages. *Journal of European Public Policy*, 26(7), 963-976.

Article Information Form

Ethical Statement: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Plagiarism Detection: This article has been checked for plagiarism.

Author Contribution: Only the corresponding author contributed to the article.

Article Type: The article is not derived from a congress, symposium or thesis.

Copyright Statement: The author owns the copyright of his work published in the journal and his work is published under the CC BY-NC 4.0 license.

Ethical Approval: Ethics committee permission is not required for the article.

Tarih Disiplininde Osmanlı İmparatorluğu Hakkında Yapılan Araştırmaların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Research on the Ottoman Empire in the Discipline of History Using VOSviewer

Özlem Poyraz 

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi,
Kırşehir, Türkiye,
ozlemsahin38@gmail.com



Geliş Tarihi/Received: 02.01.2024
Kabul Tarihi/Accepted: 26.02.2024
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
07.04.2024

Öz: Bu çalışma, tarih disiplini temel alınarak oluşturulmuştur. Amaç, Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılacak olan çalışmalar için araştırmacılara güncel bir yol haritası oluşturmak olarak belirlenmiştir. Bu nicel çalışma, tarih disiplininde önemli konulardan biri olan Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan araştırmaların bibliyometrik analizinin oluşturulması ile hazırlanmıştır. Hedef, mevcut araştırma eğilimlerini ve literatürdeki boşlukları belirlemektir. Analiz için kullanılan birim, 2014 ile 2023 arasında Web of Science veri tabanı Core Collection kataloğunda yayımlanan ve sadece tarih disiplinine ait olan Osmanlı İmparatorluğu ile ilgili olan yayınlar olarak belirlenmiştir. İmparatorlukla ilgili 10 yıllık dönemde 1.911 eserin yayımlandığı tespit edilmiştir. Bu eserlerin yıllara göre dağılımı şu şekildedir: 2014 (173), 2015 (196), 2016 (186), 2017 (171), 2018 (182), 2019 (206), 2020 (252), 2021 (230), 2022 (214) ve 2023 (101). En fazla eser üreten yazarlar Suraiya Faroqhi, Gabor Agoston, Ines Asceric-Todd, Ahmet Seyhun ve Douglas Scott Brookes olarak belirlenmiştir. Araştırma alanları açısından eserler, 402'si Kemalizm, 74'ü İslam, 38'i İtiraf, 33'ü Sovyetler Birliği ve 27'si Birinci Dünya Savaşı alanlarında üretilmiştir. Ülkelere göre yayın dağılımı Türkiye 481 eserle öncülük etmiş, ardından 299 eserle Amerika Birleşik Devletleri ve 136 eserle Rusya olarak belirlenmiştir. Eserlerin çoğu İngilizce (1.263) olarak kaleme alınmış olup Book Citation Index (503), ESCI (476) ve SSCI (354) kategorilerinde yayınlanmıştır. Bu çalışma ile tarih alanındaki Osmanlı İmparatorluğu literatürüne geniş bir bakış sunmak amaçlanmış ve mevcut araştırma eğilimleri ile literatürdeki boşlukların ortaya çıkarılması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tarih, Osmanlı İmparatorluğu, Web of Science, Bibliyometrik Analiz

Abstract: This study is constructed based on the discipline of history. The aim is to provide researchers with a roadmap for studies of the Ottoman Empire. This study is prepared using bibliometric analysis of studies related to the Ottoman Empire. The goal is to identify current research trends and gaps in the literature. The unit used for analysis is publications related to the Ottoman Empire published in the Web of Science Core Collection catalog between 2014 and 2023, exclusively belonging to the discipline of history. It was determined that 1,911 works on the empire were published in the 10 years related to Ottoman history. The distribution of these works by year is as follows: 2014 (173), 2015 (196), 2016 (186), 2017 (171), 2018 (182), 2019 (206), 2020 (252), 2021 (230), 2022 (214), and 2023 (101). The authors who produced the most works were identified as Suraiya Faroqhi, Gabor Agoston, Ines Asceric-Todd, Ahmet Seyhun, and Douglas Scott Brookes. In terms of research areas, the works were produced in 402 Kemalism, 74 Islam, 38 Confession, 33 Soviet Union, and 27 World War I. When looking at the distribution of publications by country, Türkiye took the lead with 481 works, followed by the United States with 299 works and Russia with 136 works. It was found that most of the works were published in English (1,263) and categorized as Book Citation Index (503), ESCI (476), and SSCI (354). While aiming to provide a broad overview of the Ottoman Empire literature in the field of history with this study, the goal is also to reveal current research trends and gaps in the literature

Keywords: History, Ottoman Empire, Web of Science, Bibliometric Analysis

Extended Abstract

This study, prepared based on quantitative data, aims to create a roadmap for researchers interested in the theme of the Ottoman Empire within the field of history. The study has been developed using bibliometric analysis methods. The primary database used for analysis is the Web of Science Core Collection catalog. To narrow down the data, all documents related to the Ottoman Empire, from its establishment to its demise, have been selected, inspired by the multidisciplinary nature of the Ottoman Empire theme, with a focus on the discipline of history. As a result, the theme under consideration has been thoroughly analyzed on an international level.

The number of publications in the Web of Science database between 1975 and 2023 is determined to be 6,262. However, this study is limited to the years 2014-2023. The number of works published in the field of history in the last 10 years is identified as 1,911. The distribution of these works by year is as follows: 2014 (173), 2015 (196), 2016 (186), 2017 (171), 2018 (182), 2019 (206), 2020 (252), 2021 (230), 2022 (214), and 2023 (101). The authors who have contributed the most to these works are Suraiya Faroqhi, Gabor Agoston, Ines Asceric-Todd, Ahmet Seyhun, and Douglas Scott Brookes. In terms of research topics, Kemalism (402), Islam (74), confession (38), the Soviet Union (33), and World War I (27) stand out. In terms of the distribution of publications by country, Türkiye (481), the United States (299), and Russia (136) have taken the lead. Most of the works have been published in English (1,263), and Turkish (272) languages. The works have been indexed in A&HCI (886), Book Citation Index (503), ESCI (476), and SSCI (354) databases. Among the publications, articles are the most prominent category. The distribution of articles by year is as follows: 2014 (130), 2015 (141), 2016 (144), 2017 (130), 2018 (133), 2019 (178), 2020 (209), 2021 (200), 2022 (176), and 2023 (79). The highest number of Web of Science articles were published in the year 2020.

Different analysis tools can be used to prepare bibliographies. In this study, the VOSviewer program, known for its strong functionality, has been chosen. This program allows for the exploration of trends, relationships, and new concepts in the world's history literature. No study was found where VOSviewer software was used in historical research. It reveals the originality of this study. In terms of showcasing the quantitative trends of accumulated writings in the literature, this study will provide a theoretical framework for future researchers through its conceptual framework its findings.

The data have been subjected to text-based mapping and bibliographic mapping analysis in the VOSviewer program. First, text-based mapping identified the most commonly used terms in studies on the Ottoman Empire. Then bibliographic mapping was conducted to examine co-authorship, co-occurrence author keywords, citation, bibliographic matching, and common citation analyses. Thus, it was possible to determine common authorship of authors, institutions, and countries; use common keywords together; analyze citations as documents, sources, authors, institutions, and countries; and identify strong citation connections, sources, and authors. It is believed that these findings will guide future studies on the Ottoman Empire theme.

According to the algorithm results generated in the VOSviewer program, it was found that the most connected authors were not necessarily the most cited authors, and the authors who produced the most works were not among the most connected authors. It was understood that four of the top 15 institutions producing the most work (University of London, University of Oxford, Bosphorus University, and Princeton University) prioritize collaboration. In terms of citation of authors and works, it was found that U. Makdisi's work "Age of Coexistence: the Ecumenical Frame and the Making of the Modern Arab World", published in 2019, stood out. The journals that published the most documents were "Osmanlı Araştırmaları - the Journal of Ottoman Studies" and "Belleten", and their bibliographic matching strength was higher than that of other journals. In the ranking of institutions and countries with the most citations, the United States, the United Kingdom, and the Turkish Republic stood out.

When publications were examined by country, the Turkish Republic and the United States were determined to be the countries that produced the most publications.

The authors with the highest connection strength were identified as U. Makdisi (2019), W. Hanley (2017b), and G. Burak (2015). It was found there was no relationship between the abundance of publications and the total connection strength. The institutions with the highest connection strength were determined as follows: Cambridge University (859), Michigan University (826), and Georgetown University (816). In the co-citation analysis of authors, it was seen that Halil İnalçık was at the center of the network map with a total connection strength of 25,591.

This study was prepared to understand how the theme of the Ottoman Empire is discussed in the literature. With the findings revealed, trends and deficiencies in the discipline of history will be revealed through content analysis and a contribution will be made to the field. The second contribution is to increase the recognition of journals and authors publishing in the Web of Science database for researchers who want to publish in the Ottoman Empire theme. One of the limitations of the study is that it only uses the Web of Science database. In future studies, using other databases such as SCOPUS and TR DIZIN, which contain more documents in the social sciences, will enable comparative studies and contribute to the literature.

Giriş

Bibliyometrik analiz, klasik bibliyografik taramalarından farklı olarak, bir disipline dair güncel literatür durumunu nicel verilerle ortaya koymak için kullanılmakta, görselleştirme yazılım olanağı sunmakta ve güncel akademik yönelimleri anlayabilmeyi mümkün kılmaktadır. Bu noktada çözümlenmeli bir yöntem olarak farklı disiplinlere de uyarlanabilme imkânı bulunmaktadır. 1969 yılında ilk kez Alan Pritchard tarafından ortaya atılmış olan bibliyometri terimi, bir bilim dalının gelişimine rehberlik etmek amacıyla yazılı iletişimin analiz edilmesine ilişkin istatistiksel yöntemlerin uygulanması şeklinde açıklanmıştır (Pritchard, 1969, 348). Bibliyometri analizleri, bir bilim dalının gerçekliğine ya da gelişimine yol göstermek amacıyla matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması şeklinde ifade edilmekle birlikte bilimsel haritalama olarak da tanımlanmıştır (Balyalı & İlhan, 2023, 118). Bu metot ile literatürde belirlenen bir araştırma temasına dair trendler ya da güncel eğilimler ortaya çıkarılmakta ve sayısal verilerin analiz edilebilmesine imkân sunmaktadır.

Sosyal ve beşerî bilimlere ilişkin ulusal veya uluslararası düzeydeki çalışmalarda bibliyometrik analiz yöntemlerine çok fazla rağbet edilmemektedir. Bunun sebebi ise sosyal ve beşerî bilimlerdeki atıf geleneğinin temel bilimlerde olduğu gibi güçlü olmamasıdır. Aynı zamanda sosyal ve beşerî bilimler araştırmalarında yayınların yerel/ulusal nitelik taşıması, dergi dışı yayınlara daha çok önem atfedilmesi, makale kabul oranlarının düşük olması ve dil faktörü gibi nedenler atıf sayılarının artmamasındaki temel etkenlerden başlıcalarıdır (Al, 2008, 12).

Bibliyometrik yaklaşım, araştırmacılara literatüre ilişkin yönelimleri ve performansları hakkında nicel veriler sunmaktadır. Bu veriler ışığında, sayısal ölçüm gösterge ve parametreleri elde edilebilmektedir (Dirik vd, 2023, 168). Bu parametreleri üzerinden yapılacak olan yorumlar ise araştırmacıların disipline dair mevcut kazanımlarını ortaya koymakta ve bilgi birikimlerinden ilham alınmasını sağlamaktadır (Dirik vd., 2023, 168). Dolayısıyla alanın zayıf ve güçlü yönleri bu yöntemle ortaya çıkarılabilmektedir. Tarih literatüründe Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan yayınların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada Osmanlı İmparatorluğu'nu sorunsallaştıran bibliyometrik bir araştırma, mevcut durum ve yönelimlerin belirlenmesi hususunda araştırmacılara fırsatlar sunacaktır. Bibliyometrik yöntem yayınları, alıntıları ve bilgi kaynaklarını analiz eden bir çalışma alanı olarak araştırmacıların belli bir alanı incelemesine izin veren bir metodoloji olarak da karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle belirlenen araştırma alanının genel bir portresi ortaya konabilmektedir (Mérigo vd., 2017, 421). Bibliyometri yöntemi ülke, kurum (üniversite), yazar, yayın yılları, doküman tipleri, doküman türleri, indeksler,

yazar-kurum üretkenlikleri, üretilen yayınların yıllara oranla yaygın etkisi, iş birliği ağları gibi meselelere ilişkin nicel bulguların elde edilmesine fırsat sağlamaktadır (Dirik vd., 2023, 168). Bu nedenle sistematik bir literatür incelemesinin ön aşaması olarak değerlendirilebilmektedir.

Çalışmanın ana konusu Osmanlı İmparatorluğu olarak belirlenmiştir. Dönem aralığı ya da çağ taksimine ilişkin herhangi bir ayrıma gidilmemiştir. Multidisipliner bir veri deposu olan Web of Science veri tabanında yer alan dokümanlar, kuruluşundan yıkılışına kadar bir bütün olarak Osmanlı İmparatorluğu'na dair üretilen eserler, analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın sınırları 2014 ile 2023 yılları arası olarak belirlenmiştir. Bu nedenle öncelikle Osmanlı İmparatorluğu'nun tarihi seyrinden kısaca bahsetmek faydalı olacaktır. XIV. yüzyılın başlarında kurulmuş olan Osmanlılar, kendini gazâ anlayışına adayan, küçük bir beylik olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Ortaya çıkışı önemsiz ve küçük bir sınır devleti şeklinde olmuştur (İnalçık, 2016, 9). Başlangıçta Osmanlılar, Söğüt'te kurulan denizden uzak, Bizans ile sınırı olan bir beylik iken XIV. yüzyılın sonuna gelindiğinde Ege kıyılarını da içine alan büyük bir beylik hâline dönüşmüştür (Greene, 2011, 143). Ardından Balkanlar, Anadolu, Karadeniz kıyıları, Doğu Akdeniz ve Ortadoğu'nun büyük kısmında hâkimiyet kurmuş ve XVI. yüzyılın başlarında itibaren de önemli bir güç olarak parlamaya başlamıştır (Agoston, 2020, 3). 1516 ve 1517'de Suriye ve Mısır; 1570'te ise Kıbrıs fethedilmiş; Girit hariç Akdeniz Türk gölü hâline getirilmiştir. Böylelikle Doğu Akdeniz artık Avrupa'yı, Anadolu'yu ve Arap eyaletlerini birleştiren bir iç deniz konumuna da gelmiştir (Greene, 2011, 147).

Osmanlılar, kuruluş ve yükseliş dönemlerindeki askerî başarılarını sürdürmeye devam ettiğinden devletin kıtasal anlamda genişlemesi de devam etmiştir. Orta Avrupa'dan Hint Denizi'ne kadar uzanan büyük bir dünya gücü olmuştur. Jeopolitik konumunun önemi, sınırlarının genişlemesi, nüfusunun fazlalığı ve ekonomik olanaklarının zenginliği Osmanlı İmparatorluğu'nun çağdaşlarına kıyasla bir dünya gücü olduğunu ortaya koymaktadır (Agoston, 2020, 3-4). Dolayısıyla Osmanlı padişahları da devletin büyüklüğüne izafeten kullandıkları güç anlatılarında karalar, denizler, itibar ve itaat temelli ifadeleri tercih ederek kıtasal anlamdaki üstünlüklerini anlatıya dökmüşlerdir (Brummett, 2011, 72). Kıtasal anlamda yaşanan genişleme imparatorluğun birden fazla kültürel topluluğu da içeren siyasal bir örgütlenme olarak tanımlanmasına da sebep olmuştur (Anık, 2012, 118). İmparatorluk o denli genişlemiştir ki bu genişleme ile pek çok medeniyet ve gelenek kabaca bir araya gelerek bir toplum oluşturabilmiştir (Goffman, 2011, 91). XVI. yüzyılın sonuna gelindiğinde teknolojik ve finansal faaliyetler yükseldiğinden Osmanlılar, Malta'nın doğu hattına çekilmek durumunda kalmıştır (Greene, 2011, 143). XIX. yüzyılda ise Avrupa her alanda öne geçerek sanayileşme başarısı gösteremeyen ülkelerin pazarlarını istila etmeye başlamıştır. Bu noktada özellikle İngiliz sanayii için Osmanlı İmparatorluğu geniş bir pazar olma konumu korumuş ve zengin hammadde kaynaklarına sahip olması da bütün Avrupa devletlerinin dikkatlerini celbetmiştir (Seyitdanlıoğlu, 2009, 53-54).

Batılı tarihçiler, Osmanlı İmparatorluğu'nun 1750 ve 1850 yılları arası dönemini, İngiltere ile Fransa'nın Osmanlı topraklarını da içine alan çeşitli kıtalarda giriştikleri dünya hâkimiyeti mücadelesini emperyalizm dönemi olarak kabul etmişlerdir (Aksan, 2011, 161). Özellikle 1840'lardan sonra imparatorluğun kuzeye bakan Türk dünyası kısmı ile doğuya bakan yarı sömürge Arap dünyası kısmı olmak üzere iki parçadan oluştuğu görüşü yaygınlık kazanmaya başlamıştır (Aksan, 2011, 162). Bahse konu olan 100 yıllık süreçte yaşanan askerî yenilgiler ve ekonomik krizler Osmanlı yönetim anlayışında köklü düzenlemeleri kaçınılmaz kılmıştır. Bu nedenle 1839 ve 1918 yılları arası dönemi, merkezkaç reform güçlerinin kararları, imparatorluğun borcunu ödeyemez duruma gelişi, gün geçtikçe artan İngiliz ve Fransız sömürcülüğü, dinsel ve etnik milliyetçilik gibi sebeplerle parçalanma ve dağılıp dönemi olarak değerlendirilmiştir (Aksan, 2011, 162). Ancak XVII. yüzyıla kadar Osmanlı İmparatorluğu'nun var olan güç dengesinin Avrupa lehine dönmeye başladığını, XVIII. yüzyıldan itibaren Avrupa'nın üstünlüğünün kabul edildiğini ve Avrupa'ya bağımlı hâle geldiğini ifade etmek mümkündür (İnalçık, 2016, 9).

Donald Quataert, Osmanlı İmparatorluğu tarihi incelemelerinin Osmanlı'nın başarıları dönemi (1300-1683), uzun 18. yüzyıl dönemi (1683-1798) ve uzun 19. yüzyıl dönemi (1798-1922) olmak üzere kabaca üçlü bir tasnif ile incelenmesi gerektiğini ifade etmiştir (Quataert, 2020, 122). Günümüzde ise 1300'lerden 1600'lere kadarki süreç olan Klasik Çağ dönemi ile Sultan Süleyman'ın ölümünden önce ve sonrası dönemi olmak üzere ikili bir ayırım ile incelemesi gerektiğine dair görüşler literatürde yerini almıştır (Brummett, 2011, 33).

Osmanlı İmparatorluğu literatürde bölgesel anlamda da konumlandırılmaya çalışılmaktadır ki bu tanımlardan biri XX. yüzyılın başlarında imparatorluğun İran ile ilişkilendirilerek Ortadoğu olarak ifade edilmesidir, ancak bu tanım yetersiz ve eksiktir. Bazı araştırmacılar ise Osmanlı incelemelerini Doğu ile Batı ya da Avrupa ile Osmanlı'yı birbirine bağlayan meseleler üzerinde durarak ele almışlardır, fakat bu ayırım da yetersizdir. Palmira Brummett, Osmanlı İmparatorluğu'nu, Avrupa'nın ayrılmaz bir parçası olarak tanımlamakta, Osmanlı incelemelerinin sadece İslam'ın kültürel yapısına indirgenemeyecek oluşundan bahsetmekte ve İslam'ın sınırları ile Osmanlı sınırlarının hiçbir zaman birbiriyle çakışmadığına değinmektedir (Brummett, 2011, 36-37). Bütün bu tanımlar Osmanlı tarihi çalışmalarına ilişkin var olan paradigmalara artırılması gerektiği düşüncesini desteklemektedir. Günümüzde ulus-devlet kimliği ile öne çıkan devletlerde tek kimlik algısı üzerine inşa edilen yapılanmalar yerine farklı medeniyet birikimlerini bünyesinde barındıran çeşitliliğe doğru evrilme gözlenmektedir (Anık, 2012, 120). Bu durum Osman tarihi incelemelerine daha da değer kazandırmaktadır çünkü Orta Çağ'da temelleri atılmış, premodern bir devlet olan Osmanlıların, çokkültürlülük kavramı ile yüzyıllarca ortak yaşama isteği bulunan tüm tebaasını aynı çatı altında toplaması, günümüzde çokkültürlülüğü bir devlet politikası olarak benimsemiş postmodern devletlerin de ilgi odağı olmasına sebep olmuştur.

Osmanlı İmparatorluğu'na dair yapılan çalışmalar bu devletin nasıl ortaya çıktığı, nasıl bir sistem üzerine kurulduğu, nasıl yayıldığı, kurumsal yapısının nasıl olduğu ve nasıl yıkıldığı gibi meseleleri anlamak amacıyla yazılan teorik temelli kıymetli eserlerdir. Bununla birlikte Osmanlı İmparatorluğu'nun sosyal, kültürel, siyasî, iktisadî ve adlî yaşamına ilişkin geniş bir çalışma alanına sahip olması da farklı disiplinlerin çalışmalarına konu olmasından da anlaşılmaktadır. Osmanlılara dair yapılan çalışmalar birçok sorunsala odaklanılmak suretiyle hazırlanmış olmakla birlikte hâlâ üzerinde durulmamış çok fazla problemi de mevcut olan bir çalışma sahasıdır. Söz konusu çalışma ile Osmanlı İmparatorluğu'nu anlamaya dair Web of Science veri tabanı Core Collection katalogunda yapılan yayınların ortak noktalarını gün yüzüne çıkarmaya yardımcı olmak ve literatüre katkı sağlamak hedeflenmiştir.

Bu çalışma ile bir tema olarak Osmanlı İmparatorluğu meselesi problematize edilmiştir. Böylelikle ilk olarak dağınık olan literatür sistemli analiz ile bir araya getirilmiş ve elde edilen veriler çözümlenmiştir. Söz konusu veriler problematize edilen konuya ilişkin güncel yönelimlerin ortaya çıkarılmasını, başlıca yazar ve kurumları ve en çok atıf alan içeriklerin işaretlenmesini, yayınların çeşitlilik ve zenginlik kazanmasını kolaylaştıracaktır. Sistematik bir derleme çalışması olarak hazırlanan bu çalışma ile Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan yayınların uluslararası düzeydeki seyrini ortaya koyabilmek amaçlanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu birden fazla disipline mensup araştırmacılar tarafından incelenen bir çalışma sahası olması nedeniyle diğer disiplinler bu çalışmada incelemeye dâhil edilmemiştir. Bu da çalışmanın çerçevesini oluşturmuştur. Literatürde mevcut olan çalışmaların nicel seyrini ortaya koyması bakımından bu çalışma, teorik ve yöntemsel bir çerçeve sunacaktır.

Osmanlı İmparatorluğu araştırmalarında VOSviewer kullanımı

Tarih araştırmalarında VOSviewer yazılımı kullanarak oluşturulmuş ve literatüre kazandırılmış sistematik bir derleme çalışmasına rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın özgün yönünü ortaya koymaktadır. Ancak son yıllarda diğer disiplinlerde bu araçtan faydalanarak yapılan çalışmaların sayısı

gün geçtikçe artış göstermektedir. Bu durum tarih disiplininde de böyle bir çalışmaya ihtiyaç olduğu düşüncesini de beraberinde getirmiştir.

Verilerin toplanması ve analizi

Alanyazımları, pek çok analiz araçları kullanılarak hazırlanabilmektedir. Mevcut çalışmada ise işlevsel olarak güçlü yanları bulunan VOSviewer programı tercih edilmiştir. Bu program aracılığıyla uluslararası tarih literatürdeki yönelimler, ilişkiler ve yeni temalar keşfedilebilmektedir. Aynı zamanda VOSviewer programı görselleştirme, haritalama ve çok boyutlu analiz imkânı da sunmaktadır. Bu nedenle veri setlerinin derinlemesine incelenmesi mümkün hâle gelmektedir.

Çalışma Web of Science veri tabanı Core Collection katalogu ile sınırlandırılmıştır. Bu durum araştırmanın güvenilirliği açısından oldukça önemli bir husustur. Çünkü Web of Science veri tabanı ileri düzey analizler için gelişmiş göstergelere sahiptir. Farklı disiplinlerde taramalar için geniş kapsamlı bir koleksiyona erişim imkânını kullanıcılarına sunması da tercih nedenlerindenidir.

Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan tarama sonuçlarına göre; 1975-2023 yılları arasında Web of Science taramasında yayın sayısının 6.262 olduğu tespit edilmiştir. 2014-2023 yılları ile sınırlandırıldığında ise başlıca araştırma alanlarına göre eserler; 1.911 doküman Tarih, 144 doküman Asya araştırmaları, 98 doküman Politika Bilimi, 96 doküman Saha Araştırmaları, 66 doküman Din, 45 doküman Uluslararası İlişkiler, 42 doküman Sosyal Bilimler, 37 doküman Sosyoloji, 36 doküman Etnik Çalışmalar ve 27 doküman Antropoloji vb. bilim dallarında uluslararası düzeyde ortaya konmuştur.

Yayın sayısının fazlalığı ve güncel yönelimleri belirleyebilmek amacıyla Tarih disiplini çerçevesinde üretilen yayınların doküman tiplerine göre dağılımı; dergi makalesi (1.520), kitap bölümü (454), kitap incelemesi (207), editoryal materyal (88) ve kitap (58), konferans bildirisi (22), erken erişim (19), biyografik yazı (13), derleme (7) ve iyileştirme (1) olarak tespit edilmiştir. En fazla yayının bulunduğu kategoriler makaleler ve kitap bölümleri olarak öne çıkmıştır. Makalenin yıllara göre dağılımı ise 130 makale 2014 yılında, 141 makale 2015 yılında, 144 makale 2016 yılında, 130 makale 2017 yılında, 133 makale 2018 yılında, 178 makale 2019 yılında, 209 makale 2020 yılında, 200 makale 2021 yılında, 176 makale 2022 yılında ve 79 makale 2023 yılında yayınlanmıştır. En fazla Web of Science makalesinin 209 yayın ile 2020 yılında yapıldığı tespit edilmiştir. Makalelerin yaygınlık oranları diğer dokümanlara nazaran daha fazla olarak karşımıza çıkmıştır.

Tarih disiplininde yapılan 1.911 yayına ilişkin başlıca eserlerin büyük ölçekte dağılımı; 103 doküman *Orta Çağ ve Modern Tarih*, 66 doküman *Modern Tarih*, 56 doküman *Sovyet Rusya ve Doğu Avrupa Tarihi*, 49 doküman *XX. Yüzyıl Tarihi*, 6 doküman *Bilim Tarihi ve Felsefesi*, 5 doküman *Tıp Tarihi* konularında yoğunlaşmıştır. Bu durum Osmanlı Tarihi alanında uluslararası yayın sayısının azlığını ortaya koymuştur. Küçük ölçekte dağılımı ise 402 doküman *Kemalizm*, 74 doküman *İslam*, 38 doküman *Günah Çıkarma (confessionalization)*, 33 doküman *Sovyetler Birliği*, 27 doküman *Dünya Savaşı*, 25 doküman *Endülüs Müslümanları (moriscos)*, 25 doküman *Moğollar*, 13 doküman *Devrim*, 13 doküman *Balkanlar*, 10 doküman *Eski Rusya*, 5 doküman *Kültürel Miras*, 3 doküman *Sovyet Rusya*, 2 doküman *Tarih Eğitimi*, 1 doküman *Roma İmparatorluğu*, 1 doküman *Feminizm Tarihi*, 2 doküman *Ceza Hukuku*, 1 doküman *Kültürel Politikalar*, 1 doküman *Tiyatro Çalışmaları* şeklindedir. Web of Science Core Collection katalogunda Tarih disiplini ekseninde Osmanlı İmparatorluğu'na dair literatüre kazandırılan yayınlar kurumlar ve yayın sayıları bakımından analize tabi tutularak tablolştırılmıştır (Tablo 1).

Tablo 1*Kurum ve Yayın Sayıları Analizi*

Sıra	Yayın Sayısı	Kurum	Sıra	Yayın Sayısı	Kurum
1.	49	İstanbul Üniversitesi	51.	8	Institute of World History of Russian Academy of Sciences
2.	36	Russian Academy of Sciences	52.	8	İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi
3.	31	University of London	53.	8	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
4.	22	Bulgarian Academy of Sciences	54.	8	London School Economics Political Science
5.	22	İstanbul Bilgi Üniversitesi	55.	8	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
6.	20	Boğaziçi Üniversitesi	56.	7	Akdeniz Üniversitesi
7.	17	University of Oxford	57.	7	California State University Fresno
8.	16	New York University	58.	7	California State University System
9.	16	Udice French Research Universities	59.	7	Hebrew University of Jerusalem
10.	16	University of California System	60.	7	İstanbul Şehir Üniversitesi
11.	15	Hacettepe Üniversitesi	61.	7	Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
12.	15	Princeton University	62.	7	Orta Doğu Teknik Üniversitesi (KKTC)
13.	15	Cambridge University	63.	7	Uludağ Üniversitesi
14.	15	Sofia University	64.	7	University of Toronto
15.	12	Centre National de la Recherche Scientifique	65.	7	Verkhovna Rada Ukraine Vi Vernadsky
16.	12	İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	66.	7	Crimean Federal University
17.	12	Lomonosov Moscow University	67.	7	Yunus Emre Enstitüsü
18.	12	Marmara Üniversitesi	68.	6	Celal Bayar Üniversitesi
19.	12	Ministry of Education Science of Ukraine	69.	6	Embry Riddle Aeronautical University
20.	12	Tel Aviv University	70.	6	George Washington University
21.	11	Eskişehir Osmangazi University	71.	6	Hitit Üniversitesi
22.	11	George Town University	72.	6	İstanbul Teknik Üniversitesi
23.	11	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	73.	6	Kırklareli Üniversitesi
24.	11	Sakarya Üniversitesi	74.	6	Koç Üniversitesi
25.	11	University of Arkansas Fayetteville	75.	6	Leiden University
26.	11	University of Arkansas System	76.	6	Leiden University Excl Lumc
27.	11	Yıldız Teknik Üniversitesi	77.	6	Ministry of National Education Turkey
28.	10	Ankara Üniversitesi	78.	6	National Academy of Science Ukraine
29.	10	Ege Üniversitesi	79.	6	Peoples Friendship University of Russia
30.	10	Kansas State University	80.	6	Pyatigorsk State University
31.	10	Karadeniz Teknik Üniversitesi	81.	6	Saint Petersburg State University
32.	10	Orta Doğu Teknik Üniversitesi (Ankara)	82.	6	Sam Houston State University
33.	10	Qatar University	83.	6	Sapienza University Rome
34.	10	Sabancı Üniversitesi	84.	6	Texas State University System
35.	10	University of Memphis	85.	6	University College London
36.	10	University of Michigan	86.	6	University of Arizona
37.	10	University of Michigan System	87.	6	University of Pennsylvania
38.	10	University of Northern Colorado	88.	6	University of St. Andrews
39.	10	Western Social SCI Assoc	89.	6	University of Vienna
40.	9	Brown University	90.	6	Volgograd State University Volsu
41.	9	Dokuz Eylül Üniversitesi	91.	5	Afyon Kocatepe Üniversitesi
42.	9	Free University of Berlin	92.	5	Anadolu Üniversitesi
43.	9	National Kapodistrian University of Athens	93.	5	Azerbaycan National Academy of Sciences
44.	9	University Of Wisconsin Madison	94.	5	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
45.	8	University of Wisconsin System	95.	5	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
46.	8	Autonomous University of Madrid	96.	5	Cherkas Global University
47.	8	Ball State University	97.	5	Ecole Hautes Etud SCI Sociales
48.	8	Central European University	98.	5	Eotvos Lorand Research Network
49.	8	Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi	99.	5	European University Institute
50.	8	Harvard University	100.	5	Foundation for Research Technology Hellas Forth

Son on yılda literatüre kazandırılan çalışmalar, üç ve üzeri yayın yapan kuruluşlar olmak üzere sıralanmıştır. Sıralamada ilk 100 kuruluşa yer verilmiştir. Bu kuruluşlardan 34'ü Türkiye menşei üniversitelerdir. Türkiye menşei üniversiteler tabloda koyu renkli olarak gösterilmiştir (Tablo 1). Ülke bazında Türkiye menşei üniversiteler sıralandığında ise; İstanbul Üniversitesi (49), İstanbul Bilgi Üniversitesi (22), Boğaziçi Üniversitesi (20), Hacettepe Üniversitesi (15) ve İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi (12) ilk sıralarda yer almıştır.

Yapılan yayınlar araştırmacı profilleri açısından da değerlendirmeye tabi tutulmuştur ve yayın sayıları bakımından en fazla yayın yapan ilk 50 araştırmacı aşağıda gösterilmiştir (Tablo 2). Böylelikle literatüre

katkı yapan araştırmacılar ile eserlerinin yaygınlığının artırılacağı ve literatürün yaygınlaşmasına da katkı sağlanacağı şüphesizdir.

Tablo 2

Araştırmacı ve Doküman Sayıları Analizi

Araştırmacılar	Doküman sayısı	Araştırmacılar	Doküman sayısı
1 Suraiya Faroqhi	19	26 Elisabeth Hope Murray	7
2 Gabor Agoston	17	27 A. Grubb	7
3 Ines Asceric-Todd	15	28 Emrah Safa Gürkan	7
4 Ahmet Seyhun	15	29 Alim Abidulin	6
5 Douglas Scott Brookes	12	30 V. P. Gulevich	6
6 Kent F. Schull	11	31 Leslie Peirce	5
7 George H. Junne	11	32 Mustafa Aksakal	5
8 Nilay Özkök-Gündoğan	11	33 Murat Tuğluca	5
9 Guy Burak	11	34 Colin Heywood	5
10 Brian L. Davies	11	35 Vesna Miovic	4
11 Daniel O'Quinn	10	36 Fatih Yeşil	4
12 Murat Yaşar	10	37 Serdal Soylier	4
13 Aysel Yıldız	10	38 Ilya N. Kolesnikov	4
14 Deniz Kılınçoğlu	10	39 Linda T. Darling	4
15 Tamas Palosfalvi	9	40 Ethem Eldem	4
16 Yaron Ayalon	9	41 Tolga U. Esmer	4
17 Yavuz Aykan	9	42 F. L. Grassi	4
18 Fatih Turhan	8	43 Ekaterina Kozub	4
19 Murat Özyüksel	8	44 Ivan Parvev	4
20 Elizabeth H. Shlala	8	45 İmed-Eddina Kadi	4
21 Richard E. Antaramian	8	46 J. M. White	4
22 Elizabeth Nora Barakat	8	47 Maurits H. V. D. Boogert	4
23 Ari Sekeryan	8	48 Adam Mestyan	4
24 Farid Al-Salim	8	49 Dmitry Zhantiev	4
25 Pınar Emirlioğlu	7	50 Nikita I. Khrapunov	4

Osmanlı İmparatorluğu araştırmalarında en üretken araştırmacılar Suraiya Faroqhi (19), Gabor Agoston (17), Ines Asceric-Todd (15), Ahmet Seyhun (15) ve Douglas Scott Brookes (12) olarak karşımıza çıkmıştır. İlk 50 sıralamasında yer alan 16 araştırmacı Türkiye menşeli akademisyenler olarak karşımıza çıkmıştır.

Osmanlı İmparatorluğu bağlamında uluslararası indeksli dergilerde yayın yapmak isteyen araştırmacılara yol göstermesi açısından Web of Science veri tabanında yer alan dergiler, son on yılda yapılan yayın sayılarına yönelik olarak da tablolandırılmış ve aşağıda gösterilmiştir (Tablo 3). Tabloda en fazla yayın çıkaran *ilk 50* dergiye yer verilmiştir.

Tablo 3

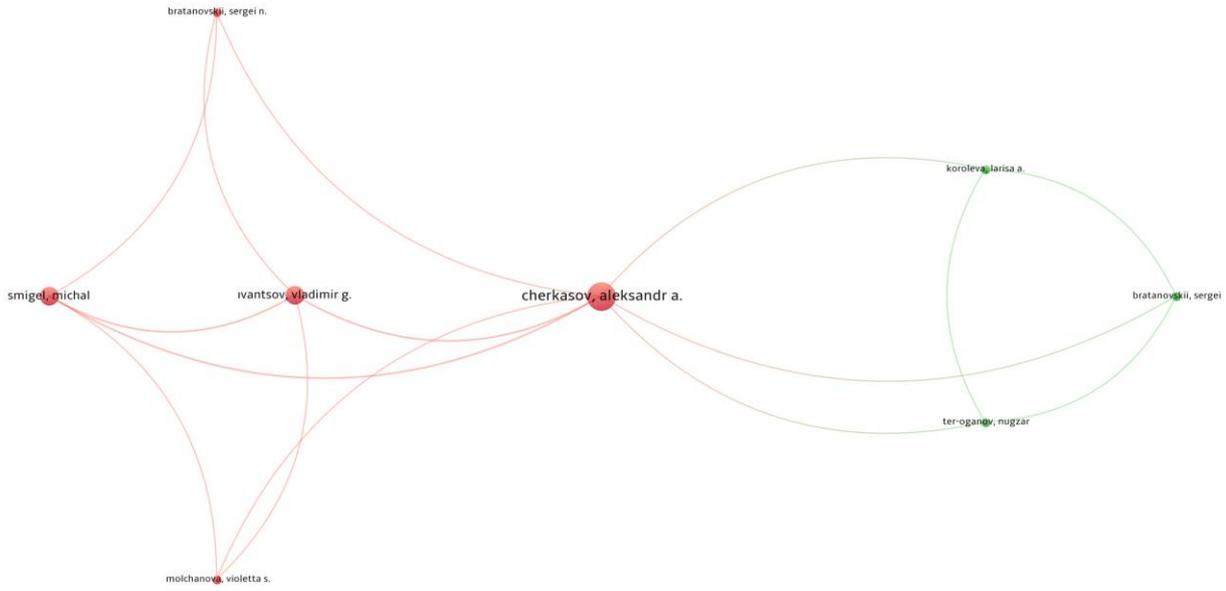
Dergi Adı ve Yayın Sayısı Sıralaması

	Yayın Sayısı	Dergi Adı		Yayın Sayısı	Dergi Adı
1.	99	Osmanlı Araştırmaları - The Journal of Ottoman Studies	26.	17	Travel and Artisans in the Ottoman Empire
2.	96	Ottoman Empire and Its Heritage	27.	15	Employment and Mobility in the Early Turkish Modern Era
3.	93	Belleten	28.	15	Islamist Thinkers in the Late Ottoman Empire and Early Turkish Republic
4.	74	Tarih İncelemeleri Dergisi	29.	14	Mediterranean Historical Review
5.	57	CTAD - Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi	30.	14	Comparative Studies in Society and History
6.	41	Istoriya Elektronnyi Nauchno Obrazovatelnyi Zhurnal	31.	14	Dervishes and Islam in Bosnia Sufi Dimensions to the Formation of Bosnian Muslim Society
7.	40	Turkish Journal of History Tarih Dergisi	32.	13	Young Turk Revolution and the Ottoman Empire the Aftermath of 1908
8.	34	Turkish Historical Review	33.	12	Relationship Between Art and Politics in the 19th Century Ottoman Empire
9.	33	Edinburgh Studies on the Ottoman Empire	34.	12	Death and Life in the Ottoman Palace
10.	33	Journal of Early Modern History	35.	12	European History Quarterly
11.	33	Journal of the Economic and Social History of the Orient	36.	12	Kurdish Mobility in the Ottoman Empire
12.	31	Voprosy Istorii	37.	12	Memory Studies
13.	28	Library of Ottoman Studies	38.	11	Nationalities Papers the Journal of Nationalism and Ethnicity
14.	26	American Historical Review	39.	11	Acta Orientalia Academiae Scientiarum Hunfaricae
15.	26	Zolotoordynskoe Obozrenie Golden Horde Review	40.	11	Black Eunuchs of the Ottoman Empire
16.	24	Ottoman War and Peace Studies in Honor of Virginia H. Aksan	41.	11	Networks of Power in the Court of the Sultan
17.	22	Bulgarian Historical Review Revue Bulgare d Historie	42.	11	Palestine and the Decline of the Ottoman Empire Modernization and the Path to Palestinian Statehood
18.	21	Dimensions of Transformation in the Ottoman Empire from Late Medieval Age to Modernity	43.	10	Rusin
19.	21	International History Review	44.	10	Russo-Turkish War 1768 1774 Catherine II and the Ottoman Empire
20.	21	Istoriya History	45.	10	Engaging the Ottoman Empire Vexed Mediations 1690 1815
21.	20	British Journal of Middle Eastern Studies	46.	10	English History Review
22.	19	Bylye Gody	47.	10	Journal of Modern History
23.	19	Treaties of Carlowitz 1699 Antecedents Course and Consequences	48.	10	Material Texts
24.	18	Mediterranea Recherche Storiche	49.	10	Nuova Rivista Storica
25.	17	Late Muslim Conquest	50.	10	Prisons in the Late Ottoman Empire Microcosms of Modernity
					Recent Period Turkish Studies Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları Dergisi
					Volgogradskii Gosudarstvennyi Universitet Vestnik

Hazırlanan tabloda ilk sıralarda 99 yayın ile *Osmanlı Araştırmaları - the Journal of Ottoman (İSAM)*, 96 yayın ile *Ottoman Empire and Its Heritage*, 93 yayın ile *Belleten*, 74 yayın ile *Tarih İncelemeleri Dergisi* ve 57 yayın ile *CTAD - Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları* dergilerinin yer aldığı tespit edilmiştir. Söz konusu dergilerden 4'ü Türkiye menşeli olup Web of Science'da kataloglanmaktadır. Bu durum Web of Science veri tabanında taranan Türkiye'deki dergi sayının azlığını ortaya koymuştur.

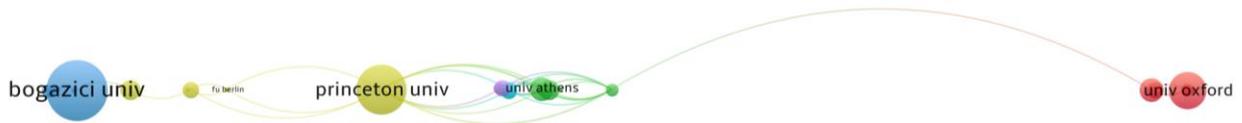
Bulgular

Web of Science Core Collection veri tabanında oluşturulan veriler VOSviewer programına yüklenerek çeşitli kategorilerde şekillendirilmiştir. İlk olarak ortak yazarlık (co-authorship) kategorisi incelenmiştir. Ortak yazarlık yazarlar (authors), kuruluşlar (organizations) ve ülkeler (countries) bazında analize tabi tutulmuştur.

Şekil 1*Yazarlar Arasındaki İş Birliğini Gösteren Ortak Yazarlık Analizi*

Bilimsel anlamda iş birliği yapan araştırmacılar ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelmekte ve iş yükü paylaşımında bulunabilmektedir. Bilimsel iş birliği, araştırmacıların yeni bilimsel bilgi üretmek şeklinde ortak amaçla bir araya gelerek çalışması şeklinde tanımlanmaktadır (Tunçay ve Dalkılıç, 2017, 395). Yazarlar arası iş birliğini gösteren ortak yazarlık bağları birer belge ve birer atıf kriter olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 1). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan yazarlar seçilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre aralarında iş birliği bulunan 8 öge, 2 küme, 15 bağlantı tespit edilmiştir. Buna göre Aleksandr A. Cherkasov iş birliği ağının merkezinde yer almıştır. Ancak Cherkasov, en çok eser üreten araştırmacılar listesinde karşımıza çıkmamıştır. Bu anlamda iş birliğinin eser üretme konusuna fayda sağlamadığı dikkat çekmektedir.

Ortak yazarlık bağları kurumlar açısından da analiz edilmiştir. Ortak yazarlık bir veya daha fazla yazarın aynı makalede birlikte çalışması olarak tanımlanmaktadır. Kuruluşların her biri için diğer kuruluşlarla olan ortak yazarlık bağlantılarının toplam gücü hesaplanmış ve toplam bağlantı gücü en yüksek kuruluşlar seçilmiştir. Aralarında bağlantı bulunan 31 öge, 6 küme, 72 bağlantı tespit edilmiştir. Kuruluşlar arası iş birliğini gösteren ortak yazarlık bağları, kendi içindeki bağlantıları dikkate alınarak birer belge ve birer atıf sayısı kriter olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 2).

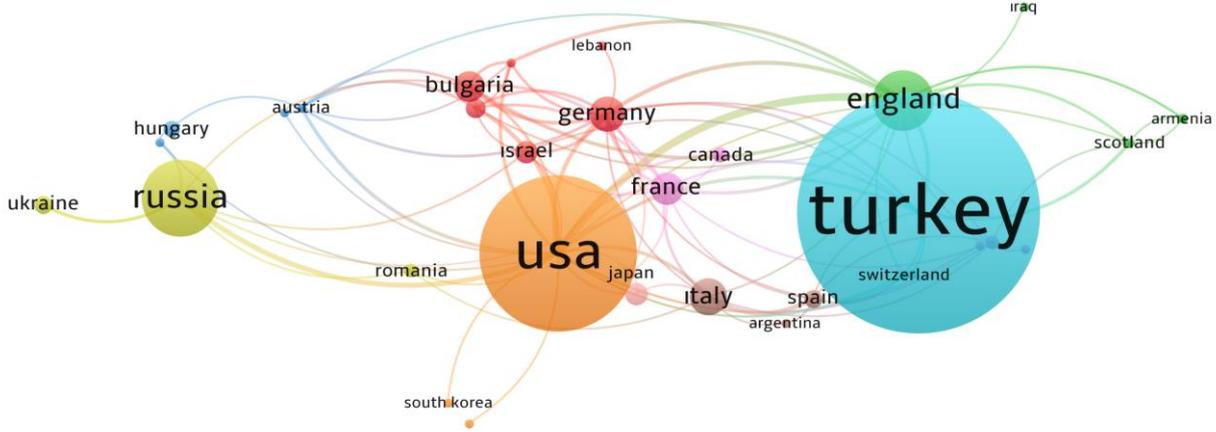
Şekil 2*Kuruluşlar Arası İş Birliğini Gösteren Ortak Yazarlık Bağları Analizi*

Kurumlar arasında ortak yazarlık bağlarının kuvvetli olmadığı dikkat çekmiştir. Türkiye menşeli üniversiteler arasında kuruluşlar arası iş birliğinin en yoğun olduğu dördüncü kümede beş üniversite yer almıştır ki bu kurumlar, alfabetik olarak, Antalya Bilim Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Kadir Has Üniversitesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi ve TOBB Üniversitesi olarak karşımıza çıkmıştır. Uluslararası öncü kuruluşlar olarak Londra Üniversitesi, Oxford Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ve Princeton Üniversitesi iş birliğine önem veren kuruluşlar olarak karşımıza çıkmıştır.

Ülkeler arası iş birliğini gösteren ortak yazarlık bağları, bir belge ve bir atıf sayısı kriter olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 3). Toplam bağlantı gücü en yüksek ülkeler seçilmiştir. Aralarında bağlantı bulunan 35 öge, 10 küme ve 100 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 3

Ülkeler Arası İş Birliğini Gösteren Ortak Yazarlık Bağları Analizi

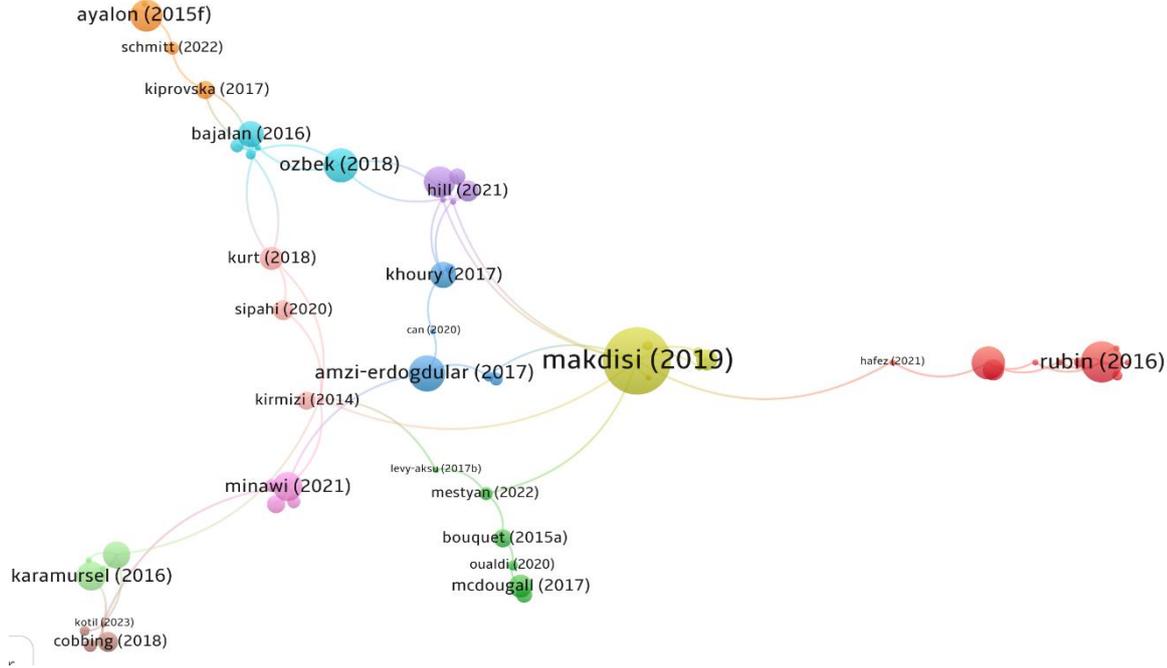


Ülkeler arası ortak yazarlık bağlarını gösteren kümeler şu şekildedir: Birinci kümede Bulgaristan, Kıbrıs, Almanya, Yunanistan, İsrail ve Lübnan; ikinci kümede Ermenistan, İngiltere, Irak, İskoçya, Galler; üçüncü kümede Avusturya, Macaristan, Polonya, Slovakya; dördüncü kümede Finlandiya, Romanya, Rusya, Ukrayna; beşinci kümede Arnavutluk, Belçika, Hollanda; altıncu kümede Mısır, İsviçre, **Türkiye**; yedinci kümede İrlanda, Güney Kore, ABD; sekizinci kümede Arjantin, İtalya, İspanya; dokuzuncu kümede Kanada, Fransa ve onuncu kümede Japonya ve **Türkiye** şeklindedir. Ülkeler arası ortak yazarlık iş birliğinde Türkiye altıncu ve onuncu kümelerde yer almıştır. Ortak yazarlık bağlarının merkezine Türkiye, ABD ve Rusya yerleşmiştir.

Araştırmada ikinci olarak, yazar anahtar kelimelerinin bir arada kullanılması (co-occurrence author keywords) incelenmiştir. Böylelikle büyük veri setleri içinde belli kavram ya da konuların birbirleriyle ilişkisi, literatürdeki trendler ve en etkili konular da anlaşılabilir. Araştırmacıların, araştırmalarını öne çıkarabilecek anahtar kelimeleri (author keywords) belirlemeye yönelik oluşturulan ağ haritasında öne çıkan anahtar kelimeler Ottoman Empire, Turkey, Balkans, Russia, Crimean Khanate, First World War, Islam, Slavery, Mediterranean, Istanbul, Bulgaria, Serbia, Jews, modernization gibi konular ekseninde şekillenmiştir (Şekil 4).

Şekil 5

Belgelerin Alıntılanması Analizi

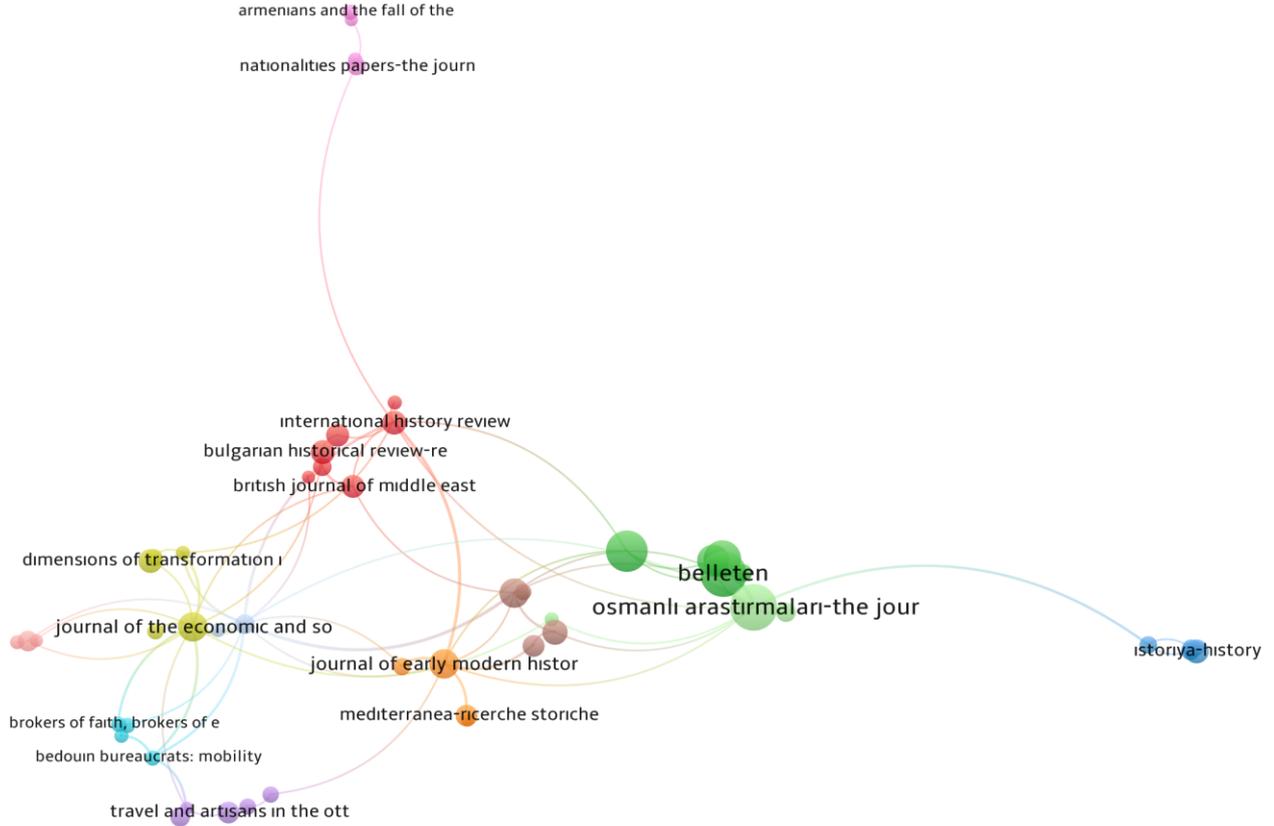


Belgelerin alıntılanmasına yönelik yapılan analizde en çok atıf alan araştırmacılar ve eserleri şu şekildedir: ABD (Houston-Teksas) Rice Üniversitesi'nden Ussama Makdisi'nin 2019 yılında yayınlanmış olduğu *Age of Coexistence: the Ecumenical Frame and the Making of the Modern Arab World* adlı kitabı 81 atıf ile ilk sırada, ABD (Penn) West Chester Üniversitesi'nden Will Hanley'in 2017 yılında yayınlamış olduğu *Identifying with Nationality: Europeans, Ottomans, and Egyptians in Alexandria* adlı kitabı 47 atıf ile ikinci sırada ve ABD New York Üniversitesi'nden Guy Burak'ın 2015 yılında yayınlamış olduğu *Second Formation of Islamic Law: The Hanafi School in the Early Modern Ottoman Empire* adlı kitabı ise 47 atıf ile üçüncü sırada yer almıştır.

Bir kaynağın alıntılanma derecesi, o kaynağın etkisini gösteren önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır ki böylelikle bir araştırmacının diğer araştırmacılar tarafından kabul gördüğü düzey anlaşılabilir. Bu nedenle en çok atıf alan dergiler de analiz edilmiştir. Kaynakların ağ haritası, beş belge ve sıfır alıntı kriter olarak belirlenmek üzere oluşturulmuştur. Toplam bağlantı gücü en yüksek olan kaynaklar seçilmiştir. 51 öge, 12 küme, 79 bağlantı tespit edilmiştir (Şekil 6). Toplam bağlantı gücü ise 116'dır.

Şekil 6

Alıntı Kaynaklarının Analizi



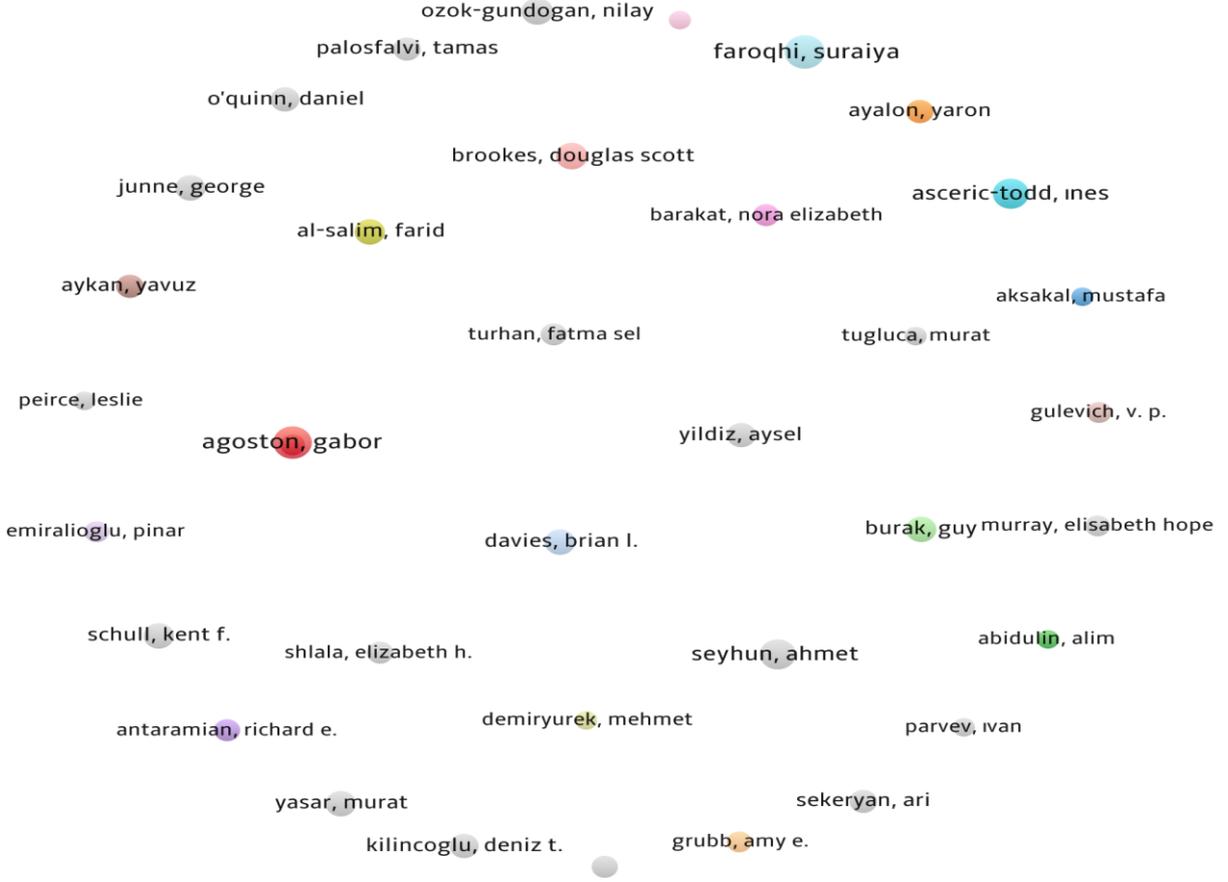
En çok doküman 99 makale ile *Osmanlı Araştırmaları - the Journal of Ottoman Studies*, 93 makale ile *Belleten* ve 74 makale ile *Turkish Historical Review* dergilerinde yayınlanmıştır. 96 yayın ile ikinci sırada yer alan *Ottoman Empire and Its Heritage* dergisinin ise 2021 yılından itibaren Web of Science veri tabanında dizinlenmediği anlaşılmıştır.

Bir yayının kaynak listesinde belirtilen yazarları da atıf analizine tabi tutulmuştur. Literatürde atıf yapmanın temel işlevi atıf yapan ile atıf yapılan arasında bağ kurmak olarak belirtilmiştir (Smith, 1981, 84).

Oluşturulan ağ haritasında, yazarların literatüre farklı konular çalışarak katkı sağladıkları için aralarında herhangi bir bağlantı bulunamamıştır. Yazarların alıntılanması, bir yazarın beş belgesi sıfır alıntı kriteri olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 7). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan yazarlar seçilmiştir. 36 öge, 35 küme ve 1 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 7

Alıntılanan Yazarların Analizi

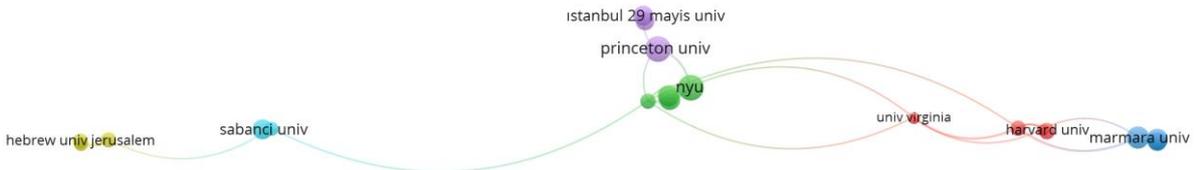


Oluşturulan ağ haritasından da anlaşıldığı üzere yazarlar arasında herhangi bir atıf bağlantısına rastlanmamıştır. Bunun nedenini, araştırmacıların farklı çalışma alanlarında literatüre katkı sağlamış olmaları ile açıklamak mümkündür.

Alıntı yapılan kuruluşlar ifadesi, bir makale ya da yayının kaynak listesinde belirtilen kuruluşları ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Kuruluşların alıntıları, bir kuruluşun beş belgesi ve sıfır alıntısı olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 8). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan kuruluşlar seçilmiştir. 19 öge, 6 küme, 27 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 8

Kuruluşların Alıntıları Analizi



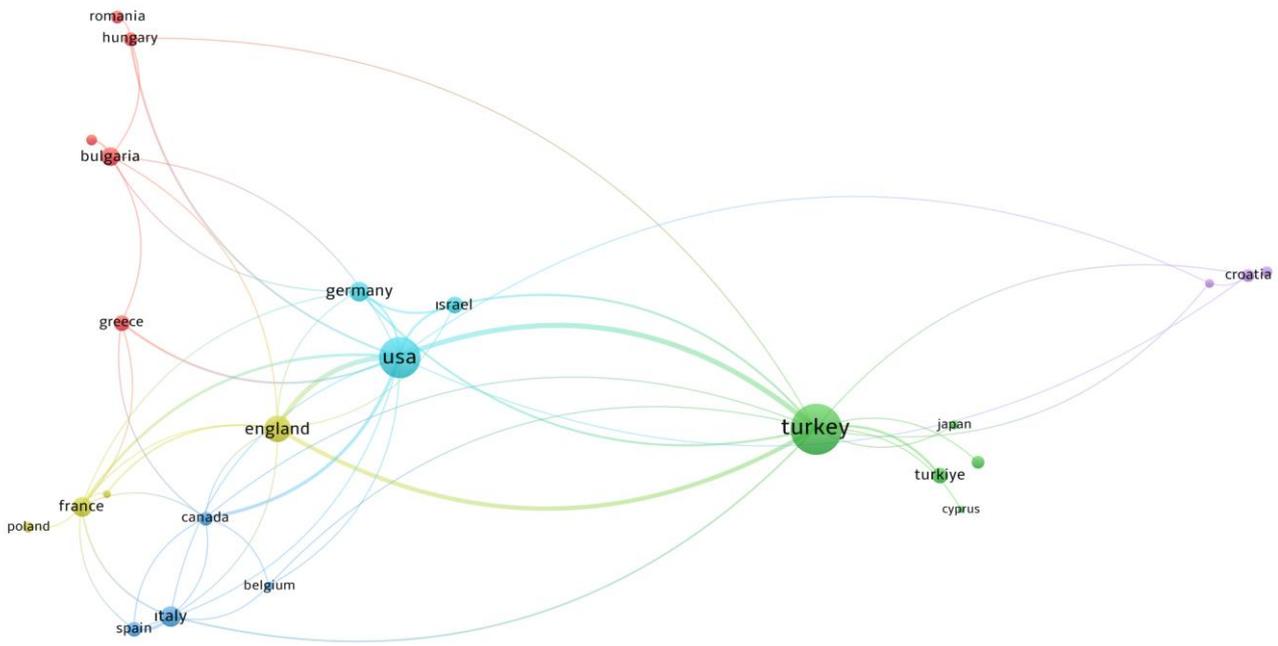
Kuruluşların alıntıları, birinci kümede Harvard Üniversitesi, Londra Üniversitesi, Penn Üniversitesi, Virginia Üniversitesi; ikinci kümede Georgetown Üniversitesi, New York Üniversitesi, Oxford Üniversitesi, Toronto Üniversitesi; üçüncü kümede Brown Üniversitesi, **İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Marmara Üniversitesi**; dördüncü kümede Hebrew Üniversitesi Jerusalem, **Orta Doğu**

Teknik Üniversitesi, UCL (Londra Üniversitesi Akademisi); beşinci kümede Cent European Üniversitesi, **İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi**, Princeton Üniversitesi; altıncı kümede **Sabancı Üniversitesi** ve Arizona Üniversitesi şeklindedir. Kümelerden de anlaşılacağı üzere alıntısı en fazla yapılan kuruluşlar ABD, İngiltere ve Türkiye menşeli üniversitelerdir. Kuruluşların alıntılarının analizinde Türkiye'den beş üniversite öne çıkmıştır.

Alıntılar ülkeler açısından da incelenmiştir. Böylelikle bir çalışmanın uluslararası bağlantıları ve çalışmalarda öncü ülkeler ortaya konabilmektedir. Ülkelerin alıntılanması, bir belge ve bir alıntı kriteri olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 9). Toplam bağlantı gücü yüksek olan ülkeler seçildiğinde 45 öne çıkmıştır. Bu durum Osmanlı İmparatorluğu ile ilgili yayınların hangi ülkelerde yapılmakta olduğunu ve yoğunluğunu ortaya koymuştur.

Şekil 9

Ülkelerin Alıntılanması Analizi

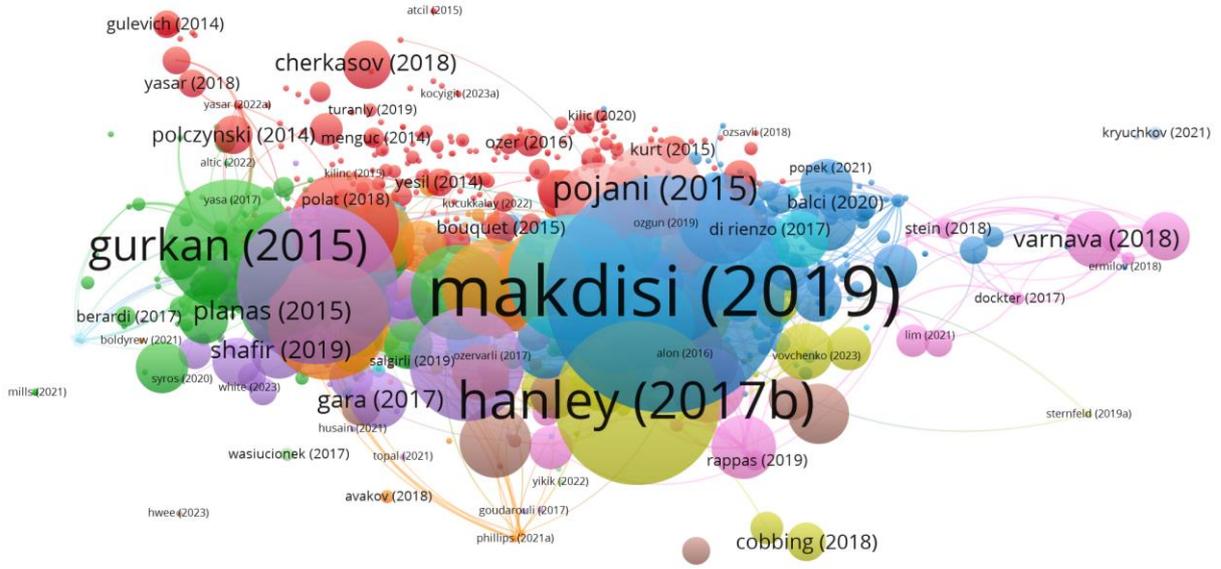


481 dokümanın Turkey ve 35 dokümanın ise Türkiye temasında kategorilendiği anlaşılmıştır. Çalışmaların odağında Türkiye yer almış olup onu ABD ve İngiltere takip etmiştir.

Bibliyografik eşleşme, bilimsel araştırmalardaki kaynak bağlantılarının incelenmesinde kullanılan bir analiz yöntemidir. Bu nedenle bibliyografik eşleşmeler de belgeler (documents), kaynaklar (sources), yazarlar (authors), kuruluşlar (organizations), ülkeler (countries) olarak incelenmiştir. Bibliyografik eşleşme farklı iki kaynağın aynı yayına atıf yapması olarak ifade edilmektedir (Al ve Tonta, 2004, s. 23). Bibliyografik eşleşmesi olan belgeler bir belge ve sıfır alıntı olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 10). 1.000 öge, 15 küme, 28.447 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 10

Belgelerin Bibliyografik Eşleşme Analizi

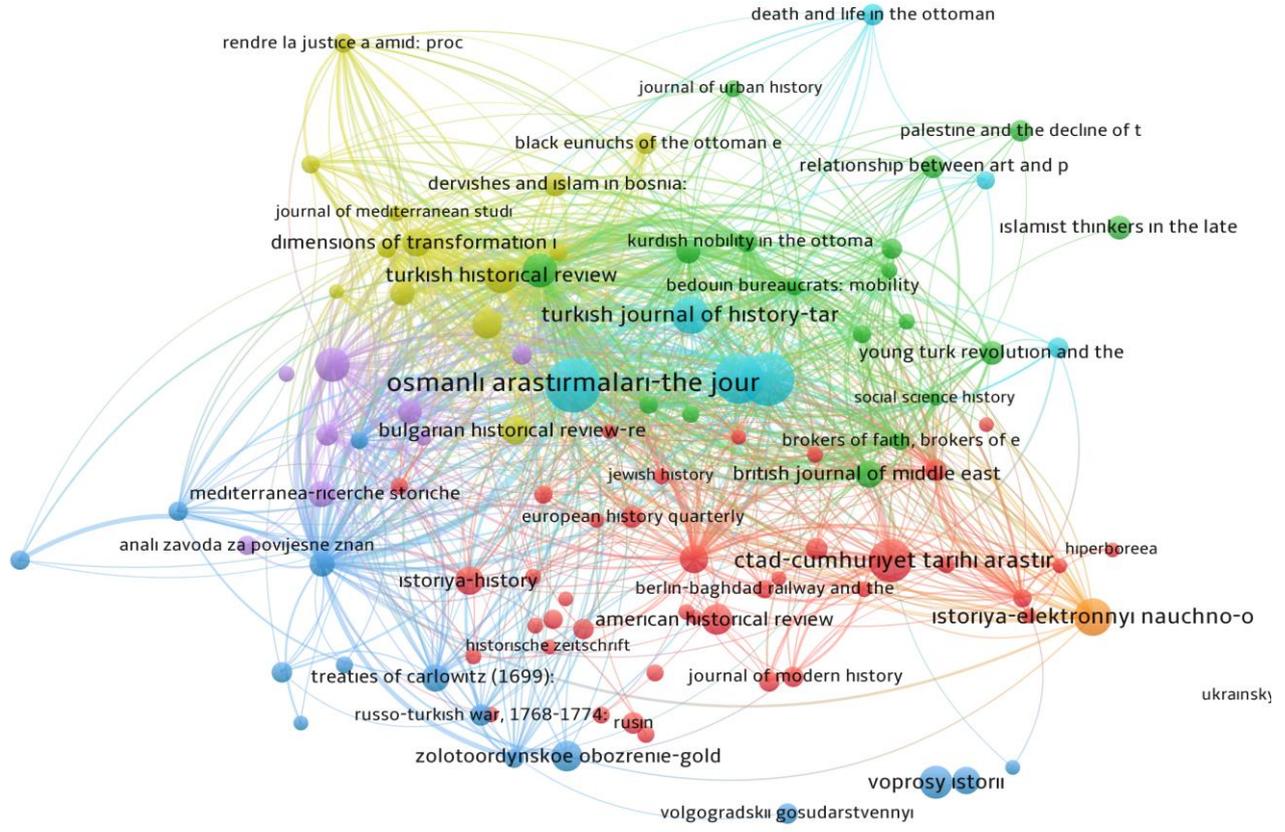


Bağlantı gücü en yüksek olan yazarlar U. Makdisi (2019), W. Hanley (2017b) ve E. S. Gürkan (2015); bağlantı gücü en zayıf olan yazarlar ise A. Osipyan (2015), S. Mills (2021), I. V. Kryurckov (2021) olarak karşımıza çıkmıştır. İngilizce yayınların bibliyografik eşleşme kuvvetinin yüksek olduğu anlaşılmıştır.

Literatürde ilgili makaleler arasındaki ilişkiyi ifade etmek üzere kaynaklar bibliyografik eşlemede incelenmiştir. Bir çift dokümana diğer dokümanlar tarafından ne kadar atıf verilirse bu çift arasındaki ortak atıf kuvveti de aynı oranda artmaktadır. Bibliyografik eşleşmede ortak atıf, yeni çalışmaların literatüre kazandırılması ile zaman içinde değişim göstermektedir (Zan, 2019, 506-507). Bu nedenle bibliyografik eşleşmeler dinamik bir yapıya sahiptir. Kaynakların bibliyografik eşleşmesi bir belge sıfır alıntı olarak belirlenmiş ve ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 11). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan kaynaklar seçilmiştir. 103 öge, 7 küme, 2.288 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 11

Kaynakların Bibliyografik Eşleşme Analizi

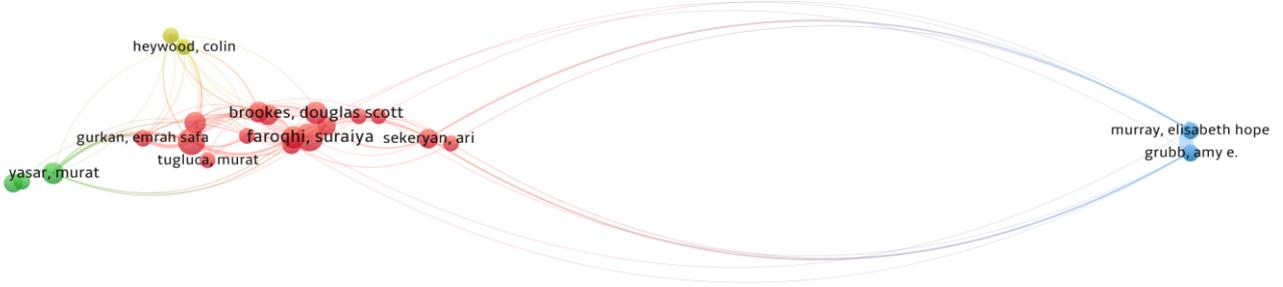


Bu yöntem ile belirli konular hakkında yayın yapan kaynakların bağlantıları ortaya konulabilmektedir. *Osmanlı Araştırmaları - the Journal of Ottoman Studies, Belleten, Turkish Historical Review* ve *CTAD - Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları* dergilerinin bibliyografik eşleşme kuvvetleri dikkat çekmiştir ki bu durum Türkiye menşeli olan dergilerin bibliyografik eşleşme kuvvetinin yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Bibliyografik eşleşme tanımlamasını yapan Kessler, iki akademik çalışmanın bir veya daha fazla ortak referansa sahip olmasını, bu çalışmaların birbiriyle anlamlı bir ilişki içinde olmasına bağlamaktadır (Kessler, 1963). Böylelikle araştırmacıların, faaliyet gösterdiği akademik çevrenin de anlaşılabilirliğini ifade etmektedir. Bu nedenle yazarlar arasındaki bibliyografik eşleşme de incelenmiştir. Bir yazarın beş belgesi ve sıfır alıntısı kriter olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 12). 23 öge, 4 küme, 94 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 12

Yazarların Bibliyografik Eşleşme Analizi

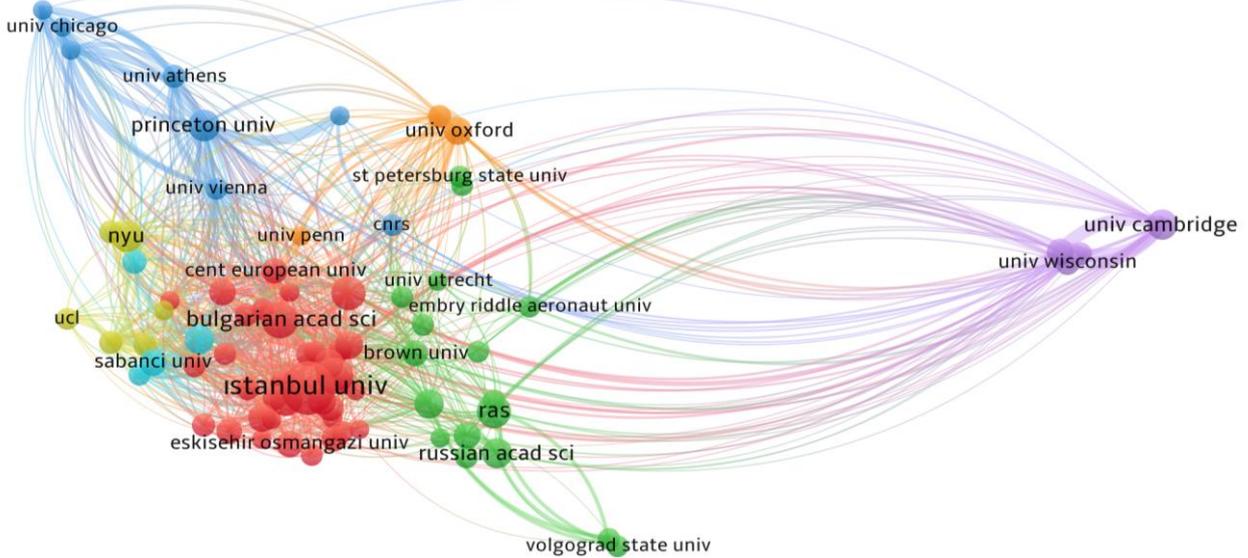


Gabor Agoston'un bağlantı gücü oldukça yüksek olarak karşımıza çıkmıştır. Bağlantı gücü yüksek olan diğer yazarlar Elizabeth Nora Barakat ve Emrah Safa Gürkan'dır. Eşleşmenin gücü, çalışmalar arasındaki ilişki gücünü yansıtmaları bakımında oldukça önemlidir. Analizde aynı renkleri paylaşan yazarlar olan Emrah Safa Gürkan, Murat Tuğluca, Suraiya Faroqhi, Douglas Scott Brookes, Ari Sekeryan aynı araştırma temasıyla ya da benzer temalarda eserler ortaya koyan araştırmacılar olmuşlardır.

Bibliyografik eşlemeyi kuruluşlar açısından da incelenmiştir. Böylelikle bir kuruluşun akademik yetkinlikleri ve uzmanlık alanları ortaya çıkarılabilmektedir. Aralarında iş birliği olan kuruluşlar aynı renklerle gösterilmiştir. Kuruluşların bibliyografik eşleşmesi beş belge ve sıfır atıf kriteri olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 13). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan kuruluşlar seçilmiştir.

Şekil 13

Kuruluşların Bibliyografik Eşleşme Analizi ve Yoğunluk Görseli



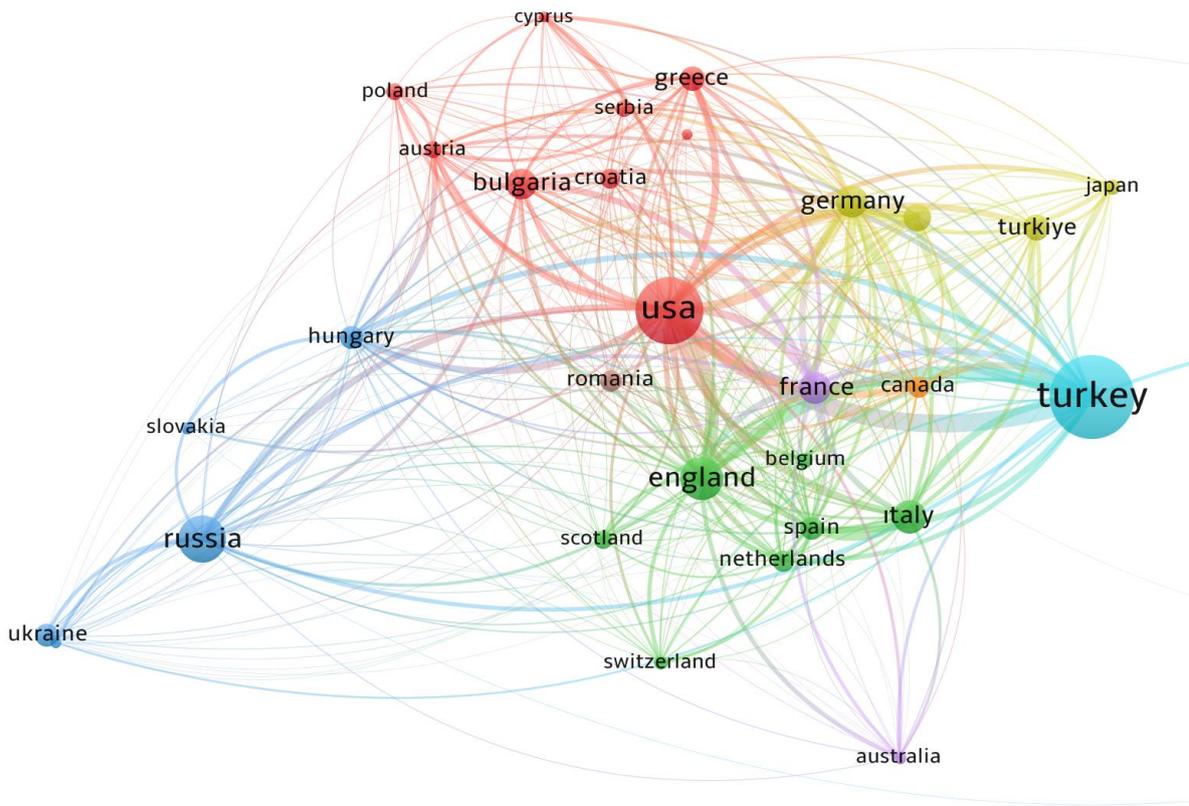
37 öğeden oluşan birinci kümede (kırmızı) 27 Türk Üniversitesi yer almıştır. Alfabetik sıraya göre bu kuruluşlar şu şekildedir; Afyon Kocatepe, Akdeniz, Anadolu, Ankara, Bilkent, Boğaziçi, Çanakkale Onsekiz Mart, Dokuz Eylül, Ege, Eskişehir Osman Gazi, Gazi, Hacettepe, Hatay Mustafa Kemal, Hitit, İstanbul 29 Mayıs, İstanbul Bilgi, İstanbul Medeniyet, İstanbul Şehir, İstanbul Teknik, İstanbul, İzmir Kâtip Çelebi, Karadeniz Teknik, Kırklareli, Muğla Sıtkı Koçman, Pamukkale, Sakarya ve Yıldız Teknik

Üniversiteleri'dir. Bağlantı gücü en yüksek olan kuruluşlar ise Cambridge Üniversitesi (859), Michigan Üniversitesi (826) ve Goergetown Üniversitesi (816) olmuştur (Şekil 13). Bu durum eşleşmenin merkezine bu üç üniversiteyi yerleştirmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu ile ilgili akademik çalışmalar, ülkelerin üretkenliklerini ortaya koyabilmek için de bir analize tabi tutulmuş ve üretkenliklerine göre ülkeler kategorize edilmiştir. Bu analiz ile ülkelerin akademik performanslarını değerlendirmek, araştırma alanlarını belirlemek ve bilimsel politikalarını yönlendirme amacıyla kullanılmaktadır. Aralarında bibliyografik eşleşme olan ülkeler, aynı renklerle gösterilmiştir (Şekil 14). Ülkelerin bibliyografik eşleşmesi bir ülkenin beş belgesi ve sıfır alıntı sayısı kriter olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 14). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan ülkeler seçilmiştir.

Şekil 14

Ülkelerin Bibliyografik Eşleşme Analizi ve Yoğunluk Görseli



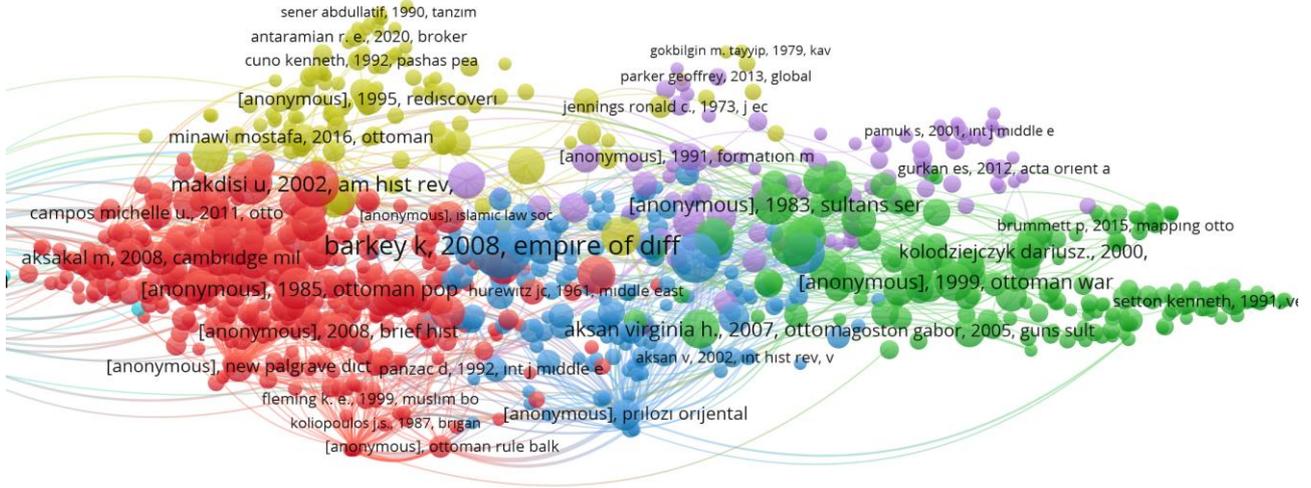
Turkey teması (turkuaz) 6 kümede 30 bağlantıya sahipken, *Türkiye* teması (açık yeşil) 4 kümede 25 bağlantıya sahiptir. Türkiye, ABD ve Rusya öne çıkan ülkeler olmakla birlikte aralarında bağ olan ülkeler Yunanistan, Sırbistan, Bosna Hersek; Bulgaristan, Avusturya, Polonya; Almanya, İsrail; Türkiye, Japonya; İspanya ve Hollanda şeklindedir (Şekil 14).

Ortak atıflar (co-citations) bilimsel yayınlar arasındaki ilişki ve benzerlikleri ölçmek için kullanılan bir analiz yöntemidir. Buna göre literatürdeki çalışmaların bağı anlaşılabilir. Ortak atıflar analizi araştırma alanlarındaki anahtar kelimeler üzerine odaklanılmak suretiyle belirlenmektedir. Henry Small iki belgenin birlikte atıf alması olarak ortak atıfları tanımlanmıştır (Small, 1973, 265). Böylelikle alandaki en etkili yazarlar ve eserler belirlenebilmektedir. Ortak atıflar (co-citation) atıflar (cited), kaynaklar (sources) ve yazarlar (authors) kategorilerinde incelenmiştir.

Alıntılanan referansların ortak atıfları, bir referansın beş kez alıntılanması olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 15). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan ortak atıf referansları seçilmiştir. 1.000 öge, 6 küme, 99.487 bağlantı tespit edilmiştir.

Şekil 15

Alıntılanan Referansların Ortak Atıf Analizi



Ağ haritasında aynı renkte gösterilen kümeler benzer araştırma alanlarında çalışmalar ortaya koyan yazarları ortaya koymaktadır. Karen Barkey tarafından 2008 yılında yayınlanan *Empire of Difference: The Ottomans in Comparative Perspective* adlı eserin toplam bağlantı gücü 1.880 olup 53 atıf ile ortak atıf analizinde liste başı olmuştur. Litaretüre yapılan atıflar sürekli güncellendiğinden ortak atıflar da dinamik bir yapıya sahiptir.

Bilimsel haritalama tekniği ile benzer ya da aynı konularla ilgili yapılan ortak atıflar da incelenebilmektedir. Bu analiz ile bir iki veya daha fazla sayıda belgeye üçüncü bir belge tarafından atıf yapılması ifade edilmektedir. Aralarında atıf kültürünün yoğun olduğu kaynaklar aynı renklerle gösterilmiştir (Şekil 16). Alıntılanan kaynakların ortak atıfları, bir kaynağın yirmi alıntısı kriter olarak belirlenmek üzere bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 16). Toplam bağlantı gücü en yüksek olan kaynaklar seçilmiştir. 366 öge, 6 küme, 39.393 bağlantı tespit edilmiştir.

Birinci kümede (kırmızı) başlıca yazarlar Donald Quataert, Şevket Pamuk, Erci Hobsbawn, Uriel Makdisi, Karen Barkey, Selim Deringil, Suraiya Faorqhi, Stanford Shaw, İlber Ortaylı, Kemal Beydili, Virginia Aksan ve Resat Kasaba; ikinci kümede (mavi) başlıca yazarlar Halil İncalcık, Baki Tezcan, Ömer Lütfli Barkan, Bernard Lewis, Geoffrey Parker ve Lütfi Paşa; üçüncü kümede (yeşil) başlıca yazarlar Gabor Agoston, Colim Imber, Colin Heywood ve Emrah Safa Gürkan yer almıştır. Ağ haritasının merkezinde ise Halil İncalcık'ın yer aldığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırma bulguları Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan çalışmaların gün geçtikçe arttığını ortaya koymuştur. Türkiye yayın sayısı bakımından başı çeken ülke konumundadır. Bu durum Türkiye menşeli Web of Science'ta taranan dergi sayısının artırılması gerektiği konusunu gündeme getirmiştir. Literatürde çoğu araştırmada en fazla tercih edilen dil İngilizce ve en çok üretilen yayın türü ise makale olarak karşımıza çıkmıştır. ABD menşeli kurum ya da kuruluşlarla iş birliği ile üretilen çalışmalarında kilit rol oynadığı da görülmüştür.

Bu çalışma, Web of Science veri tabanı Core Collection kataloğunda Tarih disiplini dikkate alınmak suretiyle hazırlanmıştır. Çalışma, 2014-2023 yılları arasındaki 10 yıllık zaman dilimine ilişkin yapılan tarama verileri temel alınmak suretiyle ile sınırlandırılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan çalışmaların uluslararası düzeydeki eğilimlerini analiz etmek ve iş birliği ağlarını ortaya koymak üzere nicel bir çalışma olarak hazırlanmıştır.

VOSviewer programı metin verisine ve bibliyografik verilere dayalı haritalama analizlerine fırsat sağlamakta olup metin verisine dayalı haritalama tekniği ile Osmanlı İmparatorluğu'na ilişkin yapılan çalışmalarda en çok kullanılan terimler tespit edilmiştir. Ardından bibliyografik verilere dayalı haritalama tekniğine geçilmiş ve literatürdeki mevcut veriler ortak yazarlık, ortak anahtar kelimeler, atıf, bibliyografik eşleşme, ortak atıf analizlerinin tespitleri yapılarak literatürün kapsamlı bir haritası çıkarılmıştır. Böylelikle ortak yazarlık yazarlar, kuruluşlar ve ülkeler bazında; ortak anahtar kelimelerin bir arada kullanımı; atıflar dokümanlar, kaynaklar, yazarlar, kuruluşlar ve ülkeler olarak; bibliyografik eşleşmeler dokümanlar, kaynaklar, yazarlar, kuruluşlar ve ülkeler olarak; ortak atıf bağlarının güçlü alıntıları, kaynakları ve yazarları belirlenebilmiş ve elde edilen bulgular ortaya konmuştur. Söz konusu bulgular Osmanlı İmparatorluğu ile ilgili yayın yapacak olan araştırmacılara yol gösterici olacaktır.

Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan çalışmaların Web of Science veri tabanında 2008 yılından itibaren artış gösterdiği tespit edilmiştir. Gelecek yıllarda bu sayının daha da artması temenni edilmektedir. Yayınların ülkelere göre dağılımında Türkiye (481), ABD (299) ve Rusya (136) çalışmalara öncülük etmiştir. Çoğu eserin İngilizce (1.263) ve Türkçe (272) olmak üzere yayınlandığı ortaya konmuştur. İngilizce olarak kaleme alınan eserlerin alıntılanma oranlarının Türkçe olarak kaleme alınan eserlerden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu eserlerin en fazla A&HCI (886), Book Citation Index (503), ESCI (476), ve SSCI (354) dizinlerinde taranmış olduğu anlaşılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu hakkında yapılan araştırmaların ülkelere göre dağılımında yayın sayıları bakımından Türkiye, atıf sayıları bakımından ise ABD yüksek değere sahiptir. Bu durum Türkiye'de üretilen eserlerde atıflar konusunda bir problem olduğunu ortaya koymuştur. ABD menşeli yayınların yaygınlık oranı ise çok daha yüksek olarak dikkat çekmiştir. Yayın sayılarındaki artış ve çok kültürlü ülkelere yönelik Osmanlı araştırmalarının uluslararası düzeyde gelecekte önemli bir araştırma gündemi olacağını öngörülebilir kılmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu hakkında literatürdeki mevcut durumunu anlamaya yönelik olarak hazırlanan bu çalışmanın ilk katkısı, tarih disiplininde yayınlanan makalelerin seçimi ve içerik analizi yoluyla eğilimleri ile eksikliklerini ortaya çıkarmak olarak belirlenmiştir. Aynı zamanda bu durumun araştırma fırsatlarının belirlenmesine de olanak sağlayacaktır. İkinci katkısı ise Osmanlı İmparatorluğu üzerine yayın yapmak isteyen araştırmacılara Web of Science veri tabanında yer alan neşriyat dallarını ortaya

çıkarmakla birlikte, literatürde yayın yapan yazarların tanınırlığını artırmak ve ortaya konulan eserlerin tanınırlığını sağlayarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Çalışma sınırları için belirlenen veri tabanının yalnızca Web of Science veri tabanı olarak belirlenmiş olması, çalışmanın kısıtlılıklarından biri olmuştur. Web of Science veri tabanı bilimsel yayınların analizi için en çok kabul gören ve sıklıkla kullanılan bir veri tabanı olmakla birlikte tüm yayınları içermemektedir. Gelecek çalışmalarda sosyal bilimlere dair daha fazla dokümanın yer aldığı TR DİZİN ya da DergiPark gibi diğer veri tabanlarından yararlanarak analizlerin yapılması karşılaştırmalı çalışmalara fırsat sağlayacaktır.

Kaynakça

- Agoston, G. (2020). *Osmanlı'da ateşli silahlar ve askeri devrim tartışmaları*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aksan, V. H. (2011). Küçülen Osmanlı dünyasında askerî reform ve sınırları 1800-1840. V. H. Aksan & D. Goffman (Ed.), *Erken modern Osmanlılar İmparatorluğun yeniden yazımı*. 161-182. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Al, U. (2008). Türkiye'nin bilimsel yayın politikası: Atıf dizinlerine dayalı bibliyometrik bir yaklaşım. [Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi], Ankara.
- Al, U. & Tonta, Y. (2004). Atıf Analizi: Hacettepe Üniversitesi kütüphanecilik bölümü tezlerinde atıf yapılan kaynaklar. *Bilgi dünyası*, 5(1), 19-47.
- Anık, M. (2012). Çokkültürcülük ve Osmanlı Devleti. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi (SEFAD)* 27, 117-130.
- Balyalı, T. Ö. & İlhan, Ö. A. (2023). Turizm ve dijitalleşme konulu araştırmaların bilimsel haritalama tekniği ile bibliyometrik analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, 9(1), 117-133.
- Brummett, P. (2011). Dünya tarihinden Piri Reis'e erken modern Osmanlı mekânını tahayyül etmek. V. H. Aksan & D. Goffman (Ed.), *Erken modern Osmanlılar İmparatorluğun yeniden yazımı*. 31-84. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Dirik, D., Eryılmaz, İ. & Erhan, T. (2023). Post-Truth kavramı üzerine yapılan çalışmaların VOSviewer ile bibliyometrik analizi. *Sosyal mucit Academic Review*, 4(2), 164-188.
- Goffman, D. (2011). Rönesans devletleriyle müzakere etmek: Osmanlı İmparatorluğu ve yeni diplomasi. V. H. Aksan & D. Goffman (Ed.), *Erken modern Osmanlılar İmparatorluğun yeniden yazımı*. 87-104. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Greene, M. (2011). Akdeniz'de Osmanlılar. V. H. Aksan & D. Goffman (Ed.), *Erken modern Osmanlılar İmparatorluğun yeniden yazımı*. 143-160. İstanbul: Timaş Yayınları.
- İnalçık, H. (2016). *Osmanlı İmparatorluğu klasik çağ (1300-1600)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kessler, M. M. (1963). Bibliographic coupling between scientific papers. *American Documentation*, 14(1), 10-25.
- Merigó, J. M., Blanco, F. M., Gil, A. M. L. & Yager, R. R. (2017). Thirty years of the international Journal of Intelligent Systems: A Bibliometric Review. *International Journal of Intelligent Systems*, 32(5), 526-554.
- Pritchard, A. (1969). *Statistical bibliography: An interim bibliography*. London: North-Western Polytechnic School of Librarianship.
- Seyitdanlıoğlu, M. (2009). Tanzimat dönemi Osmanlı sanayi (1839-1876). *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 38(46), 53-69.
- Small, H. (1973). Co-citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269.
- Smith, L. C. (1981). Citation analysis. *Library Trends*, 30(1), 83-106.
- Quartaert, D. (2020). *Osmanlı İmparatorluğu 1700-1922*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Tunçay, S. S. & Dalkılıç, O. S. (2017). Yönetim ve organizasyon bilim alanında ortak yazarlılık. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 393-423.

Zan, B. U. (2019). Doğrudan atıf, ortak atıf ve bibliyografik eşleşme yaklaşımlarına dayalı olarak araştırma alanlarının değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 501-516.

Makale Bilgi Formu

Yazarların Katkıları: Makale tek yazarlıdır. Yazar makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazar dergide yayınlanan çalışmasının telif hakkına sahiptir ve çalışma CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

Discourse of Foreign Digital Media: Analysis of the 2023 Turkish Presidential Election Coverage

Özden Özlü 

¹ Maltepe University, Faculty of
Communication, Public Relations and
Publicity Program, İstanbul, Türkiye,
ozdenozlu@maltepe.edu.tr



Received: 12.12.2023
Accepted: 21.01.2024
Available Online: 07.04.2024

Abstract: This study examines the complex dynamics of communication in the changing field of journalism influenced by the use of media. It specifically focuses on how thoughts and perceptions are expressed in this evolving landscape. Information and communication technologies significantly influence journalism by rapidly disseminating news, updates, and societal impacts. Utilizing critical discourse analysis, the study aims to reveal systematic language usages and uncover latent meanings beyond news texts. Focused on the 2023 Turkish Presidential Election, news texts from four prominent international newslets Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews are analyzed. The comprehensive analysis of international media coverage investigates the interplay of linguistic and thematic choices in shaping narratives. With a dual focus on macro and micro levels of discourse, the study uncovers diverse approaches among foreign media outlets. Each outlet adopts a distinctive thematic approach at the macro level, emphasizing key figures and sociopolitical contexts. Al Jazeera spotlights competition, BBC underscores post-election polarization, CNN focuses on Erdogan's victory, and Euronews provides insights into national challenges. Visual elements, like photographs, contribute significantly to framing events, offering nuanced political messaging. Micro-level analysis explores linguistic choices, syntax, and rhetoric, emphasizing the active voice to underscore leaders' agency. Deliberate use of the passive voice in presenting election results maintains a neutral tone. The way sentences are structured and the cause-and-effect connections help readers understand political developments by providing context. The study underscores the importance of media literacy in decoding political event representations, emphasizing the multifaceted complexities of media discourse.

Keywords: Digital Media, Elections, News Coverage, News Discourse, Foreign Media

Introduction

The role of the media in modern democracies holds significant importance in terms of the proper functioning of elections and the formation of an informed electorate. Media not only provides critical information to the public by observing, analyzing, and interpreting the election processes, but it also influences the public opinion by conveying the messages of political actors (McCombs, 2008). Therefore, the impact of the media on the democratic nature of elections and the political decision-making processes cannot be denied. Media plays a significant role in shaping public perception and attitudes during elections through its comprehensive news coverage and broadcasts. The information, narratives, and framing presented by the media can greatly influence how voters perceive candidates, parties, and key issues.

The events portrayed by the media can influence voter preferences, contribute to the formation of opinions, and even shape the overall political discourse (Rita et al., 2023, 4). Consequently, the activities of the media and the presentation of candidates can have profound effects on decisions made by voters, ultimately impacting election outcomes. Using certain analysis methods is beneficial in understanding how the media reflects the election process, how news affects political campaigns, candidates, and

parties, how the media can influence public opinions, and the importance of employing these methods to comprehend the democratic nature of elections.

In this context, the study aims to investigate how significant political events, such as the 2023 Turkish Election, are reflected in the international media and how the media's perception management influences both foreign and Turkish public opinion. To achieve this, Teun van Dijk (1983)'s discourse analysis, which aims to understand how texts operate within social, cultural, and political contexts, has been employed. This analysis method is used to comprehend the power and influence of language, to understand how messages are constructed, and how perception is managed. Discourse analysis helps in understanding the internal composition of texts, the connections between texts, and the societal consequences of texts (Aydın-Düzgit & Rumelili, 2019, 293). In this study, discourse analysis has been utilized to accurately understand the role of media on public opinion in elections. Thus, the study attempts to uncover the meanings and messages underlying the language, expressions, and symbols used in election news, as well as the emphasis and framing within the news. By examining these aspects, it seeks to reveal how the media attempts to present certain events.

The 2023 Turkish Presidential Election is an election that took place in the first round on May 14, 2023, and in the second round on May 28, 2023, to determine the President of Türkiye. Due to President Erdogan's candidacy for the third time in the presidential system, these elections were not only being closely followed nationwide in Türkiye, but also with curiosity around the world. In the 2023 Turkish Presidential Election, in order to increase their vote percentages, certain political parties formed two separate alliances by uniting: The People's Alliance and the Nation Alliance. The AK Party, which is the leading party, formed the People's Alliance with the MHP, BBP, New Welfare Party, and HUDA PAR, while the Nation Alliance consisted of the main opposition party CHP along with İYİ Party, SP, GP, DEVA, and DP (See Table 1). In addition, the Homeland Party participated in the election, along with an independent candidate (See Table 2). However, the candidate of the Homeland Party, Muharrem İnce, withdrew from the race three days prior to the election. In the first round of the election held on May 14, 2023, the presidential candidates were as shown in Table 2. Following the first round, none of the three candidates managed to secure a majority, leading to the election advancing to the second round on May 28, 2023. The second round took place between Recep Tayyip Erdoğan and Kemal Kilicdaroglu, with Erdoğan emerging as the victor, as the two candidates received the highest number of votes. Sinan Ogan announced his support for the People's Alliance in the second-round election.

Table 1

The Alliances Formed in the 2023 Turkish Presidential Election

The People's Alliance	Justice and Development Party (AK Party), Nationalist Movement Party (MHP), Great Unity Party (BBP), New Welfare Party, Free Cause Party (HUDA PAR)
The Nation Alliance	Republican People's Party (CHP), Good Party (İYİ Party), Felicity Party (SP), Future Party (GP), Democracy and Progress Party (DEVA), Democratic Party (DP)

Source: (2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi, 2023)

Table 2*The Candidates of the 2023 Turkish Presidential Election (The First Round)*

Party/Alliance	Candidate
The People's Alliance	Recep Tayyip Erdogan
The Nation Alliance	Kemal Kilicdaroglu
The Homeland Party	Muharrem Ince
The Independent Candidate	Sinan Ogan

Source: (2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi, 2023)

Several studies have been carried out concerning previous elections in Türkiye (Sine-Nazlı & Kalafat-Çat, 2019; Tauscher, Erdogdu & Korkmaz, 2019; Güneş, 2018). However, no national or international articles have been identified that address the 2023 Turkish Presidential Election and their outcomes. The elections, located in a geopolitically significant region, have been closely monitored both domestically and internationally. In this context, conducting a critical analysis of the discourse constructed in the foreign media regarding the two-round Presidential Election held on May 14 and May 28, 2023, holds significance as a subject of investigation. Since there have been no previous instances of a two-round Presidential election in Türkiye, this study has substantial importance.

1. Scope and Purpose of the Study

Within the scope of this study, the news about the 2023 Turkish Presidential Election published by the e-newspapers of four important news agencies on a global basis were examined by critical discourse analysis. The study aims to elucidate how these selected news agencies from different countries discuss the presidential candidates, the election results, and the reactions of both the Turkish public and other countries' populations.

2. Study Design and Problem

According to van Dijk (2015, 352), Critical Discourse Analysis is a research approach that focuses on exploring how text and speech in social and political contexts are utilized to carry out, sustain, or challenge acts of social power abuse, dominance, and inequality. Dijk (1985), furthermore, establishes news analyses in written news texts upon thematic and schematic structures where micro and macro structures are significant. Thematic structures involve a hierarchical framework. This hierarchical structure includes elements such as the main headline, sub-subheadings, captions, and lead paragraphs, where the chain of stories and events follows each other in a hierarchical manner within news narratives. Micro structures encompass journalists, demonstrators, and minorities, while various institutions and organizations that are interrelated with these micro structures also constitute macro structures (Sözen, 2017, 128).

In this context, news articles containing the election results from the e-newspapers of the news agencies, selected as samples, after the first round of the 2023 Turkish Presidential Election held on May 14, 2023, and after the second round held on May 28, 2023, have been analyzed within the framework of the discourse analysis method. The article seeks to answer the question of how the e-newspapers comprising the sample developed discourse regarding the two-round 2023 Turkish Presidential Election, the presidential candidates, and the election results.

3. Limitations of the Study

The 2023 Turkish Presidential Election were held on May 14, 2023. Nevertheless, since none of the three candidates obtained an adequate majority in the first round, the election advanced to a second round on May 28. Therefore, the research is limited to the news coverage of the sample e-newspapers about the

election results immediately after the first round of the election on May 14, 2023, and the election result reports right after the second round on May 28, 2023.

4. Method

The study's methodology encompasses the study's population and sample, as well as the processes of data collection and data analysis.

4.1. Population and sample

The research encompasses the global foreign media as its universe. However, due to the impractical scope of investigating the entire universe within this study, a purposive sampling approach has been employed. Therefore, four internationally recognized news agencies based in countries occupying significant and diverse geographical regions, and maintaining close relations with Türkiye, have been selected. The study's sample group consists of election news coverage from Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews — four renowned news agencies representing four distinct countries (See Table 3). These news agencies published the election news following the announcement of the results of the two-round 2023 Turkish Presidential Election on May 14 and 28, 2023. Additionally, the analysis aims to explore the roles these prominent global media platforms play, the emphasis they place, and the perspectives they offer in their coverage of the election process.

Table 3

The Sample Group of the Study

	News Agency	Country	Established in	Broadcast Languages
1	Al Jazeera ¹	Qatar	1996	2
2	BBC ²	The United Kingdom	1922	41
3	CNN ³	The United States	1980	17
4	Euronews ⁴	Headquartered in France	1993	14

4.2. Data collection and analysis

According to Karasar (2016, 248), because the initial data collection yielded somewhat unintelligible results, the research should incorporate details about the data collection methods employed, as well as the techniques applied for data analysis and interpretation. In this study, an examination has been conducted on the web content related to the 2023 Turkish Presidential Election, specifically the coverage published by Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews on their websites after the two-round elections held on May 14 and May 28, 2023. This analysis involves employing both web content analysis (Web Content Analysis; WebCA) and discourse analysis, both of which are qualitative research methodologies. Discourse analysis, encompassing an all-encompassing comprehension of communication incorporating interpretive perspectives like hermeneutics and humanities, provides insights into the dynamics of knowledge, power, politics, and ideological interactions (Bell, 2011). This is achieved by addressing inquiries about how individuals express themselves, engage in listening or silence, and partake in reading or writing (Luo, 2019). Whenever there is a requirement for the interpretation and elucidation of new data, shorter texts become particularly fitting for the application of discourse analysis. This method is especially adept at dissecting brief texts and dialogues. Within the realm of discourse analysis, the data primarily consists of the researcher's explications (Gökçe, 2006, 44). Through discourse analysis, the research reveals how the coverage of the elections is presented in

¹ Al Jazeera (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 14, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/Al_Jazeera

² BBC (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 16, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/BBC_World_Service

³ CNN (n.d.). About CNN International. *CNN International*. Retrieved August 16, 2023, from <https://bit.ly/3QGHsG8>

⁴ Euronews (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 9, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Euronews>

the e-newspapers of the four sample news agencies, which feature election news in their agendas within a day or two after the two-round elections.

5. Findings

Newspaper articles have been examined at macro and micro levels in accordance with Özer's (2022, 44) adaptation of Teun A. van Dijk's (1983; 1988; 1991) critical discourse analysis model (See Table 4). Thematic and schematic analyses have been conducted within the macro structure. Thematic analysis encompasses sections such as news headlines, introductions, highlights, and photographs, while schematic analysis focuses on the presentation of the main event, conclusions, and commentary. At the micro level, syntactic analysis, regional coherence, word choices, and rhetorical analyses have been utilized. Syntactic analysis has been carried out by analyzing the sentence structures. The examination of word choices in the news texts has revealed the beliefs and political opinions of social actors. One of the micro-level analyses, regional coherence analysis, involves efforts to uncover causal, functional, and referential relationships established between consecutive sentences in news texts.

Table 4

Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis Model

A) Macro Level Analysis		
1. Thematic Analysis	a) Headline/s	
	b) News Lead	1. Subheading/s 2. When there is no subheading, the first paragraph of the news article should be taken. If the news consists of a single paragraph, the first sentence can be used as the news lead.
2. Schematic Analysis	c) Photograph	
	a) Situation	1. Presentation of the Main Event 2. Results 3. Background Information (Including Previous Events) 4. Contextual Information
	b) Commentary	1. New Sources 2. Comments from Involved Parties
B) Micro Level Analysis		
1. Syntactic Analysis	a) Whether sentence structures are active or passive	
	b) Whether sentence structures are simple or complex	
2. Local Coherence	a) Casual relationships	
	b) Functional relationships	
	c) Referential relationships	
3. Word Choices		
4. News Rhetoric	a) Photograph	
	b) Credible information	
	c) Testimonies of eyewitnesses	

5.1. Critical discourse analysis of news

The discourse analysis has been applied to the election result news published in the e-newspapers of the media agencies Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews, which were identified as the sample. This analysis covers the news published in the issues following the first round on May 14, 2023, and the second round on May 28, 2023. The analysis has been conducted within the framework of critical discourse analysis at the fundamental discourse level.

5.1.1. Macro level analysis

The news texts analyzed in terms of macro propositions in Table 4 are structured by forming a set of themes and considering macro rules. Within the macro structure, the sub-elements of the thematic and schematic main structures include elements such as headlines, news leads, highlights, and photographs. Later in the commentary, the main event, results, background information, and contextual details are

explained, and news sources and comments from the parties involved in the event are examined within the macro structure.

5.1.1.1. Thematic analysis of round one: Headlines, news leads and photographs

Below is an analysis composed of the headlines and news leads related to the 2023 Turkish Presidential Election news published by the sample e-newspapers prior to the first round of the election, as provided in Table 5. These headlines offer diverse international perspectives on the election results and process. Each headline and news lead reflects the priorities and interpretations of the respective news sources regarding the election. The analysis of these headlines and news leads will contribute to a better understanding of the election outcomes, expectations before the second round of the election, and the international reverberations. On the other hand, photographs are carefully chosen to complement and reinforce the themes present in the news texts. They are not only visual aids but also powerful tools that contribute to conveying the intended message effectively. By selecting specific images, news outlets can enhance the impact of their coverage and create a more comprehensive understanding of the subject matter. This study examines digitally produced newspapers. In digital newspapers, visuals that offer new perspectives are fewer in number compared to print media (Guallar, 2011, 394). In these types of newspapers, texts are shorter, and instead of lengthy articles, there is a focus on incorporating multimedia content with concise and direct narratives (Thurman & Lupton, 2008).

Table 5

Headlines and News Leads Appeared in the Sample E-Newspapers after the First Round of the 2023 Turkish Presidential Election

E-newspaper	Date	a) Headlines and b) News Leads
Al Jazeera⁵ (First Round)	May 15, 2023	a) "What's a run-off? All to know about Türkiye election results" b) "This is the first time Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate"
BBC⁶ (First Round)	May 15, 2023	a) "Türkiye's presidential race to be decided in run-off" b) "Türkiye's powerful president, Recep Tayyip Erdogan, will go head to head with his opposition rival in a run-off vote, the supreme election council has confirmed"
CNN⁷ (First Round)	May 14, 2023	a) "Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections" b) "Türkiye's fiercely contested presidential election appears likely to go to a second round after President Recep Tayyip Erdogan failed to secure 50% of votes cast to decisively extend his 20-year rule"
Euronews⁸ (First Round)	May 15, 2023	a) "Turkish election: Five things we learned from the vote" b) "From positions of power to kingmakers, the parties that did well, and the politicians fighting for survival in the second round of voting at the end of the month"

Upon reviewing the headlines related to the first round results presented in Table 5, it becomes apparent that they all have a common theme, centering around the 2023 Turkish Presidential Election and the concept of a "run-off" election. These headlines all delve into the scenario where a second round of voting is required due to the absence of a clear majority winner in the first round. This recurring

⁵ What's a run-off? All to know about Türkiye election results. (2023, 15 May). *Al Jazeera*. Retrieved September 5, 2023, from <https://bit.ly/44hVD7D>

⁶ Kirby, P. (2023, May 15). Türkiye's presidential race to be decided in run-off. *BBC*. Retrieved September 5, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65600585>

⁷ Qiblawi, T., Karadsheh, J. & Tuysuz, G. (2023, May 15). Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections. *CNN*. Retrieved September 6, 2023, from <https://bit.ly/3P69VUG>

⁸ Turkish election: Five things we learned from the vote (2023, May 15). *Euronews*. Retrieved September 6, 2023, from <https://bit.ly/3YHGCL6>

theme unites them in their coverage. When examined for similarities, the headlines all point out the Turkish presidential election and the participation in a “run-off” or second round of voting. They collectively suggest that the initial round did not yield a definitive winner. The headlines underscore the significance of the “run-off” round in determining the election's outcome.

However, there are differences among the headlines in terms of the details they emphasize and the angles they take. Al Jazeera focuses on explaining the concept of a run-off election and understanding the election results. BBC highlights that the presidential race's final result will be determined through the run-off. CNN, on the other hand, emphasizes Erdogan's involvement and the close nature of the election, suggesting a competitive scenario leading to a run-off. Euronews concentrates on the insights gained from the election, likely discussing broader takeaways beyond just the need for a run-off.

Upon examining the headlines in a metaphorical context, Al Jazeera's “What’s a run-off?” headline implies that the election did not lead to the election of a president, suggesting instead that the election advanced to a second round. The BBC's headline, “Türkiye's presidential race to be decided in run-off”, employs the phrase “to be decided” in a potential metaphorical manner to convey result uncertainty and the potential resolution in the run-off round. CNN's “Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections” employs “knife-edge elections” to possibly metaphorically emphasize the closely contested and uncertain nature of the results. Euronews's phrase, “Turkish election: Five things we learned from the vote”, likely carries a metaphorical undertone while indicating broader insights gleaned from the election. These underlying metaphors contribute to highlighting the unique tone and meaning inherent in each headline.

The news leads of the first-round election, as reported in the e-newspapers shown in Table 5, provide different perspectives on Türkiye's presidential election. Al Jazeera's news lead states, “This is the first time Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate”. Al Jazeera's report highlights the historical significance of the election, as it marks the first time President Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate. It underscores the unique nature of this situation, emphasizing the electoral challenge Erdogan is now confronting. The BBC's news lead “Türkiye's powerful president, Recep Tayyip Erdogan, will go head to head with his opposition rival in a run-off vote, the supreme election council has confirmed” centers on President Erdogan's influential position in Turkish politics. It also confirms the official announcement of a run-off vote against his opposition rival by the supreme election council. The news lead underscores the tremendous significance of this election for Erdogan and its potential impact on his political future. CNN's news lead “Türkiye's fiercely contested presidential election appears likely to go to a second round after President Recep Tayyip Erdogan failed to secure 50% of votes cast to decisively extend his 20-year rule” emphasizes the intense competition in the presidential election, with the likelihood of a second round. It mentions Erdogan's failure to secure 50% of the votes, suggesting the possibility of a shifting political landscape after his two decades in power. Euronews with its news lead “From positions of power to kingmakers, the parties that did well, and the politicians fighting for survival in the second round of voting at the end of the month” adopts a broader perspective, moving beyond the candidates themselves. It focuses on the parties and politicians participating in the upcoming second round of voting at the end of the month. The report suggests that the election has created opportunities for some and challenges for others, potentially resulting in a reshaped political landscape. Each news lead provides a unique angle on the same event, offering varying levels of detail and context. Al Jazeera and BBC focus on Erdogan's position and the run-off confirmation, while CNN delves into the competitive nature of the election, and Euronews looks at the broader political implications beyond just the candidates.

All four newspapers have utilized visual elements alongside news articles both after the first round and after the second round election. When analyzing images related to the news published by newspapers after the first round of the election, the following assumptions can be drawn: Newspapers reporting on

the first-round election results have shared photographs related to their headlines. Al Jazeera, BBC, and CNN have included visuals of Erdogan in their coverage. In the visuals from Al Jazeera and BBC, there are groups of women supporting Erdogan. In both images, women are actively using their mobile phones, capturing pictures or videos of their pro-Erdogan demonstrations. CNN Türkiye has featured an image that juxtaposes Erdogan with the journalist Christiane Amanpour, who is evaluating Erdogan. In this image, Erdogan is seen giving a speech during an election campaign, with an aggressive facial expression that draws attention. Euronews, in its visual, has depicted the front pages of some Turkish newspapers that are visibly displayed for sale in a kiosk. Unlike the other outlets, Euronews did not feature any specific candidate in its visual coverage.

5.1.1.2. Thematic analysis of round two: Headlines, news leads and photographs

In this section, the headlines of the news articles published by the sample e-newspapers have been examined, regarding the 2023 Turkish Presidential Election after the second round. Newspaper headlines serve as tools for maximizing relevance, meticulously crafted to ensure that their stories align closely with the interests and needs of their readers and provide an effective way to convey essential information to readers before they even read an article (Sperber & Wilson, 1986). The headlines of the sample e-newspapers, following the second round of the election, offer a quick overview of the election results and the significance of the event. They serve as a concise introduction, giving readers a glimpse into the outcomes and importance of the election. Table 6 displays the headlines and news leads published by these newspapers immediately after the second round of the election. In the thematic analysis of the second round of the election on May 28, 2023, the headlines, the news leads and the photographs published in the sample e-newspapers have been interpreted.

Tablo 6

Headlines and News Leads Appeared in the Sample E-Newspapers after the Second Round of the 2023 Turkish Presidential Election

E-newspaper	Date	a) Headlines and b) News Leads
Al Jazeera⁹ (Second Round)	May 29, 2023	a) "Five key takeaways from Türkiye's pivotal election" b) "Erdogan a political survivor, Kurds put off by nationalist rhetoric and other reflections"
BBC¹⁰ (Second Round)	May 29, 2023	a) "Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided" b) "Recep Tayyip Erdogan's supporters are celebrating after Türkiye's long-time president won Sunday's vote, securing another five years in power"
CNN¹¹ (Second Round)	May 29, 2023	a) "Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade" b) "President Recep Tayyip Erdogan has won Türkiye's presidential election, defeating opposition leader Kemal Kilicdaroglu in Sunday's runoff vote and stretching his rule into a third decade"
Euronews¹² (Second Round)	May 28, 2023	a) "Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided" b) "Türkiye's president defeated secular challenger Kemal Kilicdaroglu in the second round of voting on Sunday"

⁹ Al Jazeera Staff (2023, May 29). Five key takeaways from Türkiye's pivotal election. *Al Jazeera*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3E56Duk>

¹⁰ Kirby, P. & Goksedef, E. (2023, May 29). Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided. *BBC*. Retrieved September 8, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65743031>

¹¹ Tuysuz, G., Gezer, Y. & Qiblawi, T. (2023, May 29). Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade. *CNN*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/44jZhho>

¹² Askew, J. (2023, May 30). Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided. *Euronews*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3QP8Ku4>

As seen in Table 6, the e-newspapers published news about the 2023 Turkish Presidential Election results soon after it was over. While Euronews reported the results immediately after the election concluded, Al Jazeera, BBC, and CNN covered the election on May 29, 2023. Al Jazeera's headline, "Five key takeaways from Türkiye's pivotal election", suggests that the election is a pivotal moment for Türkiye, and Al Jazeera aims to present five essential takeaways from this election, emphasizing a focus on the key outcomes of the news. The BBC's headline, "Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided", states that Erdogan's election victory has left Türkiye divided. This headline highlights how the election results reflect different opinions and reactions within the country. CNN's headline, "Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade", emphasizes that Erdogan has won the Turkish election, extending his rule for a third decade in Türkiye. This headline highlights Erdogan's long-lasting leadership. Euronews headline, "Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided" indicates that Erdogan's victory in the Turkish presidential election has left the country divided. This headline underscores how the election results have affected the unity and cohesion of the nation.

All headlines mention Erdogan's victory in the election as a central theme. Each headline indicates a degree of division or polarization within Türkiye as a result of the election. All headlines touch upon Erdogan's victory and the division in Türkiye; however, they differ in their primary focus, tone, and level of detail. While they all touch on Erdogan's victory and the division, the headlines differ in their primary focus. Al Jazeera emphasizes key takeaways, BBC focuses on the divisive aspect, CNN highlights the extension of Erdogan's rule, and Euronews underscores the polarization. The headlines vary in tone, with some being more neutral (Al Jazeera and CNN) and others carrying a more explicit tone (BBC and Euronews) in portraying the division in Türkiye. Al Jazeera's headline suggests a more in-depth analysis with 'five key takeaways,' while the others provide briefer summaries of the situation.

On the other hand, these headlines employ metaphorical language to provide a symbolic perspective on the 2023 Turkish Presidential Election. Al Jazeera's "Five key takeaways from Türkiye's pivotal election" portrays the election as a door to an important room, offering readers essential insights as keys to unlock a deeper understanding. The BBC's "Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided" likens the election to a bridge that, despite its unifying potential, has resulted in a divisive aftermath. CNN's "Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade" metaphorically extends Erdogan's rule as a long journey, with each election serving as a milestone. Euronews's "Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided" envisions the election as a critical decision point for the nation, yet Erdogan's victory has left the nation as a puzzle with missing pieces, fostering division and uncertainty. In a metaphorical context, this headline envisions the election as a decision point for the nation. Erdogan's win, however, has left the nation as a puzzle with missing pieces, causing division and uncertainty.

In this section, a thorough analysis of the news leads for the second round is conducted, as they have been presented in Table 6. These news leads from Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews offer valuable insights into the evolving dynamics and significance of the 2023 Turkish presidential election, providing a multifaceted view of this pivotal moment. Al Jazeera's news lead, 'Erdogan a political survivor, Kurds put off by nationalist rhetoric and other reflections,' highlights Erdogan's resilient political career. It suggests his ability to overcome challenges and its potential negative impact on relations with the Kurdish population in Türkiye, indicating possible disapproval within the Kurdish community. The BBC news lead states that Erdogan's supporters are celebrating his victory in Sunday's vote, securing his presidency for another five years, highlighting the significance of his win and the joy among his supporters. CNN reports Erdogan's victory in Türkiye's presidential election, defeating opposition leader Kilicdaroglu in Sunday's runoff, extending his rule into a third decade. Euronews' news lead states that Türkiye's president defeated his secular challenger, Kemal Kilicdaroglu, in the second round of voting on Sunday. This summarizes the president's election victory and the outcome of the second round

succinctly. In sum, these news leads collectively underscore the intricacies and significance of this electoral juncture in Türkiye's political arena.

In this section, the images found just beneath the headlines of four sample e-newspapers have been examined in the reporting of the results of the second round of the election. The description of the image beneath the headline in Al Jazeera's e-newspaper suggests that supporters of the AK Party are celebrating their victory in the 2023 Turkish Presidential Election. These supporters can be seen outside the AK Party office in Istanbul, proudly waving Turkish flags and carrying torches. Many are using their mobile phones to capture photos and videos of the celebration. Additionally, it's noted that some individuals are making a hand gesture symbolizing nationalism, known as the wolf sign of the MHP supporters. The caption below the image indicates that the celebration is taking place after the AK Party's victory in the run-off election, and it specifies that these individuals are supporters of President Erdogan. This overall description provides insight into the atmosphere and reactions surrounding the election results, suggesting a jubilant mood among AK Party supporters.

In the BBC's election results coverage on May 29th, two screenshots from videos are shared beneath the description of Erdogan's victory speech, labeled as "Erdogan victory speech: Today nobody has lost". The second image screenshot was taken from a video of the opposition party leader Kilicdaroglu giving a speech, accompanied by the caption "Kilicdaroglu gives fiery speech after Erdogan claims victory". These images capture the Turkish public's reaction to the election results. In the first picture, Recep Tayyip Erdogan is seen wearing a navy blue suit, a white shirt, and a navy blue patterned tie, projecting a formal and serious appearance. He is delivering a post-election victory speech to the public at a podium adorned with the Presidential seal in the Presidential Palace. His right hand is slightly raised, with his index and middle fingers touching, suggesting that he is likely conveying an important statement or emphasizing a message. This gives the impression of a strong and resolute leader during his speech. In the other picture, Kemal Kilicdaroglu is seen delivering a post-election speech. He is dressed in a black suit with a white shirt and a red tie, with a Turkish flag pin on his lapel. His face carries a somber expression, and he holds papers containing his speech in his hands. Kilicdaroglu's appearance and demeanor seem to reflect the stance and emotional state of a candidate who has lost the election. While dressed sharply in a black suit, white shirt, and a red tie, the Turkish flag pin on his lapel emphasizes his respect and commitment to the national symbol. The somber expression on his face suggests that the election result may not have been as expected or as desired. Holding the papers containing his speech indicates his intention to deliver a prepared and contemplative statement. This reflects his aim to convey an emotional and serious message while addressing the election results and his supporters. This picture captures emotionally charged moments in the post-election political atmosphere, reflecting the process of a political leader dealing with a setback and responding emotionally to supporters. In the last picture, it shows the Presidential Palace where Erdogan delivered his victory speech, while the crowd celebrates the victory with great enthusiasm. In one touching moment, a father is pictured carrying his daughter on his shoulders, with the girl holding a flag, creating a heartwarming and emotional scene. This image portrays a sense of unity and shared celebration among families and individuals in attendance. The caption below the image reads, "Supporters gathered outside the palace from all over Ankara to hear Mr. Erdogan".

The picture shown under the headline of CNN e-newspaper following the 2023 Turkish Presidential Election holds significant importance as the person depicted in the image is none other than the then-incumbent President of that time, Erdogan, who also ran as a candidate in the 2023 elections. His choice of a black suit and white shirt conveys a formal and serious demeanor. The presence of the Turkish flag and the Presidential seal in the background confirms that this image was taken in the Presidential office. The wedding ring on his right hand appears as a personal touch, possibly hinting at a more personal aspect of the interview or message being conveyed. Raising his right hand to shoulder level and moving his index and middle fingers while giving the interview likely serves to emphasize an important

statement or message. The second picture captures a jubilant individual, presumably an AK Party supporter, with a beaming smile and outstretched arms. In the background, Turkish flags and AK Party banners are visible, emphasizing the person's dedication and happiness. The caption beneath the image mentions that Sehat Pak, an individual, stated that Muslims should celebrate Erdogan's victory. This image illustrates diverse emotional responses to the election results and how people passionately celebrate their political leaders and parties.

The picture displayed under the headline of Euronews portrays Recep Tayyip Erdogan and contains significant symbols. Erdogan is seen wearing a black suit, a white shirt, and a predominantly blue tie in the picture, indicating a formal and serious demeanor. The background features the Presidential seal and two Turkish flags, underscoring his role as the President. The most prominent detail is Erdogan's use of the "R4BIA" sign with both hands. Initially used to protest the 2013 Egyptian military coup by supporters of Egypt's elected president, Mohammed Morsi, and the Muslim Brotherhood, Erdogan has also employed it to convey the message of "One Nation, One Flag, One Homeland, One State" (Presidency of the Republic of Türkiye, 2017). This symbol reflects the unity of Erdogan and his supporters and conveys a specific political message. Additionally, the use of this symbol is significant for interpreting political events and movements on the international stage, representing a particular situation or viewpoint in Turkish politics.

5.1.1.3. Schematic analysis of the Two-Round election

At the macro structural level, the next step in the critical discourse analysis model involves the schematic structure. Within this schematic stage, news articles are analyzed in terms of how they present the main event, its outcomes, background information, and the context. This section examines news texts within the framework of the narrative pattern. It assesses whether the information provided in the text is comprehensive. Moreover, it evaluates how the main event is portrayed in the news and determines the conclusions drawn. Following this, the analysis shifts its focus towards the social and political aspects of the events (Güneş, 2018).

All four newspapers are presenting the main event in the introductions of their news articles regarding the results of the 2023 Turkish Presidential Election's first and second rounds. Elections hold a significant place in society, and the presentation of the main events in newspapers helps us understand the political developments and election results in Türkiye. Contextual information is structural and historical, reflecting the social and political aspects of events (Özer, 2022). In Al Jazeera, BBC, CNN, and Euronews, it has been observed that discourses have been made regarding the reasons for the elections. In terms of contextual information, all four newspapers focus on election results, the performance of candidates, and the upcoming second-round election in their texts.

Here are some examples from all four newspapers about the first round election results. 1) About the results of the elections: "With 99 percent of domestic ballot boxes counted, Erdogan had 49.92 percent of votes, with Kilicdaroglu trailing closely with 44.95 percent of votes" (Al Jazeera), "Mr Erdogan led the first round with 49.51% of the vote, its chairman said" (BBC), "With 97.95% of votes counted, state-run Anadolu news agency reported Erdogan had 49.34% of votes, compared to 44.99% for his main opponent, Kemal Kilicdaroglu – meaning neither could claim an outright win" (CNN), "This is the first presidential election where Erdogan hasn't won in the first round. That's already a shock for the Turkish political system" (Euronews).

2) About the performance of candidates: "Some people find it surprising, but he (Erdogan) apparently delivered what they expected of him and promises that he will deliver even better in the aftermath of the election..." (Al Jazeera), "Mr Erdogan has been in power in Türkiye for more than 20 years, first as prime minister and then as president..." (BBC), "Kilicdaroglu, a mild mannered 74-year-old former bureaucrat, has promised to fix Türkiye's faltering economy and restore democratic institutions

compromised by a slide to authoritarianism during Erdogan's tenure" (CNN), "Kilicdaroglu, the leader of the Republican People's Party (CHP), said he was certain of a second-round victory, but Sunday's results indicate he could struggle to attract enough votes even though he was the candidate of the six-party Nation Alliance" (Euronews).

3) About the upcoming second-round election: "A run-off vote is a second round of voting that takes place when no candidate receives more than half of the presidential vote" (Al Jazeera), "A second round will go ahead on 28 May, with Mr Erdogan the clear favourite" (BBC), "If our nation says second round, we gladly accept it. We will absolutely win this election in the second round. Everyone will see that," he (Kilicdaroglu) said, of the runoff, slated for May 28" (CNN), "Supporters of both leading candidates wasted no time in launching their campaign for votes in the second round election on 28 May" (Euronews).

Here are some examples from all four newspapers about the second round election results. The sentence from Al Jazeera, "Erdogan received 52.2 percent of votes in the second round of the presidential election on Sunday, beating his rival Kemal Kilicdaroglu, who won 47.8 percent, according to preliminary results", discusses the election results and the performance of the candidates in the second round. The sentence from BBC, "President Erdogan ended with just over 52% of the vote, based on near-complete unofficial results. Almost half the electorate in this deeply polarized country did not back his authoritarian vision of Türkiye", provides information about the election results, the performance of President Erdogan. Here is a sentence from CNN that discusses election results and the performance of candidates: "With 99.43% of the votes counted, preliminary official results announced by Türkiye's Supreme Election Council (YSK) on Sunday showed Erdogan winning with 52.14% of the votes. Kilicdaroglu received 47.86%". "He defeated rival Kemal Kilicdaroglu in the second round of voting, after coming just short of an outright victory first time around on 14 May". This sentence from Euronews provides information about the election results and the performance of President Erdogan and opposition leader Kemal Kilicdaroglu.

5.1.2. Micro level analysis

The micro structure analysis of the news texts involves syntactic analysis, regional coherence, word choices, and analysis of news rhetoric. In the syntactic analysis part, the active or passive and simple or complex structures of sentences are examined, while in the regional coherence part, the connections between sentences presented in the news texts, causal relationships, coherence, and complementary features are identified.

5.1.2.1. Syntactic analysis

In the four sample e-newspapers, it has been observed that sentences related to leaders/candidates are in the active voice, whereas sentences related to the election results are in the passive voice. In this context, here are sample sentences from the news articles that contain first-round election results:

Sentences related to leaders/candidates (Active voice):

- Al Jazeera - "Despite all of his lies and attacks, Erdogan did not receive the desired outcome," said Kilicdaroglu (Round 1). "All the means of the state were mobilized for one political party and laid at the feet of one man," the Republican People's Party (CHP) leader said (Round 2).
- BBC - "we (CHP) will absolutely win in the second round" (Kilicdaroglu's statement) (Round 1). "The entire nation of 85 million won," he (Erdogan) told cheering crowds outside his enormous palace on the edge of Ankara (Round 2).
- CNN - "If our nation says second round, we gladly accept it. We will absolutely win this election in the second round. Everyone will see that," he (Kilicdaroglu) said, of the runoff, slated for May 28 (Round

1). “We are not the only winners; the winner is Türkiye. The winner is all parts of our society, our democracy is the winner,” Erdogan said. (Round 2).

- Euronews - “We have no doubt that the preference of our nation, which gave the majority in parliament to the People’s Alliance, will be in favor of trust and stability in the (second round),” the president (Erdogan) told his supporters in Ankara (Round 1). “We will continue to be at the forefront of this struggle until real democracy comes to our country”, he (Kilicdaroglu) said in Ankara (Round 2).

Sentences related to the election results (Passive voice):

- Al Jazeera: The final results from Sunday’s vote are expected to be announced by 3pm (12:00 GMT) on Monday, Al Jazeera’s Farah al-Zaman Shawki said from Ankara, with votes from abroad yet to be fully counted (Round 1). But ahead of the May 14 first round, the polls were widely billed as the toughest Erdogan had ever faced... (Round 2).
- BBC – Mr Yener said all of the ballot boxes from Sunday's vote had been opened and turnout in Türkiye was 88.92% (Round 1). Although the final results were not confirmed, the Supreme Election Council said there was no doubt who had won (Round 2).
- CNN - On Thursday, Kilicdaroglu was boosted further by the late withdrawal from the race of a minor candidate, Muharrem Ince (Round 1). A catastrophic quake could have ended Erdogan's rule. He's now poised to win the election (Round 2).

5.1.2.2. Local syntactic coherence

In local syntactic coherence, sentences that make up news texts are evaluated within the framework of causal, referential, and functional relationships. The way in which the emphasized individual or topic in news presentation is defined is highlighted in terms of political framework and neutrality. The words used or preferred in this section play a significant role in the process of meaning formation. In this part, causality relationships in the news leads of sample newspapers have been examined (Doruk, 2013). It has been observed that there is a causal relationship in one of the news headlines and news leads.

“This is the first time Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate” (Al Jazeera R 1): ‘This is the first time’ emphasizes a causal relationship, and the part “Erdogan faces a second-round run-off vote as a presidential candidate” explains this causal connection. The sentence conveys that Erdogan is facing a second-round run-off vote for the first time, and this is being presented as a reason or cause for the situation.

5.1.2.3. Word choices

Word choice plays an important role in determining the meaning of the news and reflecting the beliefs and opinions of the journalists. Within the news text, describing the same individual as a terrorist or a freedom fighter, for example, reveals the ideological atmosphere to which reporters and newspapers are committed. Word choice influences the way news is presented and helps readers gain a better understanding of events (Özer, 2022).

In evaluating the neutrality or tendency to emphasize a polarized political atmosphere of the headlines, it can be said that some of the headlines are more neutral, but such assessments are also subject to readers' interpretations. In this context, here are some possible inclinations of neutrality and polarization in the headlines:

Neutral Headings:

“Five key takeaways from Türkiye’s pivotal election” (Al Jazeera – R2)

“Turkish election: Five things we learned from the vote” (Euronews – R1)

These headlines use a more neutral language and primarily refer to the election results and information.

Headlines Emphasizing a Polarized Political Atmosphere:

“Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided” (BBC – R2) – The word 'victory' has a positive implication for Erdogan; however, it highlights a divided nation.

“Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections” (CNN – R1) – Erdogan’s runoff in Türkiye's closely contested elections implies a tough challenge.

5.1.2.4. Rhetoric of the news

In the micro-level rhetoric of news, elements like photos, graphics, and quotations enhance credibility and help convey the news theme. Selected photos and visuals shape audience perception, playing a vital role in news rhetoric to establish credibility and persuade (Güneş, 2018).

“What’s a run-off? All to know about Türkiye election results” (Al Jazeera R1): This headline uses news rhetoric to stimulate the reader's interest.

“Türkiye's presidential race to be decided in run-off” (BBC R1): This headline employs rhetoric by emphasizing that the presidential race in Türkiye will be determined in a run-off election.

“Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections” (CNN R1): The phrase Heading for a runoff emphasizes this uncertainty, capturing the reader's attention.

“Turkish election: Five things we learned from the vote” (Euronews R1): This headline aims to pique the reader's interest in learning about the insights gained from the vote.

“Five key takeaways from Türkiye’s pivotal election” (Al Jazeera R2). The news rhetoric highlights five crucial insights derived from Türkiye's pivotal election, aiming to capture the reader's attention.

“Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided” (BBC R2): This headline utilizes news rhetoric by emphasizing that Erdogan's victory in the Turkish election has resulted in a divided nation.

“Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade” (CNN R2): This headline uses news rhetoric to underscore Erdogan's victory in the Turkish election, highlighting the extension of his rule into a third decade.

“Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided” (Euronews R2): It highlights the polarization and differing sentiments within the country following the election, underlining the impact of the election outcome on national unity

Conclusion and Recommendation

The analysis of media coverage of the 2023 Turkish Presidential Election in the first piece provides a multifaceted view of how international media outlets framed and reported on this significant political event. The examination of the macro and micro levels of discourse sheds light on the complex interplay of linguistic and thematic choices in shaping news narratives.

At the macro level, it is evident that each media outlet adopts a distinct thematic approach in presenting the elections. Al Jazeera highlights the competition between Erdogan and Kilicdaroglu, emphasizing their roles as key figures in the election. In contrast, BBC underscores the polarization and division within Türkiye following the election, providing a deeper sociopolitical context. CNN chooses to focus on Erdogan's historic victory, portraying the event as a pivotal moment in Turkish politics. Euronews, on the other hand, offers insights into the challenges that Türkiye faces as a nation. These thematic variations reflect the diverse editorial policies and preferences of these outlets.

Visual elements, such as photographs, further contribute to the overall framing of the event. The analysis of Erdogan's choice of attire, the presence of national symbols, and even subtle details like a wedding

ring, highlights the potential for conveying nuanced political and personal messages through visual content. The use of the "R4BIA" hand sign in the photograph accompanying Euronews' coverage is particularly noteworthy, signifying a powerful symbol with distinct political significance. These visual elements not only complement the textual content but also provide readers with additional layers of meaning.

The micro-level analysis delves into linguistic choices, sentence structures, and the use of rhetoric. The consistent use of the active voice when discussing political leaders, such as Erdogan and Kilicdaroglu, underscores their agency and significance. In contrast, the passive voice is employed when presenting election results, maintaining a more neutral tone. This deliberate syntactic choice ensures that political leaders are cast in a more dynamic and active light compared to the election results.

Local syntactic coherence and causal relationships are established to provide context and reasons for the events reported. This approach helps readers navigate the complex web of political developments leading up to and following the election. Additionally, the analysis of word choices reveals how language can influence reader perceptions. The headlines, whether neutral or polarized, serve as gateways to the articles, impacting how readers interpret and engage with the news. Rhetorical elements, such as headlines and subheadings, are strategically used to capture readers' attention and frame the news theme effectively.

In conclusion, the analysis of media coverage of the 2023 Turkish Presidential Election underscores the critical role of linguistic and thematic choices in shaping news narratives. The macro and micro-level analysis reveals the diversity in how international media outlets framed the event and how visual and textual elements work in harmony to construct these narratives. This study offers valuable insights into the complexities of media discourse and highlights the importance of media literacy in decoding news representations of political events.

Based on this study, we suggest that future research should focus on specific areas. Firstly, a comparative analysis of more media outlets can be conducted to better understand media diversity and different perspectives. Additionally, there is a need for psycholinguistic examinations; studies that delve deeper into how specific words or expressions influence reader perception. The impact of headlines is crucial, so research into how headlines affect media literacy could be beneficial. Furthermore, more research is needed to examine the relationship between media literacy education and news representation and the understanding of political events. Finally, the analysis of visual elements is also important, thus, more research should be conducted on how symbols and visual imagery convey and are perceived in conveying political messages. These recommendations are presented to guide future research in the fields of media representation and media literacy.

References

- Al Jazeera (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 14, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/Al_Jazeera
- Al Jazeera Staff (2023, May 29). Five key takeaways from Türkiye's pivotal election. *Al Jazeera*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3E56Duk>
- Askew, J. (2023, May 30). Turkish presidential election: Erdogan win leaves country divided. *Euronews*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/3QP8Ku4>
- Aydın-Düzgıt, S. & Rumelili, B. (2019). Discourse analysis: Strengths and shortcomings. *All Azimuth*, 8, (2), 285-305. <https://doi.org/10.20991/allazimuth.477300>
- BBC (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 16, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/BBC_World_Service
- Bell, A. (2011). Re-constructing Babel: Discourse analysis, hermeneutics and the interpretive arc. *Discourse Studies*, 13(5), 519-568. <http://www.jstor.org/stable/24049945>
- CNN (n.d.). About CNN International. *CNN International*. Retrieved August 16, 2023, from <https://bit.ly/3QGHsG8>
- Dijk, A. T. (1983). Discourse analysis: Its development and application to the structure of news. *Journal of Communication*, 33(2), 20-43. <https://doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02386.x>
- Dijk, T. (1985). *Discourse and communication: New approaches to the analysis of mass media discourse and communication*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110852141>
- Dijk, A. T. (1988). *News as discourse*. Lawrence Earlbaum Associates Publication.
- Dijk, A. T. (1991). The interdisciplinary study of news as discourse. N. W. Jankowski, K. B. Jensen (Ed.), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 108-120). Routledge. <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203409800.ch5>
- Dijk, A. T. (2015). Critical discourse analysis. Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton, & Deborah Schiffrin (Eds), *The handbook of discourse analysis* (2nd edition, pp. 466-485). Wiley BlackWell. <https://bit.ly/41D2okT>
- Doruk, Ö. (2013). Disiplin toplumu ve haber söylemi: Gökkuşuğu Derneği'nce yapılması planlanan yürüyüşün engellemesine ilişkin haberlerin çözümlenmesi. *E-journal of Faculty of Communication*, 2(1). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/83874>
- Euronews (2023). In *Wikipedia*. Retrieved August 9, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Euronews>
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi kuramsal ve pratik bilgiler*. Siyasal Kitabevi.
- Guallar, J. (2011). Photographic documentation in the press. Cases of El País, El Periódico and La Vanguardia. *Profesional de la información / Information Professional*, 20(4), 392-398. <https://doi.org/10.3145/epi.2011.jul.05>
- Güneş, A. (2018). Yazılı basında haber söylemi: 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçim haberlerinin çözümlenmesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6 (12), 13-42. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isauicder/issue/42935/519419>
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım Tic. Ltd. Şti., 31. Edition.
- Kirby, P. (2023, May 15). Türkiye's presidential race to be decided in run-off. *BBC*. Retrieved September 5, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65600585>

- Kirby, P. & Goksedef, E. (2023, May 29). Turkish election victory for Erdogan leaves nation divided. *BBC*. Retrieved September 8, 2023, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-65743031>
- Luo, A. (2019). Critical discourse analysis | Definition, guide & examples. *Scribbr*. Retrieved August 28, 2023, from <https://www.scribbr.com/methodology/discourse-analysis/>
- McCombs, M. E. (2008). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- Özer, Ö. (2022). Eleştirel söylem çözümlemesi: Haber örnekleri üzerinden bir inceleme. *Etkileşim*, 9, 36-54. <https://doi.org/10.32739/etkileşim.2022.5.9.154>
- Presidency of the Republic of Türkiye. (2017). Yes for one nation, one flag, one homeland, one state. Retrieved September 1, 2023, from <https://bit.ly/3vdcaOp>
- Qiblawi, T., Karadsheh, J. & Tuysuz, G. (2023, May 15). Türkiye's Erdogan heading for a runoff in knife-edge elections. *CNN*. Retrieved September 6, 2023, from <https://bit.ly/3P69VUG>
- Rita, P., António, N. & Afonso, A. P. (2023). Social media discourse and voting decisions influence: Sentiment analysis in tweets during an electoral period. *Social Network Analysis and Mining*, 13(46). <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01048-1>
- Sine-Nazlı, R. & Kalafat-Çat A. (Güz 2019). 24 Haziran erken seçimlerinin gazete haberlerindeki söylem çözümleme. *Global Media Journal TR Edition*, 10(19). <https://bit.ly/4aw9L1p>
- Sözen, E. (2017). Söylem belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite. *Profil Kitap*.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1986). *Relevance: communication and cognition*. Blackwell.
- Tauscher, S., Erdogdu, O. & Korkmaz, Ş. (2019). Alman medyasının eleştirel söylem analizi: 24 Haziran 2018 Türkiye genel seçimleri. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (33), 96-118. <https://doi.org/10.17829/turcom.525984>
- Thurman, N. & Lupton, B. (2008). Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites. *City Research Online*, 14(4), 439-455. <https://doi.org/10.1177/1354856508094662>
- Turkish election: Five things we learned from the vote (2023, May 15). *Euronews*. Retrieved September 6, 2023 from <https://bit.ly/3YHGCL6>
- Tuysuz, G., Gezer, Y. & Qiblawi, T. (2023, May 29). Erdogan wins Turkish election, extending rule to third decade. *CNN*. Retrieved September 8, 2023, from <https://bit.ly/44jZhho>
- What's a run-off? All to know about Türkiye election results (2023, May 15). *Al Jazeera*. Retrieved September 5, 2023, from <https://bit.ly/44hVD7D>
- 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi. In *Vikipedi*. Retrieved October 25, 2023, from <https://bit.ly/3OS9prQ>

Article Information Form

Author Contributions: The article has a single author. The author has read and approved the final manuscript.

Conflict of Interest Disclosure: No potential conflict of interest was declared by the author.

Copyright Statement: Author owns the copyright of their work published in the journal and their work is published under the CC BY-NC 4.0 license.

Supporting/Supporting Organizations: No grants were received from any public, private or non-profit organizations for this research.

Ethical Approval and Participant Consent: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Plagiarism Statement: This paper has been checked for plagiarism.

Ergenlerin Influencer Pazarlama İçeriklerine Yaklaşımları: Bir Okuryazarlık Araştırması

Adolescents' Approaches to Influencer Marketing Content: A Literacy Study Abstract

Gülden Özkan^{1*}
Mehmet Halim Arslan¹

¹ Kocaeli Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kocaeli, Türkiye,
gulden.ozkan@kocaeli.edu.tr,
mhlmarlsan@gmail.com

*Sorumlu Yazar/Corresponding Author



Geliş Tarihi/Received: 12.07.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 13.10.2023
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
07.04.2024

Öz: Teknoloji ve medya araçlarının gelişmesi ve farklılaşmasıyla birçok yeniliğin hayatımıza girdiğine, buna bağlı olarak markaların da reklam ve pazarlama stratejilerini değiştirdiklerine tanık olmaktadır. Geleneksel reklamcılık anlayışının haricinde son zamanlarda sosyal medya ortamlarında sıklıkla gördüğümüz ve markaların önemli yatırım bütçeleri ayırdığı influencer reklamcılık/pazarlama içerikleri hatırı sayılır bir şekilde çocukları ve ergenleri de hedeflemektedir. Bununla birlikte ergenlerin influencer pazarlama/reklamcılık karşısında reklam okuryazarlık becerilerini nasıl işe koştukları hakkındaki mevcut duruma ilişkin bilgimiz sınırlıdır. Bu çalışma, ergenlerin bilişsel, duygusal ve ahlaki reklam okuryazarlığı becerilerinin influencer pazarlama/reklamcılığın ikna edici doğasıyla mücadelede nasıl kullandığını anlamak amacıyla yürütülmüştür. Yorumlayıcı nitel bir metodolojiyi benimseyen çalışmanın verileri 15-17 yaşları arasındaki ergen katılımcılardan yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Yönlendirilmiş niteliksel içerik analiziyle irdelenen verilerden ulaşılan bulgular, ergenlerin bilişsel reklam okuryazarlığı becerilerinin gelişmiş olmasına karşın influencerlarla kurdukları parasosyal ilişkinin duygusal ve ahlaki reklam okuryazarlık becerilerinin devreye alınmasını engelleyebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Reklam Okuryazarlığı, Influencer Pazarlama, Influencer Reklamcılık, Ergenler, Nitel Araştırma

Abstract: As technology and media tools have developed and differentiated, many innovations have entered our lives and brands have changed their advertising and marketing strategies. In addition to traditional advertising, influencer advertising/marketing content, which has recently been frequently seen in social media environments and for which brands allocate significant investment budgets, also targets children and adolescents. However, we have limited knowledge about how adolescents put their advertising literacy skills to work in the face of influencer marketing/advertising. This study was designed to understand how adolescents use their cognitive, affective and moral advertising literacy skills to struggle with the persuasive nature of influencer marketing/advertising. Following an interpretive qualitative methodology, data for the research were collected through semi-structured interviews with adolescent participants aged between 15 and 17 years. The findings from the data examined through directed qualitative content analysis suggest that although adolescents have developed cognitive advertising literacy skills, the parasocial relationship they establish with influencers may prevent the activation of affective and moral advertising literacy skills.

Keywords: Advertising Literacy, Influencer Marketing, Influencer Advertising, Adolescents, Qualitative Research

Extended Abstract

The commercial cooperation between advertisers who aim to announce, promote and market their products and services in social media environments and social media influencers who can influence their followers with the content they produce has led to new forms of marketing and advertising such as influencer marketing and influencer advertising.

The commercial cooperation between advertisers who aim to announce, promote and market their products and services in social media environments and social media influencers who can influence their followers with the content they produce has led to new forms of marketing and advertising such as influencer marketing and influencer advertising.

Children and adolescents, who are always targeted by brands because they are the consumers of the future, constitute attractive target audiences for influencer marketing/advertising as they continue a significant part of their emotional and social development through social media in today's digital world.

However, it is not known how the interactive, personalized, entertaining and context-embedded nature of this relatively new type of advertising affects adolescents' advertising literacy skills. This study was conducted to understand how adolescents use their cognitive, emotional and moral advertising literacy skills to counter the persuasive effects of influencer marketing/advertising. In the study, in which interpretative qualitative methodology was adopted, the dimensions of advertising literacy were questioned by adapting them to the influencer advertising/marketing field.

Data were collected from students attending a public high school and a private high school through semi-structured interviews. After obtaining the necessary written permissions from the Ministry of National Education, the interviews were conducted face-to-face in April 2023 in their own schools where the students felt comfortable. In order to conduct the interviews with the students in a healthy way, school administrators were requested to provide a special place within the school, and the interviews were conducted in these environments with only the researcher and the participants present. Interviews were conducted with 30 students between the ages of 15-17 who have their own smart cell phones connected to the internet, have self-managed accounts on various social media applications, and follow influencers from these accounts. In order to protect the privacy of the participants, their real names were not used in the study and participants were given other names. In line with the permission given by the Ministry of National Education, the interviews were conducted within 40 minutes, not exceeding one class hour, and only audio recordings were taken. The data obtained through the interviews were analyzed using qualitative content analysis (QCA), a data analysis method in which a systematic coding process is employed to describe and interpret the data.

24 of the participants, who were in the mid-adolescence between the ages of 15-17, were female and 6 were male. The participants, who defined themselves as heavy internet users and spent most of their online time on social media applications, spent the most time on Instagram and TikTok. The adolescents who participated in the study follow accounts and influencers who post about makeup, clothing, beauty, personal development, sports, art and health. It was observed that the participants, who consisted of two demographically similar and socioeconomically different groups, were similar to each other in terms of frequently using Instagram and TikTok, but they differed in terms of the duration of use. In addition, the participants also differ in terms of the frequency of following influencers and buying with influencer recommendations. The group with high parental education level and income level has a weaker relationship with influencers than the other group. However, all of the participants have followed or follow at least one influencer.

The findings of the study showed that adolescents' cognitive advertising literacy was developed, but the parasocial relationship they established with influencers created obstacles in activating their emotional and moral advertising literacy skills. All participants were knowledgeable about social media

influencers, influencer advertising and marketing. Adolescents' shopping decisions are influenced by the influencer recommendations they follow. The participants, who are aware of the circular relationship between brands-influencers-followers based on commercial cooperation, think that influencers receive cash or free products in return for the products they promote, increase their number of followers after agreements with brands, and are recognized by large masses. However, adolescents' understanding of the persuasive purpose was found to be limited. Almost all of the participants criticized the sales and persuasive purposes of influencers and emphasized that they were biased, while they stated that the influencers they follow are impartial and trustworthy.

When adolescents are satisfied with influencers' commercial recommendations, they think that they receive benefits such as useful information, being informed about innovations, and avoiding the hassle of searching/researching about the product. Participants who are aware of the commercial purposes of influencers are not satisfied with this situation and consider content sharing through tagging that clearly shows the sales purpose as off-putting and disturbing. Participants' awareness of the commercial cooperation between influencers and brands and their explicit or implicit product promotion, i.e. their extensive conceptual knowledge of advertising, did not always increase suspicion and did not lead to critical attitudes in all cases. Therefore, it is possible to say that even if they have knowledge, they do not recall or prefer to recall this knowledge when exposed to influencer content.

The fact that the participants showed behaviors such as skepticism, critical thinking and regulating their emotions towards influencer content is an indication that they have similar evaluation capacities with adults in terms of emotional advertising literacy, but it was observed that they continued to follow influencers and therefore tolerated the situation.

Participants are most skeptical about whether influencers actually use the products they promote/recommend. The adolescents who participated in the study trust the recommendations of influencers they follow, while they are skeptical about the recommendations of influencers they do not follow. They try to overcome their doubts with criteria such as trust in the influencer, using the product they recommend (honesty), having detailed information about the product they promote (expertise) and having a similar online and offline life (reality). This shows that situational and dispositional advertising literacy are not compatible with each other, indicating that adolescents approach the content from the focus of acquired benefits.

In terms of moral advertising literacy, similar to the situation in emotional advertising literacy, participants differentiate the influencers they follow from other influencers and are more tolerant towards the influencers they follow. It is noticeable that the participants who evaluate influencer marketing/advertising in terms of morality are ambivalent. The fact that influencers share commercial content within the scope of their cooperation with brands is defined as a profession by a significant portion of the participants. However, some of the participants think that the labor spent and the money earned are unbalanced compared to the work done, that the earnings obtained are not sufficiently deserved and unfair. However, none of the participants who were aware of the commercial cooperation and did not like this situation stopped following the influencer. It is possible to say that moral literacy regarding advertising and that regarding influencers are evaluated separately. Therefore, it can be said that moral advertising literacy may not be determinant for the other two dimensions.

In all of the interviews, the distinction made between followed and unfollowed influencers was striking. Influencers who were followed by the participants were perceived as unbiased, sincere, trustworthy and authentic, whereas unfollowed influencers were characterized as biased, contradictory, unnatural and untrustworthy. This perception, which is based on the parasocial relationship between influencer and follower, suggests that the evaluation of the influencer is independent of the product and does not change the positive feeling towards the influencer even if the collaborative relationship is not liked.

Moreover, the fact that influencers create feelings of trust and sincerity on their followers may prevent the follower from activating their literacy skills against the post containing advertisements.

The concept of authenticity, which emerges in the follower-influencer relationship, describes the emotional bond that the follower feels towards the influencer, which includes sincerity, reality, consistency, accuracy and honesty. Authenticity facilitates the intimate relationship between the influencer and the follower. In addition, with the effect of the potential for interaction, followers are not suspicious of the influencer and may believe that the influencer's advertising posts are real.

The most important result of the research findings is that advertising literacy skills developed for traditional advertising may not serve as a complete filter for influencer marketing/advertising. The findings show that influencer marketing/advertising differs from traditional advertising in terms of implicit messages and the authenticity of the influencer. While implicit (hidden) messages prevent the perception of an advertisement as an advertisement (lack of cognitive literacy), positive feelings towards the influencer prevent suspicion. In terms of these two distinctive features, it is recommended to conduct research on influencer marketing/advertising literacy as a new type of literacy.

1. Giriş

21. yüzyılda ortalama bir insanın günlük yaşamının ayrılmaz bir parçası ve onsuz bir hayatı hayal etmenin imkânsız olduğu (Parasnis, 2022, 9) sosyal medyayla birlikte sıradan kullanıcı, içeriklerden etkilenen tüketiciden, medya içeriklerini üretebilen ve ürettiği içeriklerle diğer kullanıcıları etkileyenlere doğru bir dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm, sosyal medyada ürettiği içeriklerle belirgin bir takipçi kitlesi oluşturabilen (Haelein, vd., 2020), takipçileriyle sosyal medyaya özgü bir tür ilişki kurabilen (Abidin, 2015; Lou, 2022) ve takipçilerini belli bir davranışa yöneltebilen (Abidin & Ots, 2016) sosyal medya influencerlarının doğuşunu da beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın görece bu yeni olanakları reklamverenlere potansiyel tüketicileri yakalamak konusunda eşsiz fırsatlar yaratmıştır. Ürün ve hizmetlerini sosyal medya ortamlarında duyurmak, tanıtmak ve pazarlamak amacını taşıyan reklamveren ile ürettiği içeriklerle kendisini takip edenleri etkileyebilen sosyal medya influencerlarının ticari iş birliği influencer pazarlama ve influencer reklamcılık gibi yeni pazarlama ve reklamcılık biçimlerini doğurmuştur (Hudders & Lou, 2022).

Geleceğin tüketicileri oldukları için markalar tarafından her dönem hedefte olan çocuklar ve ergenler günümüzün dijital dünyasında duygusal ve toplumsal gelişimlerinin önemli bir kısmını sosyal medya yoluyla sürdürdüklerinden influencer pazarlama/reklamcılık için de cazip hedef kitleleri oluştururlar. Sosyal medyanın, teknoloji çağı içinde doğan, teknolojiyle iç içe büyüyen ve dijital yerliler (Prensky, 2001) olarak da tanımlanan ergenlerin hayatlarının merkezinde yer aldığını (Daneels & Vanwynsberghe, 2017), bununla birlikte ergenlerin sosyal medyanın etkilerine karşı hassas olduğunu (Parasnis, 2022) gösteren çalışmalar bulunmaktadır.

Genel olarak 12 yaş ve üstü dönemde yani erken ergenlikle birlikte çocukların, tüketimi toplumsal bağlam ve anlamda değerlendirebilme becerisine erişmeye başladıkları ve reklamları daha şüpheli bir gözle izlediği kabul edilmektedir (Şener ve Yücel, 2019). Yaygın kabul bu yaş döneminde çocukların reklamcılığa ilişkin bilgilerinin yetişkinlerle karşılaştırılabilir olduğudur (Valkenburg & Cantor, 2001). Bununla birlikte beynin planlama, sonuç farkındalığı, karar verme ve muhakeme için önemli bölümü olan pre-frontal korteksi henüz gelişimini tamamlamamıştır (Defoet vd., 2015). Bu nedenle yaygın kabullere karşın ergenlerin özellikle geleneksel olmayan reklamcılık konusunda okuryazarlıkları tam olarak gelişmemiştir (Jans, vd., 2018). Ergenler giderek artan bir şekilde influencerlarla kişisel ilişki kurmakta ve onlara yalnızca eğlence için değil, aynı zamanda bilgi, tavsiye, arkadaşlık için de yönelmektedir (Lou, 2022; De Castro vd., 2021; Abidin, 2015). Oldukça yeni olan bu reklam türünün etkileşimli, kişiselleştirilmiş, eğlendirici ve içeriğe gömülü doğası reklam okuryazarlığı becerilerinin devreye alınmasını güçleştirmekte (Jans, vd., 2018) çocuk ve ergenleri reklamın ikna edici etkileri ile

karşı karşıya bırakılmaktadır (Zarouali vd., 2017). Okuma ve yorumlama becerisi olarak okuryazarlık, farklı türden sembol ve işaret sistemlerini anlamak ve bu sistemleri kullanarak mesaj üretmek (Malmelin, 2010: 131) olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede reklam okuryazarlığı, reklamın ikna edici etkilerine karşı bir süzgeç görevi görece biçimde bireylerin reklamlarla başa çıkma yetenekleri ve becerilerinin işe koşulmasıdır (Friestad & Wright, 1994; Hudders vd., 2017).

Reklam okuryazarlığı literatüründe yürütülen çalışmaların büyük çoğunluğu reklamın tanınması, reklam mesajının altında yatan ekonomik ve retorik amacın fark edilmesi bu yolla eleştirel düşünme ve savunma mekanizmalarının harekete geçirilerek reklama şüphe ile yaklaşılması (Sweeney vd., 2022; Rozendaal vd., 2011) olarak ifade edilen bilişsel/kavramsal reklam okuryazarlığı boyutuna yöneliktir. Alanyazında geçmiş yıllarda yürütülen çalışmalar, bilişsel reklam okuryazarlığının iknanın önünde bir engel oluşturduğunu varsayarken yürütülen sonraki çalışmalar bilginin savunma mekanizmalarını harekete geçirmek noktasında sınırlı olduğunu göstermiştir. Örneğin, Van Reijmersald vd. tarafından 13-17 yaş arasındaki ergenlerle yürütülen araştırmanın bulguları gömülü içeriğin reklam olarak anlaşılmadığını dahası katılımcıların açıklama sonrasında dahi markaya eleştirel bir yaklaşım geliştirmediklerini işaret etmektedir (van Reijmersdal vd., 2017). Öte yandan 11-14 yaş arası 160 ergenle yürütülen bir başka çalışmada influencer (vloggerlar) paylaşımlarında yer alan açıklamaların reklamı tanımayı arttırdığını ancak bu artışın sınırlı olduğunu tespit edilmiştir (De Jans, vd., 2018). Genellikle takipçiler tarafından ticari içerik olarak algılanmayan, e-wom (elektronik kulaktan kulağa) gibi kullanıcı tavsiyesi olarak görülen influencer pazarlama/reklamcılık örnekleri karşısında bilişsel reklam okuryazarlığının devreye alınması hayli güçleşmiştir. Çünkü ancak reklamın reklam olduğu anlaşılırsa yani influencerın diğer paylaşımlarından ayırt edilebilirse söz konusu beceriler işe koşulabilir. Dolayısıyla influencer pazarlama/reklamcılık karşısında savunma mekanizmasını harekete geçirecek olan bilginin tetiklenebilmesi için açık ifadelerin olmayışı, paylaşım içeriklerine gizlenmeleri, açıklamaların sonlarına eklenmeleri gibi taktikler bilişsel okuryazarlığı zaman zaman devre dışı bırakabilmektedir.

Influencer pazarlama/reklamcılık içerikleri karşısında bilişsel/kavramsal okuryazarlığın yanında duygusal ve ahlaki okuryazarlık da son derece belirleyicidir. Reklamlar karşısında hissedilen duyguların bilinçli farkındalığı ve onları düzenleme becerisi olarak duygusal reklam okuryazarlığı hoşlanma ile şüphe duyma arasında salınmaktadır (Zarouali, vd., 2017). Influencer pazarlama/reklamcılık açısından duygusal boyut influencer-takipçi ilişkisi içinde değerlendirilmekte taraflar arasında kurulan parasosyal ilişki pazarlama ve tüketim odağında yürütülen araştırmalara konu olmaktadır. Yürütülen çok sayıda çalışma influencer-takipçi arasındaki parasosyal ilişkinin influencera dair güven ve samimiyet duygularını artırdığını (Uğurhan & Yaşar, 2021) influencerın tavsiyelerinin takip edildiğini (Taşdelen, 2020) ve takipçinin satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini (Oyman & Akıncı, 2019; Sokolova & Kefi, 2019) göstermektedir. Bununla birlikte bu çalışmalar influencer-takipçi arasındaki parasosyal ilişkinin reklam okuryazarlığı becerilerini özellikle duygusal reklam okuryazarlığı bağlamında kaynağını bu ilişkilerden alan duygular üzerinde düşünme ve onları yönetme becerilerini nasıl etkilediğini konu edinmediğinden mevcut duruma ışık tutmamaktadır. Influencerlarla takipçileri arasında var olduğu düşünülen arkadaşlık duygu bağı influencerların ticari niyetlerinden şüphelenmeyi azaltmaktadır (Campbell & Kirmani, 2000). Bu durumda reklam okuryazarlığı daha az tetiklendiği için içeriklerdeki ticari manipülasyonun ergenler üzerindeki etkisi artabilir (Van Naort vd. 2012).

Sweeney'in (2022)de vurguladığı gibi pazarlama taktikleri ve etik konusu sıkça tartışılmasına karşın ahlaki reklam okuryazarlığı hakkında yürütülen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Reklamın adillliğini değerlendirme becerisi (De Jans, vd., 2018) olarak ifade edilen ahlaki boyutun influencer pazarlama/reklamcılık için diğer reklam türlerinden daha önemli olduğunu söylemek mümkündür. Influencer pazarlama/reklamcılıkta hem ticari içeriğin görece gizli karakteri, hem de influencer-takipçi arasındaki parasosyal ilişkinin ekonomik kazanca çevriliyor olması etik açıdan düşündürücüdür. Genellikle ergenlerin sıkı ve samimi bir arkadaşlık ilişkisine benzettikleri (Hwang & Zhang, 2018) ilişki

içinde influencerlar dostça tavsiye verenler olarak görülmektedir. (Hudders, vd., 2021). Yürütülen araştırmalarda influencerlar ile samimi ilişki içinde olan ve onlara güvenen ergenlerin; paylaşımı, içeriği ya da bütünüyle yapılan işi ahlaki bulmasalar da merhamet gösterme ve anlayışlı olma eğiliminde oldukları görülmüştür (Sweeney, vd., 2022; Van Dam & Van Reijmersdal, 2019). Influencer reklamcılık söz konusu olunca ahlaki olan ile duygusal olan arasına sıkışmış gibi görünen ergenlerin ticari işbirlikli influencer içeriklerine ilişkin hangi durumlara eleştirel hangi durumlara hoşgörülü yaklaştıkları araştırılmaya değerdir.

Reklam oyunları (advergame), kişiselleştirilmiş reklamlar, sosyal ağ oyunları gibi geleneksel olmayan reklam türlerinden biri olarak influencer pazarlama/reklamcılık iletileri ile başa çıkma noktasında reklam okuryazarlığının üç bileşeni olan bilişsel, duygusal ve ahlaki filtrelerin bir arada değerlendirilmesinin olgunun çok boyutlu olarak anlaşılması açısından önemli olduğu ifade edilmektedir (Hudders, vd., 2017; Van Dam & Van Reijmersdal, 2019; Sweeney, 2022). Bununla birlikte influencer pazarlama/reklamcılık karşısında ergenlerin bilişsel/kavramsal, duygusal ve ahlaki reklam okuryazarlıklarının mevcut durumu hakkındaki bilgi sınırlıdır (Van dam & Van Reijmersdal, 2019). Ergenlerin de içerisinde bulunduğu genç bireylerin influencerlar ile ilişki ve etkileşimlerini, influencer pazarlama/reklamcılığı nasıl algıladıklarını, nasıl analiz ettiklerini ve influencerların ikna edici paylaşımlarıyla nasıl başa çıktıklarını, eş deyişle influencer pazarlama/reklamcılık içeriklerine dair reklam okuryazarlıklarına ilişkin içgörü sağlamak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Bilindiği gibi reklam okuryazarlığı medya okuryazarlığının bir alt başlığı olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle özel olarak reklam okuryazarlığı konusunda yapılmış çalışma sayısının çok az olduğunu söylemek mümkündür. Hatta Malmelin 2010 yılında kaleme aldığı makalesinde medya okuryazarlığı çalışmalarının hatırı sayılır miktarda olmasına karşın reklam okuryazarlığına dair araştırmaların yetersiz olmasını çok ilginç bulduğunu belirtmiştir (2010: 130). Bununla birlikte 2010-2022 yılları arasında WOS (Web of Science) ve Scopus veri tabanlarında reklam okuryazarlığını konu alan çalışmalara ilişkin bibliyometrik araştırmanın bulguları dikkate değerdir. Araştırmada reklam okuryazarlığını konu alan çalışmaların yıllara göre dağılımı 2016 yılı ile birlikte çalışma sayısının arttığını, alt konulara göre dağılımı ise gözden geçirilen 135 makalenin 14'ünün influencer reklamcılıkla ilişkili olduğu göstermektedir (Fernandez & Gomez, vd., 2023). Buna karşın 2022 yılında Türkiye'de yapılan okuryazarlık şemsiye başlığı altında yayınlanan tez ve makalelere ilişkin benzer bir bibliyometrik araştırma 2021 yılına kadar Türkiye'de medya okuryazarlığı konusunda 404 akademik çalışma (24 yüksek lisans tezi, 80 doktora tezi, 200 makale) yapılmışken reklam okuryazarlığı konusunda yapılmış çalışmalar 2 doktora tezi ve 2 makale ile dijital reklam okuryazarlığı konusunda yapılmış çalışmalar ise 1 doktora tezi ve 1 makale ile sınırlı kalmıştır (Sur, 2022). Ergenlerin bilişsel, duygusal ve ahlaki reklam okuryazarlığı becerilerinin birlikte ele alındığı ve ergenler tarafından influencer pazarlama/reklamcılığın ikna edici doğasıyla mücadelede nasıl kullandığını anlamak amacıyla yürütülen bu çalışma Türkiye'de bir ilk olması bakımından önemlidir.

2. Influencer Pazarlama ve Influencer Reklamcılık

Sosyal medya influencerını¹, "sosyal medya platformlarında geniş ve ilgili takipçi tabanına sahip olan ve takip edilmedikçe kimsenin tanıyamayacağı kişi" olarak tanımlamak mümkündür (Haenlein vd., 2020,

¹Influencer pazarlama ve reklamcılık kavramlarıyla bu kavramların en önemli öznesi olan influencerlık ile ilgili alanyazında farklı isim önerileri ortaya atılmıştır. Influencer marketing kavramı Türkçeye hatırlı pazarlama, tavsiye pazarlama, fenomen pazarlama, nüfuz pazarlaması, etkileşimli pazarlama, dijital kanaat önderliği gibi anlamlarla aktarılmaya çalışılmıştır (Mert, 2018, 1313). Influencer ise sosyal medya ünlüsü, nüfuzlu/ hatırlı kişi ya da sosyal ağ nüfuzluları, fenomen, dijital kanaat önderi ve etkileyici gibi çeşitli şekillerde isimlendirilmiş ancak bazı gerekçelerle alanyazında benimsememiş ve bu isimlerin yerine influencer terimi daha fazla kullanılır olmuştur (Jin vd., 2019; Aktaş & Şener, 2019; Şahin, 2019; Tanyeri Mazıcı ve Hekimoğlu Toprak, 2020; Balaban vd., 2021; Keskin, 2022). Terimin alanyazında daha fazla yer alması, kullanılması, Türkçe karşılığının henüz tam olarak netleştirilememesi ve önerilen karşılıkların da terimin anlamını tam olarak yansıtmaması sebebiyle bu çalışmada influencer olarak kullanımı tercih edilmiş, yer yer sosyal medya influencerı ya da kısaltması olarak SMI şeklinde de kullanılmıştır.

17). Influencerlar, sosyal medyanın fiziksel ortamında gerçekleştirdikleri etkileşim yoluyla erişilebilirliklerini, inandırıcılıklarını, taklit edilebilirliklerini ve samimiyetlerini yani takipçileriyle ilişkilendirilebilir özelliklerini kullanarak onları ikna eden dolayısıyla kamuoyunu şekillendiren kişilerdir (Abidin & Ots, 2016, 155). Her ne kadar ünlüler ve influencerlar arasındaki sınırlar gün geçtikçe bulanıklaşsa da elde ettiği başarılar yoluyla ünlü olan veya ünü sosyal medya dışından kaynaklanan kişilerden farklı olarak sıradan bir kişiyi sosyal medya influencerına dönüştüren şey; takipçi sayısının fazlalığından ziyade bir topluluk yaratabilmesi veya ona dâhil olabilmesi ve bu topluluğa tavsiyeleri doğrultusunda harekete geçmesi için yön verebilmesidir.

Influencerlar, paylaşımlarında odağa aldıkları ilgi/uzmanlık alanlarını destekleyecek biçimde bireysel yaşamlarını ve yaşam tarzlarını temel olarak görsel ve yardımcı olarak metinsel anlatılar yoluyla sosyal medyada takipçi çeken, takipçileriyle etkileşim halinde olan ve paylaşımlarına reklamları entegre ederek takipçileri yoluyla para kazanan sıradan sosyal medya kullanıcılarıdır. Influencer endüstrisi; esasen influencer tarafından kişisel tecrübelerin takipçilere aktarılması üzerine tesis edilmiştir. Influencer, anlatısının temeli kendi görüşleri olacak biçimde deneyimlediği ürünü/hizmeti paylaşımları yoluyla bir ücret karşılığında² takipçilerine tanıtmakta böylece ürünü/hizmeti onaylamaktadır.

Web 2.0 ile birlikte sıradan insanların kendi mecralarını yaratabilme ve ürettikleri içerikleri yayabilme potansiyeli moda, yemek, spor gibi alanlarda bloglar açılmasını ve bilgi veren, tavsiyelerde bulunan bloggerlar etrafında hatırı sayılır bir topluluğun oluşmasını sağlamıştır (Halvorsen, 2013). Sosyal medya influencerlarının ataları olarak değerlendirilen bloggerların okuyucularıyla aralarında kurdukları güçlü bağlar (Halvorsen, 2013), bloggerların tercih ve tavsiyelerinin okuyucuları etkileyebildiğine ilişkin bulgular (Kulmala, vd., 2013), pazarlamacıların süratle bu alana yönelmelerine sebep olmuş, yeni sosyal medya platformlarının piyasaya sürülmesi ve kullanıcı sayılarının ivmeli yükselişi, sponsorlu blogları influencer pazarlamaya doğru genişletmiştir (Hudders & Lou, 2022).

Dikkat çekme kapasiteleriyle ticari potansiyel barındıran influencerların (Senft, 2013, 351), takipçileriyle olan iletişimleri ve ağ yapılanmaları sıradan tüketicilerden farklıdır (Enke & Borchers, 2019) bu nedenle markalar için bağımsız üçüncü taraf onaylayıcılar olarak iş görmektedirler. Temel olarak bu ayırt edici özellikleri nedeniyle şirketler tarafından bir ürünün/hizmetin reklamı karşılığında influencerlara ücretsiz ürün/hizmet gönderilmekte, seyahat olanağı sağlanmakta, çeşitli etkinlikleri deneyimleme fırsatı yaratılmakta veya doğrudan nakdi ödeme yapılabilmektedir. Influencer reklamlarının genellikle bilgi ve haber yönünden zengin tanıtıcı reklamlara (advertorial, infomercial) benzediğini ancak içeriğin influencerın kendi üslubuyla harmanlanması yoluyla üretildiğini (Campbell ve Grimm, 2019) söylemek mümkündür.

Influencer pazarlamanın ve influencer reklamcılığının son yıllarda büyümesi farklı ancak birbirlerine bağlı birkaç noktadan değerlendirilebilir. Dijital medya ve sosyal medya platformlarıyla birlikte tüketicilerin medya tercihleri değişmiş, öncelikli medya tercihi konvansiyonel medyadan çevrimiçi medyaya kaymıştır. Ayrıca tüketiciler çevrimiçi zamanlarının büyük bölümünü sosyal medyada

² 6502 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" un ilgili maddelerine dayanılarak hazırlanan "Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği" gereğince T.C. Ticaret Bakanlığı'nca 4/5/2021 tarihli ve 309 sayılı Reklam Kurulu toplantısında alınan karara dayanılarak hazırlanan "Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz" (<https://tuketici.ticaret.gov.tr/duyurular/sosyal-medya-etkileyicileri-tarafindan-yapilan-ticari-reklam-ve-haksiz-ticari-uyg>) sosyal medya influencerları tarafından yapılan reklam ve ticari uygulamalar hakkında bazı esasları kapsamaktadır. Influencerlar tarafından sosyal medya mecralarında yapılan ticari amaçlı reklam ve tanıtım faaliyetlerinde de tüketiciler/takipçiler tarafından reklam olarak anlaşılacak bir şekilde hazırlanması ve bu durumun farkında olunması, hukuki bir zorunluluk olarak göze çarpmaktadır. Influencer, müşteri ve reklamveren arasındaki ticari kazanımlara dayalı ilişkilerin bu hukuki metinlere göre yürütülmesi istenmekte ve beklenmektedir. Diğer taraftan influencerların faaliyetleri ise esasen müşteri (firma, marka) ile aralarında kurdukları bir sözleşmeye dayanmaktadır. Bu sözleşme; influencerın belirli mal ya da hizmetlerin tanıtımı ve takipçilerinin bunları satın almaya yönlendirilmesi amacıyla hem müşterisi hem de bizzat kendisi tarafından oluşturulan içerikleri sosyal medya hesaplarında paylaşmayı, müşterinin de buna karşılık influencera belir bir miktar ücret ödemeyi ya da başka bir menfaat sağlamayı taahhüt ettiği sözleşme olarak tanımlanmaktadır (Keskin, 2022, 129). Ancak influencer sözleşmesi herhangi bir kanunla düzenlenmediği için bu sözleşmenin kuruluşu özel bir şekilde bağlı değildir (Keskin, 2022, 137).

geçirmektedirler (Campbell & Farrell, 2020). Bu durum alışılmadık biçimde sosyal medya platformlarında kendi içeriklerini de üretebilen tüketicilerin kendi hedef kitlelerini yaratmak üzere rekabet ettiği bir ortamı beraberinde getirmiştir. Bu platformlarda tüketiciler aynı zamanda birer içerik üreticisi olarak diğer tüketicilerle gerçek ilişkiler kurmakta, paylaştıkları içeriklerin etkisini ölçebilmektedirler. Sosyal medya yoluyla tüketiciler arasında kurulan ilişkiler bir marka veya işletmeyle kurulan iletişimden daha özgün ve samimi algılanmaktadır (Djafarova & Rushworth, 2017). Takipçiler, influencerları kendi hayatlarına benzer hayatları olan sıradan insanlar olarak görmekte bu nedenle onların ürünler hakkındaki fikirlerini de daha kabul edilebilir olarak değerlendirmektedirler.

Ayrıca sosyal medyanın yarattığı yeni tüketim alışkanlıkları da influencer pazarlama/reklamcılığın genişlemesini sağlamıştır. Çevrimiçi davranışın hedefe yönelik doğası, tüketicilerin çevrimiçi reklamlara daha tepkili yaklaşımlarına sebep olurken, işletmeleri de daha yumuşak, daha az aleni ve daha özgün reklamcılık tekniklerine sevk etmiştir (Campbell & Grimm, 2019). Bununla birlikte tüketici karar verme süreci; araştırma, karşılaştırma ve değerlendirme aşamalarının genişlemesiyle zamana yayılmış ve esnemiştir (Lindsey Mullikin & Borin, 2017). Ayrıca çevrimiçi ortamlar ortak ilgi alanlarına sahip tüketicileri bir araya getirme konusunda son derece kolaylaştırıcıdır. Çevrimiçi ortamın sağladığı bu kolaylık bir yandan reklamverenlerin hedef kitlelerine ulaşımını zahmetsizleştirmiş bir yandan da benzer tüketim alışkanlıkları olan takipçilerin aynı influencer sayfasında birbirlerine temasını basitleştirmiştir.

Influencer pazarlama/reklamcılık konusunda üzerinde durulması gereken bir başka ayırt edici nitelik de influencer-takipçi ilişkisidir. Önceki satırlarda da dile getirildiği gibi sıradanlık, benzerlik, samimiyet gibi niteliklerin influencerlar ile takipçileri arasında kurulan parasosyal ilişkinin temellerini oluşturduğunu söylemek mümkünse de bu ilişki biçiminin Horton ve Wohl tarafından 1950'li yıllarda tanımlanan parasosyal etkileşimden farklı olduğunu da ifade etmek gerekir. Horton ve Wohl, televizyon haber spikerleri ve izleyiciler arasındaki ilişkiye dair yürüttükleri çalışmada "parasosyal etkileşim" kavramını "televizyon seyircileriyle televizyon karakterleri arasında kurulan tek yönlü hayali etkileşim" şeklinde tarif etmişlerdir (1956, 215). Yazarların tanımladığı parasosyal ilişki; genellikle iki taraf arasında ancak tek taraflı ve karşılıklı olmayan bir ilişkidir. Bu ilişkide izleyici televizyon veya radyo karakteriyle daha fazla ilgilenir ve bu nedenle hakkında daha fazla bilgiye sahiptir. Ne var ki influencerlar ile takipçileri arasındaki ilişki, tanımlanan parasosyal ilişkiden farklı olarak etkileşimli ve karşılıklıdır. Influencerlar takipçilerine sorular sorar, onların sorularını yanıtlar, fikirlerini merak eder, tavsiyelerine uyulup uyulmadığını denetler, sonuçlarını sorgular. Takipçiler de benzer bir yakınlık duygusuyla influencerla iletişim halindedir. Takipçiler influencer ile olan ilişkilerinde sadece "beğen" veya "yeniden paylaş" butonlarına tıklamazlar aynı zamanda influencerın paylaşımları hakkında yorum yaparlar, kendi fikirlerini belirtirler, sonuçlar hakkında bilgi verirler hatta zaman zaman influencerı motive eder veya içeriklerine yön verirler. Influencerlar hakkında kapsamlı araştırmalar yürüten Crystal Abidin (2015) bu ilişki türünü "hissedilen/algılanan karşılıklı bağlılık" (perceived interconnectedness) olarak adlandırmaktadır.

Öte yandan bu türden ilişkilerin inşasında yeni teknolojilerin, yeni tüketici davranış biçimlerinin ve yeni reklamcılık stratejilerinin önemli belirleyiciler olduğu görülmektedir. Lou (2022) tarafından yürütülen araştırma sonuçları; influencerlar ile takipçileri arasında kurulan ilişkinin parasosyal ilişkiyle kişiler arası ilişkinin bir karması olarak değerlendirilebileceğini göstermiştir. Yazarın "transparasosyal ilişki" olarak adlandırdığı influencer-takipçi ilişkisi hem bir kişiden bir kişiye hem de bir kişiden çok kişiye olan etkileşimleri birleştirmekte, kolektif karşılılık zeminine dayanmakta, senkronize ve/veya asenkronize iletişim biçiminde birlikte yaratılan sosyal grup ilişkilerini yansıtmaktadır.

Tüm bu özellikleri nedeniyle influencer pazarlama/reklamcılık, markalar tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. Dünya çapında 2022'de 16.4 milyar \$ olan influencer pazarlama sektörünün 2023 yılında

21.1 milyar \$ olması beklenmektedir. Ekonomik byklg gittikçe artan influencer endüstrisinin bu artıŖa paralel olarak yaygınlaŖma ve eŖitlenme trendi içinde olduğu da görülmektedir. Örneğin influencer pazarlama/reklamcılık için en sık kullanılan sosyal medya uygulaması 2023 yılı itibariyle Instagram olmaktan çıkıp TikTok'a kaymıŖtır. Bu durum Instagram'ın artık bu amaçla kullanılmadığını değil, TikTok'un influencer pazarlama/reklamcılık amacıyla da kullanılabilir hale geldiğini ifade etmektedir. Öte yandan markaların %60'ı yıl boyunca en az 50 influencer ile alıŖmakta, bu sayı markaların %10'u için 1000 influencera kadar çıkmaktadır (Influencermarketing Hub Kıyaslama Raporu, 2023).

Influencer pazarlamanın/reklamcılığın sosyal medya kullanıcılarının büyük kısmını oluŖturan gençleri hedef aldığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte ergenlerin geleneksel reklam türlerinin dıŖında kalan influencer reklamcılıkla baŖa çıkma noktasında eŖitli zorluklar yaŖadıkları bilinmektedir. Yapılan araŖtırmalar bu türden reklamların etkileŖimli, kiŖiselleŖtirilmiŖ, eğlendirici ve içeriğe gömülü olması nedeniyle ikna taktiklerini anlamamanın glg ve eleŖtirel yaklaŖımın zorluklarını gstermiŖtir (Zarouali vd., 2017). Ergenlerin influencer reklamcılıkla mücadele edebilmeleri için reklamı fark etmeleri, satıŖ ve ikna niyetini anlamaları, ikna taktiklerini çözümleyebilmeleri, reklamveren-influencer-takipçi-medya döngüsünü açıklayabilmeleri, reklamın onlarda yarattığı duygunun farkına varabilmeleri, reklamı ahlaki açıdan değerlendirebilmeleri ve okuryazarlık bilgilerini fiilen hayata geçirebilmeleri gerekmektedir. Tüm bu beceriler alanyazında reklam okuryazarlığı olarak tanımlanmaktadır. İzleyen baŖlık altında reklam okuryazarlığı kavramı ile reklam okuryazarlığını oluŖturan boyutlar ele alınacak ve influencer reklamcılıkla iliŖkisi değerlendirilecektir.

2.1. Influencer reklamcılığa karŖı reklam okuryazarlığı ve becerileri

Dijital ağ sosyalleŖme, haber alma/yayma, bilgi edinme/verme, zamanı değerlendirme, eğlenme ve ekonomik faaliyetlerde bulunma gibi çok sayıda farklı alanı bünyesinde toplayan, bireylerin küresel çapta bağlantılar kurmalarını sağlayan ve kullanıcılarını içerik üretmek ve yaymak üzere motive eden güçlü araç ve uygulamaları gündelik hayatın belirleyicisi haline getirmiŖtir. Özellikle sosyal medya uygulamaları sadece bu araçları kullanan bireylerin iŖlerini kolaylaŖtırmamıŖ ekonomik kazanç peŖinde koŖan ticari marka, kuruluŖ ve kiŖilere de eŖitli fırsatlar sunarak tüketicilere ulaŖmalarında eŖsiz kolaylıklar saėlamıŖtır. Tüketicilerin satın alma kararları üzerinde önemli etkisi olduğu (Branding Türkiye, 2018) bilinen sosyal medya tanıtım, reklam ve pazarlama açısından yeni stratejileri hem kolaylaŖtırmakta hem de eŖitlendirmektedir. Dijital medyada dijital pazarlamanın yeni stratejileri arasında görünürlük ve yaygınlık açısından baŖı çekenin ise influencer pazarlama/reklamcılık olduğu açıktır.

Influencer pazarlama/reklamcılık markalar için giderek daha etkili bir pazarlama stratejisi haline geldikçe alana iliŖkin akademik alıŖmalar da artmaktadır. Özellikle genç medya kullanıcıları baŖta olmak üzere ticari iletiŖime karŖı eleŖtirel bir yaklaŖım geliŖtirme ve farkındalık oluŖtırmada medya okuryazarlığı önemli ayırt edici özelliklere sahiptir (Koltay, 2011, 217). Reklamın nihai amacının tüketicilerin satın alma kararlarını reklamı yapılan marka lehine etkilediği (Bttner vd., 2014, 165) dŖnldėnde reklamlarla bireyler arasındaki iletiŖim süreçlerine odaklanan ve medya okuryazarlığının alıŖma alanı içerisinde yer alan reklam okuryazarlığı; reklama maruz kalma esnasında veya kısa bir süre sonrasında reklamın ani etkilerini azaltmaya yardımcı olmaktadır (Bttner vd., 2014, 163).

Bu açıdan bakıldığında sosyal medya platformlarının çok eŖitli içeriklerin yanında sponsorlu içeriklerle de dolup taŖan, son derece popüler ve etkili alıŖveriŖ kanallarına dnŖtėn (Parasnis, 2022, 9) söylemek mümkündür. Gençlere yönelik reklamlar, esprili veya cazip görünümleri, ince mesajları ve akran grubu onaylı içerikleri (Livingstone & Helsper, 2006, 576) ile geleneksel reklamcılıktan farklı özellikler taŖımaktadır. Bu durum, ergenlerin de içinde bulunduğu genç tüketicileri reklamın cezbedici etkileriyle karŖı karŖıya bırakmaktadır.

Tüketici-reklam ilişkisinde tüketicilerin reklam okuryazarlığı becerilerine sahip olabilmeleri için reklamın dilinin nasıl kullanıldığı, reklamda kullanılan ikna teknikleri, reklamın niyeti gibi hem reklama dair bilgilere hâkim olmaları hem de sahip oldukları bilgileri kullanarak reklama karşı sorgulayıcı bir tutum geliştirmeleri gerekmektedir (Becan, 2022, 1199 & 1200). Bir başka deyişle temel düzeyde reklam okuryazarlığı becerisi; reklamın kaynağının tanınabilmesi, ticari ve ikna edici niyetin belirlenebilmesi ve ardından da reklama eleştirel bir tepkinin verilebilmesini (Sweeney vd., 2022, 55) içermektedir. Reklam okuryazarlığını geliştirmenin amacı, şüphesizliği teşvik etmek, reklamın söylemlerinin ve marka mesajlarının gerçek değerinde ve eleştirel düşünmeden kabul edilmemesi için savunma mekanizmalarını harekete geçirmektir (Rozendaal vd., 2011). Dolayısıyla günümüz medya okuryazarlığı anlayışında olduğu gibi reklam okuryazarlığının temelini de kullanılan ikna tekniklerini eleştirel biçimde sorgulayabilme, değerlendirebilme yeteneği oluşturmaktadır.

Alanyazın irdelendiğinde son yıllara kadar reklam okuryazarlığının bilişsel düzeyde kabul edildiği eş deyişle reklama ilişkin sahip olunan kavramsal bilginin yetişkin olmayan bireyleri reklamın istenmeyen etkilerinden koruyacağına benimsendiği görülmektedir (Wright, vd., 2005; Rozendaal vd., 2011). Reklam okuryazarlığının *bilişsel boyutu* öncelikli olarak reklamın tanınması, niyetinin anlaşılması, satış ve ikna tekniklerinin farkına varılması gibi kişinin sahip olduğu bilgi birikimiyle bilgi türlerini içermektedir. Rozendaal vd., (2011) alanyazına yönelik tespitlerinde temel reklam okuryazarlığı olarak kabul edilen reklamın kavramsal bilgisine odaklanıldığını oysa tek başına bilgiye sahip olmanın bireyleri reklamın etkilerine karşı korumada etkili olmadığını ve mevcut reklam okuryazarlığına farklı boyutlar eklenerek genişletilmesi gerektiğini savunmaktadır. Buna göre yazarlar reklama maruz kalınırken reklamcılık bilgisinin fiili kullanımının (*reklam okuryazarlığı performansı*) da hesaba katılmasını önemli bulmaktadır. Gerekli reklamcılık bilgilerine sahip olursa bile reklamla karşılaşıldığında bu bilgilerin gerçekten bellekten geri alındığı ve eleştirel bir savunma geliştirmek üzere kullanıldığı anlamına gelmemektedir. Bu nedenle bilişsel yeterlilik (*reklam bilgisine sahip olmak*) ve performans (*reklam bilgisini çağırma ve uygulamak*) arasındaki teorik ayrımın daha güçlü bir şekilde vurgulanması önemlidir (Rozendaal vd., 2011, 344).

Reklam okuryazarlığının bir diğer boyutuysa duygusal reklam okuryazarlığıdır. Duygusal reklam okuryazarlığı; reklam karşısında hissedilen duyguların bilinçli farkındalığıyla onları düzenleme becerisini ifade etmektedir (Zarouali vd., 2017). Özellikle çocuk ve ergenleri hedefleyen reklamlarda duygu yüklü öğelerin kullanımı, eğlence ve oyuna odaklanma, yakınlık kurulabilecek karakterleri işe koşma gibi teknikler reklama ilişkin bilginin eleştirel bir savunma olarak geri çağrılmasının önünde engel oluşturmaktadır (Rozendaal vd., 2011). Dolayısıyla duygusal reklam okuryazarlığı becerisinin bilişsel boyutla performans boyutu arasında kolaylaştırıcı veya güçleştirici bir konumda olduğunu söylemek mümkündür.

Reklam okuryazarlığı çerçevesinde üçüncü boyut ahlaki reklam okuryazarlığı olarak adlandırılmaktadır. Ahlaki reklam okuryazarlığı bireylerin belli reklam biçimlerine ve genel olarak reklamcılığa yönelik ahlaki değerlendirmelerini içermektedir (Hudders vd., 2017). Tüketicinin reklam taktiklerinin ahlaki uygunluğu üzerine düşünme yeteneğini ifade eden bu yaklaşımı; reklamın dürüstlüğüne değerlendirme, tarafgirliği hakkında bir karara varabilme gibi reklam bağlamında neyin uygun veya uygunsuz olduğuna dair düşüncelerden oluşan bir bilgi yapısı olarak düşünmek mümkündür (Sweeney, 2022). Yürütülen çalışmalarda influencer pazarlama/reklamcılık stratejileri gibi sıklıkla örtülü iletlerden oluşan reklamlarda kavramsal ve duygusal reklam okuryazarlığının ticari niyeti ayırt etme noktasında yeterli olmadığı, bu türden taktiklerle başa çıkmada öncelikli olarak bireyin etik anlayışının devreye girdiği bildirilmektedir (Sweeney, 2022, 58; Hudders vd., 2017). Influencer pazarlama/reklamcılık gibi geleneksel olmayan reklamcılık türlerinin çoğunda mesajlar içeriğe gömüldüğünden (ürün yerleştirme, advergaming vb) reklama ilişkin ahlaki okuryazarlık hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir. Hudders vd. (2017) tarafından geliştirilen teorik model geleneksel olmayan

reklam iletilerine ilişkin reklam okuryazarlığının üç bileşeni olan bilişsel, duygusal ve ahlaki filtrelerin ikna edici iletişimle başa çıkma ve eleştirel yaklaşımı devreye alma sürecini ifade etmektedir.

Araştırmalar, giderek artan bir şekilde influencerların gençlerin yaşamlarında çok önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Curtis tarafından işaret edilen kronolojik sınıflandırmaya göre 11-13 yaşları "erken ergenlik", 14-17 yaşları "orta ergenlik", 18-25 yaşları "genç yetişkinlik" dönemlerini ifade etmektedir. Ergenler, genellikle bilinçli veya bilinçsiz olarak hedefli çevrimiçi reklamlara ve ticari içeriğe maruz kalmakta (Pessers, 2012, 3) Instagram, Facebook, TikTok ve YouTube gibi sosyal medya platformlarıyla birlikte bu içerik; influencer paylaşımlarında eğlenceli ve ilgi çekici (Sweeney, 2022, 54) bir örtüyle pazarlanmaktadır. Influencer pazarlama/reklamcılık yoluyla şirketler ve markalar sosyal medya reklamcılığına milyarlarca dolar yatırım yapmaktadır (Parasnis, 2022, 11).

Zamanlarının büyük bir bölümünü çevrimiçi olarak geçiren ergenler, influencerların içeriklerine çok fazla maruz kalmaktadırlar. Türkiye'de 16-24 yaş aralığında bulunan gençlerin %95.5'i internet kullanmakta, %84.5'i interneti sosyal medyaya erişim amacıyla kullanırken kullanım süresi günde üç saat olarak yansımaktadır. (TUİK, 2021; TUİK, 2022). Ergenler giderek artan bir şekilde influencerlarla kişisel ilişki kurmakta ve onlara yalnızca eğlence için değil, aynı zamanda bilgi, tavsiye, arkadaşlık için de yönelmektedir (De Castro vd., 2021; Abidin, 2015; Lou, 2022). Ayrıca influencer-takipçi ilişkisinin benzersiz doğasının influencerların algılanan güven, özgünlük ve etkileşim özelliklerinin (Branding Türkiye, 2018), reklamı yapılan ürünlere yüklenerek satın alma niyetini arttırdığı düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda çocuk ve ergenlerin güvenilir buldukları influencerların tavsiyelerini de geleneksel reklamlara nazaran daha güvenilir ve daha dürüst olarak algıladığını göstermektedir (Rahali & Livingstone, 2022). Her ne kadar 13 yaş ve üstü ergenlerin bilişsel kapasiteleri, karmaşık düşünme becerileri, hafıza sınırları genişlemiş, duygusal açıdan olgunlaşmış, açık ve örtük duygusal ipuçlarını değerlendirme yetenekleri gelişmiş, etik sınırların farkında olan ve herhangi bir eylemi sosyal kabullere göre yargılama sezgisi edinmiş (Zarouali vd., 2017) olsalar da dijital medyanın yeni ve örtük reklam içerikleri karşısında reklam okuryazarlığı becerilerini nasıl kullandıkları bilinmemektedir ve araştırılmaya değerdir. İzleyen sayfalarda bu amaçla yürütülen araştırmaya ilişkin bilgilere ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın amacı ve soruları

Yorumlayıcı nitel bir metodolojiyi benimseyen bu çalışma, ergenlerin influencer-takipçi ilişkisi içinde reklam okuryazarlık becerilerinin varlığını ve ergenler tarafından nasıl işletildiğini keşfetmek amacıyla taşımaktadır. Bu amaca erişebilmek için reklam okuryazarlığının üç temel boyutu, influencer pazarlama/reklamcılık alanına uyarlanarak aşağıdaki araştırma soruları geliştirilmiştir.

AS1. Ergenler influencer pazarlama/reklamcılık karşısında bilişsel reklam okuryazarlıklarını nasıl işletmektedirler?

- Influencer tarafından yapılan reklamı tanırlar mı?
- Influencerın satış niyetini anlarlar mı?
- Influencerın yaptığı reklamın kaynağını anlarlar mı?
- Reklamveren, influencer, takipçi, medya arasındaki döngüyü açıklayabilirler mi?
- Influencerın ikna edici niyetini anlayabilirler mi?
- Influencerın ikna edici taktiklerini anlayabilirler mi?

AS2. Ergenler influencer pazarlama/reklamcılık karşısında duygusal okuryazarlıklarını nasıl işletmektedirler?

- Influencerın reklam içerikli paylaşımlarından şüphe duyarlar mı?
- Influencerın reklam içerikli paylaşımlarından hoşlanırlar mı?

AS3.Ergenlerin influencer pazarlama/reklamcılık karşısında ahlaki reklam okuryazarlıklarını nasıl işletmektedirler?

- Açıkça ifşa edilen ticari paylaşımları nasıl değerlendirmektedirler?
- Influencerın örtülü ticari paylaşımlarını nasıl değerlendirmektedirler?

3.2. Çalışma kümesi

Çalışma kümesi amaçlı örneklem türlerinden biri olan tipik örneklem seçimi yapılarak oluşturulmuştur. “Amaçlı örneklemin mantığı ve gücü bilgi açısından zengin durumların seçilmesinden gelmektedir. Bilgi açısından zengin durumlar araştırma amacı için önem taşıyan konular hakkında araştırmacının büyük miktarda bilgi edinebileceği durumlardır (Patton, 2014: 46).” Eğer araştırmacı yeni bir durumu ortaya koymaya çalışıyorsa bu yeni durumun gerçekleştiği en tipik örnekleri saptayarak çalışma kümesini seçebilir (Yıldırım & Şimşek, 2011: 110). Araştırmada sosyal medyayı yoğun kullanan tüketici ergenlerin tipik örnekleri çalışma kümesine dahil edilmek istenmiştir. Merriam’ın (2013: 77) da belirttiği gibi amaçlı örneklemede araştırma amacını yansıtacak kriterler söz konusu seçimi belirlemektedir. Tipik örneklem seçiminde anket sonuçlarından, demografik analizlerden, istatistiksel verilerden yararlanılarak seçim yapılabilir (Patton, 2014: 236). İlk kriter olarak belirlenen yaş aralığı bu bilgiler doğrultusunda daraltılmıştır.

TUİK 2022 yılı raporuna göre Türkiye’de 16-24 yaş aralığına internet kullanım oranı %95,5 olarak bildirilmiştir (TUİK, 2022). Ayrıca tüketici olmayı öğrenme olarak adlandırılan “tüketici sosyalizasyonu”nun 4 yaşında başladığı ve ömür boyu devam ettiği kabul edilmektedir. Tüketici sosyalleşmesi yani bireylerin nasıl birer tüketiciye dönüştüklerini ortaya koyan çalışmalar ergenlik çağındaki tüketicilerin sosyalleşmesinin medya, aile ve akranlarıyla birlikte şekillendiğini göstermektedir (Özmete, 2008, 373). İlaveten ön ergenlik döneminde alışveriş bir ayrıcalık olmaktan çıkmakta ve normalleşmekte, orta ergenlik döneminde ise bireyi artık bir tüketici olarak konumlandırmak mümkün olmaktadır (Altıok & Babaoğlu, 2010).Ergenlerin influencer-takipçi ilişkisi içinde reklam okuryazarlık becerilerinin varlığını ve ergenler tarafından nasıl işletildiğini keşfetmek amacını taşıyan bu çalışmada, 15 - 17 yaşları arasında olan orta ergenlik veya ergenlik ortaları olarak kabul edilen yaş aralığında ergenler dâhil edilmiştir. Çalışmada söz konusu yaş aralığında olan ergenler, sosyal medya influencerlarının paylaşımlarına ilişkin yaklaşımlarının doğasını anlamak, tüketim davranışları konusunda bilgi edinmek, dahası akran veya arkadaş gibi gördükleri influencerlar ile sürdürdükleri ilişkinin reklam okuryazarlık becerilerini etkileyip etkilemediğini göstereceğinden tercih edilmiştir. Bu noktada belirtilmesi elzemdir ki, çalışmanın amacı ergenlerin influencer reklam içeriklerine ilişkin medya okuryazarlık becerilerine dair genellemeler yapmak değil, durum hakkında tipik olanı açığa çıkarmaktır.

Çalışma grubunun belirlenmesinde bir diğer kriter sosyoekonomik düzey olmuştur. Bu noktada sosyoekonomik düzeyin ergenlerin influencerlara bakış açısını şekillendirip şekillendirmediğini, satın alma niyetini ne şekilde etkilediğini belirlemek dolayısıyla çalışmada benimsenen sosyal medyayı yoğun kullanan tüketici ergen tipik grubu içinde farklılaşma yaratıp yaratmadığını görmek üzere iki ayrı katılımcı kümesi oluşturulmuştur. Bunlardan ilki, gelir seviyesinin nispeten az, ebeveyn eğitim düzeyinin düşük olduğu ailelerin yaşadığı bir ilçenin devlet okuluna devam eden lise öğrencileri arasından diğeri ise gelir seviyesinin yüksek, ebeveyn eğitim düzeyinin yüksek olduğu bir büyükşehirin merkezinde yer alan özel bir liseye devam eden öğrenciler arasından seçilmiştir.

Son kriter ise sosyal medya kullanım alışkanlıklarına bağlı olarak belirlenmiştir. Katılımcı olarak araştırmada yer alan gençlerin internete bağlanabilen cep telefonu, tablet, bilgisayar türünden cihazlardan en az birine kişisel (ortak olmayan) olarak sahip olmaları, bu cihazlar aracılığıyla kendileri

adına açılmış sosyal medya hesaplarının bulunması ve bu hesapların kendileri tarafından yönetiliyor olması şartı aranmıştır.

Çalışma kümesine dâhil edilecek bireylere ilişkin kriterlerin belirlenmesinin ardından T.C. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından düzenlenen 2020/2 No'lu Araştırma Uygulama İzinleri konulu genelge gereğince Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne araştırma kapsam ve içeriğine ilişkin evraklar ve yazılı dokümanlar sunulmuştur. Bakanlık tarafından yapılan ilk inceleme sonrasında araştırmacılardan araştırmaya katılacak kişi sayısı ve katılacak her bir kişi için imzalı veli izin belgeleri talep edilmiştir. Araştırmanın yapılabilmesi için gerekli olan MEB izninin alınabilmesi araştırmaya katılacak kişilerin sayı, isim ve izinleri bildirilmesine bağlı kılındığından iki okulun yöneticisi ve rehber öğretmenleriyle görüşülerek durum anlatılmış kriterler açıklanmıştır. Öğretmenler belirlenen yaş aralığında öğrencilerin bulunduğu sınıflarda araştırmaya dair bilgileri ve kriterleri açıklayarak gönüllü katılımcıları belirlemişlerdir.

Araştırmacılar, Patton'ın (2014: 244) özellikle bir fenomenin anlaşılması ya da yaşanan değişikliklerin ortaya çıkarılmasında fazla sayıda katılımcıdan elde edilen geniş ancak derin olmayan bilginin yararlı olacağı görüşünden hareketle mümkün olan en yüksek sayıda katılımcıyı dahil etme konusunda görüş birliğine varmışlardır. Türkiye'de ergenlerin influencer reklamcılığa ilişkin medya okuryazarlık becerilerine dair bir araştırma olmadığından bilginin sınırlı oluşu, Creswell'in (2017: 189) gözden geçirdiği pek çok nitel araştırma çalışmasına dayanarak "anlatı araştırması bir veya iki, fenomenoloji üç ila on, kuram oluşturma yirmi ila otuz kişiyi incelemeyi içerir" tespiti doğrultusunda çalışma bir kuram oluşturma çalışması olmamasına karşın yeni ve bilinmeyen durumlara ilişkin olduğundan otuz katılımcı sayısı uygun bulunmuştur. Patton tarafından belirtildiği gibi nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünü belirlemeye dair bir kural yoktur, araştırmalardaki geçerliğin ve anlamlılığın önemi örneklem büyüklüğünden ziyade seçilen durumların bilgi yüklü olmasına bağlıdır (2014: 244-245). Bununla birlikte alanda örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde veri doygunluğu kriteri hakkında araştırmalar ve tartışmalar güncelliğini korumaktadır (Malterud, Siersman, & Guassora, 2016; Charmaz, 2006; Morse, 2004). Hennick, Kaiser & Marconi (2016) nitel araştırmalarda veri doygunluğu konusunda yürüttükleri çalışma neticesinde kod doygunluğu ve anlam doygunluğunu işaret ederek 16-24 görüşme sayısının araştırmacının konuyu anlaması açısından yeterli olduğu bulgusuna erişmişlerdir. Dolayısıyla araştırmaya katılacak otuz katılımcıdan toplanan bilginin veri doygunluğunu sağlayacağı düşünülmüştür. Nitekim ham veriler de bu düşüncüyü doğrulamıştır. Yöneticiler, araştırmacılar tarafından belirtilen toplam otuz öğrenci sayısına ulaştıklarında bizleri haberdar ederek listeleri tamamlamışlardır.

3.3. Verinin toplanması

Çalışma kapsamında veriler yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Görüşmelerde katılımcılara reklam okuryazarlığı alanyazınına bağlı kalınarak okuryazarlık boyutları temelinde iki araştırmacı tarafından hazırlanan 15 soru yöneltilmiş, gerek duyulduğunda ilave sorular sorulmuş, daha detaylı veriye erişebilmek için açıklamalar istenmiştir. Görüşme soruları tamamlandığında her katılımcıya ilave etmek istedikleri başka bir şey olup olmadığı sorulmuş, varsa kaydedilmiş, yoksa daha sonra eklemek istedikleri olursa araştırmacıya ulaşabilecekleri bilgisi verilmiştir.

Görüşmeler araştırmacıların biri veya her ikisinin de hazır bulunduğu bir anda öğrencilerin kendilerini yabancı hissetmeyecekleri bir ortam olan okullarında yüz yüze yapılmıştır. Mülakatların sağlıklı bir biçimde yürütülebilmesi için okul yöneticilerinden okul içinde kapalı bir mekân gösterilmesi istenmiş ve mülakatlar bu ortamda sadece araştırmacı ve katılımcı olacak biçimde yürütülmüştür. Görüşmelerde kayıt, ses kayıt cihazları yoluyla yapılmış, görüntü kaydı alınmamıştır. Katılımcıların sözsüz ifadeleri araştırmacılar tarafından not edilmiş, duygu durumlarına ilişkin ipuçları yine araştırmacılar tarafından anlaşılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmalarda katılımcının araştırmacıya ne hissettirdiği de

araştırmanın önemli bir parçası olduğundan araştırmacı kendi izlenimini de kayıt altına almıştır. Araştırmayı yürüten her iki araştırmacı daha önce nitel araştırma yürütmüş ve mülakat yoluyla veri toplamış dolayısıyla deneyim sahibi kişilerdir.

Çalışmada yer alan katılımcıların gizliliğini sağlayabilmek amacıyla gerçek/açık isimleri kullanılmamış, bunun yerine katılımcılara başka isimler verilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde birer ders saati (40 dk.) zaman ayrılmış, bu süreyi geçmemeye özen gösterilmiştir. En uzun görüşme yaklaşık 44 dakika, en kısa görüşme yaklaşık 15 dakika sürmüştür. Tüm görüşmelerin ortalaması ise 25 dakika 30 saniyedir. İki ayrı şehirde yürütülen veri toplama sürecine ilk olarak birinci araştırmacı başlamış, günlere yayılan ve art arda gelmeyen bir programla toplam 7 günde 15 katılımcı ile görüşme yapmıştır. İlk görüşmeler tamamlandıktan sonra edinilen izlenim farklı bir şehirde veri toplayacak olan ikinci araştırmacıya iletilmiş, karşılaşılan önemli noktalara dikkat çekilerek görüşme sürecinin yürütülmesinde uzlaşa yakalanmaya çalışılmıştır. Her iki araştırmacı tamamladıkları görüşmeler sonrasında diğer tarafa bilgi vererek, veri toplamada çoklu araştırmacının sebep olabileceği tutarsızlığı bertaraf etmeye çalışmışlardır.

3.4. Verilerin analizi

Çalışmada yarı yapılandırılmış mülakatlar yoluyla elde edilen veri, niteliksel içerik analizi yöntemiyle irdelenmiştir. Niteliksel içerik analizi (QCA), verilerin tanımlanması ve yorumlanması için sistematik kodlama sürecinin işe koşulduğu bir veri analiz yöntemidir. Analiz nihayetinde amaçlanan; kategorilerin, temaların ve kalıpların oluşturulmasıdır (Elo & Kyngäs, 2008; Hsieh & Shannon, 2005). Nitel içerik analizi, veri analizi için geleneksel, yönlendirilmiş ve özetleyici yaklaşımlardan oluşmaktadır. Yaklaşımlardan biri olan *yönlendirilmiş niteliksel içerik analizi (directed qualitative content analysis)*; mevcut kuramlar ve alan yazından elde edilen bilgiler yoluyla ulaşılan kod ve kategorilerin veri seti içinde aranması (Hsieh & Shannon 2005'ten akt. Berg & Lune, 2015, 383) bir başka ifadeyle tümdengelimsel bir bakış açısıyla veri setinin aranan kod/kategorileri bulmak üzere taranması olarak açıklanabilir. Yönlendirilmiş niteliksel içerik analizini klasik nitel içerik analizinden ayıran husus; veri setinin irdelenmesinde önceki araştırma bulgularında ortaya çıkan kod/kategorileri kullanarak işe başlanmasıdır.

Klasik niteliksel içerik analizi tümevarımsal bir bakışla veri setinden özgün kod/kategoriler oluşturmak üzere kullanılırken yönlendirilmiş niteliksel içerik analizi; var olan kuram, bakış açılarının sınanması veya farklı alanlara uygulanması amacını taşıyan çalışmalarda tercih edilmektedir. Bununla birlikte özellikle sosyal bilimler alanında değişimin sürekliliği esasına bağlı olarak hakkında araştırma yapılan alana temel bilimsel katkıyı sağlayacak olan, var olan bulgulara eklenecek yeni bulgulardır. Veri setinde önceki araştırmalardan elde edilen bulgulara bağlı olarak taranan kod/kategorilerin yanı sıra anlamlandırılan yeni kod/kategorilerin analize dâhil edilmesi konusunda fikir birliği olduğunu söylemek mümkün değildir (Assarroudi, vd, 2018). Assarroudi vd. (2018); yönlendirilmiş niteliksel içerik analizi yöntemi hakkında alanyazında en sık atıf alan Hsieh & Shannon (2005), Elo & Kyngäs (2008), Zhang & Wildemuth (2009) & Mayring (2000, 2014) çalışmalarını sentezleyerek 3 aşama ve 16 adımdan oluşan bir analiz süreci önermişlerdir. Ergenlerin reklam okuryazarlığı becerilerini influencer pazarlama/reklamcılık karşısında nasıl işe koştuklarını anlamının amaçlandığı bu çalışmada önerilen süreç takip edilmiştir. İzlenen adımlar ve her adımda araştırma sürecinde yapılanlar ekte sunulmuştur.

Veri toplanması tamamlandıktan sonra her bir araştırmacı yaptığı mülakatların ses kaydını yazılı hale getirmiştir. Transkripsiyonların araştırmacılar tarafından yapılması, veriyi tanımak ve aslında analize başlamak için gerekli bir aşamadır. Bu aşamada 30 görüşmenin yazıya dökülmesiyle 25.655 sözcükten oluşan yaklaşık 70 sayfalık bir veri seti elde edilmiştir.

3.5. Etik önlemler

Çalışma kapsamında bir dizi etik önlem gözetilmiştir. Öncelikle çalışmanın amacı, kapsamı, çalışma kümesi, görüşme sorularını ve öğrenci/ebeveyn onam formlarını içeren dosya, Kocaeli Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'na sunulmuş, kurulun 08.12.2022 tarih ve 2022/11 No'lu toplantısında alınan 20 sıra sayılı kararıyla verinin toplanmasında bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından bir sakınca olmadığına ilişkin izin alınmıştır. Akabinde eğitim kurumları aracılığıyla veri toplamayı planlayan araştırmacılar tarafından araştırmalar için T.C. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından düzenlenen 2020/2 No'lu Araştırma Uygulama İzinleri konulu genelge gereğince bakanlık izinleri alınmıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler öncesinde ebeveynlere "Aydınlatılmış Onam Formu" gönderilerek ıslak imzalı onayları alınmıştır. Ayrıca yetişkin olmayan bireylerin ebeveynlerinin onayıyla katılacakları araştırmalarda rızalarının/kabullerinin olması araştırma etiği açısından uygun görülmektedir (Graham, vd. 2013). Bu nedenle onam formuna ilgili açıklamalar eklenmiş ve katılımcının imzası da istenmiştir. Onam formlarında yer alan tüm imzaların tamamlanmasından sonra mülakat yapılacak mekânda, mülakat başlamadan evvel; gönüllü katılım, kimliğin gizliliği, anonimliğin korunması, verinin saklanması ve imha edilmesi konularında katılımcıya sözlü açıklamalarla bilgi verilmiş, varsa soruları yanıtlanmış, araştırmaya katkı sunmayı onaylayıp onaylamadıkları tekrar teyit edilmiştir. Tüm katılımcılar araştırmaya katılmayı sözlü olarak da beyan etmişlerdir.

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların demografik ve sosyoekonomik durumları ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları

Yaşları 15-17 arasında değişen 30 ergen katılımcının 24'ü kadın, 6'sı ise erkektir. Katılımcıların tamamı kendilerini yoğun internet kullanıcısı olarak tanımlamışlar, çevrimiçi geçirdikleri zamanlarının büyük kısmını sosyal medya uygulamalarında harcadıklarını söylemişlerdir. Bununla birlikte günlük sosyal medya kullanım süreleri hem hafta içi ve hafta sonu olarak hem de devlet okuluna gidenler ile özel okula devam edenler arasında farklılıklar göstermektedir. Özel liseye devam eden katılımcıların günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri hafta içi 3,6 saat (2-9 saat) iken hafta sonu bu ortalama 5 saate yükselmektedir (3-9 saat). Devlet okuluna devam eden öğrenciler ise hafta içi 6,4 (2-10 saat), hafta sonu 8,3 (8-15 saat) saatlerini çevrimiçi olarak geçirmektedirler. Çevrimiçi geçirilen süreler farklılaşsa da sosyal medya platformları her iki grupta da benzerlik göstermektedir. Katılımcıların neredeyse her uygulamada bir hesabı olmasına karşın vakitlerinin çoğunu geçirdikleri uygulamalar Instagram ve TikTok'tur. Katılımcıların çevrimiçi sosyal medya zamanlarının büyük kısmını *bakmak, izlemek, kaydırmak* (katılımcıların kendi ifadeleri) ile geçirdiklerini, aktif olarak paylaşım yapanların sayıca az olduğunu söylemek mümkündür. İlaveten katılımcılar arasında daha yoğun olarak Instagram kullandığını belirtenler (22 kişi) platformda iki ayrı hesapları olduğunu (*main ve priv*) söyleyerek ana hesaplarının aile ve akrabalarına açık, özel hesaplarının ise sadece arkadaşlarına açık olduğu bilgisini paylaşmışlardır. Katılımcıların takip ettikleri hesap türlerinin de benzerlik gösterdiği söylenebilir. Ergenlik döneminin ortalarında olan katılımcılar makyaj, giyim, güzellik, kişisel gelişim, spor, sanat ve sağlıklı yaşam alanlarında paylaşım yapan hesapları ve Influencerları takip ettiklerini söylemişlerdir.

Araştırmaya katılan ergenlere ebeveynlerinin eğitim düzeyi, meslekleri, ev-araba sahiplikleri ile internete bağlanılabilen kişisel (sadece katılımcıya ait) cihazlara ilişkin sosyoekonomik içerikli beş soru sorulmuştur. Bu sorulara alınan yanıtlar eğitim, meslek ve sahiplik açısından devlet okuluna devam edenlerle özel okula devam edenler arasında belirgin farklılığın olduğunu göstermiştir.

4.2. Bilişsel/Kavramsal okuryazarlık açısından influencer reklamcılık

Reklam okuryazarlığının bir boyutu olarak bilişsel reklam okuryazarlığı; reklamı tanıma, amacın farkında olma, işleyişi anlama, ikna tekniklerini fark etme ve tarafsızlığı bilme alt boyutlarında influencer pazarlama/reklamcılık açısından irdelendiğinde katılımcıların ufak tefek bilgi eksikliklerine karşın bilişsel reklam okuryazarlıklarını influencer paylaşımlarına karşı devreye aldıklarını söylemek mümkündür.

İstisnasız tüm katılımcıların sosyal medya influencerı (SMI), influencer pazarlama ve influencer reklamcılık konusunda bilgi ve deneyim sahibi olduğu görülmüştür. Katılımcılar daha yoğun kullandıkları Instagram ve TikTok uygulamalarında takip ettikleri hesaplar arasında influencerlara ait en az bir hesap olduğunu, bazılarının çok sayıda influencerı takip ettiği ve alışveriş kararlarının büyük kısmını bu biçimde verdiklerini söylemişlerdir. Katılımcılar özel ilgi alanlarını oluşturan makyaj, giyim, güzellik, kişisel gelişim, spor, sanat, sağlıklı yaşam gibi çeşitli alanlarda markalar ve influencerlar arasında bir iş birliği olduğu bilgisine sahiplerdir ve bu bilgilerini influencerın markalardan haberdar etmesi, link eklemesi, reklam yapması, gelen hediyeleri tanıtması, indirimleri duyurması, ürünleri deneyerek tavsiye etmesi ve markaların influencera sponsor olması gibi açıklamalarla dile getirmişlerdir.

Geleneksel reklamcılık açısından bilişsel reklam okuryazarlığının bir bileşeni olan kaynağın farkında olma bir diğer ifade ile reklam için ödeme yapanın kim olduğunu bilme, influencer pazarlama/reklamcılık söz konusu olduğunda markalar, ajanslar, influencerlar, reklam ve takipçi arasında durmadan akan bir döngüye dönüşmektedir. Katılımcıların markalar/ürünler ile takipçiler arasındaki işleyişin farkında olup olmadıkların anlamaya dönük sorulara alınan yanıtlar işleyişin farkında olduklarını göstermiştir. Katılımcılar sıklıkla influencerların tanıttıkları veya kullanarak tavsiye ettikleri ürünler nedeniyle kazanç elde ettiklerini, bu kazancın ücretsiz ürün veya para biçiminde olabileceğini ayrıca tek kazançlarının bu olmadığını markalarla anlaşma yapmanın takipçi artırma, tanınma (ünlenme), Keşfet'e çıkma gibi faydaları da olduğunu eklemişlerdir.

"...Mesela başta az takipçisi var. Marka ürün gönderiyor influencera tavsiye ediyor başta para almadan öneriyor takipçisi az olduğu için. Sonra görülüyor ki insanlar alıyor markalar benimkini öner de diyor. O önerdikçe markanın karı artıyor, onun da takipçisi artıyor bir döngü var. ... O da kazanıyor sonuçta. ...Ürün geldikçe takipçi de geliyor başka bir kazancı da bu." (Nisan, 16)

"...Bu işten para kazanıyorlar. ... Reklam yüzü gibi oluyor" (Dilek, 15)

Öte yandan katılımcılar bu işleyiş içinde takipçilerin sıklıkla kazanç yerine kayıp yaşadığını düşündüklerini belirtmişler, zaman ve para kaybını vurgulamışlardır. Bununla birlikte özellikle ticari tavsiyeden memnun kalan katılımcılar deneyimlerine bağlı olarak takipçilerin de bu işleyişten yararlı bilgi, yeniliklerden haberdar olma, arama/araştırma zahmetinden kurtulma gibi faydalar elde ettiğini düşünmektedirler. Örneğin;

"Takipçiler, influencerın önerisiyle bir ürün satın aldığı anda eğer o üründen memnun kalırsa o zaman fayda sağlamış oluyorlar kendilerine." (Gamze, 16)

"Mesela daha önce hiç duymadığım bir markanın ürününü takip ettiğim influencerlardan birisi tanıtmıştı. Daha sonra o ürünü satın aldım ve çok memnun kaldım." (Seda, 17)

"Ben de amacıma ulaşmış olurum ve işim kolaylaşmış olur. Zamandan kazanmış olurum 5 gün arayacağıma 1 günde tüm bilgiyi edinirim." (Hülya, 15)

Katılımcıların tümü SMI'nın ticari amaçlarının farkında olduklarını belirtmişler, sıklıkla da bundan duydukları hoşnutsuzluğu çeşitli biçimlerde dile getirmişlerdir. Özellikle satış amacını doğrudan gösteren etiketleme yoluyla (#işbirliği, #reklam, #ortaklık, #sponsorlu içerik) yapılan paylaşımları itici bulduklarını ve izlemeden hızla geçtiklerini belirten katılımcılar olmuştur. Etiketli diğer bir deyişle ticari

ilişkinin açıkça paylaşıldığı içeriklere ilişkin katılımcıların görüşleri ahlaki reklam okuryazarlığı başlığında daha detaylı olarak sunulmuştur.

"...Sana ürün gönderilmiş reklamını yap denilmiş sen de kamera karşısına geçmişsin işte yani... Hah tamam diyorum reklam işliyor." (Yasemin, 16)

Katılımcıların hemen hepsi SMI'nın satış ve iknaya ilişkin amaçları olduğunu, tanıttıkları ürün veya markalar hakkında çoğu zaman taraflı paylaşımlar yaptıklarını söylemiş olsalar da görüşmenin farklı noktalarında kendilerinin takip ettiği SMI'nın tarafsız olduklarına inandıkları, onlara güvendikleri ve bu yönleriyle diğer SMI'dan ayrıldıklarını düşündükleri fark edilmiştir.

"Bazı influencerlar sürekli olarak ürün tanıtımı yapıyor mesela ama böyle olması bence iyi bir şey değil. Çünkü bunları gördükçe o influencerın sadece reklam amacıyla sosyal medyada olduğunu düşünüyorum. ... Benim takip ettiğim influencerlar böyle değil ama onlar hem kendi yaşamlarını paylaşıyorlar hem de çok sık olmasa da ürün tanıtımı yapıyorlar." (Hazal, 15)

"Sonuçta influencerlar ve markalar sadece para kazanmayı istiyor bir amaç için hareket ediyorlar. ... Bazı influencerların önerilerini samimi buluyorum, hepsi için aynı şey geçerli değil." (Duygu, 16)

Bununla birlikte katılımcıların SMI'ın taraflı olup olmadığını, samimi düşüncelerini paylaşıp paylaşmadığını anlamak üzere bilişsel becerilerini ortaya koyan çeşitli taktikler geliştirdikleri tespit edilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcılar taraflılığı ifade ederken ticari olarak desteklenen ürünü tek bir paylaşımda görme, takip eden paylaşımlarda görmeme, kullanırken görmeme, uzmanlık alanı dışında ürün tanıtma, ürün hakkında detaylı bilgi vermeme, abartılı içerikler paylaşma (SMI'ın rutin paylaşımlarından farklılaşan) ve ürünün sadece olumlu özelliklerinin içeriğe yansıtılması gibi durumlar sıralamışlar, influencerın ticari tavsiyelerinde taraflılığı böylelikle fark ettiklerini belirtmişlerdir.

"Saydam olsalar biraz da demiyorum ki hep olumsuz olsun o zamanda reklam yapamazlar ama şeffaf olsa doğru söylüyor derim ürün de alırım ama her şey para üzerinden döndüğü için... Ürün çok güzel demek yerine karşılaşılabilecek olumsuzlukları da aktarsalar ... Sihirli değnek gibi sunmamalılar." (Yasemin, 16)

"Tutarlı mı ona bakarım. Ona göre güvenirim." (Korhan, 15)

"Influencerların tanıttığı ürünleri kendileri denerken görmem, onlara güvenmemi sağlıyor. ...kısa aralıklarla birbirinden alakasız ürünleri tanıtılmaları güveni etkiliyor. Yani influencerların kendileriyle çelişmemesi önemli." (Almila, 16)

"Mesela bir ürünü influencer sayfasında bir kere görüyorsam... kullanıyorsan o ürün sende olmalı yani evini çekiyor mesela makyaj yaparken çekiyor o ürün yok düşünürüm ki birine vermiş ya da atmış. Kıyafet aldıysa giymesi lazım mesela. Bazıları mesela her gün yediğim şey diyor ama hiçbir gönderide yok o ürün." (Sena, 16)

Bazı katılımcılar ise yaşadıkları deneyimler sonucunda bu bilişsel beceriyi kazandıklarını ifade ederek başlarından geçen olayları aktarmışlardır. Örneğin Gökçe, SMI tavsiyesiyle satın aldığı üründen beklediğini bulamazken, Nurhan paylaşımlarda gösterilenle gerçek arasındaki farka vurgu yapmıştır.

"...influencerların içeriklerinde öyle bayıldıkları ve övdükleri gibi anlattıkları şekilde bana bir faydası olmadı satın aldığım ürünlerin." (Gökçe, 17)

"...takip ettiğim bir influencer çok güzel bir video paylaşmıştı. Tüm gruba attım, herkes çok beğendi ve gittik. Memnun kalmadık aslında yani kötü değildi ama gitmem bir daha. Video çok şaşalı idi ama küçücük bir yerdi. Görüldüğü gibi değildi." (Nurhan, 16)

Reklam okuryazarlığının bilişsel boyutu kapsamında reklamın gerçeği söylenmediğini fark etme veya taraflı olduğunu anlama duygusal boyut içinde değerlendirilen reklamdan şüphelenmeyle iç içe geçmiştir (Hudders vd. 2017; Rozendaal vd., 2016). Yürütülen görüşmelerde de katılımcıların influencerın paylaşımları, anlatıları ve içerikte paylaştığı görsellerle gerçek ürün arasındaki uyumsuzluğun fark edilmesinin onları şüpheye ve güvensizliğe sürüklediği görülmüştür.

4.3. Duygusal okuryazarlık açısından influencer reklamcılık

Takipçilerin influencerlara hissettiği duyguların onların paylaşımlarına konu olan ürün/markaya yansıtılması influencer pazarlama/reklamcılığın temel duygusal hedefidir. Reklam okuryazarlığının duygusal boyutu ise reklâmın izleyende yaratmaya çalıştığı duygunun farkında olabilmek, hissedilene dair eleştirel düşünebilme ve duyguyu düzenleyebilme becerisidir. Bu becerinin reklama karşı bir tür savunma mekanizması olarak işletebilmesi için öncelikle reklâmdan şüphe duymak gerekmektedir. Buradan yola çıkarak görüşmelerde katılımcıların influencer pazarlama/reklamcılığa ilişkin hisleri anlaşılmasına çalışılmıştır.

Katılımcıların influencer içeriklerine şüpheyle yaklaşmaları onların yaşları itibarıyla yetişkinlere benzer değerlendirme kapasitelerini göstermiştir. Bununla birlikte bu şüphenin influencerdan şüphelenmek anlamını taşıdığı görülmüştür. Görüşmeler boyunca katılımcıların influencerın tavsiye ettiği ürünleri kullanıp kullanmadığına ilişkin şüphe duygusu içinde oldukları gözlenmiştir. Bir başka ifadeyle katılımcılar daha sık olarak ürün veya ürünün özelliklerinden değil influencerın tavsiye ettiği ürünü deneyip denemediğinden şüphe duyduklarını dile getirmişlerdir. Bu noktada okuryazarlık becerisinin üründen veya ürün hakkında verilen bilgiden ziyade influencerın güvenilirliğini ölçmek üzere işe koşulduğu tespit edilmiştir.

“Parayı aldığı için iyi de olsa kötü de olsa tanıtacak zaten. Hepsi değilse bile %90 ı böyledir. Gerçekten o ürünleri kullandıklarını düşünmüyorum.” (Alper, 16)

“Bir bakıyorsun ürün ağızına kadar dolu, hep kullanıyorum diyor e dolu ama yeni yani. Ama mesela 3 tane kutu boş aylardır kullanmış belli yani. ... Mesela sağlıklı yaşıyorum diyor ama biz bilmiyoruz hep mi sağlıklı yaşıyor bu insan, yani sabahları hep o içeceği içiyor mu? Belki de kapatıyor başka bir şey yiyor bilemeyiz ki.” (Nisan, 16)

Influencera hissedilen güven ve samimiyet duygularının bir tür şüphe giderici olarak kullanıldığını söylemek mümkündür. Katılımcılar özellikle kendi takip ettikleri influencerları diğerlerinden ayırmakta, takipçisi oldukları influencerlardan bahsederken şüphe duygusundan uzaklaşıp güven duygusuna doğru yaklaşmaktadırlar.

“Bir influencera güvenmem için influencerın o ürünü kullanması ve kendi üzerinde denemesi gerekiyor. Yani tanıttıkları ürünleri kullanmadığını düşündüğüm influencerlara güvenmiyorum. Benim takip ettiğim influencerlar tanıttıkları ürünleri kullanıyorlar. Diğerleri için aynı şeyleri düşünmüyorum.” (Kumsal, 15)

Influencer pazarlama/reklamcılığın temelinde yatan takipçilerde güven duygusunun tesis edilmesi ve bunun ticari ürüne yansıtılması stratejisinin ergen gruplarında işlediğini söylemek mümkündür. Bu duyguyu yaratabilen influencerların paylaşımlarından şüphe duyulmamakta, içerik eleştirel olarak değerlendirilmemektedir. Influencerın yarattığı güven ve samimiyet duygusunun okuryazarlık becerilerinin devreye alınmasının önünde bir engel oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Influencerın Özgünlüğü

Varlık gösterdiği sosyal medya platformunun yapısına uygun biçimde ve düzenli paylaşımlar aracılığıyla dijital ve sembolik bir kimliğin yaratıcısı olan SM Influencerları moda, güzellik, bakım, spor ve yaşam tarzı gibi alanlarda kültürel anlamların hem yaratıcısı hem taşıyıcısı hem de aktarıcısı olarak konumlanmaktadır. SMI alanyazınında anlam aktarımı modeli (McCroken, 1989), sosyal etki teorisi (Kelmen, 1958), benlik sunumu-izlenim yönetimi (Gofmann, 1959) gibi sosyal etkileşim teorileri etrafında tartışılan SMI-takipçi ilişkisi; takipçilerin SMI'lara hissettiği duygusal bağın SMI'nın tavsiye ettiği ürüne yansıdığını göstermiştir (Ki vd., 2020; Kowalczyk & Pounders, 2016). Katılımcılardan Sena'nın açıkça ifade ettiği gibi:

“İçten, samimi paylaşımlar yapıyorsa bu benim gibi bir insan o yüzden ürünleri de hoşuma gidebilir diye düşünüp ürünlere bakarım.” (Sena, 16)

Takipçilerin SMI'na hissettiği söz konusu duygusal bağ; içinde samimiyetin, içtenliğin, gerçekliğin, tutarlılığın, doğruluğun ve dürüstlüğün bulunduğu özgünlük (authenticity) kavramıyla karşılanmaktadır. Bununla birlikte yürütülen çalışmalar SMI söz konusu olduğunda algılanan hissini çok boyutlu, subjektif ve spesifik olduğunu da göstermektedir (Lee & Eastin, 2021; Audrezet, vd., 2020). Geleneksel kitle iletişimi ve kişilerarası iletişimin kesişim noktasında duran sosyal medya yoluyla kurulan ilişkiler sıklıkla algılanan gerçeklik ve tesis edilen duygusal bağa bağlı olarak şekillenmektedir. Katılımcılar SMI'dan şüphe etmediklerini genel olarak güven kavramıyla ifade etmişler ancak bu kavramın ardına hemen samimiyet kavramını eklemişlerdir. Hatta güveni samimiyetle eş tutan katılımcılar olmuştur.

"Samimiyetle güvenmek aynı şeyler. Samimi bulmuyorsam güvenmem." (Aysu, 16)

Katılımcılar sıklıkla takip ettikleri influencerları diğerlerinden farklı bir konuma yerleştirerek bu farklılığın sebebini SMI'na duydukları güvenin gerekçeleri olarak sıralamışlardır. Katılımcılarda oluşan güven duygusunun gerekçeleri SMI'nın tavsiye ettiği ürünü kullanmış olması anlamında *dürüstlük*, tanıttığı ürünle ilgili detaylı bilgiye sahip olması olarak *uzmanlık* ve çevrimiçi-çevrimdışı yaşamının benzer olması olarak *gerçeklik* etrafında yoğunlaşmaktadır.

"Zaten paylaştıkları içeriklerde o ürünleri bire bir kullanıyorlar, gözümüzün önünde deniyorlar. Mesela daha dün satın aldığım diş bakım ürününü tanıtan influencer o ürünü denerken öncesi- sonrası gibi bütün aşamalarını bizimle paylaştı. Böyle olunca güveniyorum." (Sude, 17)

"Influencerlar bir şeyi bize beğendirecekse onun her detayını anlatacak ki ben ona güveneceğim. Ama eğer anlatmıyorsa içinde bir şeyler vardır diye şüphe duyarım." (Aysu, 16)

"Sadece kendi takip ettiğim influencerları samimi buluyorum. ...günlük hayatlarını sosyal medyadan paylaştıklarında bu ürünler de hayatlarının bir parçasıymış gibi davranıyorlar. ... bana samimi geliyor. Gerçek hayatta nasılsa kameralar karşısında da aynı davranıyorlar benim takip ettiğim influencerlar. içeriklerini izledikçe, onları takip ettikçe, onları daha iyi tanıdığımı düşünüyorum." (Ada, 17)

Özgünlük; algılanan gerçeklik ve parasosyal etkileşim gibi sosyal medya niteliklerini bütünleştirerek SMI ve takipçiler arasında kurulması arzulanan samimi ilişkiyi kolaylaştırmaktadır (Lee, 2020). Takipçiler SMI'nı kişilerarası iletişim ve ilişki göstergeleriyle değerlendirmekte, karşılıklı iletişim kurabilme potansiyeli SMI'dan şüphelenmemeyi getirebilmektedir.

"Kendi takip ettiğim influencerları samimi buluyorum ben. tavırları, konuşma tarzları, kendini nasıl yansıttığı gibi şeyler. ... samimi olup olmadıklarına karar veriyorum." (İrem, 15)

"...tanyor olabilme ihtimalimiz yok ama hayatıyla ilgili ya da yaptığı şeylerle ilgili bir fikrimiz oluyor. Sanki gerçekten arkadaşınız gibi hissedebiliyorsunuz. İyice tanımak istiyorsam videolarını izlerim. ...mimiklerini falan." (Hülya, 15)

"... influencerla karşılık iletişim kurulduğu zaman çok daha farklı oluyor. En son ruj aldım influencer önerisinden sonra. Daha önce hiç denemediğim bir ürün olmasına rağmen takip ettiğim influencerın bu ürünü tavsiye etmesi beni etkiledi ve o influencera güveniyorum." (Almila, 16)

SMI ve takipçileri arasındaki ilişkiyi konu edinen araştırmasında Lou (2022) takipçilerin sevdikleri SMI'lara güvenme eğiliminde olduklarını ve sponsorlu içerikler de dâhil paylaşımlarının gerçek olduğuna inandıklarını bulgulamıştır. Bu çalışmada da benzer bir eğilim olduğunu ve SMI ile kurulan duygusal bağın okuryazarlığın devreye alınmasını engellediğini söylemek mümkündür.

4.4. Ahlaki okuryazarlık açısından influencer reklamcılık

Bireyin reklamın uygunluğu üzerine düşünme yeteneği olarak ifade edilen ahlaki okuryazarlık reklamdaki şüphe duyma hissiyle yakından bağlantılıdır (Hudders vd., 2017; Seweney vd. 2022). Önceki satırlarda da vurgulandığı gibi görüşmeler boyunca katılımcılarda genel bir şüphe duygusunun hâkim olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte katılımcılara *"...uygun buluyor musun?, ... seni rahatsız ediyor mu?, ...durumdan rahatsız oluyor musun?"* gibi sorular yöneltilerek influencer pazarlama/reklamcılığı ahlaki açıdan nasıl değerlendirdikleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Sorulan

sorulara alınan yanıtların birkaç noktada farklılaştığı görülmüştür. Öncelikle görüşmelerde yöneltilen sorulara alınan cevapların neredeyse tümünde olduğu gibi bu sorulara da katılımcılar takip ettikleri influencerlar ile diğerleri arasında ayırım yaparak cevap vermişler, takip ettikleri influencerları diğerlerine oranla daha anlayışla karşılamışlardır.

Influencerların ticari iş birliklerini etiketler vasıtasıyla açıkça göstermelerine ilişkin sorulara bazı katılımcılar etiketlemenin *önemsiz* olduğunu, önemli olanın içerik ve influencerın kimliği olduğunu, bazıları etiketlemeyi veya açıklamayı *gerekli* gördüğünü, kalanlar ise *itici* bulunduğunu ifade ederek yanıtlamışlardır. Katılımcıların yarısı etiketleri (açık ifşa) itici bulunduğunu, etiketi fark ettiklerinde izlemeden geçmeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir.

“Yazmış olması güvenimi artırır. Para kazandığını gösteriyor saklamıyor o yüzden ahlaki açıdan doğru bence.” (Çağrı, 16)

“Yazılması doğru. Bazen öyle yapıyor ki anlamıyorsun o yüzden yazılmalı.” (Korhan, 15)

“Bu etiketleri görmekten dolayı rahatsız olmuyorum hiç hatta olumlu bakıyorum diyebilirim. En azından iş birliği ve reklam amaçlı olduğunu belirttikleri için daha doğal ve daha iyi, sahte değiller en azından.” (Selin, 17)

“Yazmadan tavsiye edilene daha çok güvenirim. Yazınca bir soru işareti oluyor.” (Selvi, 16)

Görüşme soruları arasında arka arkaya sorulan iki soruya alınan cevaplar ergenlerin influencer pazarlama/reklamcılığı ahlaki açıdan değerlendirirken kararsızlık içinde olduklarını göstermektedir. Katılımcılara öncelikle bir influencer olmak isteyip istemedikleri sorulmuştur ve sekiz katılımcı kesinlikle olmak istemediğini belirtirken yirmi iki katılımcı çok istemekle olasılıklar içinde değerlendirmek arasında olumlu yönde cevap vermiştir. Buna karşın hemen sonrasında influencerın iş birliklerini bir iş olarak değerlendirmeleri istendiğinde katılımcıların yaklaşık yarısı SMI’lığı bir iş olarak tanımlayıp “normal” olarak değerlendirirken, geri kalan yarısı ise yapılan iş, harcanan emek ve kazanılan paranın dengesiz olduğunu, hak edilmemiş bir kazanç olduğunu ve bu durumu adil bulmadıklarını dile getirmişlerdir.

“Hayır. Para önemli bir şey. Normal görüyorum. Bir iş sonuçta.” (Pars, 16)

“Burada para kazanmak çok normal geliyor bana. Çünkü insanların influencer olma amacı bence para kazanmak.” (Yaprak, 16).

“Bu kadar çok kazanıyor olmaları bana haksızlık gibi geliyor biri 6 senesini vermiş okuyor (okumuş demek istiyor) iyi bir iş bulamadı ortalama bir maaş alıyor. Öte tarafta sadece hayatını paylaşarak ondan daha fazla kazanıyor. Bence haksızlık.” (Nisan, 16)

“Çok fazla para kazandıklarını biliyorum o kadarını hala hak etmediklerini düşünüyorum ama tanıtıyorlar sonuçta bu paraları hak etmiyorlar ama.” (Yasemin, 16)

Gelinen noktada çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla takipçi sayısını artırarak ünlü sosyal medya kullanıcılarının, influencerlığı bir meslek veya para kazanılan bir uğraş olarak nitelendirmesi, sosyal medyanın para kazanmayı araçsallaştıran bir ortam gibi algılanmasına sebebiyet verdiği görülmüştür.

Sonuç ve Öneriler

Ergenlerin influencer pazarlama/reklamcılık konusundaki anlayışları ile bilişsel, duygusal ve ahlaki reklam okuryazarlık algıları hakkında bilgi edinme amacını taşıyan bu çalışma influencer-takipçi arasındaki parasosyal ilişkinin rolüne dair bilgiler de sağlamıştır.

Demografik açıdan benzer, sosyoekonomik açıdan farklı iki gruptan oluşan katılımcıların; yoğun olarak Instagram ve TikTok’u kullanmaları yönünden birbirlerine benzedikleri ancak kullanım süreleri açısından farklılaştıkları görülmüştür. Ayrıca katılımcılar, influencer takip etme ve influencer tavsiyesi

ile satın alma sıklığı bakımından da farklılaşmaktadırlar. Ebeveyn eğitim seviyesi ile gelir seviyesi yüksek olan grubun influencerlar ile olan ilişkisi diğer gruba göre daha zayıftır. Bununla birlikte katılımcıların tümü en az bir influencer takip etmiş ya da etmektedir. Bu açıdan tüm katılımcılar influencer pazarlama/reklamcılık konusunda bilgi ve deneyim sahibi ergenlerdir.

Çalışmaya katılan ergenler influencer pazarlama/reklamcılık konusuna hâkim olduklarını ifade etmişler, çeşitli örneklerle süreci açıklayabilmişler, satış amacının farkında olduklarını göstermişler ve ekonomik döngüyü ayrıntılı biçimde anlatabilmişlerdir. Bu sonuç alanda ergenlerle yürütülen reklam okuryazarlığı araştırmalarının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Van Dam ve Van Reijmersdal, 2019; De Jans, vd., 2020). Buna karşın ikna edici amaca ilişkin anlayışlarının sınırlı olduğu görülmüştür. Katılımcıların hemen hepsi influencerların satış ve iknaya ilişkin amaçlarını eleştirerek taraflı olduklarını vurgularlarken kendi takip ettikleri influencerların tarafsız ve güvenilir olduklarını dile getirmişlerdir.

Katılımcıların influencerlar ile markalar arasında ticari işbirliğinin ve açık ya da örtük ürün tanıtımı yaptıklarının farkında olmalarının eş deyişle kapsamlı kavramsal reklam bilgisine sahip olmalarının şüphelenmeyi artırmadığı ve her durumda eleştirel tutuma yol açmadığı görülmüştür. Dolayısıyla bilgi birikimleri olsa da influencer içeriklerinde maruz kaldıklarında bu bilgiyi çağırmadıkları ya da bunu tercih etmediklerini söylemek mümkündür. Araştırmaya katılan ergenlerin genel olarak influencer kavramına ve influencer pazarlamaya şüpheli yaklaşımları ancak influencerları takip etmeye devam ettikleri dolayısıyla durumu hoşgörü ile karşıladıkları görülmüştür. Bu bulgu bilgiye sahip olmak ile onu kullanmayı seçmek arasındaki farka işaret etmekte yani durumsal ve eğilimsel reklam okuryazarlığı (Hudders, vd., 2017) birbiri ile uyumlu olmadığını göstermektedir. Hollanda'da 12-16 yaş ergenleri ile yürütülen (Van Dam & Van Reijmersdal, 2019) ve 15-17 yaş aralığındaki ergenlerle İrlanda'da yürütülen (Sweeney, vd., 2022) iki ayrı çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Katılımcılar influencer içeriklerine edindikleri fayda odağından yaklaşmaktadırlar

Influencerların ticari içeriklerinin farkında olmasına ve zaman zaman bundan rahatsız olduklarını dile getirmelerine karşın influencerlara daha az eleştirel yaklaştıkları görülmüştür. Dolayısıyla ahlaki reklam okuryazarlığının genel olarak reklamcılığa karşı işletildiği ancak takip edilen influencerlara karşı aynı durumun bütünüyle geçerli olmadığını söylemek mümkündür. Katılımcılardan bir kısmı ticari iş birliğinin açıkça yazılmasını itici bulduğunu ve izlemeden geçtiğini bir kısmı da gerekli olduğunu dile getirmiştir. Influencerın amaç ve niyetinin açık olduğu durumlarda bu türden bir açıklama influencerın dürüstlüğünü ve adillliğini yansıtmaktadır (De Jans, vd., 2018). Ancak ticari iş birliğinin farkında olan ve bu durumdan hoşlanmayan katılımcılardan hiçbiri influencerı takip etmekten vazgeçmemiştir. Reklamcılığa ilişkin ahlaki okuryazarlık ile influencerlara ilişkin olanın farklı değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Bu nedenle ahlaki reklam okuryazarlığının diğer iki boyut için belirleyici olmayabileceği söylenebilir.

Görüşmelerin tamamında takip edilen influencerlarla takip edilmeyenler arasında yapılan ayırım dikkat çekmiştir. Katılımcılar tarafından takip edilen influencerlar tarafsız, samimi, güvenilir, eş deyişle özgün bulunurken takip edilmeyen influencerlar ise taraflı ve çelişkili paylaşımlar yapan, doğal davranmayan, güvenilirmez kişiler olarak nitelendirilmiştir. Influencer-takipçi arasındaki parasosyal ilişkiye dayanan bu algı influencerlara ilişkin değerlendirmenin üründen bağımsız olduğunu ve iş birliği ilişkilerinden hoşlanılmasa bile influencerlara duyulan olumlu hissi değiştirmedeği söylenebilir. De Jans, vd., (2020) tarafından yürütülen çalışmada da influencerın markaya göre daha beğenilen bir kaynak olduğu ve reklama ilişkin bilgiden bağımsız olarak influencerlara duyulan hayranlığın belirleyici olduğu bulgularına erişilmiştir. Dahası influencerların takipçileri üzerinde güven ve samimiyet duyguları oluşturmaları, reklam içeren paylaşıma karşı takipçinin okuryazarlık becerilerini devreye sokmasına engel olabilmektedir.

Takipçi-influencer arasındaki ilişki sürecinde ortaya çıkan özgünlük kavramı; içinde samimiyeti, içtenliği, gerçekliği, tutarlılığı, doğruluğu ve dürüstlüğü barındıran ve takipçinin influencerlara karşı

hissettiği duygusal bağı açıklamaktadır. Özgünlük, influencer ile takipçi arasındaki samimi ilişkiyi kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte karşılıklı iletişim kurabilme potansiyelinin de etkisiyle takipçiler, influencerdan kuşkulanamakta, influencerın reklam amaçlı paylaşımlarının gerçek olduğuna kanaat getirebilmektedirler. Van Dam ve Va Reijmersdal (2019) bu durumu takipçilerin influencer bakış açısını benimsemeleri ile açıklamakta, ergenlerin reklam amaçlı paylaşımları influencer içeriğinin doğal bir parçası gibi gördüklerini belirtmektedir.

Araştırma bulgularının işaret ettiği en önemli sonuç; geleneksel reklamlar özelinde geliştirilmiş olan reklam okuryazarlığı becerilerinin influencer pazarlama/reklamcılık için tam bir süzgeç görevi görmeyebileceğinin ortaya çıkmasıdır. Bulgular influencer pazarlama/reklamcılığın örtülü mesajlar ve influencerın özgünlüğü noktasında geleneksel reklamcılıktan farklılaştığını göstermiştir. Örtülü (gizli) mesajlar, reklamın reklam olarak algılanmasını sekteye uğrattırırken (bilişsel okuryazarlığın devreye alınmaması), influencera hissedilen olumlu duygular şüphelenmenin önüne geçmektedir. Söz konusu bu iki ayırt edici özellik açısından yeni bir okuryazarlık türü olarak influencer pazarlama/reklamcılık okuryazarlığı konusunda araştırmalar yapılması önerilmektedir.

Medyadaki içeriklerin reklam olduğunun farkına varamayacak daha küçük yaş gruplarına yönelik çalışmalar ile fiziksel ve zihinsel gelişimlerinin henüz başında olan ilkökul ve ortaokul düzeyinde bulunan çocukların influencer okuryazarlığı becerileri üzerine çalışmalar yapılabilir. İlaveten çocuk influencerlar ve oluşturdukları topluluklar yine influencer okuryazarlığı bağlamında incelenmesi gereken önemli bir çalışma konusu olarak ele alınabilir. Ayrıca influencer-takipçi ilişkisinin işleyişine yönelik yapılacak araştırmalar, görece yeni bir ilişki türüne ışık tutmakla kalmayacak influencer okuryazarlığı konusunda sınırlı olan bilgiyi artıracaktır.

Kaynakça

- Abidin, C. (2015). Communicative intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, & Technology*, 8, 1-16.
- Abidin, C., & Ots, M. (2016). Influencers tell all? Unravelling authenticity and credibility in a brand scandal. M. Edström, A. T. Kenyon, & E. M. Svensson, (Ed.). *Blurring the lines: Market-driven and democracy-driven freedom of expression* (153-161). Göteborg, Sweden: Nordicom
- Aktaş, A., & Şener, G. (2019). Nüfuz pazarlamasında (influencer marketing) mesaj stratejileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(19), 399-422.
- Altıok, N. & Babaoğul, M. (2010). Türkiye’de ve AB ülkelerinde tüketici eğitimi. Babaoğul, M., Şener, A. (Ed.), *Tüketici Yazıları (II)*, (9-22). Ankara: TUPADEM.
- Assarroudi, A., Nabavi, Fatemeh H., Armat, M. R., Ebadi, A., & Vaismoradi, M. (2018). Directed qualitative content analysis: The description and elaboration of its underpinning methods and data analysis process. *Journal of Research in Nursing*, 23(1), 42-55. <https://doi.org/10.1177/1744987117741667>
- Audrezet, A., de Kerviler, G. & Guidry Moulard, J. (2020). Authenticity under threat: when social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of Business Research*, 117, 557-569. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008>
- Balaban, D. C., Mucundorfeanu, M. & Mureşan, L. (2021). Adolescents’ understanding of the model of sponsored content of social media influencer instagram stories. *Media and Communication*, 10(1), 305-316. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4652>
- Becan, C. (2022). Tüketicilerdeki reklam okuryazarlığı boyutlarının rasyonel ve duygusal reklamlara yönelik tutuma etkisi üzerine bir saha araştırması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(3), 1195-1214. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.1085533>
- Berg, L. B., & Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. H. Aydın (Çev.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Branding Türkiye (2018). *Influencer pazarlama hakkında bir değerlendirme*. Erişim:13.03.2023. <https://www.brandingturkiye.com/influencer-pazarlama-hakkinda-bir-degerlendirme/>
- Büttner, O. B., Florack, A. & Serfas, B. G. (2014). A dual-step and dual-process model of advertising effects: implications for reducing the negative impact of advertising on children's consumption behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 37, 161-182. <https://doi.org/10.1007/s10603-013-9250-0>
- Campbell, C. & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469-479. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>
- Campbell, C., & Grimm, P. E. (2019). The challenges native advertising poses: exploring potential federal trade commission responses and identifying research needs. *Journal of Public Policy and Marketing*, 38(1), 110-123. <https://doi.org/10.1177/0743915618818576>

- Campbell, M.C., & Kirmani, A. (2000). Consumers' use of persuasion knowledge: The effects of accessibility and cognitive capacity on perceptions of an influence agent. *Journal of Consumer Research*, 27, 69-83 <https://doi.org/10.1086/314309>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London, UK: Sage.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. S. B. Demir (Çev., Ed.). Ankara: Eğiten Kitap.
- Daneels, R., & Vanwynsberghe, H. (2017). Mediating social media use: Connecting parents' mediation strategies and social media literacy. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(3), <https://dx.doi.org/10.5817/CP2017-3-5>
- De Castro, C. A., O'Reilly, I., & Carthy, A. (2021). Social Media Influencers (SMIs) in context: a literature review. *Journal of Marketing Management*, 9(2), 59-71. DOI: 10.15640/jmm.v9n2a9
- De Jans, S., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2018). How an advertising disclosure alerts young adolescents to sponsored vlogs: the moderating role of a peer-based advertising literacy intervention through an informational vlog. *Journal of Advertising*, 47(4), 309-325. DOI: 10.1080/00913367.2018.1539363
- De Jans, S., L. Hudders, & V. Cauberghe. (2018). Adolescents' self-reported level of dispositional advertising literacy: How do adolescents resist advertising in the current commercial media environment? *Young Consumers* 19, no. 4: 402-20.
- Defoe, I. N., Dubas, J. S., Figner, B., & Van Aken, M. A.G. (2015). A meta-analysis on age differences in risky decision making: Adolescents versus children and adults. *Psychological Bulletin*, 141, 48-84. <https://doi.org/10.1037/a0038088>
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior* 68, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngas, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE Open* 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.1177/215824401452>
- Enke, N. & Borchers, N. S. (2019). Social media influencers in strategic communication: A conceptual framework for strategic social media influencer communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 261-277. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1620234>
- Fernández-Gómez, E., Segarra-Saavedra, J., & Feijoo, B. (2023). Advertising literacy and children. Literature review from Web of Science (WOS) and Scopus (2010-2022). *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 1-23. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1892>
- Friestad, M., & Wright, P. (1994). The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, 21, 1-31. <https://doi.org/10.1086/209380>
- Graham, A., Powell, Mary A., Taylor, N., Anderson, D., & Fitzgerald, R. (2013). *Ethical research involving children*. Florence: UNICEF Office of Research - Innocenti. 2013

- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the new era of influencer marketing: How to be successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, 63(1), 5-25. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>
- Halvorsen, K., Hoffmann, J., Coste- Manière, I., & Stankeviciute, R. (2013). Can fashion blogs function as a marketing tool to influence consumer behavior? *Evidence from Norway, Journal of Global Fashion Marketing*, 4(3), 211-224. DOI:10.1080/20932685.2013.790707
- Hennink, M. M., Kaiser, B. N., & Marconi V. C. (2016). Code saturation versus meaning saturation: How many interviews are enough? *Qualitative Health Research*, 27(4), 1- 18. <https://doi.org/10.1177/1049732316665344>
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 188-211. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Hudders, L., & Lou, C. (2022). The rosy world of influencer marketing? Its bright and dark sides, and future research recommendations, *International Journal of Advertising*, 42(1), 151-161. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2137318>
- Hudders, L., S. De Jans, & M. De Veirman. (2021). The commercialization of social media stars: A literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *International Journal of Advertising* 40, no. 3: 327-75.
- Hudders, L., De Pauw, P., Cauberghe, V., Panic, K., Zarouali, B., & Rozendaal, E. (2017). Shedding new light on how advertising literacy can affect children's processing of embedded advertising formats: A future research agenda. *Journal of Advertising*, 46(2), 333-49. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1269303>
- Hwang, K., & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of-mouth intentions, and persuasion knowledge. *Computers in Human Behavior*, 87, 155-173.
- Influencer Marketing Hub. (2023). *The state of influencer marketing 2023: benchmark report*. Erişim: 06.06.2023. <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
- Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 37(5), 1-14. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2018-0375>
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51-60.
- Keskin, D. (2022). Influencer sözleşmesi. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 13(1), 129-147. <https://doi.org/10.21492/jnuhfd.1023884>
- Ki, C. W., Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). Influencer marketing: social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133>

- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture and Society*, 33(2), 211-221. DOI: 10.1177/0163443710393382
- Kowalczyk, C., & Pounders, K. (2016). Transforming celebrities through social media: The role of authenticity and emotional attachment. *The Journal of Product and Brand Management*, 25(4), 345-356. DOI:10.1108/JPBM-09-2015-0969
- Kulmala, M., Mesiranta, N., & Tuominen, P. (2013). Organic and amplified eWOM in consumer fashion blogs. *Journal of fashion marketing and management. An International Journal*, 17(1), 20-37. <https://doi.org/10.1108/13612021311305119>
- Lee, Eun-Ju (2020). Authenticity model of (mass-oriented) computer-mediated communication: conceptual explorations and testable propositions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 60-73. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz025>
- Lee, J. A. & Eastin, Matthew S. (2021) Perceived authenticity of social media influencers: scale development and validation. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(4), 822-841. <https://doi.org/10.1108/JRIM-12-2020-0253>
- Lindsey Mullikin, J. & Borin, N. (2017). Why strategy is key for successful social media sales. *Business Horizons*, 60(4), 473-482. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.03.005>
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2006). Does advertising literacy mediate the effects of advertising on children? A critical examination of two linked research literatures in relation to obesity and food choice. *Journal of Communication*, 56(3), 560- 584. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00301.x>
- Lou, C. (2022). Social media influencers and followers: Theorization of a trans-parasocial relation and explication of its implications for influencer advertising. *Journal of Advertising*, 51(1), 4-21. <https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1880345>
- Malterud, K., Siersman, V. D., & Guassora, A.D. (2016). Sample size in qualitative interview studies: Guided by information power. *Qualitative Health Research*, 26(13), 1753-1760. <https://doi.org/10.1177/1049732315617444>
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*, Klagenfurt: Monograph. Available at: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>
- McCracken, G. (1989) Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 310-21. <https://doi.org/10.1086/209217>
- Merriam, S. B. (2013). Nitel Araştırma Desen ve Uygulama için Bir rehber. S. Turan. (Çev., Ed.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- Mert, Y. L. (2018). Dijital pazarlama ekseninde influencer marketing uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1299-1328.

- Morse, J. M. (2004). Theoretical saturation. In M. S. Lewis-Beck, A. Bryman, & T. F. Liao (Eds.), *The Sage encyclopedia of social science research methods* (p. 1123). Thousand Oaks, CA: Sage. Retrieved from <http://sk.sagepub.com/reference/download/socialscience/n1011.pdf>
- Nando Malmelin (2010) What is advertising literacy? Exploring the dimensions of advertising literacy. *Journal of Visual Literacy*, 29(2), 129-142, <https://doi.org/10.1080/23796529.2010.11674677>
- Oyman, M. & Akıncı, S. (2019). Sosyal medya etkileyicileri olarak vloggerlar: Z kuşağı üzerinde parasosyal ilişki, satın alma niyeti oluşturma ve Youtube davranışları açısından vloggerların incelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, s. 441-464.
- Özmete, E. (2008). Parent and adolescent interaction in television advertisements as consumer *socialization agents*. *Education*, 129(3), 372-381.
- Parasnis, E. (2022). The implications of social media for adolescent critical thinking from an information and advertising literacy context: a brief review. *The Serials Librarian*, 83(1), 9-15. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2022.2030850>
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, M. Bütün & S. B. Demir (Çev., Ed.). Ankara: Pegem Akademi.
- Pessers, L. (2012). Refining the legal approach towards the underage consumer: A process still in its infancy. *JIPITEC*, 3(1), 2-10.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On th Horizon (MCB University Press)*, 9(5), 1-6.
- Rahali, M., & Livingstone, S. (2022). #SponsoredAds: Monitoring influencer marketing to young audiences. *Media Policy Brief 23*. London: Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science.
- Rozendaal, E., Lapierre, M. A., Van Reijmersdal, E. A., & Buijzen, M. (2011). Reconsidering advertising literacy as a defense against advertising effects. *Media Psychology*, 14(4), 333-354. <https://doi.org/10.1080/15213269.2011.620540>
- Rozendaal, E., Oprea, S. J. & Buijzen, M. (2016). Development and validation of a survey instrument to measure children's advertising literacy. *Media Psychology*, 19(1), 72-100. <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.885843>
- Senft, Theresa M. (2013). Microcelebrity and the branded self. John, Hartley- Jean, Burgess- Axel, Bruns (Eds.), *A Companion to New Media Dynamics*, (346-354). Blackwell Publishing.
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2019). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Service*.
- Sur, E. (2022). Okuryazarlık kavramı ve Türkiye'deki okuryazarlık araştırmaları üzerine bir inceleme. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi (AKEF) Dergisi*, 4 (2), 445- 467.
- Sweeney, E., Lawlor, M. A., & Brady, M. (2022). Teenagers moral advertising literacy in an influencer marketing context. *International Journal of Advertising*, 41(1), 54-77. <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1964227>

- Şahin, D. (2019). Nüfuz pazarlaması (influencer marketing): YouTuberlar üzerine bir araştırma. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 47-57. <https://doi.org/10.18221/bujss.553177>
- Şener, A. & Yücel, S. (2019). Child consumer-advertising: An evaluation in the context of advertising literacy. *Journal of Current Research on Social Sciences*, 9(4), 245-270.
- Tanyeri Mazıcı, E., & Hekimoğlu Toprak, H. (2020). Nüfuz pazarlaması (influencer marketing) ve satın alma davranışı ilişkisi: Sosyal ağ kullanıcıları üzerinden bir araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(31), 4267-4288.
- Taşdelen, B. (2020). Dijital çağın yeni trendi sosyal medya etkileyicileri: Vloggerların üniversite öğrencilerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(3), 1071-1098.
- TUİK (2021). Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması. Erişim: 06.06.2023. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132>
- TUİK (2022). Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. Erişim: 06.06.2023. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)
- Uğurhan, Y. & Yaşar, İ. (2021). Fenomene ve sponsorlu içeriğe ilişkin güvenin marka farkındalığı üzerindeki etkisinde parasosyal ilişkinin aracı rolü: Youtube özelinde bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 1789-1811. Retrieved from <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/62559/837093>
- Valkenburg, P. M., & Cantor J. (2001). The development of a child into a consumer, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 22(1), 61-72.
- Van Dam, S., & Van Reijmersdal, E. A. (2019). Insights in adolescents' advertising literacy, perceptions and responses regarding sponsored influencer videos and disclosures. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(2), article 2. <https://dx.doi.org/10.5817/CP2019-2-2>
- Van Noort, G., Antheunis, M.L., & Van Reijmersdal, E. A. (2012). Social connections and the persuasiveness of viral campaigns in social network sites: Persuasive intent as the underlying mechanism. *Journal of Marketing Communications*, 18, 39-53.
- Van Reijmersdal, E. A., Boerman, S. C., Buijzen, M., & Rozendaal, E. (2017). This is advertising! Effects of disclosing television brand placement on adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 46(2), 328-342. <https://doi.org/10.1007/s10964-016-0493-3>
- Wright, P., Friestad, M., Boush, David M. (2005). The development of marketplace persuasion knowledge in children, adolescents, and young adults. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(2), 222-233. <https://doi.org/10.1509/jppm.2005.24.2.222>
- Yıldırım, A., & Şimşek H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zarouali, B., Ponnet, K., Walrave, Michel & Poels, K. (2017). Do you like cookies? Adolescents' skeptical processing of retargeted Facebook-ads and the moderating role of privacy concern and a textual

debriefing. *Computers in Human Behavior*, 69, 157-165.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.050>

Zhang Y., & Wildemuth, Barbara M. (2009). Qualitative analysis of content. Wildemuth B (Ed.) *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*, Westport, CT: Libraries Unlimited, 308-319.

EK 1. Yönlendirilmiş Niteliksel İçerik Analizi Süreç Aşamaları

Hazırlık Aşaması

1. Adım - Genel Becerilerin Kazanılması: İlk adımda araştırmacılar reklam okuryazarlığı kavramı, reklam okuryazarlığı boyutları hakkında araştırma yaparak alanyazına olan hâkimiyetlerini genişletmişlerdir. Alanyazın taraması influencer pazarlama/reklamcılık alanında okuryazarlık odağından yapılan araştırmaların reklam okuryazarlık boyutları olan kavramsal, tutumsal, performans ve ahlak boyutlarında yoğunlaştığını göstermiştir.

2. Adım - Uygun Örneklem Seçimi: Çalışma influencer pazarlama/reklamcılık karşısında ergenlerin okuryazarlık becerilerini işe koşması konusunda yürütüldüğünden çalışma kümesi amaçlı ve tipik örneklem seçimi yapılarak oluşturulmuştur. Makalenin ana metninde çalışma kümesi başlığı altında seçim kriterleri ve gerekçeleri aktarılmıştır.

3. Adım - Açık veya Gizli İçeriğin Analizine Karar Verilmesi: Verilerin derinlemesine anlaşılması için her iki içerik türü de dikkate alınmıştır.

4. Adım - Görüşme Kılavuzunun Geliştirilmesi: Görüşme soruları mevcut teorilerden ve önceki araştırmaların bulgularından yararlanılarak (mevcut kategorileri içerecek biçimde) açık uçlu olarak hazırlanmıştır.

5. Adım - Görüşmelerin Yapılması ve Dökümü: Görüşmeler hazırlanan kılavuz eşliğinde yapılmış ve araştırmacılar tarafından yazıya dökülmüştür.

6. Adım - Analiz Biriminin Belirtilmesi: Mülakat dökümleri analiz birimi olarak kabul edilmiştir.

7. Adım - Verilere Yoğunlaşılması: Deşifre edilen (yazıya dökülen) görüşmeler araştırmacılar tarafından defalarca okunmuş hem var olan kategorileri yakalamak hem de özgün kategoriler geliştirmek için anlamlar yakalanmaya çalışılmıştır.

Organizasyon Aşaması

8. Adım - Kategori Matrisinin Geliştirilmesi: Tümdengelimsel bir bakışla alanyazında hâlihazırda tanımlanan reklam okuryazarlığı boyutları ve alt boyutları kategoriler ve alt kategoriler olarak kabul edilmiştir. İlaveten tümevarımsal bir bakışla yeni (özgün) kod/kategoriler geliştirilmiştir.

9. Adım - Ana ve alt Kategorilerin Tanımlanması: Reklam okuryazarlığına ilişkin ana ve alt kategoriler alanyazına bağlı kalarak tanımlanmıştır.

10. Adım - Kodlama Kurallarının Belirlenmesi: Kategoriler arasındaki ayırım sınırları netleştirilmiştir. Bu adımın sonunda kategorizasyon matrisi oluşturulmuştur.

11. Adım - Kategorizasyon Matrisinin Ön Testi: Çoklu araştırmacının dolayısıyla çoklu kodlayıcının bulunduğu bu çalışmada kodlayıcılar arası uyumu sağlamak ve güvenilirliği artırmak üzere görüşme dökümleri arasından seçilen 3 görüşme (30 görüşmenin yüzde 10'u) kodlayıcılar tarafından ayrı ayrı kodlanmış, farklıklar tartışılmış ve kategorizasyon matrisi, şimdiki halini almıştır.

12. Adım – Ana Kategoriler İçin Dayanak Oluşturacak Örneklerin Belirlenmesi: Kategorizasyon matrisinde bulunan kategoriler için dayanak oluşturacak biçimde görüşme ham verilerinden örnekler belirlenmiştir.

13. Adım - Verinin Analiz Edilmesi: Kategorizasyon matrisinde belirlenen kural ve tanımlar ışığında veri seti kodlanmıştır.

14. Adım – Ön Kodlardan Ana Kategorilere Ulaşılması: Ön kodlar gruplanmış ve kategorize edilmiştir.

15. Adım – Kodlar ve Ana Kategoriler Arasında Bağ Kurulması: Kategorize edilen kodlar arası kavramsal ve mantıksal bağa bağlı olarak bunların önceden var olan kategoriler altında yer alıp alamayacağı irdelenmiş ve yeni kategoriler yaratılmıştır.

Raporlama Aşaması

16. Adım – Tüm Adımların ve Bulguların Raporlanması: Tüm adımlar ve bulgular raporlanmıştır.

Makale Bilgi Formu

Yazarların Katkıları: Bu makalenin yazımına tüm yazarlar eşit katkıda bulunmuştur. Tüm yazarlar son metni okudu ve onayladı.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

Kapsamı, Yöntemi ve Tarihsel Gelişimi Bağlamında Sınır Sosyolojisi

Border Sociology in the Context of its Scope, Method and Historical Development

Kerem Özbey 

¹ Artvin Çoruh Üniversitesi Fen-
Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü,
Artvin, Türkiye, ozbey-
kerem@hotmail.com



Geliş Tarihi/Received: 17.12.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 09.02.2024
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
07.04.2024

Öz: Sosyolojinin yeni bir alt dalı olarak 1990'lı yıllarda ortaya çıkan sınır sosyolojisi, sınır ve toplum ilişkilerinin karşılıklı etkileşimini konu edinen ve sınır ve toplumsal değişim arasındaki ilişkiyi anlamayı amaçlayan bir bilimsel disiplindir. Soğuk Savaşın son bulması ve Sovyetler Birliği'nin çöküşü, Berlin Duvarı'nın yıkılması, yeni devletlerin ortaya çıkması, Avrupa Birliği'nin genişlemesi, küreselleşme ve teknolojik gelişmeler sınır sosyolojisinin ortaya çıkmasında doğrudan doğruya etkili olmuştur. Söz konusu gelişmeler sınırların yeniden düşünülmesini gerektirmiştir. Toplamların kuruluşunda sınırların nerede yer aldığı, sınırların kimlik ifade etmede nasıl bir role sahip olduğu, sınırların nasıl algılandıkları ve sınırötesi ilişkilerin nasıl şekillendiği sınır sosyolojisinin temel sorularını oluşturur. Bu çalışmanın temel sorunsalı, sınır sosyolojisinin bağımsız bir disiplin olarak gelişiminde kapsamının, yönteminin ve tarihsel gelişiminin nasıl bir rol oynadığıdır. Bu sorunsal çerçevesinde sınırların farklı anlamları içerdiği, psikolojik, sosyolojik, siyasal, ekonomik, kültürel, dinsel, etnik, dilsel, toplumsal cinsiyet, mekân, güvenlik, milliyetçilik, göç ve küreselleşme gibi boyutları taşıdığı ve değişik toplumsal işlevlere sahip olduğu görülmüştür. Sınır sosyolojisinin sosyolojinin bir alt dalı olarak gelişim gösterdiği, sosyologların sınır ve toplum ilişkilerini görünür kıldıkları, sınırların tarihsel bir perspektiften inşa edildiği, genel sosyolojinin yanı sıra sınır sosyolojisinin kendisine özgü yönteminin olduğu ve sınırlarla ilgili sosyolojik çalışmaların bir tarihsel süreklilik taşıdığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, sınır sosyolojisinin sosyolojide yeni bir alan olarak geliştiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sınırlar, Sınır Sosyolojisi, Kapsam, Yöntem, Tarihsel Gelişim

Abstract: Border sociology, which emerged as a new sub-branch of sociology in the 1990s, is a scientific discipline that focuses on the interaction of border and society relations and aims to understand the relationship between borders and social change. The end of the Cold War and the collapse of the Soviet Union, the fall of the Berlin Wall, the emergence of new states, the expansion of the European Union, globalisation and technological developments have directly influenced the emergence of border sociology. These developments have necessitated a rethinking of borders. The main questions of border sociology are where borders are located in the foundation of societies, what role borders play in expressing identity, how borders are perceived and how cross-border relations are shaped. The main problematic of this study is what role its scope, methodology and historical development have played in the development of border sociology as an independent discipline. Within the framework of this problematic, it is seen that borders have different meanings, carry psychological, sociological, political, economic, cultural, religious, ethnic, linguistic, gender, space, security, nationalism, migration and globalisation dimensions and have different social functions. It has been determined that border sociology has developed as a sub-branch of sociology, sociologists have made the relations between borders and society visible, borders are constructed from a historical perspective, border sociology has its own methodology in addition to general sociology, and sociological studies on borders have a historical continuity. In this context, it is understood that border sociology has developed as a new field in sociology.

Keywords: Borders, Border Sociology, Scope, Method, Historical Development

Extended Abstract

This study, which aims to understand the scope, method and historical development of border sociology, includes the construction process of border sociology as a new field in sociology. Boundaries are structures that contain different definitions, various dimensions and different functions. Borders have become the main focus of interest in social sciences, from sociology to anthropology, from geography to political science, from economics to history. Borders have dimensions such as psychological, sociological, political, economic, cultural, religious, ethnic, linguistic, gender, space, security, nationalism, migration and globalization. Borders are multi-layered structures, they symbolize different meanings. In this respect, borders stand out with their different functions. Border sociology, as a sub-section of sociology, is a discipline that examines the mutual relations between borders and society, the ways in which individuals and societies define themselves through borders, their perception and experience of borders, and their cross-border social, economic, political and cultural relations. The focus of border sociology is the changing nature of border and society relations, how societies are established through borders, how borders construct identities, and what kind of meanings borders contain.

The main aim of sociologists is to make border and society relations visible. Sociologists see borders as a means of constructing the social, a set of institutions and processes, a process of socialization, a key to social change, and a device of social mobility, which is effective in the visibility of border and social relations. Sociologists contribute to the development of border sociology by focusing not on the visible parts of borders, but on their invisible, behind-the-scenes meanings. Sociologists need to see borders as a source of social order, social structure and social integration, as well as social conflict, social disintegration and social differentiation. Because borders are sociological phenomena that include social conflict as much as social order, social disintegration as much as social structure, and social differentiation as much as social integration. From a historical perspective, borders represent a process from the traditional period to the modern period. While in the traditional period, borders mainly had features such as border lengths and frontiers, in the modern period, borders stand out as solid, fixed and unchanging structures. The concept of border is a modern concept, it is a production of modernity, it represents modern society. In the modern period, borders are one of the basic tools of the nation-state, national identities and nationalism. Modern states are separated from each other by certain borders of the world, and the borders of the state and society have emerged as integrated structures. Nowadays, borders have become debatable under the effects of globalization, and the processes of rebuilding borders with the borderless world discourse have been seen simultaneously.

For border sociology to exist as an independent discipline, it requires a method. In this respect, the method in border sociology largely bears the traces of the sociological method. Quantitative and qualitative research methods dominant in sociology are also useful in border sociology research. While the Nice research method reveals the general characteristics of borders with numerical, mathematical and statistical data about borders, the qualitative research method provides a basic way to conduct in-depth research on borders and understand the multifaceted dynamics in borders and border regions. However, in addition to the general sociological method, there is also a perspective on the method specific to border sociology. Methodological perspectives on borders such as seeing at the border, seeing beyond the border, seeing within the border and seeing as a border can be taken as basis. The historical development process of border sociology is shaped through the historical adventure of borders. While research on borders became the focus of attention in social sciences, and more specifically sociology, in parallel with the construction of modern societies, the emergence of border sociology as an independent discipline took place in the late 20th century, with the end of the bipolar world, the emergence of new states, globalization discourses, the integration of the EU. Developments such as border processes, regional organizations, and new communication technologies have drawn attention to borders, thus

sociological studies on borders have gained momentum. Developments that took place at the beginning of the 21st century also gave direction to new studies in terms of border sociology. Border sociology studies in Türkiye, as in the world, started at the beginning of the new century and continue today on different topics.

In general, in the development of border sociology as an independent discipline, border sociology studies and its scope, including the meanings, dimensions, functions, basic features and historical process of borders, and its method and border sociology studies have played an important role. The development of border sociology requires considering the mentioned developments as a whole.

1. Giriş

Sosyolojinin yeni bir alt dalı olarak ortaya çıkan sınır sosyolojisi, 1990'lı yılların başından itibaren gelişim gösteren bir disiplindir. Sosyolojinin diğer alt alanlarıyla karşılaştırıldığında daha geç sayılabilecek bir tarihte ortaya çıkan sınır sosyolojisi, günümüzde yerel, ulusal, bölgesel ve küresel boyutlarda gittikçe önemi artan sınır olgusunu toplumsal bir bağlamda analiz etmektedir. Antropolojiden coğrafyaya, siyaset biliminden iktisada ve tarihe varıncaya dek sosyal bilimlerin muhtelif disiplinlerinin ana ilgi odağını oluşturan sınırlar, sosyolojinin de yeni alanlarından birini oluşturur. Temel inceleme ünitesini sınır ve toplum ilişkileri oluşturan sınır sosyolojisi, sınırların tarihsel-toplumsal bir temelde nasıl inşa edildiğine, sınır ve toplumsal değişme arasındaki ilişkilere, sınırların kimlik inşa etmedeki rolüne ve sınırötesi toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkilere odaklanmaktadır.

Toplumların kuruluşunda sınırların nasıl bir role sahip olduğu, bireylerin ve toplumların kendilerini tanımlamada neden sınırlara başvurdukları, sınırları nasıl algıladıkları ve sınırötesi ilişkilerini nasıl gerçekleştirdikleri soruları sınır sosyolojisinin başta gelen sorularıdır. Sınırların hangi anlamları içerdiği, ne tür boyutlara sahip olduğu, hangi işlevleri bulundurduğu, sınır sosyolojisinin hangi konuları, soruları ve özellikleri içerdiği, sosyologların sınır ve toplum ilişkilerini nasıl görünür kıldıkları, sınır sosyolojisini bağımsız bir disiplin haline getiren yöntemin ne olduğu, tarihsel perspektiften sınırlarda nasıl bir değişimin meydana geldiği ve sınır sosyolojisinin tarihsel gelişiminin nasıl şekillendiği bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Bu sorunsal çerçevesinde çalışmada sosyolojinin alt alanlarından biri olarak gelişen sınır sosyolojisinin kapsamı, yöntemi ve tarihsel gelişimine odaklanmıştır.

Bir bilimsel disiplinin önde gelen özelliği, kendisine özgü bir kapsam ve yönteminin olmasıdır. Sınır sosyolojisinin bağımsız bir disiplin olarak gelişmesinde onun sınırlarını ifade eden kapsamın ve ona ait bir yöntemin olması gerekir. Çünkü kapsam ve yöntem, bir bilimsel disiplinin sınırlarını belirler, onu diğer disiplinlerden ayırır ve ona bir bilimsel statü sağlar. Sınır sosyolojisinin kapsamı, onun neleri içerdiği ve neleri dışarıda tuttuğuyla ilgili olup, sınır sosyolojisinin konusunu, amacını, temel sorularını ve tarihsel sürecini içerir. Sınır sosyolojisinin yöntemi ise, onu diğer disiplinlerden ayıran bir yöntem sahne sahibidir. Sınır sosyolojisinin kapsam ve yönteminin olması, onu sınırlarla ilgili farklı disiplinler içerisinde bağımsız bir disiplin haline getirir. Bu nedenle, sınır sosyolojisi, önce kendi sınırlarını belirleyerek işe başlar ve daha sonra bireyden topluma sınırların değişen sosyolojik anlamlarına odaklanır. Bu çalışma kapsamında sınır sosyolojisinin kendisine özgü kapsamı, yöntemi ve tarihsel gelişimi analiz edilmiştir.

2. Sınırları Kavramak: Tanımı, Boyutları ve İşlevleri

Hayatımızın hemen her boyutunda karşılaştığımız sınırlar, bireylerin, sosyal grupların, kültürlerin, kimliklerin, devletlerin ve ulusların birbirleriyle farklılaşmasını ve benzeşmesini belirleyen hatlardır. Bir taraftan savaşlar ve anlaşmalarla devletlerin egemenlik sahalarını belirleyen sınırlar, diğer taraftan

kişisel farklılıklarımızı, sosyal ilişkilerimizi, kültürel kimliklerimizi, etnik veya dini aidiyetimizi, toplumlararası münasebetlerimizi belirlemede etkilidir. Sınırlar, bireyden topluma, geleneksellikten modern ve postmodernliğe, Doğu'dan Batı'ya, kırdan kente, yerelden küresele dek her alanda farklı özelliklere sahiptir. Devletlerin, bilhassa da modern ulus-devletlerin yetki ve egemenliklerini sembolize eden sınırlar, iki veya daha fazla devleti coğrafi anlamda bir çizgi (Giddens, 2008, s. 73), devletin kontrol ettiği sahanın en uç kısımları (Donnan ve Wilson, 2002, 86) olup güç ilişkilerinin gerçekleştiği zemini temsil eder (Paasi, 1998, s. 82). Devletlerin sınırları birbirinden farklıdır, her sınır bölgesi birbirine benzemez özelliktedir (Anderson ve O'Dowd, 1999, s. 594). Tüm zaman ve mekanlarda geçerli sınırlara bir öz ifade edilemez, çünkü sınırlar haritalardaki çizgilerden ibaret değildir (Balibar, 2002, s. 75). Sınırlar, kendi içinde barındırdıkları dinamiklerle farklı boyutlara sahiptir.

Psikolojik boyutu açısından sınırlar, bireylerin diğer bireylerle olan ilişkilerini belirler. Anthony Giddens'a göre, sınırlar psikolojik olarak neyin kime ait olduğunu saptarlar (Giddens, 2010, s. 89). Örneğin bireyler diğer bireylerle ilişkilerinde sosyal mesafe oluşturmak amacıyla "benim sınırlarım bellidir", "kimsenin sınırlarımı aşmasına izin vermem", "benim kırmızı çizgim", "sınır insanı her zaman korur", "sınır koymak gerekir", "haddini hududunu bilmiyor" gibi ifadelere başvurdukları görülmektedir. Bu ifadeler kişisel sınırları oluşturmada işlevseldir. Kişisel sınırlar kendimizi güvende ve rahat hissettiğimiz sınırlardır. Sınır koymak, sınırları belirlemek, çizgi çizmek veya hat oluşturmak modern topluma özgüdür. Çünkü sınır kavramı modernliğin bir ürünüdür. Modern toplumlar, bireylerin toplumsal yaşamda kendisine ve diğer insanlara karşı sınırlar oluşturduğu toplumlardır. Ancak sınırlar sınırsızlık pratiğini de içerir. Çağımız bir bakıma sınırsızlık çağı olarak resmedilir: sınırsız özgürlük, sınırsız kötülük, sınırsız tüketim gibi. Modernliğin erken dönemi sınırları belirlemenin, sınır çizmenin hakim olduğu, buna karşın geç modern dönem sınırları ortadan kaldırmanın, sınırsızlığın belirgin bir biçimde öne çıktığı dönemdir. Modern dünyada bireyler, sınır koymak ile sınırsızlık halinin birlikte işlediği bir süreci deneyimlemektedir.

Sınırlar toplumsal boyutları içeren olgulardır. Toplumlar sınırlar aracılığıyla kendi kimliklerini oluşturur. Çünkü kimlikler, kimin kim olduğuna yönelik bir insan kapasitesidir (Jenkins, 2008, s. 5), biz ve öteki/onlar kimdir sorusuna verilen yanıtlardır ve toplumlar kim olduklarını ifade ederken sınırlara başvurur. Sınırlar toplumun kimliğinin çerçevesini oluşturur ve onu diğer toplumlardan ayırır. Türk toplumu, Alman toplumu, Fransız toplumu, Rus toplumu gibi toplum tanımlamaları buna örnektir. Sınırlar, toplumlararası olduğu kadar toplum içindeki farklı sosyal grupların ve toplumsal hareketlerin de kimliğinin işaretleyicisidir. Örneğin Lazlar kendi tarihleri, gelenekleri, dilleri, kültürleri ve kimlikleriyle farklı bir sınır oluşturur. Bu açıdan sınırlar, toplumsal kimliklerin çerçevesini çizen araçlardır. Ancak kimlikler sabit ve durağan yapılar değil, daha ziyade dinamik özellikler taşıdığından, toplumsal kimliklerin değişimine bağlı olarak kimliğin çerçevesini belirten sınırlar da değişmektedir.

Sınırlar, siyasetin temel dayanaklarından. Çünkü sınırlar, siyasal alanın çerçevesini çizer, siyasal temsil eder, siyasal olarak düzenlenir. Türkiye'de siyaset, sınırların içerisindeki ve dışında kalanları belirler. Sınırlardan kimlerin geçiş yapıp yapmayacağına, hangi sınır kapılarının açık ve kapalı olacağına ya da ne tür eşyaların sınırdan geçip geçemeyeceğine, Türkiye'de siyaset kurumu, daha özelde devlet aygıtı karar verir. Çünkü sınırlar devletlerin birer organıdır. Donnan ve Wilson'a göre, sınırlar, devletin sembolik görünümünün yorumu ve incelenmesidir. Sınır bölgeleri, oradan geçen yolcuların karşılaştığı devletin başlangıç ve son sahasını oluşturur (Donnan ve Wilson, 2002, s. 31). Türkiye'de siyasetin en belirgin özelliği, sınırlar üzerinden içerisi ve dışarısını kategorize ederek bir söylem alanı oluşturmasıdır. Buna göre, Türkiye'nin sınırlarının dışında yer alanlar konjonktürel gelişmelere bağlı olarak değişiklik gösterse de, genel anlamda düşman, rakip, öteki, dış mihrak, dış güçler olarak kategorize edilir, içeridekiler ise dışarıdakilerden korunmayı bekleyenler, bizi oluşturanlar, yerli ve milli olanlar olarak kurgulanır. Öyle ki, Türkiye'nin karşılaştığı sorunların kaynağı bu ikili kategoride aranır ve çözüme giden yol bu kategoriden geçer.

Sınırlar, ekonomik boyuta sahip yapılardır. Sınırların sınır bölgelerinde yaşayanlar, göçmenler ve sınırdan geçiş yapanlar açısından gelir getirici bir kaynak olması, sınırın ekonomik boyutunu oluşturur. Çünkü sınırlar, sermaye ve emeğin iç içe geçtiği kapitalist ekonominin örgütlendiği alanlardır. Sınırlar kaçakçılığın, enformel işgücü piyasasının ve kayıt dışı istihdamın kendisine fırsat bulduğu, sınır bölgelerinde yaşayanlar ve göçmenler için ekonomik açıdan cankurtaran işlevi gördüğü ve zenginleşmenin bir aracına dönüştüğü yapılardır. Örneğin, Türkiye'nin Kafkasya ve Türki Cumhuriyetlerine açılan Sarp Sınır Kapısı, yerel, ulusal, uluslararası, bölgesel ve küresel açılardan ekonomik dinamizmi içeren bir özelliğe sahiptir. Türkiye bu kapıdan uluslararası ticaretini gerçekleştirmekte, bu sınır üzerinden küresel sermayenin dolaşımını sağlamaktadır. Ancak aynı sınır söz konusu bölgelerden Türkiye'ye çalışmak amacıyla göç etmeyi amaçlayan göçmenlerin sıklıkla kullandıkları bir kapıdır. Bu anlamda, bir sınır iki farklı ekonomik süreci içermektedir.

Sınırlar, kültürel boyutları içeren olgulardır. Sınırlar, kültürlerin karşılaştıkları, çatıştıkları ya da iç içe geçtikleri alanlardır. Donnan ve Wilson, kültürün uluslararası sınırlarda pek çok açıdan önemli bir rol oynadığı belirtir. Birincisi, kültür, devletin sınır çizmesinde belirleyici bir faktördür. İkincisi, sınır bölgelerindeki kültürler, siyaset yapma biçimini, temsilini ve kabulünü etkilerler. Üçüncüsü, bütün sınır topluluklarının sürekli müzakere ettikleri kültürel uçları vardır (Donnan ve Wilson, 2002, s. 29). Bu çerçevede, sınırlar, kültürel süreçleri şekillendiren bir güç olarak işlev görür. Türkiye'nin sınır bölgelerine yakından bakıldığında, bu bölgelerde sınırın öte taraflarında yer alan kültürlerin izleri görülür. Gündelik yaşamda ekonomik ilişkilerden kadın-erkek rollerine, giyim-kuşamdan davranış kodlarına varıncaya kadar sınır bölgelerinde farklı kültürel süreçler ortaya çıkar. Bir başka örnek olarak Türkiye'nin iki yüzyılı aşkın bir süredir devam eden modernleşme/Batılılaşma deneyimi, Türkiye'de toplumsal yaşamın hemen her alanında Batılı kültür ile İslam Doğu kültürlerinin iç içe geçtiği ya da kimi zaman çatıştıkları görülür. Bu da sınırların kültürel boyutunu göstermesi açısından önemli bir örneği oluşturur.

Sınırlar dinin temel araçlarından biridir. Din insanlara çeşitli sınırlar çizer, insanlardan bu sınırlara uygun düşünmelerini ve davranmalarını bekler. Bütün dinlerde olduğu gibi İslam'da da sınır kavramı önemlidir. İslam dininde insanoğlu bu dünyada her daim bir imtihan içerisinde olduğundan, imtihanlar, esasında birer sınırlardır. Çünkü dinler ve daha özelden İslam dini, sınırlar koyarak imtihan eder. Bu imtihanda bir Müslüman'dan beklenen İslam'ın çizdiği sınırlara uygun davranmaktır. Haram ve helal arasındaki sınır, Müslüman kimsenin yaşam biçimini belirleyen sınırdır. İslam'da insan ile Allah'ın iradeleri belirlenirken sınırlara başvurulur. Allah'ın iradesi külli irade yani sınırsız iradedir, insanoğlunun iradesi ise cüzi irade yani sınırlı bir iradedir. Buna göre, İslam'da insan sınırları olan, sınırlarını bilen ve sınırlarını aşmayan insandır. Bir Müslüman'ın sınırlarını bilmesi, bir bakıma kendini bilmesi, haddini bilmesi anlamına gelir. Bu açıdan dinler, daha özelden İslam, sınırları olan, sınırlara başvuran ve sınırlar yardımıyla kurallar koyan yapılardır.

Sınırların etnik boyutları öne çıkan diğer bir boyuttur. Etnisite, biyolojik özelliklerden ziyade toplumsal, kültürel ve dilsel açıdan benzerliklere işaret eder (Somersan, 2004, s. 87). Etnik grupların toplumsal olarak nasıl tasarlandıkları ve sınırlarını nasıl korudukları konusuna odaklanan Fredrik Barth'a göre, etnik gruplar sadece sınırların ön plana çıkarılması esasına dayandırılmazlar; herhangi bir grubun varlığını devam ettirebilmesi için aidiyet ve dışlama gibi bazı mekanizmaların da devreye sokulması gerekmektedir (Barth, 2001, s. 18). Etnik gruplar kendi kimliklerini sembolize eden sınırlarla diğer gruplardan farklılaşır. Söz konusu sınırlar etnik kimliği homojenleştirdiği gibi etnik grubun sahip olduğu değerleri, alışkanlıkları ve yaşayış şekillerini de kapsar. Örneğin Laz kimliğinin etnik sınırlarına odaklanan Ayşe Serdar, etnik sınırın inşasında Lazlar için hala en kabul gören özellik dilleridir (Serdar, 2015, s. 93). Bu açıdan sınırların etnik boyutuyla yakından ilişkili bir başka boyutu da dildir. Etnik gruplar dilleriyle kendi kimliklerinin sınırlarını inşa eder, kimliğe ilişkin anlamlandırmalarını dil aracılığıyla üretir.

Sınırların bir başka boyutu da toplumsal cinsiyettir. Toplumsal cinsiyet rollerindeki farklılaşmalar aynı zamanda sınırların cinsiyete dayalı olarak nasıl inşa edildiğini gösterir. Toplumsal cinsiyet kimliklerine bağlı olarak erkek ve kadının davranma, düşünme ve yaşama biçimleri, esasında bu kimliklerin sınırlarını işaret eder. Sınırlar, erkek ve kadın kimliğinin birbirinden farklılaşan ve kesişen hatlarını oluşturur. Örneğin feminizm, hegemonik erkeklik karşısında kadın kimliğinin sınırlarını çizen bir toplumsal harekettir (Bkz. Bora, 2021). Erkek egemen bir toplumda erkeğin sınırları kadın sınırlarına göre daha geniş bir sahaya içerir. Kadın sınırları erkek egemen yapıda daha dar bir yapıdadır. Genelde kadınların geleneksel ve ataerkil toplum yapısında sınırlarını belirlemek amacıyla başvurulan “kadının yeri dört duvardır” söyleminde kadının sınırları evle sınırlıdır ve duvar kavramı sınırları temsil eder. Bu yönüyle sınırlar, toplumsal cinsiyete dayalı benzeşme ve farklılaşmaları sembolize eden çizgiler olarak işlev görür.

Sınırlar mekânla doğrudan irtibatlıdır. Sınırlar bir mekân kurar, bir mekânda var olur, bir mekâna dayanır ve varlık sebebini bir mekâna borçludur. Örneğin Türkiye Cumhuriyeti dediğimizde zihinlerimizde bir mekânı canlandırır, ülke topraklarını bu mekân üzerinde kurgular ve onu resmederiz. Sınırlar coğrafi mekânın hatlarıdır. İlkokuldan başlayan eğitim-öğretim sürecinde sıklıkla öğrencilere Türkiye Cumhuriyeti haritası öğretilir, kitaplarda, sınıflarda, okullarda bu haritalar gösterilerek zihinlere işlenir. Aynı zamanda ülke haritaları mekân üzerinden kimlik inşa eder. Türkiye Cumhuriyeti haritası, sadece Türkiye'nin topraklarını değil, aynı zamanda Türk ulusal kimliğinin kurulduğu mekânı da gösterir. Bu harita bizleri bir mekâna bağlı olarak düşünmeye, bu harita içinde yaşamaya ve bu haritaya göre davranmaya sevk eder. Bizler o haritaya baktığımızda, hem ülke topraklarını hem de ülkenin kimliğini de anlarız. Örneğin 29 Ekim 2023 tarihinde televizyonlarda Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılı kutlamaları çerçevesinde İstanbul boğazında dron ile gökyüzüne Türkiye haritası görseli oluşturuldu. Bu görselde Türkiye haritasının iç kısmı noktalardan oluşurken sınırları kalın çizgilerle çizilmiş bir şekilde sunuldu. Aslında Türkiye haritası görseli yaklaşık 45 saniye sürdü ancak görüntüde Türkiye'nin sınırları sürekli hareket halinde olan ışıklarla gösterildi. Bu gösteri ile birkaç saniyelikliğine de olsa, hem Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına hem de dünyaya Türkiye'nin sınırlarıyla bölünmez bir bütün olduğu düşüncesi görselleştirilmiş oldu. Bu görüntüleri izleyen milyonlar her ne kadar yüzüncü yıl kutlamalarına odaklanmış olsa da, söz konusu görseller aracılığıyla izleyenlerin zihinlerinde Türkiye'nin bölünmez bütünlüğü harita aracılığıyla işlenmiş hale geldi. Bu açıdan sınırlar haritalar aracılığıyla bir mekânı bütünlüklü sunmanın temel araçlarından biridir.

Sınırlar güvenlik boyutunu içeren mekânlardır. Çünkü sınırlar ve sınır bölgeleri devletin güvenlikleştirmesinin simgeleri olarak işlev görür (Diener ve Hagen, 2012, s. 64). Sınırların güvenlik boyutu, devletlerin egemenlik sahalarını ve bu saha içerisinde yaşayanları korumak, yönetmek ve kontrol etmek amacını kapsar. Günümüzde devletler sınırlarını kitlesel göçlere, sığınmacı ve mültecilere, kaçakçılığa, organize suçlara ve terör faaliyetlerine karşı güvenli hale dönüştürmektedir. Çünkü küreselleşmiş dünyada insan hareketliliğinin en yoğunlaştığı alanların başında sınırlar gelmektedir. Küresel göç hareketleri karşısında ulus-devletler göçleri yönetmede sınırları işlevsel kılmakta, sınırlar aracılığıyla milyonlarca insanı kontrol etmekte ve güvenliğini sınırlar aracılığıyla sürdürmektedir. Bu açıdan sınırlar güvenli yapılar olup devletler sınırlarını güvenlileştirerek kendisine uygun koşulları üretmektedir.

Sınırlar milliyetçilikle ilişkili boyutlar taşır. Milliyetçilik sınırlar aracılığıyla ulusu, ulus-devleti ve ulusal kimliği inşa eder. Milliyetçiliğin içerdiği duygular sınırlarla anlam kazanır. Örneğin vatan duygusu, sınırları bir çizgiden ötesine taşır. Bir toprak parçasının vatana dönüşmesi, vatan topraklarında yaşayanların ortak bir duyguya sahip olması, vatanın namusla bir ve eşdeğer görülmesi, vatan topraklarının kutsal kabul edilmesi, vatan için şehit düşülmesi ve gazi olunması, vatani satmanın ağır suç motiflerinden olması, sınırların sadece sınırlar olmadığının en açık göstergesidir. Çünkü sınırlar bahsi geçen duyguların, değerlerin ve bilincin kapsamını temsil eder. Vatan duygusuyla eşgüdümlü

olarak millet duygusu ve bilinci, ortak bir vatanda millet olarak yaşama ideali sınırlarla işler. Milletleri var eden ortak tarih, dil, gelenek, kültür, değer ve kimlik öğeleri (Smith, 2010) sınırlarla varlık ve anlam kazanır. Milliyetçilik, sınırlara dayalı olarak bir millet oluşturmayı, sınırları belirli bir toprak parçası üzerinde milli kimlik inşa etmeyi ve devlet ile milletin aynı sınırlara sahip olmasını amaçlar.

Sınırlar çok katmanlı yapılardır. Sınırlar sadece bir anlamı taşımazlar, birbirinden farklı anlamı içerirler. Örneğin Türkiye Cumhuriyeti'nin sınırları sadece Türkiye'yi değil, aynı zamanda NATO'nun da sınırlarını oluşturur. Türkiye'nin Bulgaristan sınırı sadece Bulgaristan'la değil, Balkanlarla olan sınırı da gösterir. Türkiye'nin Gürcistan sınırı sadece Gürcistan'la değil, Kafkasya'yla, eski Sovyetler Birliği ülkeleriyle, Türki Cumhuriyetlerle olan sınırını işaret eder. Türkiye'nin Suriye sınırı sadece Suriye ile değil, aynı zamanda İslam dünyasıyla olan sınırlarını da sembolize eder. Avrupa Birliği'ni oluşturan Almanya, Belçika, Danimarka, Fransa ve Macaristan gibi ülkelerin sınırları aynı zamanda Avrupa'nın da sınırlarını oluşturur. Yine bugünkü Azerbaycan, Türkmenistan, Özbekistan, Kırgızistan ve Ukrayna gibi ülkelerin sınırları, Soğuk Savaş Döneminde Rusya'nın egemenliğinde bulunan Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) sınırlarını oluşturmaktaydı. Bununla birlikte, sınırlar denildiğinde ilk akla gelen bir ülkenin kara sınırlarıdır. Oysa ülkelerin kara sınırlarının yanı sıra hava sınırları ve deniz sınırları da bulunur. Örneğin Türkiye'nin vatan toprakları kara sınırlarıyla temsil edildiği gibi, aynı zamanda her ne kadar görünür olmasa da havada da sınırları da bulunmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye, anavatan ve yavru vatanın yanı sıra denizlerdeki sınırlarını sembolize eden mavi vatana da sahiptir. Bu anlamda sınırlar, sadece devletin kara sınırlarıyla sınırlı değil, aynı zamanda hava ve denizdeki sınırları da içerir. Bu nedenle, sınırlar, sadece tekil yapılar değil, çok katmanlı yapılardır, aynı anda birden fazla anlamı ifade ederler.

Sınırlar göçlerle bir bütünlük oluşturur. Göç hareketlerinin kilit anahtarı sınırlardır. Küresel göç hareketleri sınırlarda yoğunlaşır, sınırları aşar, sınırlarla engellenir ya da teşvik edilir. Küresel göç krizleri sınırlarda patlak verir, milyonlarca göçmen, sığınmacı ve mülteciler sınırlarda kalabalıklara dönüşür, bu nedenle sınırlar göçün yönetiminde en etkili araçlar olarak görülür. Suriye'deki iç savaş nedeniyle Türkiye'ye göç etmek zorunda kalan sığınmacı ve mülteciler sınır kapılarında yoğunlaşmış, yeni insani krizler sınırlarda görünür hale gelmiştir. Türkiye'den Yunanistan'a ve Avrupa'ya göç etmek isteyen binlerce göçmen Akdeniz'de boğularak veya Yunanistan askeri güçleri tarafından yapılan müdahalelerde ya da uzun süre sınırlarda bekleyişlerde donarak hayatını kaybetmiştir. Bu açıdan sınırlar, küresel krizlerin yaşandığı mekânlardır. Sınırlar, küreselleşmenin sonuçlarından olan göçle, kaçakçılıkla, organize suçlarla ve terörle mücadelenin en etkili araçlar olup ulus-devletler bu konuda sınır güvenliğini artırmak, sınır duvarları örmek için olağanüstü kaynak, zaman ve enerji seferber etmektedir.

Sınırların temel boyutlarından biri de, küreselleşmedir. Küreselleşme tartışmalarının merkezi ögesini oluşturan sınırlar, küreselleşmenin etkileri altında şekillenir. Sermayenin küreselleşmesinden küresel göç hareketlerine, küresel medyadan küresel ölçekteki risk ve tehditlere kadar küreselleşmeyle ilişkili hemen her konu doğrudan sınırları etkiler. Çünkü küreselleşme sınırların etkisini ortadan kaldırır ve sınırları esnek, akışkan ve edilgen bir yapıya dönüştürür. Küreselleşme iletişim ve teknoloji aracı haline gelen sosyal medya aracılığıyla sadece ulusal sınırları değil, aynı zamanda bireysel ve toplumsal yaşamın bütün boyutlarına nüfuz eder. Küreselleşmenin sınırlara etkilerinden biri de, mahremiyeti temsil eden sınırların altüst oluşudur. Özellikle teknoloji ve iletişim aracı olan sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle mahremiyeti temsil eden sınırların aşıldığı, özel olan her ne varsa küresel hale geldiği, bunun da sınırları ortadan kaldırarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu açıdan küreselleşme sadece ulus-devlet sınırlarını değil, aynı zamanda bireysel ve toplumsal yaşamdaki sınırları da ortadan kaldırmaktadır.

Bir bütün olarak bakıldığında sınırların psikolojik, sosyolojik, siyasal, ekonomik, kültürel, dinsel, etnik, dilsel, toplumsal cinsiyet, mekân, güvenlik, milliyetçilik, göç ve küreselleşme gibi boyutlara sahip olduğu görülmektedir. Sınırlar çok farklı boyutlara sahip olduğundan, onun birbirinden farklı işlevleri

bulunmaktadır. Buna göre, sınırların sahip olduğu işlevleri genel hatlarıyla şu şekilde toplamak mümkündür:

1. Sınırlar, devletlerin bilhassa da modern ulus-devletlerin yetki ve egemenlik sahalarını belirler.
 2. Sınırlar, kimlik ifade etmenin araçlarıdır. Biz/onlar, içerisi/dışarı, burası/orası, yerli/yabancı gibi ikili kategoriler oluşturarak kimlik inşa eder.
 3. Sınırlar, sembolik yapılardır. Bireyden topluma çok çeşitli anlamları sembolize ederler.
 4. Sınırlar, toplumların birbiriyle karşılaştıkları ve temas kurdukları mekânlardır.
 5. Sınırlar, toplumların farklılaşmasını ve bütünleşmesini belirten hatlardır.
 6. Sınırlar, sınır boylarından sınırlara, sınırlardan sınırsız dünya söylemine ve sınırlı dünyaya değin farklı şekillerde örgütlenirler.
 7. Sınırlar, sadece devletin sınırlarını değil, aynı zamanda toplumların, kültürlerin ve farklı sosyal grupların sınırlarını da belirler.
 8. Sınırlar, düzen-düzensizlik, riskler-fırsatlar, gerçek-sanal, çizgi-bölge, engel-teşvik, bariyer-köprü, kapı-koridor şeklinde diyalektik bir özelliğe sahiptir.
 9. Sınırlar, birer toplumsal mekânlardır. Ülke topraklarını, kentleri, siteleri, mahalleleri, mülkiyeti ve mahremiyeti temsil eder.
 10. Sınırlar, uluslararası ve küresel göç hareketlerini düzenleme, kontrol etme ve yönetmede etkili araçlardır.
 11. Sınırlar, ulusal kimlikleri çevreleyen hatlardır. Milliyetçilik aracılığıyla sınırlar ulusal kimlikleri bir mekânda inşa eder. Vatanın çerçevesini oluşturur.
 12. Sınırlar, ulus-devletlerin araçları olarak katı, sabit, değışensiz özellikler taşıırken, küreselleşmenin etkileri altında esnek, akışkan ve gevşek özellikler gösterir.
- Sınırların toplumsal işlevleri, sınırlarla ilgili kapsamlı literatür ve alan araştırmalarından hareketle oluşturulmuş olsa da, sınırlarla ilgili toplumsal işlevleri çoğaltmak olanaklıdır.

3. Sosyolojinin Bir Alt Dalı Olarak Sınır Sosyolojisi

Sosyoloji, toplumsal olay ve olguları, toplumsal yapıları, kurumları, grupları ve bunlar arasındaki toplumsal ilişki ve etkileşim süreçlerini sistematik açıdan inceleyen bir bilimsel disiplindir. Modernliğin bir bilimi olarak ortaya çıkan sosyoloji, erken modern dönemde sanayileşme, kentleşme, kapitalizm, ulus-devlet, bireyselleşme, demokratikleşme, bürokratikleşme ve bilimsel ve teknolojik sahadaki dönüşümleri kendisine konu edindiğinden, bu dönemin gelişmeleri ışığında sosyolojide birbirinden farklı alt dallar ortaya çıkmıştır. Aile sosyolojisi, kültür sosyolojisi, eğitim sosyolojisi, ekonomi sosyolojisi, siyaset sosyolojisi, modernleşme sosyolojisi gibi sosyolojinin temel alt dalları, sosyolojinin ortaya çıktığı erken dönemin bilimsel disiplinlerini oluşturmaktadır. 20. yüzyılın son çeyreğinden 21. yüzyılın başlarına kadar olan dönemde küreselleşme, neo-liberalizm, postmodernizm, çokkültürcülük, post-endüstriyel toplum, bilgi ve enformasyon alanında meydana gelen gelişmeler, sosyolojinin yeni alt dallarının oluşumunda belirleyici dinamikler olmuştur. Sosyolojideki güncel gelişmeler ışığında küreselleşmenin sosyolojisi, kimlikler sosyolojisi, postmodern sosyoloji, küçük gruplar sosyolojisi, çevre sosyolojisi, mekan sosyolojisi, beden sosyolojisi, ölüm sosyolojisi gibi yeni alt dalların ortaya çıktığı görülmüştür. Sosyolojinin sözü edilen yeni alt dallarından biri de, kuşkusuz sınır sosyolojisidir.

Sosyolojinin yeni alt dallarından biri olan sınır sosyolojisi, bireylerin ve toplumların sınırlar aracılığıyla kendilerini nasıl ifade ettiklerini, sınırları nasıl algıladıklarını ve sınırötesiyle toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel vb. ilişkilerini nasıl kurduklarını inceleyen bir disiplindir. Sınır sosyolojisi, toplumun sınırlara dayalı olarak nasıl kurulduğunu, sınırların kimlikleri ifade etmede nasıl bir rol ve işleve sahip olduğunu ve sınırların birbirinden farklı anlamları nasıl sembolize ettiğini anlamaya çalışan bir alandır. Sınır olgusunun toplumsal yapılarla, toplumsal kurumlarla, toplumsal ilişki ve etkileşim süreçleriyle ilişkisini konu edinen sınır sosyolojisi, sınırları toplumları, devletleri, insanları, kültürleri, kimlikleri farklılaştıran ve bütünleştiren/benzeştiren yapılar olarak görmektedir. Hangi toplumsal süreçlerin sınır inşa etmeyi gerekli kıldığı veya geçersiz hale getirdiği sorusu, sınır sosyolojisinin temel sorusudur.

Özel sosyolojilerle uğraşanlar için ilk ve en büyük tehlikenin özel alanlarından dışarı çıkamamaları olduğunu belirten Doğan Ergun'a göre, her özel sosyoloji, kısımsal bir gerçeği açıklarken, bu kısımsal gerçeği içinde bulunduğu tüm toplumsal gerçeklikle karşılıklı ilişkilerine göre tümleştirici kılmak zorundadır (Ergun, 2008, s. 208-209). Bu çerçevede, sınır sosyolojisi, sınırlarla ilişkili her toplumsal olguyu birlikte düşünmeyi gerektirir. Devlet, ulus, vatan, milliyetçilik, coğrafya, mekân, kimlik, göç ve küreselleşme gibi sosyolojinin temel olguları doğrudan doğruya sınırlarla ilişkili olduğundan sözü edilen olguları hesaba katmadan sınır sosyolojisinden bahsedilemez. Sınır sosyolojisinin kapsamı ve sınırlılıkları içerisinde sınırlar, çok yönlü bir şekilde düşünülmüştür. İki veya daha fazla devleti ayıran sınırlardan toplumların birbiriyle temas kurdukları sınırlara, iki farklı kültüre sahip grupların sınırlarından kimliğin uçlarını sembolize eden sınırlara ve bireylerin diğer bireylerle olan sosyal mesafelerini belirten sınırlara varıncaya kadar sınırların birbirinden farklı biçim, içerik ve görünüşleri bulunmaktadır. Sınır sosyolojisi de sınırların bu çok yönlülüğünü araştıran/konu edinen bir alan olarak ortaya çıkmıştır.

Sınır sosyolojisi, sınırlara birincil düzeyde anlam atfetmektir. Toplumların nasıl kurulduğu sorusuna koşut olarak sınırlar salt toplumsalın çevresini oluşturan çizgiler midir yoksa toplumun örgütlenmesinde sınırlar merkezi bir role mi sahiptir? Sınır sosyolojisinin temel amacı sınırlara birincil düzeyde önem atfetmek, sınırları tali yapılar olarak görmek yerine onlara kurucu bir rol yüklemektir. Diğer bir ifadeyle, sınır sosyolojisi sınır ve toplum ilişkilerini analiz ederken sınırları toplumsalın dışında konumlandırmak yerine toplumsalı kuran, tanımlayan, inşa eden ve şekillendiren bir dinamik olarak görmektedir. Buna göre, sınırlar, toplumsalın çevresel organlarından ziyade toplumun kuruluşunda kilit bir role sahiptir. Bu görüşe göre sınırlar olmadan toplumdan bahsetmek mümkün değildir. Çünkü toplum sınırları olan bir yapıdır, sınırlarda kurulur, sınırlar içinde örgütlenmesini tamamlar, meşruiyetini sınırlardan alır ve bu yüzden sınırlarla iç içedir.

Sınır ve toplum ilişkilerinin sözü edilen yönü büyük ölçüde modernist paradigmanın temel parametrelerinden hareket etmektedir. Modern toplumlar aynı zamanda birer sınır toplumlarıdır. Modern toplumlarda sınırlarla toplum arasında sıkı bir ilişki biçimi bulunmaktadır. Çünkü modernliğin inşası sınırların inşasıyla eşgüdümlü olduğundan modern toplumlar sınırları kesin, sabit ve katı bir biçimde belirlenmiş toplumlardır. Bu açıdan modernliğin örgütlenmesinde sınırlar merkezi bir öneme sahip olmuştur. Modernliğin uzamı sınırlı bir şekilde tahayyül etmesi, mekânı ulusal bir çerçeve içerisinde tanımlaması ve sosyal teoriyi söz konusu uzam dâhilinde inşa etmesi, modernliğin sınırlarla dolaysız ilişkisini işaret etmektedir. Öyle ki, 19. yüzyılda ulus kavramı ile toplum kavramı birbirine denk düşecek şekilde tanımlanmıştır. Ancak 20. yıldan 21. yüzyıla değin süregelen gelişmeler ışığında günümüzün toplum tanımlamaları arasında yer alan küresel toplum, postmodern toplum, çokkültürcü toplum, bilgi toplumu gibi yeni toplum tanımlamaları sınırlarla ilgili tartışmaları gündeme getirmiş, sınırlar, geleneksel ve modern anlamları üzerinden sorgulanan ve tartışılan yapılara dönüşmüştür. Küreselleşmeyle birlikte sınırların sorgulanması toplumsalın sorgulanmasını ve toplumsalın sorgulanması sınırların da sorgulanmasını beraberinde getirmiştir. Sınırların sorgulanması ve tartışılmasında küreselleşmeyle eşgüdümlü olarak neo-liberalizm, Avrupa Birliği, Soğuk Savaşın son

bulması, postmodernizm, yeni medya, göç hareketleri gibi güncel sosyolojik dinamikler belirleyici olmuştur. Sınır sosyolojisi sınırların sorgulandığı, tartışıldığı ve yeniden anlamlandırıldığı bir bağlamda ortaya çıkmıştır. Sosyolojide yeni bir alan olarak ortaya çıkan sınır sosyolojisiyle ilgili sosyologların temel amacı, sınır ve toplum ilişkilerini görünür kılmaktır.

4. Sosyologlar Sınır ve Toplum İlişkilerini Nasıl Görünür Kılar?

Sınır ve toplum ilişkileri karmaşık, dinamik ve çok boyutlu bir yapıya sahip olduğundan, bu ilişkilerin görünürlüğü konusunda sosyologların yaklaşımı önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü sosyolojik bakış açısı, sınırları sıradan bir çizgi olarak görmek yerine toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkileri şekillendiren, kimliklerimizi oluşturan, birbirinden farklı anlamları sembolize eden ve toplumun kurulduğu sahayı belirleyen hatlar olarak görmektedir. Sosyologlar sınırları toplumun kurulduğu sahayı, toplumun neleri içerdiklerini ve dışarıda bıraktıklarını, diğer toplumlardan ayrıldıkları çizgileri ve toplumsal kimliklerimizin farklılaşan yönlerini sembolize eden araçlar olarak tanımladıklarında sınır ve toplum ilişkileri görünür hale gelmektedir. Sosyologların temel amacı, sınırların görünen kısmına değil, görünenin ardındaki ard anlamlarına odaklanmaktır. Görünürde sınırlar sadece bir çizgi olsa da, esasında görünenin ardında farklı anlamları ve değişik dinamikleri içermektedir. Örneğin Türkiye'nin Suriye sınırı, her ne kadar iki ülke arasındaki bir çizgiyi ifade etse de, bu sınır aynı zamanda göçlerin, suçların, kaçakçılığın ve terörün de görünür olduğu bir sınır olma özelliğini taşır. Sosyologlar sınırları incelerken özeldeki geneli ve geneldeki özeli görerek hareket etmesi gerekir. Bir başka örnekte, Türkiye-Gürcistan sınırı özeldi her ne kadar bu iki ülke arasındaki bir hat olsa da, genelde kapitalist sistem ile sosyalist sistemin kesişimindeki bir sınırdır. Sosyologlar sınırları parça-bütün ilişkisi bağlamında ele almaları gerekir. Örneğin İslam Birliği Müslüman dünyada bütünlüklü bir kimliği ifade ederken, Türkiye bu bütünün bir parçasını oluşturmaktadır. Sınırlar hem bütün olarak İslam Birliği'ni hem de parça olarak Türkiye'yi temsil etmektedir.

Sosyologların sınır ve toplum ilişkilerini iki ana eksenle ele alması gerekir. Bu eksenlerden ilki, sınırları bir yapı olarak gören yaklaşımdır. İkinci yaklaşım ise, sınırları bir süreç olarak gören yaklaşımdır. Diğer bir ifadeyle, sınırlar, hem bir yapıdır, hem de bir sürecin ürünüdürler. Bir yapı olarak sınırlar, toplumsal, ekonomik ve siyasal sistemlerin örgütlenişini temsil ederken, bir süreç olarak sınırlar, değişimin merkezi ögesini oluşturur. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti Devleti, bir siyasal sistem olması hasebiyle bir yapıdır, bu sebeple, sınırlar devletin ayrılmaz bir parçasıdır ve onun siyasal çerçevesini gösterir. Ancak Türkiye'ye çok farklı ülkelerden göçlerin yapılması, sınırları bu göç hareketlerin merkezinde yer aldığı ve bir değişim sürecini temsil eder. Bu bakımdan, sosyologlar, sınırları hem bir yapı hem de bir sürecin ürünü olarak görürler

Sosyologlar sınırları birer toplumsallaşma sürecinin aracı olarak görürler. Toplumsallaşma, bir kişinin içinde yaşadığı toplumun, etkileşimde bulunduğu grupların kültürünü öğrenme sürecidir. Toplumsallaşma, kişinin hayatı boyunca devam eden ve içinde bulunduğu toplumsal gruplarda önemli değer, tutum ve rolleri öğrenmesini de içeren dinamik bir süreçtir (Zencirkıran, 2016, s. 83). Sınırlar ve sınır bölgeleri toplumsallaşma sürecinin gerçekleştiği mekânlara dönüşmüştür. Küreselleşmiş insan hareketliliğinin artan yapısı dikkate alındığında sınırlar ve sınır bölgelerinde bulunan insanlar, zamanlarının büyük bir çoğunluğunu burada geçirmekte, birbirleriyle etkileşim ve iletişimde bulunmakta ve yeni deneyimler oluşturmaktadır. Örneğin göçmenler, küresel ölçekteki hareketliliğinin en önemli özneleri olarak sınırlarda yoğunlaşmakta, sınır geçiş süreçlerinde yer almakta ve sınırlar nedeniyle çeşitli sorunlarla muhatap olmaktadır. Dünya ölçeğinde göçmenlerin sayılarının hızla artmasının bir sonucu olarak sınırlar göç hareketlerinin yeni merkezlerine dönüşmekte, göçmenler, yaşamlarının büyük bir bölümünü sınırlarda geçirmekte ve bu süre boyunca toplumsallaşmaktadır. Kendi toplumu ile göç etmeyi düşündüğü toplumun değerlerini, alışkanlıklarını, düşünce tarzlarını, davranış örüntülerini deneyimleyen göçmenler, bu deneyimler üzerinden toplumsallaşma süreçlerinde yer almaktadır. Ayrıca toplumsallaşma sürecinde sınırlar, toplumsal kültürü tam ve bütünlüklü bir yapı

olarak bireylerin zihinlerinde, düşüncelerinde ve algılarında inşa etmenin bir aracı olarak işlev görür ve bu yönüyle toplumsal kültürün içine sığdırıldığı kalıplardır. Bu anlamda sınır ve toplum ilişkileri, toplumsallaşma süreçleri bağlamında görünür kılınmaktadır.

Sosyoloji, esasında toplumsal değişmeyi kendisine konu edinir. Joseph Fichter'a göre, ne kadar geleneksel ve tutucu olursa olsun, her toplum ve her kültür sürekli değişim içindedir. Değişme, kültür ve toplumun doğasında vardır. Kısaca, değişim, bir durumdaki çeşitlenmeler olarak kavramsallaştırılır (Fichter, 2004, s. 194). Sosyologlar sınır ve toplum ilişkilerini analiz ederken toplumsal değişmeyi merkeze alarak sınırların toplumsal değişmeye koşut bir biçimde nasıl değişip dönüştüğünü ve toplumsal değişmeden ne şekilde etkilendiğini temel almaları gerekir. Toplum değiştikçe sınırlar da bu değişime ayak uydurmak durumundadır. Modernliğin erken döneminde sınırlar, endüstrileşme, bürokratikleşme, ulus-devlet, milliyetçilik gibi sosyolojik dönüşümler çerçevesinde katı, sabit ve değişimsiz bir içerik, biçim ve görünümde şekillenirken, geç modern dönemde küreselleşme, post-endüstriyel toplum, bilgi ve enformasyon, serbest piyasa kapitalizmi gibi gelişmeler karşısında akışkan, geçirgen ve esnek bir içerik, biçim ve görünüme dönüşmüştür. Bu açıdan sınırlar, toplumsal yaşamda meydana gelen değişim ve dönüşümlere bağlı olarak görünür hale gelmektedir.

Sosyologlar sınırları toplumsal düzenin, toplumsal yapının ve toplumsal bütünleşmenin bir kaynağı olduğu kadar toplumsal çatışmanın, toplumsal çözülmenin ve toplumsal farklılaşmanın da bir aygıtı olarak gördüklerinde sınır ve toplum ilişkileri görünürlük kazanmaktadır. Çünkü sınırlar, toplumsal düzenin olduğu kadar toplumsal çatışmanın, toplumsal yapının olduğu kadar toplumsal çözülmenin, toplumsal bütünleşmenin olduğu kadar toplumsal farklılaşmaların da kaynağını oluşturmaktadır. Örneğin, modern ulus-devletler sınırlara ayırdıkları sınırsız kaynaklarla sınır güvenliğini sağlayarak sınırların içinde düzeni sağlamayı hedeflerler. Sınırlar toplumsal düzenin bir parçası olduğu kadar düzensizliği de sembolize ederler. Öyle ki, sınırların dışındaki düzensizlik çoğu zaman içerideki düzene referans oluşturabilir (Duez, 2014). Bununla birlikte, Berlin Duvarı iki farklı toplumsal sistemin birbiriyle farklılaşmasını/çatışmasını, İsrail-Filistin sınırı toplumlararasıdaki çatışmaları, ABD-Meksika sınırı toplumsal çözümleri, Avrupa Birliği ülkelerinin birbirleriyle olan sınırları ise toplumlararası bütünleşmeyi göstermesi açısından birer örnektir.

Sosyologlar sınırları toplumsal hareketliliği etkileyen bir aygıt olarak görmesi, sınır ve toplum ilişkilerinin görünür hale gelmesinde temel bir öneme sahiptir. Bir toplumsal hareketlilik olarak göçlerin küresel ve uluslararası düzlemde gerçekleşme biçimi doğrudan sınırları etkilediğinden sınırlarla göçleri birlikte düşünmek gerekir. Örneğin Uluslararası Göç Örgütü (IOM) verilerine göre, 2020 yılında doğdukları ülke dışında bir ülkede yaşayanların tahmini sayısı 281 milyondur (Bkz. IOM, 2023). Her geçen gün artan bu sayı, dünya çapında küresel göç hareketliliğinin boyutlarını anlamak açısından önemlidir. Söz konusu veriler ışığında küresel göç hareketliliğinin en çok etkilediği alanların başında sınırlar gelmektedir. Çünkü ulus-devletler küresel göç hareketleriyle başa çıkabilmek için sınırlar aracılığıyla göç süreçlerini yönetmektedir. Sınırlar göçleri kontrol etmede, düzenlemede ve yönlendirmede en etkili araçların başında gelmektedir. Bu açıdan sosyologlar sınırları göçlerle birlikte ele alarak ilişkilendirmeleri, sınır ve toplum ilişkilerini görünür kılmada önem taşımaktadır.

Sosyologların sınır ve toplum ilişkilerini görünür kılmak amacıyla yukarıda bahsedilenlerin yanı sıra sınırları toplumsal sembollerin bir taşıyıcısı, toplumsal değerlerin bir koruyucusu, toplumsal farklılaşmanın bir aygıtı, toplumsal bütünleşmenin bir kurucusu, toplumsal çatışmanın bir kaynağı, toplumsal çözülmenin bir nedeni olarak irdelemeleri gerekir. Sosyologlar sınırları sosyolojinin kavramlarıyla ilişkilendirerek, sosyolojik kuramların temel varsayımlarından hareketle ele alarak ve sosyolojinin yöntem ve tekniklerini kullanarak sınırlarla ilgili araştırmalarını sürdürmeleri durumunda sınır ve toplum ilişkileri görünür kılınabilir.

5. Tarihsel Perspektiften Sınırlar

Sınır sosyolojisinin kapsamı içerisinde sınırların tarihsel serüveni önemli bir yer tutar. Çünkü sınırlar, tarihsel-toplumsal bir inşadır, her tarihsel dönem kendi sınır anlayışını içerir, tarihsel çizgide meydana gelen gelişmeler sınırları şekillendirir. Tarihsel değişim sürecinde sınırlar, geleneksellikten modernliğe doğru bir dönüşüm seyri izler. Modern toplumların inşası bir bakıma sınırların da inşası anlamına geldiğinden, sınırların tarihine bir yolculuk genel olarak geleneksel dönemden modern döneme doğru yapılacaktır. Geleneksel dönemde sınırlardan ziyade sınır boylarından, huduttan bahsedilirken, modern dönem doğrudan doğruya sınırların ortaya çıktığı bir dönemdir. Çünkü sınır kavramı modern bir kavramdır, modernliği sembolize eder ve modern toplumun bir parçasıdır. Bu sebeple, geleneksel toplum ve devletlerde hudutlardan, modern toplum ve devletlerde ise sınırlardan bahsedilir.

Geleneksel devletlerin bölgeselliğini ulus-devletlerden ayırmak açısından, ilkinin sınır boylarının, ikinciler arasında var olan sınırlardan önemli biçimde farklı olduğunu görmek şarttır (Giddens, 2008, s. 72). Sınır boyları, geleneksel dönemlerde dünya çapında kabileleri, krallıkları veya prenslikleri birbirinden ayırıyordu. Bu sınırlar her iki tarafça da kontrol edilmiyordu (Prescott ve Trigs, 2008, s. 12). Romalıların yapmış olduğu surlar ve Çin Seddi, geleneksel sınır boyları konusunda en bilinen örneklerdir. Romalıların surları savunma işleviyle öne çıkar ancak aynı zamanda bölgesel açıdan haberleşmeyi de sağlarlar. Çin Seddi, göçebelere karşı yapılmış olup, içerideki hareketliliği de sınırlama amacını taşır (Giddens, 2008, s. 74). Her ne kadar Hadrian Duvarı veya Çin Seddi gibi etkileyici yapılar net, doğrusal sınırlar önerse de, erken dönem imparatorlukların nispeten değişken, belirsiz topraklara sahip olduğunu düşünmek daha yararlı olur (Diener ve Hagen, 2012, s. 34).

Antik dünyada toprak kontrolü her zaman açıkça tanımlanmış sınırlara dayanmıyordu. Ancak geçmişte uygulanan değişken ve esnek yaklaşımlar, yerini genel olarak modern devlet sistemi olarak bilinen sistemde daha standart ve katı sınır, toprak ve egemenlik kavramlarına bırakmıştır (Diener ve Hagen, 2012, s. 37). İnsanların belirli bölgede yaşadıklarını, o bölgeye ait oldukları, bu tür bir aidiyetin de topluluğu oluşturduğu ve söz konusu bölgede bulunmaları gerektiği anlayışı, 18. Yüzyılın ikinci yarısına kadar toplumsal gerçekliği yansıtmıyordu. Ancak son iki yüzyılda sınırlar evrensel anlamda devletlerin egemenliklerinin göstergeleri haline geldi (Kasaba, 2012, s. 48-49). Fransız Devrimi ile birlikte tek geçerli sınır, kesintisiz süren teritoryal sahayı belirten lineer sınır olmuştur. Bu sınırlar, belirli bir toprak parçası üzerinde birlikte yaşama anlayışını da içermektedir (Erözden, 2013, s. 148).

Modern ulus-devletlerin sınırlarının inşasında 1648 tarihinde imzalanan Vesfalya Anlaşması önemli bir kırılma noktasıdır. Söz konusu antlaşmayla birlikte, modern ulus-devletler teritoryal egemenliklerini oluşturmuş ve ulusal açıdan meşru hale gelmişlerdir (Gülalp, 2007, s. 11). Bu antlaşma, devlet iktidarı ile sınırları arasında bütünleşirken, devletler hükmettikleri coğrafyalarda egemen bir konum elde etmişlerdir (Beriş, 2006, s. 49). Böylece modern ulus-devletler buldukları coğrafya üzerinde tek ve meşru otorite olarak kabul görmüştür (Pierson, 2014, s. 27). Modern ulus-devletler özerk bir güç haline gelmeleri sınırlarının uluslararası sahada diğer devletler tarafından tanınmasıyla olanaklı hale gelmiş, bu da önceki devletlerden ayıran en önemli özellik olmuştur (Giddens, 2012, s. 67-68). Dolayısıyla, geleneksel sınırlardan modern sınırlara dönüşüm, esas olarak doğal sınırlardan ulusal sınırlara dönüşümü temsil etmektedir. Geleneksel devlet sınırları ağırlıklı olarak doğal sınırlarla belirlenirken, modern devlet sınırları ulus, ulus-devlet ve ulusçuluk tarafından şekillenmiştir.

Erken modern dönemde sınırlar katı, sabit ve geçirimsiz özellikler gösterirken, geç modern dönem koşullarında sınırlar, küreselleşme, postmodernizm, serbest piyasa kapitalizmi, kitle iletişim teknolojileri ve göç hareketleri bağlamında esnek, geçirgen ve edilgen bir yapıya dönüşmüştür. Küreselleşmenin sınır aşan gelişmeler ortaya koyması, sınırların sorgulanmasını ve sınırlarla ilgili tartışmaları gündeme taşımıştır. Ancak küreselleşme bir taraftan sınırsız bir dünya söylemini oluştururken, diğer taraftan da sınırların yeniden çizildiği, duvarların yeniden örüldüğü, yeni

devletlerin ve sınırlarının ortaya çıktığı gelişmelere de neden olmuştur. Bu açıdan sınırlar, günümüzde bir taraftan sorgulanan, gerek duyulmayan, yok sayılan ve meşruiyeti tartışılan, diğer taraftan da her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulan, olmazsa olmaz olarak görülen ve onsuz yapamadığımız bir araç olarak görülmektedir.

6. Sınır Sosyolojisinde Yöntem

Sosyolojide yöntem, toplumsal olay ve olguları, toplumsal değişimi sistematik açıdan incelemede işlevseldir. Sosyolojinin inceleme nesnesini oluşturan toplum karmaşık, dinamik ve çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu için, toplumu anlamada farklı bilimsel yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Yöntem olmaksızın sosyolojik bir araştırmadan bahsetmek mümkün değildir. Sosyolojinin bir alt dalı olarak gelişen sınır sosyolojisi, sosyoloji biliminin yöntem ve teknikleri vasıtasıyla sınır ve toplum ilişkilerini karşılıklı incelemeyi hedeflemektedir. Sınırlar, toplumsalın önemli bir bileşeni olduğu için, toplumu araştırmak, bir anlamda sınırları araştırmak anlamına da gelmektedir. Sosyologlar sınırları bilimsel ve akademik düzlemde araştırırken, sosyal bilimlerin yönetime ilişkin hâkim yaklaşımlarını temel alarak hareket etmeleri gerekir. Diğer bir ifadeyle, sosyal bilimlerde ve daha özeldede sosyolojide hakim olan yöntem, sosyolojinin alt dallarında da geçerlidir ancak her alt dal ayırt edici bir yöntemi de içermektedir.

Sınır sosyolojisi araştırmalarında belli başlı yöntemlere başvurulmaktadır. Sosyal bilimlerde ve daha özeldede sosyolojide nicel ve nitel araştırma yöntemleri, sınır sosyolojisi araştırmalarında da hakim yöntemleri oluşturmaktadır. Nicel araştırmalar istatistiksel, sayar, ölçer, veriyi işler, betimler, kestirir (Geray, 2011, s. 73). Bu araştırmalarda toplum, toplumsal yapılar, toplumsal ilişkiler sayısal, istatistiksel, matematiksel terimlerle ifade edilebilir görünmektedir. Toplumsal gerçeklik bu yöntemde sınırlı düzeyde ele alınır, bireysel farklılıklar, içinde bulunulan şartlar veyahut bağlamın belirleyiciliği bu yöntemde etkisini yitirmektedir. Sınır sosyolojisinde nicel yöntemler, sınırlara ilişkin istatistiklerden büyük ölçüde faydalanmaktadır. Örneğin sınır giriş-çıkış istatistikleri sınır araştırmacıları açısından çok önemlidir. Sınırların düz bir çizgi mi yoksa kıvrımlı yapılar mı olduğu, sınır bölgelerindeki nüfusun yüzde kaçının sınırı kullandığı, sınırdan geçenlerin yaşlarının, cinsiyetinin, milliyetlerinin, hangi ülke menşeli olduğu veya gün içerisinde kaç defa sınırdan geçiş yaptığı gibi sorular sınır sosyolojisindeki nicel verileri oluşturur ve sınır araştırmaları açısından önemli bir referans kaynağıdır. Sınır araştırmacıları sınırlarla ilgili istatistik veriler aracılığıyla sınırları ve sınır bölgelerindeki gelişmeleri genel hatlarıyla ortaya koyar, temel eğilimleri saptar ve sınırın genel bir fotoğrafını çekmiş olur.

Sınır sosyolojisinde nicel araştırma yönteminin yanı sıra en fazla başvuru alan yöntemlerden biri de, nitel araştırma yöntemidir. Bu yöntem, gerçekliğin bireyler tarafından farklı şekillerde algılanmasına, tanımlanmasına ve deneyimlenmesine hakim hale gelmede en kullanışlı yoldur. Bunun yanı sıra diğer insanları anlamada en etkili yöntemlerden biridir (Punch, 2011, s. 165-166). Sınır araştırmalarında sınırların sınır bölgelerinde yaşayanlar ve sınırdan geçiş yapanlar açısından ne anlam ifade ettiği, sınırların toplum üzerinde nasıl bir etkisinin bulunduğu, sınırların aile, ekonomi, kültür, toplumsal cinsiyet ve gündelik yaşamı ne şekilde değiştirip dönüştürdüğü, sınır sosyolojisindeki nitel araştırma yöntemi kapsamında ele alınan sorulardır. Örneğin, herhangi bir sınır bölgesinde nitel araştırma yöntemiyle yapılan bir araştırmada, o bölgede yaşayanların sınırı nasıl algıladıkları, orada yaşamının nasıl bir deneyim oluşturduğu ve sınırötesi ilişkilerini nasıl inşa ettikleri nitel araştırma yöntemini kullanılarak anlaşılabilir. Temelde bu süreç, sınırları anlama, anlamlandırma ve deneyimleme biçimleri olarak sınırlarla ilgili derinlikli özellikler taşır. Sınır sosyolojisi araştırmaları ağırlıklı olarak nitel araştırma yönteminden beslenir. Bunda sınırların çok yönlülüğü, sınırın etkilerinin ve sonuçlarının farklı boyutlar içermesi, sınır bölgelerinin karmaşık ve dinamik yapısı belirleyici olmaktadır.

Sınır sosyolojisinde yöntem, sosyolojik yöntemin genel izlerini taşıırken aynı zamanda kendine özgü bir yöntemi de içerir. Sınır sosyolojisinin bağımsız bir disiplin olarak gelişmesinde kendine özgü yöntemini anlamak için Dominik Gerst ve Hannes Krämer'in sınır araştırmalarında önerdikleri dört metodolojik

perspektif temel alınabilir. Buna göre, disiplinlerarası sınır araştırmaları alanında dört metodolojik perspektif tanımlanabilir: sınırda görmek, sınırın ötesinde görmek, sınırın içinde görmek ve sınır gibi görmek. Sınırdaki görmek; sınır çalışmalarında yaygın bir metodolojik konumlandırma olup sınıra kuşbakışı bakmayı vurgular. Buna göre, araştırmacılar olguya kuş bakışı yaklaşırlar, yani sınıra bakarlar ve sınırı bölgesel birimleri ayıran belirgin bir çizgi olarak anlarlar. Sınırın ötesinde görmek, sınır ötesi ilişkilere ve süreçlere odaklanmak anlamına gelir. Sınırın ötesini görürken, sınır ötesi ilişkiler ve süreçler ortaya çıkar. Burada sınır bir bariyer olarak değil, daha ziyade sınır geçişlerini kolaylaştıran geçirgen bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sınırın içinde görmek, sınırın içine bakarken sınırın kendisinin çok boyutlu uzantısıyla ilgilenilir. Sınırın içine bakma perspektifinde, sınırın kendisi net bir çizgi olarak değil, sınır alanı veya sınır bölgesi olarak çok boyutlu genişletilmiş bir olgu olarak yeniden mercek altına alınmaktadır. Son olarak, sınır gibi görmek olarak tanımlanan dördüncü metodolojik bakışta bir bölgesel sınırı ve onun düzenleyici işlevlerini yorumlama (ve dolayısıyla bunlara bakma) yeteneği artık devlete ve onun aktörlerine ait değildir. Aksine, modern sınırlar, sınırın çeşitlenmesini ve pratik uygulamasının yanı sıra çok sayıda aktör tarafından sınırla ilgili anlam oluşturmayı destekleyen çok perspektifli bir yaklaşım gerektirmektedir. Bu sınır bakışları, ampirik detaylarla altı çizilebilecek farklı analitik yaklaşımları temsil etmektedir. Bununla birlikte, metodolojik pozisyonların çeşitliliğini kapsayan bir yön sunmaktadırlar (Gerst ve Krämer, 2021, s. 18-21). Sınır sosyolojisi, genel sosyolojik yöntemin yanı sıra sınırlara özgü dinamikleri de içeren söz konusu perspektiflerden hareketle bir yönleme de sahiptir. Bu perspektifler sınır sosyolojisinin kendine özgü bir yöntem geliştirmesinde önemli bir yere sahiptir.

7. Sınır Sosyolojisinin Tarihsel Gelişimi

Sınır sosyolojisinin tarihsel gelişimi, sınırlarla ilgili çalışmalarının yapılmaya başladığı bir süreci içerir. Bu süreç büyük ölçüde 19. yüzyıla dayanmaktadır. Bunun temel sebebi, sosyal bilimlerin ve sosyolojinin bir bilim olarak ortaya çıkmalarının bu yüzyıla denk gelmesidir. Sosyal bilim ve özelde sosyoloji, modern toplumun inşası sürecinde işlevsel hale gelmiştir. Fransız ve Sanayi Devrimleriyle birlikte meydana gelen toplumsal, ekonomik ve siyasal dönüşümler, geleneksel toplumdan modern topluma geçişi hazırlamış, modern toplumun oluşumuna koşut olarak devlet, toprak, mekan ve sınır ilişkileri de yeniden şekillenmeye başlamıştır. Sınır sosyolojisi çalışmalarında da bu tarihsel dönemde söz konusu dönüşümün sonuçlarını kendisine konu edinerek ortaya çıkmıştır.

Sınırlarla ilgili ilk literatür 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında ulus-devletlerin yükselişe geçip genişledikleri bir dönemde ortaya çıkmış ve bu dönemde sınırlar genellikle devletin teritoryal egemenliğinin çizgisel bir sınırı olarak tanımlanmış ve devletin kapsam ve gücünün göstergesi olarak kabul edilmiştir (Bennafla, 2014, s. 12). 20. yüzyıl boyunca tarihçiler ve sosyal bilimciler, ulus, devlet ve toprak arasındaki değişen ilişkileri anlamının bir yolu olarak yüzlerini gittikçe daha fazla uluslararası sınırlara çevirdiler. Savaşlar ve barış süreçleri bu tür araştırmalar için teşvik edici olmuştur (Donnan ve Wilson, 2002, s. 80). Sınırlar, modern toplumun inşası sürecinde işlevsel hale gelmiş, ulus-devletlerin temel araçlarından biri olmuş ve devletin ve toplumun uçlarını bir ve eşdeğer olmasını sembolize etmiştir.

Vladimir Kolosov, sınır çalışmalarının tarihsel gelişimini dört farklı dönemde kategorize etmiştir. 19. yüzyılın sonlarından 20. yüzyılın ortalarına kadar olan dönemde, tarihsel-coğrafi yaklaşımın ve sınır tipolojilerinin etkili olduğu görülür. Tarihsel-coğrafi yaklaşımda ampirik verilerin toplanması, ekonomik faaliyetlerin detaylı haritalanması ve sınır bölgelerindeki sosyal yapılar bağlamında Avrupa'da savaş sonrası devlet sınırlarının tahsisi, sınırlandırılması ve çizilmesi ve Afrika ve Asya'da sömürge mülklerinin sınırlandırılması gibi pratik uygulamalar bu dönemde gerçeleşmiştir. Sınır tipolojisi bağlamında bu dönemde devlet sınırlarının çok sayıda tipolojisi ve sınıflandırması yapılmış, jeopolitik stratejiler, dünyanın büyük güçlerin etki alanlarına bölünmesi; Avrupa'nın sınır kavramının kesin ve sabit bir çizgi olarak genel uygulaması bu dönemdeki pratik uygulamalardandır. 1950'lerden

1970'li yıllara kadarki dönemde, işlevselci yaklaşımın sınır çalışmalarında etkisi görülmüştür. Bu dönemde, insanların, malların, bilgilerin vb. sınır ötesi akışlarına ilişkin çalışmalara koşut olarak sınır müzakereleri, sınır işbirliği uygulaması ve sınır bölgelerindeki sosyal süreçlerin yönetimi; yeni siyasi sınırların sınırlandırılması ve çizilmesi gibi pratik uygulamalar bu dönemde öne çıkmıştır. 1970-1980 arası dönem, siyaset bilimi yaklaşımlarının öne çıktığı dönem olmuştur. Bu dönemde, uluslararası çatışmalarda devlet sınırlarının rolüne ilişkin çalışmalar hakim yaklaşım biçimi halini almıştır. Bu dönem, uluslararası ve sınır çatışmalarının çözümü, barışın sağlanması ve barışın korunması gibi pratik uygulamalar bu dönemin önde gelen uygulamaları arasında yer almıştır. 1980'lerin başından bu yana sınır çalışmaları altı farklı bağlamda gerçekleşmiştir. Birincisi, dünya sistemleri ve teritoryal kimliklere dayalı yaklaşımda, teritoryal kimliklerin evrimine ve sınırların hiyerarşilerdeki rolüne odaklanılmış, ulus ve devlet inşasındaki sınır sorunları, sınır politikası ve Avrupa bölgelerinin ve diğer sınır bölgelerinin oluşturulması ve güçlendirilmesi gibi pratik uygulamalar görülmüştür. İkincisi, jeopolitik yaklaşımlardır. Bu yaklaşımda, küreselleşme ve entegrasyon süreçlerinin siyasi sınırlara etkisi ile askeri, siyasi vb. güvenlik açısından sınırlar bu yaklaşımlarda belirgin hale dönüşmüştür. Üçüncüsü, sınırları sosyal temsiller olarak gören yaklaşımdır. Bu yaklaşımda, sınırlar toplumsal yapılar ve toplumsal ilişkilerin aynası olarak görülmüş ve sınırların sosyal semboller olduğu ve siyasi söylemdeki önemi vurgulanmıştır. Dördüncü yaklaşımda, uygulama-politika-algı yaklaşımı çerçevesinde, sınırın şeffaflığını belirleyen politika, bunun insanlar tarafından algılanması ve bu sınırla ilgili faaliyetlerin uygulanması arasındaki ilişkiler bu dönemin bir başka özelliği olmuştur. Beşincisi, Hollanda'dan van Houtum and O. Kramsch ile Almanya'dan J. Scott'un yaklaşımlarıdır. Bu yaklaşımlarda, sınır bölgelerinin yönetimi ve sınır işbirliği, uluslararası göçlerin ve diğer sınır ötesi akışların düzenlenmesi ve bölgesel politika gibi temalar öne çıkmıştır. Altıncısı ise, ekopolitik yaklaşımdır. Bu yaklaşımda da, doğal ve siyasi sınırlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi bu dönemde öne çıkmıştır. Bütünleşik bir sistem olarak doğal ve politik sınırların işlevleri ve sınıraşan sosyo-çevresel sistemlerin yönetimi bu yaklaşımın pratik uygulamaları arasında yer almaktadır (Kolossoy, 2005, s. 608-610).

Sınır çalışmaları 1980 ve 1990'larda yenilenmeye başlamış ve bu alan multidisipliner bir saha olarak doğmuştur. Bu dönemlerde sınır çalışmalarının genişlemesinde Demir Perde'nin ortadan kalkması, Güney Afrika'da Apartheid'in bitmesi, yeni devletlerin ortaya çıkışı, lokal kimlikler ve etnik milliyetçiliğin yükselişi gibi önemli jeopolitik olayların yanı sıra serbest piyasa ve neoliberalizmin zaferi, Kuzey Amerika ve AB'deki bölgesel iktisadi entegrasyon süreçleri gibi iktisadi değişimlerle birlikte ulaşım ve iletişim alanında daha önce görülmedik bazı teknolojik gelişmelerin yaşanması da etkili olmuştur (Bennafla, 2014, s. 13). Bir başka ifadeyle, 1980'lerin sonu ve 1990'larda yaşanan benzeri görülmemiş jeopolitik değişimler, özellikle de Sovyetler Birliği'nin çöküşü, Berlin Duvarı'nın yıkılması ve bölgesel ticaret bloklarının (AB, NAFTA, ASEAN, vb.) yaygınlaşması, sınır işlevlerinin, uygulamalarının ve anlamlarının geniş çaplı bir şekilde yeniden değerlendirilmesini zorunlu kıldı (Diener ve Hagen, 2012, s. 53).

1990'larda sınırsız bir dünya tartışması ve sınır ötesi Avrupa entegrasyon süreçlerinde sınırlar yeni bir anlam kazanırken, özellikle son dönemdeki yeniden sınırlandırma süreçleri, sınırları hem siyasi hem de sosyal düzeyde yeniden daha önemli hale getirmiştir. Bu süreçler arasında 2000'li yılların güvenlik söylemleriyle birlikte terörizmi etkili olmuştur (Wille, Gerst ve Krämer, 2021, s. 11). Bu bağlamda 11 Eylül saldırıları oluşturduğu güvenlik paradigması bağlamında sınır çalışmalarının gelişiminde belirleyici olmuştur. Bu olay, terör karşıtı savaş ve güvenlik söylemleri; sınır güvenliği, devlet sınırlarının fiilen takibi, duvarlar, bariyerler ve tel örgülerin hızla çoğalması gibi meseleleri incelemeye başlayan sınır çalışmalarının disiplinini bir hayli etkilemiştir (Bennafla, 2014, s. 13). Sınır çalışmaları, neoliberal ekonomik düşüncenin ilerlemesi, Avrupa Birliği'nin konsolidasyonu ve 2000'li yılların başındaki terör saldırılarına tepki olarak korumacı ideolojilerin yeniden canlanmasıyla daha da büyük bir popülerlik kazandı (Diener ve Hagen, 2012, s. 13). 2010'lu yıllardaki göç hareketleri, sınır rejimlerinin zorla dijitalleştirilmesi, iç sınırlarda sınır kontrollerinin yeniden uygulanması ve "kale

Avrupa” anlamında dış sınırların kapatılması gibi süreçlere ek olarak, Brexit süreci ve COVID-19 salgını ile birlikte yükselen Avrupa şüpheciliği ve yeniden ulusallaşma süreçleri de yeniden sınırlandırmayı tetiklemiştir (Wille, Gerst ve Krämer, 2021, s. 11).

Ulus-devletlerin sınırlarına dayalı düzenden sınırların ortadan kalktığına ilişkin küreselleşmeci söyleme (Ohmae, 1990; Moore, 2003) ve günümüzde sınırlarla dolu dünya söylemine (O’Dowd, 2010) doğru bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönüşüm sınırların bütünüyle ortadan kalktığına dair söylemler karşısında sınırların yeniden yükselişe geçtiği bir süreci içerir. Sınırların kaybolduğu hayali yerine sınır duvarlarının yeniden örüldüğü, sınır güvenliğinin katı bir şekilde uygulanmaya başladığı, sınırların her türlü teknolojik aygıtlarla kontrol edilmeye başlandığı bir dönem oluşmuştur. Bir taraftan küreselleşmenin etkileri altında, diğer taraftan da küreselleşmenin sorgulandığı bir bağlamda sınırlar tartışmalı alanlara dönüşmüş, geçmişle kıyaslandığında günümüzde sınırlar en fazla konuşulan ve tartışılan bir hal almıştır. Dünyanın hemen her bölgesinde sınırlardaki anlaşmazlıklar, sınırdan kaynaklı çatışmalar ve sınır bölgelerindeki gerilimler daha görünür hale gelmiştir. Kuşkusuz bu gelişmeler Türkiye’yi de doğrudan etkisi altına almış, Türkiye’deki sınır sosyolojisi çalışmalarına yön vermiştir.

Türkiye’de sınır sosyolojisi çalışmaları, ağırlıklı olarak 2000’li yılların başında görünür hale gelmiş ve günümüze değin artarak devam etmiştir. Bunda Türkiye’de 2000’li yıllarla birlikte sınır kentlerinde kurulan üniversitelerin sosyal bilimlerle ilgili çalışmalara destek sunması ve Türkiye’nin sınırlarında meydana gelen gelişmeler etkili olmuştur (Aras, 2014, s. 20). Özellikle 1990’lı yıllarla birlikte Soğuk Savaş’ın son bulması ve Sovyetler Birliği’nin çökmesiyle birlikte bölgede yeni devletlerin ortaya çıkması, küreselleşmenin yeni dünya düzeni olarak belirmesi, AB entegrasyon süreçleri, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sermaye, mal ve bilginin sınırötesi boyutlarda olağanüstü hareketliliği ve Türk dış politikasında meydana gelen gelişmeler sınırların yeniden düşünülmesini gerektirmiştir. Bununla birlikte, Kafkasya, Ortadoğu, Balkanlar ve Akdeniz’deki güç dengelerindeki değişimler, Türkiye’nin küresel güç ilişkilerindeki artan etkisi, bölgesel ve uluslararası ölçekte meydana gelen siyasal krizler ve bu krizlerle birlikte milyonlarca sığınmacı ve mültecilerin göç hareketleri Türkiye’deki sınırlarla ilgili çalışmaların artmasında etkili olmuştur.

Türkiye’de sınırlarla ilgili çalışmalar siyaset biliminden antropolojiye, ekonomiden coğrafyaya ve sosyolojiye kadar çok geniş bir alanda yapılmaktadır. Sınırlarla ilgili ‘sosyolojik’ çalışmalara bakıldığında, bu alanda belli başlı çalışmaların öne çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, sınır sosyolojisi alanında Türkiye’de ilk akla gelen isim Neşe Özgen olmuştur. Özgen, “Sınır Kasabaları Sosyolojisi” adlı proje çalışmasında Türkiye’nin güneydoğu ve doğu sınırlarına odaklanmış, sınır kapıları, mekân, kimlik, bellek, aşiret örgütlenmeleri, sınır ticareti gibi sınırlarla ilişkili kavramlar üzerinden etnografik çalışmalar yapmıştır (Özgen, 2004). Bununla birlikte, sınır sosyolojisi alanında bir başka önemli çalışma, Ferhat Tekin’e aittir. Tekin, “Sınırın Sosyolojisi: Ulus, Devlet ve Sınır İnsanları” başlıklı kitabında, Türkiye-İrak sınırında aşiret yapısı, sınır ticareti, aile ve akraba ilişkileri, sınırın algılanması gibi konuları irdelemiştir (Tekin, 2014). Sınır sosyolojisi alanındaki önemli çalışmalardan biri de, Ayşe Yıldırım’ın “Devlet, Sınır, Aşiret: Nusaybin Örneği” adlı çalışmasıdır. Türkiye-Suriye sınırındaki çalışmasını tarihsel alan, etni içi alan ve vatandaşlık kimliği üzerinden şekillendiren Yıldırım, Kürtlerin Türkiye ve Suriye’nin vatandaşları olmalarının yanı sıra aynı zamanda ortak tarih, kültür ve millî bilince sahip bir etnik gruba ait olduklarını ele almıştır (Yıldırım, 2013). Sınır sosyolojisi alanındaki bir başka isim Latife Akyüz’dür. Akyüz, “Ethnicity, Gender and the Border Economy: Living in the Türkiye-Georgia Borderlands” adlı çalışmasında, Türkiye-Gürcistan sınırındaki ekonomik örgütlenmenin etnik grup ilişkilerini ve toplumsal cinsiyet kimliklerini nasıl şekillendirdiğini tartışmaktadır (Akyüz, 2017). Türkiye-Gürcistan sınır bölgesinde bir diğer sınır sosyolojisi çalışması Kerem Özbey tarafından yapılmıştır. “Sınır Kapitalizmi: Gürcistan’dan Türkiye’ye Günöbirlik İşgücü Göçü” adlı çalışmada, bir taraftan sınıra dayalı ekonomik örgütlenmeye, diğer taraftan da sınır bölgelerindeki sosyal ve kültürel yapıda meydana gelen kırılmalara, sapmalara ve çöküşlere odaklanılmıştır (Özbey, 2018). Sınır

sosyolojisi alanında önde gelen isimlerden Ramazan Aras'ın "The Wall: Making and Unmaking Of The Türkiye-Suriye Border" kitabı, Türkiye-Suriye sınırının inşa ve bozma pratiklerini ulus-devlet sınırları ile yerel halkın deneyimleri ışığında analiz etmektedir (Aras, 2020). Aras ve Yıldırım'ın çalışmaları antropolojik çalışmalar olup, sınır sosyolojisi kapsamına dahil edilebilecek çalışmalardır. Öte yandan sınır sosyolojisine ilişkin belli başlı çalışmaların yanı sıra sınırlarla ilgili farklı sosyolojik çalışmalar da bulunmaktadır. Sınırların kimliklerle ilişkilendirildiği çalışmaların (Alagöz, 2020; Alp, 2021) yanı sıra göç ve göçmenlerle (Tekin, 2022), aileler üzerindeki etkileriyle (Metin ve Koyuncu, 2013), insan kaçakçılığı, enformel sektörler ve sınırdışı uygulamalarla (Danış ve Soysüren, 2014), milliyetçilik ve yurttaşlıkla (Özbey, 2019), suçlarla (Türkmen, 2020) ve sosyo-mekansal yönleriyle (Söylemez ve Varol, 2020) ilişkili sosyolojik çalışmalar da bulunmaktadır. Sınırlarla ilgili söz konusu sosyolojik çalışmaların yanı sıra literatürde ağırlıklı olarak siyaset bilimi, antropoloji ve coğrafya alanında sınır çalışmalarının öne çıktığı görülmektedir.

Sonuç

Sınır sosyolojisinin kapsamını, yöntemini ve tarihsel gelişimini anlamayı amaçlayan bu çalışma, sınır sosyolojisinin sosyolojide yeni bir alan olarak inşa sürecini içerir. Sınırlar, farklı tanımlamaları, çeşitli boyutları ve değişik işlevleri içeren yapılardır. Sınırlar, sosyolojiden antropolojiye, coğrafyadan siyaset bilimine, ekonomiden tarihe değin sosyal bilimlerin ana ilgi odağı halini almıştır. Sınırlar psikolojik, sosyolojik, siyasal, ekonomik, kültürel, dinsel, etnik, dilsel, toplumsal cinsiyet, mekân, güvenlik, milliyetçilik, göç ve küreselleşme gibi boyutlara sahiptir. Sınırlar çok katmanlı yapılardır, farklı anlamları sembolize ederler. Bu yönüyle sınırlar farklı işlevleriyle öne çıkar.

Sosyolojinin bir alt olarak sınır sosyolojisi, sınır ve toplum arasındaki karşılıklı ilişkileri, bireylerin ve toplumların sınırlar aracılığıyla kendilerini tanımlama biçimlerini, sınırları algılama ve deneyimlemelerini, sınırötesi toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel açılardan ilişkilerini inceleyen bir disiplindir. Sınır sosyolojisinin odak noktası sınır ve toplum ilişkilerinin değişen doğası, toplumların sınırlar vasıtasıyla nasıl kurulduğu, sınırların kimlikleri nasıl inşa ettiği ve sınırların ne tür anlamları içerdiği.

Sosyologların temel amacı sınır ve toplum ilişkilerini görünür kılmaktır. Sosyologlar sınırları, toplumsal inşa etmenin bir aracı, kurum ve süreçler bütünü, toplumsallaşmanın bir süreci, toplumsal değişimin bir anahtarı, toplumsal hareketliliğin bir aygıtı olarak görmeleri, sınır ve toplum ilişkilerinin görünürlüğünde etkili olmaktadır. Sosyologlar sınırların görünür kısımlarıyla değil, görünmeyen, ard alan kalan anlamlarına odaklanarak sınır sosyolojisinin gelişimine katkı sağlarlar. Sosyologlar sınırları toplumsal düzenin, toplumsal yapının ve toplumsal bütünleşmenin yanı sıra toplumsal çatışmanın, toplumsal çözülmenin ve toplumsal farklılaşmanın da bir kaynağı olarak görmeleri gerekir. Çünkü sınırlar, toplumsal düzen kadar toplumsal çatışmayı, toplumsal yapı kadar toplumsal çözülme, toplumsal bütünleşme kadar toplumsal farklılaşmaları içeren sosyolojik olgulardır.

Tarihsel perspektiften sınırlar, geleneksel dönemden modern döneme doğru bir süreci ifade eder. Geleneksel dönemde sınırlar, ağırlıklı olarak sınır boyları, hudut gibi özellikler taşıırken, modern dönemde sınırlar katı, sabit, değişmeyen yapılar olarak öne çıkar. Sınır kavramı modern bir kavramdır, modernliğin bir üretimidir, modern toplumu temsil eder. Modern dönemde sınırlar, ulus-devletin, ulusal kimliklerin ve milliyetçiliğin temel araçlarından biridir. Modern devletler dünyanın belirli sınırlarıyla birbirinden ayrılmış, devlet ile toplumun sınırları bütünleşik yapılar olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise sınırlar, küreselleşmenin etkileri altında tartışılır hale dönüşmüş ve sınırsız dünya söylemiyle sınırların yeniden inşa edildiği süreçler eşzamanlı bir şekilde görülmüştür.

Sınır sosyolojisinin bağımsız bir disiplin olarak var olabilmesi bir yönteminin olmasını gerektirir. Bu açıdan sınır sosyolojisinde yöntem, büyük ölçüde sosyolojik yönteminin izlerini taşır. Sosyolojide hâkim olan nicel ve nitel araştırma yöntemleri sınır sosyolojisi araştırmalarında da kullanılışlı yöntemlerdir.

Nice araştırma yöntemi sınırlarla ilgili sayısal, matematiksel, istatistiksel verilerle sınırlara ilişkin genel özellikleri ortaya koyarken, nitel araştırma yöntemi sınırlarla ilgili derinlemesine araştırma yapmanın sınır ve sınır bölgelerindeki çok yönlü dinamikleri anlamının temel bir yolunu sağlamaktadır. Bununla birlikte, genel sosyolojik yöntemin yanı sıra sınır sosyolojisine özgü yöntemle ilişkin bakış açısı da bulunmaktadır. Sınırlarla ilgili sınırda görmek, sınırın ötesinde görmek, sınırın içinde görmek ve sınır gibi görmek gibi metodolojik perspektifler temel alınabilir.

Sınır sosyolojisinin tarihsel gelişim süreci, sınırların tarihsel serüveni üzerinden şekillenir. Modern toplumların inşasına koşut olarak sınırlarla ilgili araştırmalar sosyal bilimlerin ve daha özelde sosyolojinin ilgi odağı haline gelirken, sınır sosyolojisinin bağımsız bir disiplin olarak ortaya çıkışı 20. yüzyılın sonlarında, çift kutuplu dünyanın sona ermesi, yeni devletlerin ortaya çıkması, küreselleşme söylemleri, AB'nin entegrasyon süreçleri, bölgesel örgütlenmeler, yeni iletişim teknolojileri gibi gelişmeler dikkatleri sınırlara çekmiş, böylece sınırlarla ilgili sosyolojik çalışmalar hız kazanmıştır. 21. yüzyılın başlarında meydana gelen gelişmeler de sınır sosyolojisi açısından yeni çalışmalara yön vermiştir. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sınır sosyolojisi çalışmaları yeni yüzyılın başlarında başlamış ve günümüzde birbirinden farklı konularda sürmüştür.

Genel olarak sınır sosyolojisinin bağımsız bir disiplin olarak gelişmesinde, sınırların anlamları, boyutları, işlevleri, temel özellikleri ve tarihsel sürecini içeren kapsamı ile yöntemi ve sınır sosyolojisi çalışmaları önemli bir yer tutmuştur. Sınır sosyolojisinin gelişimi, sözü edilen gelişmeleri bir bütün olarak ele almayı gerektirir.

Kaynakça

- Akyüz, L. (2017). *Ethnicity, gender and the border economy. Living in the Türkiye-Georgia borderlands*. London and New York: Routledge.
- Alagöz, R. (2020). *Ötekinin inşa edilmesinde sınırların işlevleri: Ermenistan-Türkiye sınırı*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Alp, M. (2021). *Sınır kimliği: Türkiye-Ermenistan sınır köyleri üzerine bir araştırma: Kars-Akyaka örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Anderson, J. & O'Dowd, L. (1999). Borders, border regions and territoriality: Contradictory meanings, changing significance. *Regional Studies*, 33(7), 593-604.
- Aras, R. (2020). *The Wall: The making and unmaking of the Turkish-Syrian border*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Balibar, E. (2002). *Politics and the Other Scene*. London and New York: Verso.
- Barth, F. (2001). *Etnik gruplar ve sınırları*. A. Kaya & S. Gürkan (Çev.). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bennafla, K. (2014). Sınırı tartışmak: Yuvarlak masa söyleşi. Sınırlar ve Türkiye'de sınır çalışmaları, *Toplum ve Bilim*, 131, 11-31.
- Beriş, H. E. (2006). *Küreselleşme çağında egemenlik: Ulusal egemenliğin yeni sınırları*. Ankara: Lotus Yayınları.
- Bora, A. (2021). *Feminizm kendi arasında*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Danış, D. & Soysüren, İ. (2014). *Sınır ve sınırdışı: Türkiye'de yabancılar, göç ve devlete disiplinlerarası bakışlar*. Ankara: Notabene Yayınları.
- Diener, A. C. & Hagen, J. (2012). *Borders: A very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Donnan, H. & Wilson, T. W. (2002). *Sınırlar: Kimlik, ulus ve devletin uçları*. (Z. Yaş, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Duez, D. (2014). A community of borders, borders of the community: The EU's integrated border management strategy. *Border, Fences and Walls: State of Insecurity*. (E. Vallet Ed.). 51-66. London and New York: Routledge.
- Ergun, D. (2008). *100 soruda sosyoloji elkitabı*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Erözden, O. (2013). *Ulus-devlet*. İstanbul: On İki Levha Yayınları.
- Fichter, J. (2004). *Sosyoloji nedir?* (N. Çelebi, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş: İletişim alanından örneklerle*. Ankara: Genesis Kitap Yayınları.
- Gerst, D. & Krämer, H. (2021). The multiplication of border methodology. *Borders in Perspective-UniGR-CBS Thematic Issue. Identities and Methodologies of Border Studies: Recent Empirical and Conceptual Approaches*. C. Wille, D. Gerst & H. Krämer. (Ed.), 6, 17-26.
- Giddens, A. (2008). *Ulus-devlet ve şiddet*. C. Atay (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin dönüşümü: Modern toplumlarda cinsellik, aşk ve erotizm*. İ. Şahin (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2012). *Modernliğin sonuçları*. E. Kuşdil (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Gülalp, H. (2007). Giriş: Milliyete karşı vatandaşlık. *Vatandaşlık ve Etnik Çatışma: Ulus-Devletin Sorgulanması*. H. Gülalp (Haz.), E. Kılıç (Çev.), s. 11-34. İstanbul: Metis Yayınları.
- IOM, International Organization for Migration. *IOM Results and Annual Reports*. Erişim Tarihi: 10 Aralık 2023. <https://www.iom.int/mission>.
- Jenkins, R. (2008). *Social identity*. London and New York: Routledge.
- Kasaba, R. (2012). *Bir konargöçer imparatorluk: Osmanlı'da göçebeler, göçmenler ve sığınmacılar*. A. Ortaç (Çev.). İstanbul: Kitap Yayınevi Yayınları.
- Kolossov, V. (2005). Border studies: Changing perspectives and theoretical approaches. *Geopolitics*, 10(4), 606-632.
- Metin, O. ve Koyuncu, Ö. (2013). Sarp Sınır Kapısı'nın Hopa'da yaşayan ailelere etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, VX(1), 1-29.
- Moore, M. (2003). *Sınırların olmadığı dünya: Özgürlük, gelişim, serbest ticaret ve küresel yönetim*. A. Özer & Y. Türkmenoğlu (Çev.). İstanbul: Csa Yayın Ajansı Yayınları.
- Ohmae, K. (1990). *Borderless world: Power and strategy in the interlinked economy*. New York: Harper Business.
- O'Dowd, L. (2010). From a 'borderless world' to a 'world of borders': Bringing history back. *Environment and planning d: Society and space*, 28(6), 1031-1050.
- Özbey, K. (2018). *Sınır kapitalizmi: Gürcistan'dan Türkiye'ye güneylilik işgücü göçü*. Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.
- Özbey, K. (2018). Kimlik, milliyetçilik ve yurttaşlık ekseninde sınırlar: Muratlı örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1197-1223.
- Özgen, H. N. (2004). *Sınır kasabaları sosyolojisi projesi: 2001-2004*. İzmir: TÜBİTAK.
- Paasi, A. (1998). Boundaries as social processes: Territoriality in the world of flows. *Geopolitics*, 3(1), 69-88.
- Pierson, C. (2014). *Modern devlet*. N. Kutluğ & B. Erdoğan (Çev.). İstanbul: Chiviyazıları Yayınları.
- Prescott, V. & Triggs, G. D. (2012). *International frontiers and boundaries: Law, politics and geography*. Leiden: Martinus Nijhoff Publishers.
- Punch, K. F. (2011). *Sosyal araştırmalara giriş: Nicel ve nitel yaklaşımlar*. D. Bayrak, H. B. Arslan & Z. Akyüz (Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.
- Serdar, A. (2015). Yerel ve ulusal ölçekte Lazlığın etnik sınırlarının yeniden inşası: Dil, hafıza, kültür. *Mülkiye Dergisi*, 39(1), 93-134.
- Smith, A. D. (2010). *Milli kimlik*. B. S. Şener (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Somersan, S. (2004). *Sosyal bilimlerde etnisite ve ırk*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Söylemez, E. & Varol, Ç. (2020). Sınır bölgelerinde sosyo-mekânsal etkileşim ve yönetim: Türkiye örneği. *İdealkent Dergisi*, 11(29), 140-172.
- Tekin, F. (2014). *Sınırın sosyolojisi: Ulus, devlet ve sınır insanları*. İstanbul: Açılım Kitap Yayınları.
- Tekin, F. (2022). Göçmenlere yönelik algının oluşmasında teritoryal sınır anlayışının rolü. *İnsan ve Toplum*, 12(1), 1-21.
- Türkmen, M. (2020). Sınır ve suç ilişkisi: Sarp sınır kapısı üzerine bir inceleme. *Karadeniz Araştırmaları*, (65), 139-165.

Yıldırım, A. (2013). *Devlet, sınır, aşiret: Nusaybin örneği*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi].

Wille, C., Gerst D. & Krämer, H. (2021). Border studies: A long-overdue self-examination. *Identities and methodologies of border studies: Recent empirical and conceptual approaches*. C. Wille, D. Gerst & H. Krämer (Ed.). *Borders in perspective*, (6), 11–16.

Zencirkıran, M. (2016). *Sosyoloji*. Bursa: Dora Yayınları.

Makale Bilgi Formu

Yazarın Katkıları: Makale tek yazarlıdır. Yazar makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazar dergide yayınlanan çalışmasının telif hakkına sahiptir ve çalışma CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

From Dual Roles to Dynamic Equilibrium: An Overview of Theoretical Perspectives Used in Studies Addressing Work-Life Struggles of Working Mothers

Merve Gerçek 

Kocaeli University, Hereke Ömer İsmet
Uzuniol Vocational School, Department
of Management and Organization,
Kocaeli, Türkiye,
merve.gercek@kocaeli.edu.tr



Received: 29.12.2023
Accepted: 11.02.2024
Available Online: 07.04.2024

Abstract: There has been much scholarly attention given to the role of women in the labor market throughout the years. While there are plenty of evaluations of ideas and perspectives regarding work-life concepts, there is limited understanding regarding the theoretical foundation of work-life concerns specifically about mothers. This study aims to provide an overview of theories used to investigate the work-life issues of working mothers. The data were collected from the Web of Science database. A total of 63 research studies examining the work-life challenges faced by working mothers were evaluated based on theoretical frameworks. It was seen that identity theory and gender perspective are dominant perspectives in the current literature. In addition, the prevailing work-life perspectives adopted in the studies are work-life balance and work-life conflict. The study offers a detailed examination of the various theoretical perspectives employed in understanding the work-life difficulties encountered by working mothers.

Keywords: Working Mothers, Work-Life Balance, Work-Life Conflict

1. Introduction

The origins of women's role in work and family life have been the focus of intense discussion in the social sciences since the 1990s (Campillo & Armijo, 2017). Work-life balance is critical to human resource management (HRM) practices that should concern researchers, governments, business leaders, and labor unions worldwide (Bateman et al., 2016). The notions “work” and “working mothers” in literature generally have the meaning of “paid employment” and “women with child/children or pregnant women who engage in paid employment.” Employed women frequently experience workplace pregnancy, maternity leaves, and childcare concerns as significant periods of change in their lives. Nevertheless, working women may experience increased difficulties regarding their identities and positions due to the apparent conflict between their careers and traditional female roles (Buzzanell et al., 2005). Studies on working mothers often find an imbalance between women's work-related obligations and their household environments. Underlying presumptions about women's identities and roles in the family impact the intersection of different social perspectives. In most societies, women generally have responsibilities such as managing household tasks and attending to the needs of children (Eagly & Wood, 2012). Based on this assumption, alternative perspectives propose that women's participation in labor might potentially interfere with household duties or childcare responsibilities. Under this framework, several recommendations are implemented to empower women to fulfill their domestic and familial responsibilities properly. However, these recommendations have often been advantageous for enterprises. For example, organizations offered initiatives such as ensuring the availability of daycare and lactation facilities specifically for mothers. This raises the question of whether mother-friendly programs significantly improve the well-being of mothers. The predominant emphasis of study in the management field revolves around mothers' participation in the workforce or their endeavors to enhance their productivity.

Traditionally, men and women have diverse experiences when balancing work and family responsibilities. In most cultures, women take on more domestic and caregiving tasks while working (Cinamon & Rich, 2002). Studies have discovered that women in Western societies typically have more family responsibilities compared to men, even in families where both partners have careers (Clark & Hill, 2010). Many women cope with several duties by working part-time (Buehler et al., 2011). Childcare obligations are a crucial component that contributes to the fragmented involvement of women in the labor field and is a substantial obstacle to their ability to advance in their careers (McIntosh et al., 2012). Typically, women tend to choose low-level jobs that require fewer hours and offer limited career advancement opportunities. The absence of sufficient formal childcare services worsens this scenario, hindering the ability to achieve a more effective work-life balance and even forcing mothers to leave the workforce (Webber & Williams, 2008).

According to Wattis et al. (2013), flexible working patterns, particularly those that involve shift work, often favor employers rather than mothers and are implemented primarily to enhance productivity. This is seen in the ongoing prevalence of extended working hours in the United Kingdom and the inadequacy of legislation in effectively addressing this issue. Also, the interplay between work and personal life domains for working mothers is a subject of analysis from a broader viewpoint. Businesses and governments are unlikely to truly commit to work-life balance and family-friendly policies because of the contradiction between market interests and compassion (Crompton, 2002). Work-family interactions vary based on differences in cultural assumptions, standards, and social frameworks. Australia was also defined as a male-dominated, neoliberal capitalist society that establishes gendered working and parenting practices as fundamental aspects of women's and men's identities (Turnbull et al., 2020). On the other hand, Kinnunen and Mauno (1998) observed no apparent gender disparity in the perception of work-to-family conflict in Finland's social system. Considering Turkey, research suggest that women devote the most of their time and effort to everyday housekeeping and childcare responsibilities (Atay Avşar, 2013). Timurtkan (2020) demonstrated that working mothers from the private sector in Turkey face pressure as they strive to maintain a balance between their professional lives, domestic responsibilities, and particularly their roles as mothers. This situation necessitates allocating spare time towards domestic responsibilities and childhood care, thereby imposing constraints on their social lives. In addition, during the COVID-19 pandemic, a study conducted in Turkey revealed that women who work from home are often perceived as being at rest due to their physical presence in a comfortable environment (Elmas-Atay & Gerçek, 2021).

The phrase "*second shift*" gained prominence through the work of sociologist Arlie Hochschild in her 1989 book, which bears the same title. It denotes the additional domestic and caregiving obligations that numerous employed women undertake upon concluding their paid work. The addition of a second shift can lead to a notable disparity in the allocation of duties within a household. Despite the employment of both partners, societal norms and traditional gender roles can still prevail, resulting in women assuming an unequal burden of domestic responsibilities. When faced with this additional responsibility, women who are employed are more prone to experiencing psychological strain and perceiving themselves as having poorer health compared to women who don't find themselves in this situation (Väänänen et al., 2005). It is crucial to comprehend the role of mothers in the job setting about work-life balance, as emphasized by Warner (2005). The idea that work is not just a source of financial support but also a vital element for personal and social welfare highlights the complex nature of work-life balance. Thus, the main objective of this study is to present a comprehensive analysis of the theoretical frameworks applied in the analysis of work-life issues, with a particular focus on employed mothers. The study intends to fill a gap in the existing literature by thoroughly evaluating the theoretical frameworks used in understanding the work-life problems encountered by working mothers. By filling this gap, this study intends to guide researchers and practitioners focusing on the ongoing debate on ensuring working mothers' well-being.

2. Literature Review on Mothers in the Workforce

In a sociological examination of the historical evolution of the family, it has often been believed that the domestic household and housework emerged as distinct social domains in conjunction with the growth of contemporary industrial society. Within this framework, women were assigned the responsibility, within society, of tending to family needs and household tasks. At the same time, men were expected to engage in the labor force as the primary income earners for the family (Pfau-Effinger, 2004).

Crompton's (2002) remark presents a viewpoint that questions the idea of a substantial change in the conventional distribution of work based on gender, namely the continued existence of the "*male breadwinner model*." This paradigm conventionally entails a framework in which males are predominantly accountable for providing financial support to the family while women undertake caring and household duties. Crompton contends that although women's involvement in the workforce has grown, the underlying structure of this division of labor has not experienced significant changes. Thus, women typically transition from being primary caretakers to a dual role as caretaker and breadwinner, while men transition from sole breadwinners (Van Gasse & Mortelmans, 2020).

The concept of a "*good mother*" is a socially constructed idea influenced by cultural and historical factors. In modern times, there is a strong emphasis on the "*intensive mothering*" paradigm, as described by Hays in 1996. Garey (1999) contends that within American society, there is a societal expectation for mothers employed outside of the home to minimize the value of any non-financial benefits they derive from their paid work. This is because mothers who choose not to work are susceptible to being accused of self-centeredness and experiencing a decline in their perception of nurturing mothers. On the other hand, the prevalent definition of a "good worker" in the workplace is the "*ideal worker norm*," which argues that employees should have few family interruptions, be available to work full-time throughout their lives, and have single-minded devotion to their organization (Williams, 2001). However, societal norms regarding motherhood contradict the ideals of being a dedicated worker since mothers are supposed to put their children before their paid employment. Miryala and Chiluka (2012) claimed that the workplace has traditionally been linked to masculinity, while women have historically characterized the domestic sphere. Furthermore, they asserted that gender profiles have always had a dominant influence on work-life balance issues.

Becoming a mother is an essential milestone in life that leads women to ponder and examine the type of mother they aspire to be and how they will harmonize their emerging maternal identity with their existing defined identities (Ladge & Greenberg, 2015). According to Hakim (2000), three distinct categories of preference can be identified: "*home-centric*" women, who embrace the traditional division of labor, prioritize family life, and choose not to work; "*adaptive women*," who aim to balance both work and family but do not have a solid commitment to a career; and "*work-centric*" women, who prioritize their professional careers, have been dedicated to them since a young age, and typically choose not to have children. Nevertheless, workplace discrimination, unfair allocation of domestic duties, and restricted availability of support networks can profoundly impact women's capacity to achieve their desired equilibrium between career and family. The preferences and behaviors of women, for example, are also closely associated with social structures and possibilities, such as the presence of a more significant service sector segment in the economy, elements of the labor market, and the availability of childcare (Campillio & Armijo, 2017). Also, work and family roles are prominent in modern society, posing concerns for managers and workers regarding allocating adequate time and resources for their satisfaction (Friedman & Greenhaus, 2000). The "*career devotions scheme*" states that work requires an expansive devotion, is widespread in administrative positions, and long-hour demands are heavily ingrained in workplace environments (Cha & Weeden, 2014).

Examining mother-friendly policies in management and organizational literature demonstrates a broader acknowledgment of how workplace practices affect employee well-being, organizational performance, and societal expectations regarding work and family life (Kim & Wiggins, 2011; Nayak & Pandey, 2022). These policies are regarded as essential components of a modern and inclusive workplace. Research indicates that employees who have control over their schedules experience reduced work-life conflict, feelings of time inadequacy, increased job satisfaction, organizational commitment, well-being, and decreased turnover intentions (Moen et al., 2011). The evidence about the significance of work-life balance for employee well-being and organizational outcomes is widespread and abundant, as demonstrated by various studies showing that the balance between work and personal life has a substantial effect on how well employees do their jobs and how productive their organizations are (Boakye et al., 2021). However, when mothers take maternity leave or utilize flexible work arrangements like working from home, part-time employment, or job sharing to manage their caregiving duties, they are considered to deviate from the ideal worker the norm and face "*flexibility bias*," resulting in being perceived as "*less worthy*" employees and consequently receiving fewer rewards (O'Connor & Cech, 2018). Moreover, engaging in full-time employment and working additional hours beyond the regular schedule are linked to loyalty, dedication, and proficiency. Additionally, part-time employment has been linked to limited commitment and reduced productivity (Kugelberg, 2006). Fuller and Hirsh (2019) discovered that in Canada, flexible work arrangements aim to minimize the disadvantages mothers face. Implementing such policies can also lead to discrimination and prejudice against mothers, resulting in lower wages.

Women's career drive encompasses factors beyond their choices regarding working hours. Other investigations have found that women expressed the significance of their job and career aspirations in shaping their "*identity*" and desire to make a meaningful contribution to society (Stone, 2007). Work-family balance refers to the optimal integration of an individual's responsibilities as an employee and their obligations as a parent (Moen & Dempster-McClain, 1987). Moreover, gender stereotyping is a fundamental aspect of discrimination based on gender in the workplace. Gender disparities exist in the labor market, with men and women dominating distinct parts of the economic system and being unevenly distributed in various occupations. Both historical and contemporary events have shaped gendered definitions of employment, occupations, industries, and roles (Kugelberg, 2006). Also, work-life balance is not solely a work-related issue. Hence, it is imperative for research to not exclusively concentrate on the financial burden dimension of the problem, wherein the economic and employment circumstances are the central focus of the examination (Nomaguchi & Milkie 2017). Research findings suggest that the responsibilities of working mothers, such as childcare and household tasks, not only take up a considerable amount of time but also lead to women being undervalued by others and encountering career obstacles (Schueller-Weidekamm & Kautzky-Willer, 2012). On the other hand, certain studies indicate that work-family enrichment yields a favorable spillover effect, fostering positive vitality and facilitating the equilibrium of the work-life dynamic. In his work, Lester (2015) asserts that academia operates under the assumption that faculty members do not have substantial family responsibilities that would require them to be absent from their work. Family obligations are frequently identified as obstacles to the advancement of women in academia and their representation in top positions of management (Howe-Walsh & Turnbull, 2016). Therefore, the work-life challenges working mothers face are a topic of study that involves multiple disciplines and is of interest to both large-scale institutions and individuals.

3. Methodology

This study adopts an overview approach, which refers to a review type that involves reviewing and summarizing specific literature and describing its characteristics using a semi-systematic method (Grant & Booth, 2009). According to the researcher's focus, overviews may be chronological, conceptual,

theoretical, or thematic. Overviews offer a wide-ranging and thorough summary of a particular subject, making them valuable for individuals who are new to the topic. Researchers employ overviews to juxtapose and evaluate various theories within a specific academic domain. Through a comprehensive summary, researchers can determine the similarities and distinctions among different theoretical approaches (Gutiérrez-García et al., 2015). The following steps were taken in this study: defining research criteria for sampling, searching for relevant literature throughout the review of the publications, organizing information, interpretation, and discussion.

The Web of Science Database was selected due to its extensive usage as a data source in social sciences (Salisbury, 2009). The search strategy entailed compiling empirical articles that specifically addressed the work-life issues encountered by employed mothers. The established criteria for this matter include studies that focused on work-life as the primary subject, studies that examined working mothers (women with children or pregnant women) as the unit of analysis, and empirical studies. A total of 74 articles were identified during the initial research using the keywords “*work-life*,” “*work**,” and “*mother**” in the article's title and abstract. A total of 11 articles were excluded since they failed to fulfill the selection criteria. Therefore, 63 studies regarding the theoretical frameworks employed in the research were accessed and comprehensively reviewed.

4. Results

The graphics generated using MS Excel and utilizing WoS data provided an overview of the study sample. Table 1 demonstrates that the number of publications addressing the work-life challenges faced by mothers reached its peak in 2021 ($n = 10$) and 2023 ($n = 9$).

Table 1

Publication Years of Reviewed Articles

Publication Years	n
2021	10
2023	9
2020	7
2022	6
2011	4
2019	4
2008	3
2009	3
2013	3
2014	3
2018	3
2015	2
2017	2
2005	1
2010	1
2012	1
2016	1

A total of 63 publications were chosen from the Web of Science Core Collection to create a visualization of the titles associated with these publications. Table 2 shows the names of the journals containing the articles included in this study. The journals “*Community Work Family*” ($n = 3$), “*Sex Roles*” ($n = 3$), and “*Social Sciences Basel*” ($n = 3$) contained the highest number of articles related to the work-life challenges

faced by mothers. "Gender Work and Organization," "Journal of Athletic Training," and "Journal of Family and Economic Issues" contain two articles per journal, and the rest of the journals include only one article.

Table 2*Publication Titles of Reviewed Articles*

Publication Titles	n	Publication Titles (Cont'd)	n
Community Work Family	3	International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences	1
Sex Roles	3	International Journal of Law Policy and The Family	1
Social Sciences Basel	3	International Journal of Occupational Safety and Ergonomics	1
Gender Work and Organization	2	Journal Of Advanced Nursing	1
Journal Of Athletic Training	2	Journal Of Applied Research in Higher Education	1
Journal Of Family and Economic Issues	2	Journal Of European Social Policy	1
Academy Of Management Perspectives	1	Journal Of Family Studies	1
Adultspan Journal	1	Journal Of Managerial Psychology	1
Atlantic Journal of Communication	1	Journal Of Obstetrics and Gynaecology	1
Cambridge Prisms Global Mental Health	1	Journal Of Organizational Ethnography	1
Canadian Geographies	1	Journal Of Poverty	1
Career Development International	1	Journal Of Social Service Research	1
Ceskoslovenska Psychologie	1	Journal Of Vocational Behavior	1
Communication Studies	1	Journal Of Women's Health	1
Disability And Rehabilitation	1	Management Communication Quarterly	1
Disability Society	1	Management Learning	1
Education And Science	1	Pacific Business Review International	1
Feminist Theory	1	Palgrave Communications	1
Frontiers In Psychology	1	Personnel Review	1
Gender In Management	1	Qualitative Report	1
Gender Medicine	1	Review Of Economics of The Household	1
Heliyon	1	SA Journal of Human Resource Management	1
Human Resource Development Quarterly	1	Sociological Perspectives	1
Human Resource Management	1	South European Society and Politics	1
Innovative Higher Education	1	Tourism Management	1
The Journal of Humanity Society	1	Work And Occupations	1
International Breastfeeding Journal	1	Work Employment and Society	1

The study's primary objective is to analyze the theoretical methodologies employed in the reviewed studies. According to the information presented in Table 3, the predominant theoretical framework employed to explain mothers' challenges in balancing work and personal life is "Identity Theory." The "gender role/identity perspective," which centers on societal expectations related to gender, is the second most used theoretical approach. "Spillover" and "Boundary/Border Theory" are widely used theories that researchers find helpful in explaining the issues faced by working mothers in managing their professional and personal lives. These theories highlight the distinction between the work and personal domains in their lives. Additional research has referenced the "Feminist Approach," "General Strain

Theory,” “Conservation of Resources,” “Preference Theory,” “Role Theory,” “Human Ecology Perspective,” and “Job Demands Resources Theory.”

Table 3

Broad Theories Used to Explain Working Mothers' Work-Life Struggles

Theory*	Definition	Frequency
Identity Theory	An individual endeavor refers to a personal effort or pursuit, whereas societal roles are the expectations and obligations that must be met to fulfill a specific function. (Stryker & Burke, 2000)	19
Gender Role/Identity Perspective	The conduct of individual men and women reflects the “behaviors, expectations, and role sets” that society defines as masculine or feminine. (O’Neil, 1981)	8
Spillover Theory	A person's disposition, feelings, abilities, and behaviors from one area of their life—their career or personal life—transform into another. (Zedeck, 1992)	6
Boundary/Border Theory	Work and life domains are different aspects of life that can influence each other. Individuals establish and uphold mental borders as a method of streamlining and organizing the two domains (Ashforth et al., 2000; Clark, 2000)	5
Feminist Approach	A group of perspectives regarding gender roles, gender identity, or gender discrimination to assess inequalities between men and women (Ferguson, 2017).	5
General Strain Theory	Several sources of strain could be based on “gender, race, social class, or other personal differences” (Agnew, 1992).	4
Conservation of Resources	People endeavor to acquire and maintain a diverse range of resources, encompassing tangible resources, personal resources, and social resources. (Hobfoll, 1989).	3
Preference Theory	Women's decisions about working and family life are determined by their preferences rather than being exclusively dictated by cultural or institutional influences. (Hakim, 1998)	3
Role Theory	Individuals are expected to exhibit a social role encompassing a collection of expectations, actions, and responsibilities linked to a particular social position or rank. (Eagly & Wood, 2012)	3
Human Ecology Perspective	Humans are both living creatures and social beings in communication with their surroundings. (Bubolz & Sontag, 1993)	3
Job Demand Resources Theory	Every job involves demands and resources, and their imbalance could trigger adverse individual outcomes (Bakker & Demerouti, 2007).	3

***Notes:** Theories are mentioned explicitly in the article. It should be noted that specific articles omit explicit mention of a particular theory.

Source: Table by author.

According to Identity Theory (Zedeck, 1992), working mothers may encounter challenges as they balance conflicting expectations between their professional responsibilities and familial obligations. Managing and harmonizing these several identities might present difficulties, resulting in emotions of role conflict and stress. Similarly, the gender role approach and identity approach posit that adherence to conventional gender stereotypes might potentially increase the challenges faced by mothers who work in balancing their professional and personal lives since it places the burden of caregiving mostly on women. Cultural norms and expectations might give rise to conflicts between work obligations, resulting in difficulties in attaining an appropriate balance between professional and familial duties (Campillo & Armijo, 2017). In parallel, feminist approaches assume that gender-based power dynamics and social inequalities may be the fundamental cause of work-life problems experienced by working mothers. The feminist perspective prioritizes the deconstruction of conventional gender stereotypes that lead to an inequitable allocation of caring duties.

The other dominant theoretical frameworks in the field of work-life studies are “Spillover Theory,” “Boundary Theory,” and “Border Theory.” “Boundary Theory” and “Border Theory” are often used interchangeably, so they are considered together in this study. Given the premise that work and personal life are distinct yet interconnected aspects of the lives of working mothers, the interplay between these domains might result in heightened stress levels and challenges for these individuals (Wattis et al., 2013). For example, familial obligations may extend beyond the boundaries of one's professional life and vice versa. These family-to-work or work-to-family interferences may cause a strain for women. “General Strain Theory” posits that pressures such as caring duties and job demands can induce strain and result in adverse consequences. On the other hand, a depletion or lack of resources in both the professional and family domains might lead to work-life conflicts for working mothers. “The Conservation of Resources Theory” (COR) suggests that individuals strive to acquire, preserve, and safeguard resources that hold significant value for them in both their personal and professional settings (Hobfoll, 2001). Therefore, individuals must utilize the resources readily available in their surroundings to effectively accomplish their goals while minimizing stress and promoting and maintaining good health. From the perspective of COR, obtaining, maintaining, and protecting resources that may contribute to effectively managing work and life demands is crucial for the well-being of working mothers (Boakye et al., 2021). As “Job Demands Resources Theory” posits, the challenges employed mothers face may be attributed to the expectations put on them in both their work and home lives and the accessibility of potential resources.

“Preference Theory” highlights that work-life struggles are not caused solely by societal expectations but emerge when individual preferences conflict with societal expectations (Hakim, 2000). This approach emphasizes that individuals, especially working mothers, possess multiple options for their involvement in paid jobs, family obligations, and the equilibrium between work and personal life.

A considerable number of these theoretical frameworks, Human Ecology, Identity Theory, Gender Role Theory, and Feminist Approach, place significant emphasis on the necessity of considering the broader social context. They acknowledge that cultural expectations, conventions, and institutions substantially influence shaping people's experiences and decisions. “Human Ecology Perspective” takes a more macro approach by taking environmental factors as a determiner of the work-life issues of working mothers. Work-life balance is essential to a good work environment, as emphasized in the ecological systems theory (Grzywacz & Marks, 2000). From this perspective, government laws, organizational policies, labor market characteristics, and social expectations are all determiners of the work-life struggles of working mothers.

Some researchers regard work-life approaches as theories relating to work and life issues, whereas others perceive them as concepts and adopt a more comprehensive perspective. In this study, work-life

approaches are evaluated and classified as "perspectives." Table 4 shows the work-life perspectives of the research focused on working mothers. It was observed that the most frequent perspective was "work-life balance."

Table 4

Work-Life Specific Perspectives Used to Explain Working Mothers' Work-Life Struggles

Work-Life Perspective*	Definition	Frequency
Work-Life Balance	The level of individual involvement and contentment with their work and family roles. (Greenhaus et al., 2003)	47
Work-Life Conflict	Incompatibility between work and life domains. (Carlson et al., 2000)	14
Work-Life Enrichment	A positive and mutually beneficial connection between work and life domains (Gatrell et al., 2013)	4
Work-Life Integration	Process of balancing the requirements of work, family, and individual. (Grady & McCarthy, 2008)	3
Work-Life Preference	Women's preferences are the primary determiner of their work-life choices (Hakim, 2006)	2
Work-Life Alignment	Compatibility between work and family in terms of both practicality and shared values. (Kang et al., 2020).	1
Work-Life Management	Establishing clear boundaries between work and family roles. (Kossek & Lautsch, 2012)	1

*Notes: Some studies adopt more than one perspective.

Source: Table by author.

The notion of work-life balance Highlights the necessity of establishing a distinct boundary between professional and personal life to prevent adverse consequences from one domain affecting the other. Clark (2000) defines work-life balance as the state of being content and effective in both professional and personal domains, with minimum conflict between various responsibilities. Additionally, Grady and McCarthy (2008) demonstrated that the terms "work-life balance" and "work-life integration" are interchangeable. Work-life integration proposes some blending between work and life domains. On the other hand, work-life conflict emphasizes the possibility of tension and problems arising from the overlap between personal and professional spheres, where obligations in one area have a detrimental effect on the other. Work-family conflict occurs when employed persons experience competing demands from their family and work duties, resulting in inter-role conflict (Allen et al., 2000). Although work-life conflict can include obligations and responsibilities unrelated to family life, Kossek and Lee (2017) use the terms "work-life" and "work-family" interchangeably to describe a conflict between different roles.

Work-life enrichment and work-life alignment propose a more positive perspective (Gatrell et al., 2013). Emphasizes the constructive synergy and enrichment between professional and personal spheres. It highlights the notion that experiences in one area can have a favorable impact on another. Similarly, Kang et al. (2020:396) used the term "work-family alignment" to describe the compatibility between work and family regarding practicality and values.

Hakim's (2006) approach to work-life is based on her previous theoretical approach, which focused on individual choices. One of the most comprehensive perspectives is work-life management, which means using strategies and personal abilities to allocate time, energy, and resources efficiently between work and life domains.

5. Discussion

Working mothers have faced increasing pressures over time as they strive to find significance in their work, home life, and personal life, among conflicting priorities and career obligations. (Grady & McCarthy, 2008). With an emphasis on working mothers, this research thoroughly examines the theoretical frameworks used to analyze work-life difficulties. This study seeks to fill a gap in the existing literature by thoroughly analyzing theoretical frameworks used to understand the challenges working mothers face in managing their professional and personal responsibilities.

Research on work-life balance frequently incorporates insights from other fields, such as psychology, sociology, management, and economics. Theoretical frameworks serve as a fundamental basis for comprehending and analyzing research outcomes. Several theories, such as Identity Theory, Gender Role Theory, Feminist Approach, and Human Ecology Perspective, highlight the significance of considering the broader social environment. They acknowledge that cultural expectations and institutions substantially influence shaping individuals' experiences and decisions. The General Strain Theory and Conservation of Resources Theory examine stress and strain issues. They emphasize the impact of several stressors, such as job requirements and a lack of resources, on the challenges employed women face in balancing work and personal life. On the other hand, both Role Theory and Preference Theory emphasize the individual's autonomy. They acknowledge that to achieve a balance between work and personal life, working mothers can renegotiate roles and making decisions based on their preferences.

Boundary/Border Theory and the Spillover Theory refer to the interdependence of one's work and life spheres. The Boundary and Border Theory focuses on the permeability of borders between work and family life, and the Spillover Theory investigates how experiences in one area flow over into the other domain. On the other hand, the influence of organizational characteristics on the challenges of balancing work and personal life is the subject of several theories, including the Human Ecology Perspective and the Job Demand Resources Theory. They highlight the significance of supportive work environments, the availability of resources, and organizational policies in terms of their capacity to facilitate or hinder the experiences of working mothers.

Researchers often have distinct objectives or inquiries they want to answer in their study. For instance, a researcher who wants to comprehend the effects of job pressures on family life may embrace a work-life conflict viewpoint. In contrast, another researcher concentrating on the beneficial connections between work and home life may choose a work-life enrichment perspective. The data collection and analysis techniques might influence the selection of work-life perspectives. To better understand work-life issues, most research is conducted from the standpoint of comparing women's roles with men's. Nevertheless, it is not always the case that a man is present in a mother's life. Subsequent research examines the viewpoint of single mothers regarding the integration of motherhood and employment. For instance, Van Gasse and Mortelmans (2020) emphasize that single mothers are more exposed than their married and male counterparts due to increased financial strain and challenges in parenting ideals. Furthermore, most of the literature implies that being a single mother is the outcome of a divorce or separation; nevertheless, a mother may lose her life partner for natural causes (Thielemans & Mortelmans, 2019).

Another issue is that most studies focus on working mothers' needs to fulfill their home-child demands; however, regardless of their gender roles, mothers have other needs. Boakye et al. (2021) draw attention to the need for mothers to receive a university education and emphasize the struggle between work, home, and study. Furthermore, it is noted that there is limited research on the strategies employed by working mothers who are simultaneously pursuing post-school education to maintain their overall

well-being amidst the demands of work, studies, and motherhood. Mothers face difficulties pursuing higher education since university-level education is commonly linked to increased stress and decreased well-being (Nicklin et al., 2019).

There are differing views on the definition of a mother in research. Some define a mother as a woman who gives birth to or adopts a child, while others view pregnant women as mothers, considering motherhood as a process. For example, Feddersen et al. (2018) adopt an identity perspective and emphasize that mothers or pregnant women may face chronic health conditions. This realistic perspective contradicts the hypothetical notion of a woman who effortlessly juggles the responsibilities of both motherhood and a successful career with undivided attention to another matter.

Work-life balance is rooted in the idea that although work is significant for individuals and society, it is vital for human and societal well-being to have a sense of accomplishment and happiness. According to Warner (2005), the primary reason why working mothers work is money. However, they also work for secondary reasons such as fulfillment, human affection, intellectual stimulation, security and autonomy, and status. In other words, employment allows them to provide for their families while remaining loyal to themselves.

This study has several limitations. Firstly, the study sample is based on a single database. In addition, this study seeks to provide a general overview of the current situation of work-life literature focused on women from 2010 to 2023. The scope of this overview is restricted to the theoretical views identified in research papers accessible until the time of data collection. The research seeks to offer an overview of many theoretical viewpoints. However, given this objective's extensive scope, the analysis level for each specific theory or perspective may be constrained. The study may lack an in-depth exploration of the details within each theoretical framework, perhaps ignoring essential aspects. Thus, future research could be focused on a more systematic review or a metatheory study for a deeper understanding.

To summarize, this study enhances scholarly understanding of management. It offers practical guidance for HRM managers in firms, promoting a more knowledgeable and helpful approach to addressing the work-life issues working mothers face. Researchers can utilize the study's findings to highlight gaps and subjects for additional research. Examining current theories enables the creation of research inquiries and the establishment of novel theoretical methodologies to enhance understanding of the discipline. While the primary emphasis of this study is not centered around organizational viewpoints on working mothers, its results indicate many implications. The study encourages HRM managers to foster diversity and inclusion by acknowledging and addressing the distinct experiences of employed mothers. Such comprehension can result in formulating comprehensive policies that address the varied requirements of mothers in the workforce.

References

- Atay Avşar, T. (2013). Kırsal alanda kadınların cinsiyete dayalı işgücüne katılımlarının toplumsal değişim açısından ele alınması: Antakya (Hatay) kent merkezine yakın iki farklı köy araştırması. [Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi].
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=iTkOhwevEenJZ3onUvs52iYQOr2TuMPVy5IQpfbL8lSEVVjee7tXICwy2iHmgW6>
- Agnew, R. (1992). Foundation for a general strain theory of crime and delinquency. *Criminology*, 30(1), 47-88. <https://doi.org/10.1111/j.1745-9125.1992.tb01093.x>
- Agnew, R., Brezina, T., Wright, J. P., & Cullen, F. T. (2002). Strain, personality traits, and delinquency: Extending general strain theory. *Criminology*, 40(1), 43-72. <https://doi.org/10.1111/j.1745-9125.2002.tb00949.x>
- Allen, T. D., Herst, D. E. L., Bruck, C. S., & Sutton, M. (2000). Consequences associated with work-to-family conflict: A review and agenda for future research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 278-308. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.2.278>
- Ashforth, B. E., Kreiner, G. E., & Fugate, M. (2000). All in a day's work: Boundaries and micro role transitions. *Academy of Management Review*, 25(3), 472-491. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.3363315>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Bateman, L. E., Collins, J. M., & Cunningham, S. J. (2016). A qualitative study of work-life balance amongst specialist orthodontists in the United Kingdom. *Journal of Orthodontics*, 43(4), 288-299. <https://doi.org/10.1080/14653125.2016.1229846>
- Boakye, A. O., Dei Mensah, R., Bartrop-Sackey, M., & Muah, P. (2021). Juggling between work, studies, and motherhood: The role of social support systems for the attainment of work-life balance. *SA Journal of Human Resource Management*, 19, 1-10. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v19i0.1546>
- Bubolz, M. M., & Sontag, M. S. (1993). Human ecology theory. In *Sourcebook of family theories and methods: A contextual approach* (pp. 419-450). Springer US.
- Buehler, C., O'Brien, M., & Walls, J. K. (2011). Mothers' part-time employment: Child, parent, and family outcomes. *Journal of Family Theory & Review*, 3(4), 256-272. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2589.2011.00110.x>
- Buzzanell, P. M., Meisenbach, R., Remke, R., Liu, M., Bowers, V., & Conn, C. (2005). The good working mother: Managerial women's sensemaking and feelings about work-family issues. *Communication Studies*, 56(3), 261-285. <https://doi.org/10.1080/10510970500181389>
- Campillo, I., & Armijo, L. (2017). Lifestyle preferences and strategies of Spanish working mothers: A matter of choice?. *South European Society and Politics*, 22(1), 81-99. <https://doi.org/10.1080/13608746.2016.1160528>
- Carlson, D. S., Kacmar, K. M., & Williams, L. J. (2000). Construction and initial validation of a multidimensional measure of work-family conflict. *Journal of Vocational Behavior*, 56(2), 249-276. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1999.1713>
- Cha, Y., & Weeden, K. A. (2014). Overwork and the slow convergence in the gender gap in wages. *American Sociological Review*, 79(3), 457-484. <https://doi.org/10.1177/0003122414528936>

- Cinamon, R. G., & Rich, Y. (2002). Gender differences in the importance of work and family roles: Implications for work–family conflict. *Sex Roles*, 47, 531-541. <https://doi.org/10.1023/A:1022021804846>
- Clark, C. D., & Hill, J. M. (2010). Reconciling the tension between the tenure and biological clocks to increase the recruitment and retention of women in academia. In *Forum on Public Policy Online* (Vol. 2010, No. 2). Oxford Round Table. 406 West Florida Avenue, Urbana, IL, 61801.
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: A new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53(6), 747-770. <https://doi.org/10.1177/0018726700536001>
- Crompton, R. (2002). Employment, flexible working and the family. *The British Journal of Sociology*, 53(4), 537-558. <https://doi.org/10.1080/0007131022000021470>
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 458–476). Sage Publications.
- Elmas-Atay, S., & Gerçek, M. (2021). İş-yaşam çatışmasının Koronavirüs (COVID-19) pandemisi sürecinde yeniden değerlendirilmesi: Kadın akademisyenler açısından nitel bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(45), 203-241. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.865298>
- Ferguson, K. E. (2017). Feminist theory today. *Annual Review of Political Science*, 20, 269-286. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-052715-111648>
- Friedman, S. D., & Greenhaus, J. H. (2000). *Work and family--allies or enemies?: What happens when business professionals confront life choices*. Oxford University Press.
- Fuller, S., & Hirsh, C. E. (2019). “Family-friendly” jobs and motherhood pay penalties: The impact of flexible work arrangements across the educational spectrum. *Work and Occupations*, 46(1), 3-44. <https://doi.org/10.1177/0730888418771116>
- Garey, A. I. (1999). *Weaving work and motherhood* (Vol. 105). Temple University Press.
- Gatrell, C. J., Burnett, S. B., Cooper, C. L., & Sparrow, P. (2013). Work–life balance and parenthood: A comparative review of definitions, equity and enrichment. *International Journal of Management Reviews*, 15(3), 300-316. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2012.00341.x>
- Grady, G., & McCarthy, A. M. (2008). Work-life integration: experiences of mid-career professional working mothers. *Journal of Managerial Psychology*, 23(5), 599-622. <https://doi.org/10.1108/02683940810884559>
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Greenhaus, J. H., Collins, K. M., & Shaw, J. D. (2003). The relation between work–family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior*, 63(3), 510-531. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00042-8](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00042-8)
- Grzywacz, J. G., & Marks, N. F. (2000). Reconceptualizing the work–family interface: An ecological perspective on the correlates of positive and negative spillover between work and family. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 111. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/1076-8998.5.1.111>

- Gutiérrez-García, E., Recalde, M., & Piñera-Camacho, A. (2015). Reinventing the wheel? A comparative overview of the concept of dialogue. *Public Relations Review*, 41(5), 744-753. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.06.006>
- Hakim, C. (1998). Developing a sociology for the twenty-first century: Preference Theory. *The British Journal of Sociology*, 49(1), 137-143. <https://doi.org/10.2307/591267>
- Hakim, C. (2000). *Work-lifestyle choices in the 21st century: Preference theory*. Oxford University Press.
- Hakim, C. (2006). Women, careers, and work-life preferences. *British Journal of Guidance & Counselling*, 34(3), 279-294. <https://doi.org/10.1080/03069880600769118>
- Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood*. Yale University Press.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
- Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing conservation of resources theory. *Applied Psychology*, 50(3), 337-421. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00062>
- Hochschild, A. (1989). *The second shift: Working families and the revolution at home*. Viking Press.
- Howe-Walsh, L., & Turnbull, S. (2016). Barriers to women leaders in academia: Tales from science and technology. *Studies in Higher Education*, 41(3), 415-428. <https://doi.org/10.1080/03075079.2014.929102>
- Kang, M., Park, H. J., & Park, J. (2020). Teachers as good mothers, mothers as good teachers: Functional and ideological work-family alignment in the South Korean teaching profession. *Gender, Work & Organization*, 27(3), 395-413. <https://doi.org/10.1111/gwao.12396>
- Kim, J., & Wiggins, M. E. (2011). Family-friendly human resource policy: Is it still working in the public sector?. *Public Administration Review*, 71(5), 728-739. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02412.x>
- Kinnunen, U., & Mauno, S. (1998). Antecedents and outcomes of work family conflict among employed women and men in Finland. *Human Relations*, 51(2), 157-177. <https://doi.org/10.1023/A:1016962202639>
- Kossek, E. E., & Lautsch, B. A. (2012). Work-family boundary management styles in organizations: A cross-level model. *Organizational Psychology Review*, 2(2), 152-171. <https://doi.org/10.1177/2041386611436264>
- Kossek, E. E., & Lee, K. H. (2017). Work-family conflict and work-life conflict. In *Oxford research encyclopedia of business and management*. Oxford University Press.
- Kugelberg, C. (2006). Constructing the deviant other: Mothering and fathering at the workplace. *Gender, Work & Organization*, 13(2), 152-173. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2006.00301.x>
- Ladge, J. J., & Greenberg, D. N. (2015). Becoming a working mother: Managing identity and efficacy uncertainties during resocialization. *Human Resource Management*, 54(6), 977-998. <https://doi.org/10.1002/hrm.21651>
- Lester, J. (2015). Cultures of work-life balance in higher education: A case of fragmentation. *Journal of Diversity in Higher Education*, 8(3), 139-156. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0039377>

- McIntosh, B., McQuaid, R., Munro, A., & Dabir-Alai, P. (2012). Motherhood and its impact on career progression. *Gender in Management: An International Journal*, 27(5), 346-364. <https://doi.org/10.1108/17542411211252651>
- Miryala, R., & Chiluka, N. (2012). Work-life balance amongst teachers. *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 11(1), 37-50. <https://ssrn.com/abstract=2148284>
- Moen, P., Kelly, E. L., Tranby, E., & Huang, Q. (2011). Changing work, changing health: can real work-time flexibility promote health behaviors and well-being?. *Journal of Health and Social Behavior*, 52(4), 404-429.
- Moen, P., & Dempster-McClain, D. I. (1987). Employed parents: Role strain, work time, and preferences for working less. *Journal of Marriage and the Family*, 579-590. <https://doi.org/10.1177/0022146511418979>
- Nayak, A., & Pandey, M. (2022). A study on moderating role of family-friendly policies in work-life balance. *Journal of Family Issues*, 43(8), 2087-2110. <https://doi.org/10.1177/0192513X211030037>
- Nicklin, J. M., Meachon, E. J., & McNall, L. A. (2019). Balancing work, school, and personal life among graduate students: A positive psychology approach. *Applied Research in Quality of Life*, 14, 1265-1286. <https://doi.org/10.1007/s11482-018-9650-z>
- Nomaguchi, K., & Milkie, M. A. (2017). Sociological perspectives on parenting stress: How social structure and culture shape parental strain and the well-being of parents and children. In *Parental stress and early child development: Adaptive and maladaptive outcomes* (pp. 47-73). Springer International Publishing.
- O'Connor, L. T., & Cech, E. A. (2018). Not just a mothers' problem: The consequences of perceived workplace flexibility bias for all workers. *Sociological Perspectives*, 61(5), 808-829. <https://doi.org/10.1177/0731121418768235>
- O'Neil, J. M. (1981). Patterns of gender role conflict and strain: Sexism and fear of femininity in men's lives. *The Personnel and Guidance Journal*, 60(4), 203-210. <https://doi.org/10.1002/j.2164-4918.1981.tb00282.x>
- Pfau-Effinger, B. (2004). Socio-historical paths of the male breadwinner model—an explanation of cross-national differences. *The British Journal of Sociology*, 55(3), 377-399.
- Salisbury, L. (2009). Web of Science and Scopus: A comparative review of content and searching capabilities. *The Charleston Advisor*, 11(1), 5-18. <http://www.bio.unipd.it/seminari/SCOPUSversusWoS.pdf>
- Schueller-Weidekamm, C., & Kautzky-Willer, A. (2012). Challenges of work-life balance for women physicians/mothers working in leadership positions. *Gender Medicine*, 9(4), 244-250. <https://doi.org/10.1016/j.genm.2012.04.002>
- Stone, P. (2007). *Opting out?: Why women really quit careers and head home*. University of California Press.
- Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 284-297.

- Thielemans, G., & Mortelmans, D. (2019). Female labour force participation after divorce: How employment histories matter. *Journal of Family and Economic Issues*, 63(4), 180-193. <https://doi.org/10.2307/2695840>
- Timurtürkan, M. (2020). Motherhood Narratives of Executive Women Working in the Private Sector Experiences, Expectations and Motherhood Ideologies/Özel Sektörde Çalışan Yönetici Kadınların Annelik Anlatıları: Deneyimler, Beklentiler ve Annelik İdeolojileri. *İnsan ve Toplum*, 10(1), 107. <https://doi.org/10.12658/M0328>
- Turnbull, A. P., Turbiville, V., & Turnbull, H. R. (2000). Evolution of family–professional partnerships: Collective empowerment as the model for the early twenty-first century. In J. P. Shonkoff & S. J. Meisels (Eds.), *Handbook of early childhood intervention* (pp. 630–650). Cambridge University Press.
- Väänänen, A., Kevin, M. V., Ala-Mursula, L., Pentti, J., Kivimäki, M., & Vahtera, J. (2005). The double burden of and negative spillover between paid and domestic work: Associations with health among men and women. *Women & Health*, 40(3), 1–18. https://doi.org/10.1300/J013v40n03_01
- Van Gasse, D., & Mortelmans, D. (2020). Single mothers' perspectives on the combination of motherhood and work. *Social Sciences*, 9(5), 85. <https://doi.org/10.3390/socsci9050085>
- Warner, J. (2005). *Perfect madness: motherhood in the age of anxiety*. Penguin Group.
- Webber, G., & Williams, C. (2008). Mothers in “good” and “bad” part-time jobs: Different problems, same results. *Gender & Society*, 22(6), 752-777. <https://doi.org/10.1177/0891243208325698>
- Williams, J. (2001). *Unbending gender: Why family and work conflict and what to do about it*. Oxford University Press.
- Zedeck, S. (1992). Introduction: Exploring the domain of work and family concerns. In S. Zedeck (Ed.), *Work, families, and organizations* (pp. 1–32). Jossey-Bass/Wiley.

Article Information Form

Author Contributions: The article is single authored. The author has read and approved the final version of the article.

Conflict of Interest Disclosure: The author has not reported any potential conflict of interest.

Copyright Statement: The author owns the copyright of their work published in the journal, and the works are published under the CC BY-NC 4.0 license.

Supporting Organizations: No funding has been received for this research from any public institution, private, or non-profit sectors.

Ethical Approval and Participant Consent: In the preparation process of this study, scientific and ethical principles were followed, and all cited studies are mentioned in the references.

Plagiarism Declaration: This article has been scanned by iThenticate.

China's Assertive Foreign Policy and Global Visions Under Xi Jinping

Zekeriyya Akdağ 

İnönü University, Faculty of Economics
and Administrative Sciences,
Department of Political Science and
International Relations, Malatya,
Türkiye, zekeriyya.akdag@inonu.edu.tr



Received: 21.01.2024
Accepted: 22.03.2024
Available Online: 07.04.2024

Abstract: China, which has made a major economic breakthrough, has become one of the most important actors in international politics by increasing its military power in recent years. China's increasing power and influence in the international arena arouses increasing curiosity about the country's foreign policy. With Xi Jinping becoming president, China began to display a more assertive attitude or behavior on many issues. This study basically seeks an answer to the question of what differences Xi Jinping brought to Chinese foreign policy. What kind of changes do these differences lead to in Chinese foreign policy? In this study, the general tendencies and directions of Chinese foreign policy during the Xi Jinping period are discussed. The assertive foreign policy approach that Xi Jinping is trying to implement is analyzed. In this context, the visions of "Chinese dream", "new type of great power relations", "new type of international relations", "Belt and Road Initiative" and "a community with a common future for humanity", which reflect Xi's assertive foreign policy approach, are examined. At the same time, challenges to the assertive foreign policy implemented under Xi Jinping are discussed. The study mainly questions the extent to which Xi Jinping's assertive foreign policy approach is successful. The study concludes that Xi Jinping's active foreign policy approach has not increased China's sphere of influence in the international arena to the extent expected. As China becomes more visible in the international arena, the country's foreign policy challenges seem to be increasing.

Keywords: Xi Jinping, Chinese Foreign Policy, Assertive Foreign Policy, New Global Visions

1. Introduction

Since the late 1970s, China has integrated with the global economy and has shown a great economic development. By the second decade of the 21st century, it became the world's largest economy in some economic measurements. In addition to its economic development, it also showed great military development. The increase in its material power also increases the uncertainty about Chinese foreign policy. It is wondered which direction China will take in foreign policy in the future.

The change in Chinese foreign policy has become more visible with Xi Jinping administration. Unlike previous leaders, President Xi has taken more active and self-confident initiatives in foreign policy. The Xi administration began to pursue an assertive foreign policy that did not shy away from showcasing China's growing power. Under Xi, China has taken ambitious initiatives to reshape its immediate neighbourhood and the international environment. However, during the Xi administration, there was also a noticeable increase in the challenges China faced in foreign policy. The increase in the number of countries wary of China's growing material power is one of these challenges.

This study seeks to answer the question of how China's foreign policy stance has changed under Xi Jinping. What are the foreign policy orientations and goals of China's new administration? How do China's new orientations affect the country's foreign relations? This study first analyses the general

trends and orientations of Chinese foreign policy under the Xi Jinping presidency. New trends and orientations in China's foreign policy are analyzed in the context of social constructivism. Constructivism offers a nuanced perspective for understanding and explaining Chinese foreign policy under Xi Jinping.

This study consists of three main parts: Firstly, the conceptualisation of assertive foreign policy is examined. Policies and discourses reflecting assertive foreign policy will be emphasised. Assertive foreign policy visions and initiatives will be discussed. Finally, the challenges faced by the Xi Jinping administration in foreign policy will be discussed.

2. Theoretical Framework

Social Constructivism focuses on the role of ideas, norms, and identity in shaping state behavior. It provides valuable insights into the ideational factors shaping Chinese foreign policy under Xi Jinping, highlighting the role of cultural identity, norms, and diplomatic initiatives in shaping China's approach to international affairs.

Constructivists think the structures in international politics consist of social relations as well as the distribution of material capabilities. Three components make up social structures: practices, material resources, and shared knowledge. Constructivists focus on the aspect of social structures defined as shared expectations, understandings, or knowledge (Wendt, 1995: 73).

Constructivists push us to consider the social construction of actors (Wendt, 2003: 7). According to them, one of the main things that shape the functioning of international relations is actors' beliefs and expectations about each other. These are primarily constituted by social rather than material structures (Wendt, 2003: 20). States continuously adopt identities and reconstruct their identities in relation to one another in the context of international politics (Wendt, 2003: 21).

International politics is based on social structures rather than purely material ones (Wendt, 1995: 71). Material forces produce effects at the end of their interaction with ideas (Wendt, 2003: 112). States behave based on the notions they have created about themselves within the international arena (Hudson and Day, 2020: 10). Ideas construct state preferences and interests in international politics (Hudson and Day, 2020: 10). Actors behave according to their perceptions of others and their surroundings (Wendt, 2003: 108).

Constructivists think ideas play a major role in shaping the definition of power and the nature of interests (Wendt, 2003: 96). Cultural formations of shared ideas create norms and institutions at the systemic level. Cultural formations make sense of the distribution of power either by shaping states' perceptions of the distribution of power or by shaping their identities and interests (Wendt, 2003: 104).

Social Constructivism offers a good perspective to explain China's efforts to build alternative international institutions and diplomatic initiatives that reflect its worldview. By formulating its visions of global governance in the context of China's cultural heritage and historical contributions to civilization, the Xi administration seeks to legitimize the country's role as a leading actor in shaping the world of the future. This approach resonates with constructivist ideas about the role of identity and historical memory in shaping state behavior and international relations.

3. Assertive and Self-Confident Foreign Policy

With the 2008 financial crisis, China became one of the most important actors in the global economy, especially as the American and Western European economies were seen to be more fragile (Lanteigne, 2020: 11). The rapid growth of China's economic power has grown even more significant in the aftermath of the post-2008 global financial crisis, which has accompanied President Xi

Jinping's expansion of the country's foreign policy. China became the second-largest economy in the world in 2010, surpassing Japan. In terms of economic output, China surpassed the US in 2014 according to some economic metrics, such as purchasing power parity (PPP) (Lanteigne, 2020: 2-3).

China had become the second-biggest economy and the largest trading nation in the world when Xi Jinping came to power (Bader, 2016: 6). China serves as the hub of a regional manufacturing network that connected the nations of the Asia-Pacific. China has long been the world's largest manufacturing nation and is the largest trading partner of many countries in many regions of the world (Bader, 2016: 6).

In PPP terms, China's share of world GDP rose from 4% in 1990 to over 19% in 2021, while the United States' share fell from 22% to less than 16%. Meanwhile, China became the world's largest exporter and largest importer in the 2010s. China became the largest trading partner of more than 120 countries, including other major economies (Tome, 2021: 111).

Despite the emergence of so-called "trade war" tensions with the United States in 2018 and 2019, China recorded economic growth rates of 6.6% and 6.1%, respectively. Continued economic growth makes it possible for China to compete as a great power (Benvenuti et al. 2022: 4). The new ideas of the Xi era reflect China's growing importance in the international system and the great leap in its economic, political and military power (Bader, 2016: 5).

China's dramatic economic growth has enabled it to greatly increase its defence spending. In 2001, its defence budget was estimated at around US\$ 50 billion. By 2017, this figure had risen to US\$ 228 billion. This corresponds to an increase of more than 350 per cent (Benvenuti et al. 2022: 5).

China's military spending increased by 76% between 2011 and 2020. China is rapidly increasing its share in total global military spending. In 2020, China's share of global military spending was 13%. Although far from catching up with the US, China is rapidly overtaking other powers (Tome, 2021: 112). China seeks to be at the top of Asia's security hierarchy. Thus, it believes that it can overcome US strategies to balance or contain China in the Indo-Pacific region (Song and Ai, 2023: 24).

China, which has managed to modernize its military rapidly, had 1,146 fourth and fifth generation fighter jets and 71 modern submarines in 2021. In the early 1990s, at the end of the Cold War, these figures were almost zero (Tome, 2021: 112). With two decades of double-digit budget growth, the Chinese military has begun to change the military balance in the Asia-Pacific region. China has managed to develop a huge fleet of ships capable of patrolling the South and East China Seas (Bader, 2016: 6). The huge transformation in the military capacity of the Chinese military paved the way for the ruling elite to become more confident and pursue more assertive foreign policies. The rise in China's economic and military power forms the material basis for the country to become an assertive actor on a global scale.

Since Xi Jinping came to power in 2012, China has become more active on the world stage with increasing confidence. President Xi began to pursue policies centred on the more activist motto of "strive for success" instead of the "bide your time, hide your shine, don't be in the forefront" principles that underpinned Deng Xiaoping's passive diplomacy strategy (Shambaugh, 2020: 17). The Xi administration has become more confident and proactive in using the country's increasing power and influence to safeguard and achieve China's national interests (Zhang, 2015: 6-7). Under Xi, China has become a more active actor in international relations than in previous decades.

China's behaviours and statements that seem to threaten the interests of Western countries and/or their allies, especially the US, or are perceived as somehow against the status quo are called assertive foreign policy (Turcsanyi, 2018: 4). While trying to protect its interests and position in the international arena, China continues its long-standing strategy of avoiding conflict. China has an

increasing willingness and ability to validate its claims and support them in new ways, both through material power elements and at the discursive level (Turcsanyi, 2018: 4).

Since China now has global economic interests, it wants to act as a global power. Having significantly improved its power capabilities, China seems willing to assert its interests openly, even at some costs. China seeks a status that would be recognised as an equal by other great powers. It seeks to achieve such a power status primarily through persuasion and peaceful means. However, if it fails to do so, it retains more coercive forms of diplomacy as an option (Baviera, 2016: 73).

Under Xi Jinping, the traditional low-profile foreign policy has been replaced by a policy of "striving for success". According to Yan Xuetong, one of China's leading international relations experts, the new Chinese foreign policy no longer focuses on keeping a low profile. It is based on demonstrating its capabilities, especially at the regional level (Yan, 2014: 153). According to Yan, the new Chinese foreign policy centred on "striving for success" is guided by a political orientation, assumption of responsibility and political virtue. Under President Xi, China's main goal is "national rejuvenation". The "strive for success" strategy is a means to maximise China's power (Yan, 2014: 164-170).

Although Xi's foreign policy approach seems more assertive at times, it cannot be said to be belligerent. Like its predecessors, the Xi administration does not envisage the use of force as the first option in solving problems (Keith, 2018: 249). While China's greater assertiveness in foreign policy is perceived negatively, especially in Western countries, it has the opposite perception within China. Chinese analysts see China's increasing assertiveness as a natural reaction of a stronger country seeking to be more influential in the international arena (Turcsanyi, 2018: 11).

The perception of some of China's foreign policy orientations as anti-Western is one of the reasons fuelling assertive foreign policy discourses (Turcsanyi, 2018: 2). China's increasing material capacity, increasing public pressure on Chinese leaders, and other countries' more active stance towards China in related fields are among the factors that feed assertive foreign policy (Turcsanyi, 2018: 4).

The failure of Western economies to recover for a long time from the global financial crisis in 2008 seriously affected the global prestige of the West. In contrast, China, which managed to overcome the crisis quickly. China's hosting of the 2008 Olympics boosted confidence in the country and inspired nationalist sentiments. Expectations have arisen in the Chinese public that their country, which has become richer and more powerful, will pursue a more effective foreign policy. After more than three decades of rapid economic growth, China had made a significant leap in the hierarchy of power and wealth. For Chinese policymakers, the goals of modernisation and the acquisition of wealth finally seemed attainable. It was believed that the time had come for China to expand its influence and achieve greater status in the international arena (Baviera, 2016: 60). Chinese decision-makers believed that their increasingly powerful country was ready to take its place among the world's great powers.

The perception that the 2008 crisis changed the global balance of power in favor of China has been one of the main factor fueling the assertive foreign policy. Chinese nationalism, which has continued to grow steadily in the post-Cold War period, is another factor supporting assertive foreign policy. The feeling of internal insecurity caused by the growing instability in certain regions of China (Xinjiang, Tibet, Hong Kong) is another factor (Turcsanyi, 2018: 3).

The sense of insecurity created in China by the US' strategic prioritisation of the Asia-Pacific region in international politics and its orientation towards balancing China is one of the factors that triggered the new assertive foreign policy (Turcsanyi, 2018: 5). The "pivot to Asia" policy announced by the US in 2011 aimed to revitalise US alliances in the region. Chinese policymakers feared that the Trans-Pacific Partnership, the economic component of this US rebalancing towards Asia, would

encircle China. In response to this policy, China sought new strategic initiatives, including policies to enhance its maritime power (Baviera, 2016: 61).

Chinese foreign policy has been undergoing changes as a result of the greater political, military or economic capabilities the country has attained. It has also undergone a notable shift due to the accumulation of power in the hands of Chinese President Xi Jinping. Since 2012, Xi has sought to centralise power in his hands (Cuesta, 2021: 5). Personally very active in diplomacy, Xi has visited all continents and many countries. Xi emphasises that China should play a more prominent role, especially in global governance and multilateral diplomacy (Shambaugh, 2020: 17).

The Xi administration has been very active, assertive and action-oriented in foreign policy. With China's growing economic power and ambitions in recent years, its diplomacy has become increasingly "proactive". Key components of Chinese foreign policy under Xi have included resolutely upholding China's maritime interests, increasing self-assurance in its capacity to take the lead in international fora, and initiatives to create networks that will bolster China's standing in the East Asia area. (Panda and Ding, 2021: 8).

China's bolder and more confident stance in foreign policy can be seen in its foreign policy rhetoric signalling its growing power, its increasing willingness to use threats of force in various fields, and its stronger responses to problems in US-China relations (Turcsanyi, 2018: 249). China's behavior in geopolitically important maritime areas, especially in the South China Sea, is important example of its assertive foreign policy approach (Turcsanyi, 2018: 24). In the South China and East China Seas, China has not hesitated to use its armed forces as a threat to support its claims over disputed maritime areas. Since 2013, Chinese military actions in the Senkaku islands region have been a factor fuelling tensions in Sino-Japan relations (Benvenuti et al. 2022: 5). Claiming a large part of the maritime area in the South China Sea is under its sovereignty, China has established new military zones to defend its claims (Benvenuti et al. 2022: 5).

The effort to fulfil growing nationalist desires and expectations for China to reclaim its rightful position in the region and the world also triggered a hardening of rhetoric (Benvenuti et al. 2022: 6). According to the Xi administration, regaining the status of a true great power is a natural consequence of "standing up". China's effort to demonstrate its strength explains the aggressive "wolf warrior" diplomacy that has characterised China's foreign policy since 2019 (Benvenuti et al. 2022: 6). In the midst of the Covid-19 outbreak and in order to counter criticism of China over the way it fought the outbreak, Chinese diplomats used highly aggressive language. The term "wolf warrior" was used for these diplomats, who used harsh rhetoric to protect China's interests. This "wolf warrior" diplomacy led by senior Chinese officials further increased the division between China and the West (Deng, 2022: 217).

China has gained strong international visibility in recent years. Chinese diplomats no longer hesitate to loudly voice China's claims in foreign affairs (Lincot, 2019: 9). Under Xi, China's diplomatic spokespersons have responded to criticism from other countries with increasingly harsh statements. Therefore, the language and style adopted by China during the Xi administration have been diametrically opposed to those of its previous periods (Benvenuti et al. 2022: 5). In addition to the hardening of rhetoric, Chinese foreign policymakers have launched ambitious initiatives aimed at reshaping the international order.

4. China's New Global Visions

China's assertive attitudes and discourses in foreign policy in the new period are clearly seen in some of the visions put forward by the Xi administration. These visions are largely vague and undefined ideas (Zeng, 2020: 2). Even when they lack specific strategic plans, they are not purely rhetorical or

vacuous (Zeng, 2020: 2). Vagueness leaves room for other international actors to adopt these visions and interpret them to their own interests (Zeng, 2020: 14).

One of the main function of these foreign policy concepts is to act as a catchphrase to express intention in order to draw attention and motivate action (Zeng, 2020: 2). China's new visions are a kind of power assertion and gauging support both domestically and internationally. The global discussion of these visions is perceived as an acknowledgment of China's rising status as one of the great powers setting the global agenda (Zeng, 2020: 3).

China's global visions are ideas that reflect its desire to peacefully change and transform the regional and the global order to its advantage (Song and Ai, 2023: 24; Tome, 2021: 108). They seek to emphasize that the country's growing economic and military power does not pose a threat to other countries; on the contrary, China's rise will continue to benefit everyone (Goldstein, 2020:178). These visions play a major role in creating a positive image for Chinese government at home and abroad.

4.1. Chinese dream

After taking office, Xi Jinping set the vision of the "Chinese dream" as one of the main goals. The term was used to imply national rejuvenation, economic prosperity and the building of a better society. It refers to the goal of becoming a "moderately well-off society" in the medium term and a "modern socialist country" in the long term (Baviera, 2016: 61).

In a speech in 2012, Xi stated that the struggles since the Opium War have created bright prospects for the rejuvenation of the Chinese nation. Achieving rejuvenation, he said, "has been the greatest dream of the Chinese people since the dawn of modern times". Xi sloganised the rejuvenation of the Chinese nation as the Chinese dream. The Chinese dream or China's rejuvenation implies the building of a prosperous, strong and harmonious socialist country (Xi, 2017: 63-64). China's revival is aimed to be realised by 2049, the 100th anniversary of the founding of the PRC.

According to Xi, the main goal of China's domestic and foreign policy is to emerge from the quagmire of the century of humiliation and achieve the great rejuvenation of the Chinese nation. Xi analyses this process in three stages: Mao's stage of rising up, Deng's stage of prosperity, and the stage of strength that Xi promises to realise. This last stage aims to realise socialist modernisation, transforming China into a "great modern socialist country" and a "global leader in terms of combined national power and international power" (Feng, 2019: 13-14). The Chinese dream of national rejuvenation reflects nationalist aspirations of wealth, power and prestige (Deng, 2022: 9).

The Chinese dream aims to unite the country around a common identity and regain the glorious past (Kırımlı, 2023: 133). It aims for the country to collectively reach a bright future. It implies that individuals will also receive their share of the prosperity and glory that the country will achieve. The main emphasis is on the country's achievement of a prosperous and bright future (Kırımlı, 2023: 134).

In addition to greater confidence in the country's economic future, the Chinese Dream reflected the idea of revitalising China as a major economic power. The extension of these concepts to the regional level came to be explored later, when Xi began describing a "Asia-Pacific Dream" that would bring China and other regions of Asia together in mutual progress and prosperity (Lanteigne, 2020: 12). In a speech in 2014, Xi said that he expected other countries to understand and support the Chinese dream. He stated that the Chinese dream aims to ensure the prosperity of not only the Chinese people but also all other peoples. He emphasised that the Chinese dream seeks to achieve peace, development and cooperation in the international arena within the framework of the win-win principle (Global Times, 2014).

Xi has consistently claimed that China has made major new contributions to global peace and development. In this respect, Xi attributes to China the role of a country that "builds world peace", "protects international order" and "contributes to global development". Among these roles, he sees "making new and greater contributions to humanity" as the most important mission for China (Feng, 2019: 20). These objectives serve as a crucial point of reference for China's diplomacy and international standing (Panda and Ding, 2021: 3). Such ambitious foreign policy discourses, even if they do not fully reflect the current situation, gain importance in terms of setting an important agenda at home and abroad.

4.2. A new type of great power relations

One of the policies proposed by the more confident and assertive foreign policy approach of the Xi administration was a "new type of great power relations". This conceptualisation, which aims to shape the international environment in China's favour, focuses on relations with great powers.

With this strategy, the Xi administration proposed that Sino-US relations should be "away from conflict or escalation", based on "mutual respect" and "win-win co-operation". It was implied that the relations between the two countries should not be based on the competition between the rising power and the current hegemonic power, that both countries should respect each other's fundamental interests, and that both sides would gain from the cooperation between the two countries (Baviera, 2016: 66).

This conceptualization was put forward in the hope of elevating China's role in bilateral relations, and therefore the US taking China more seriously (Zeng, 2020: 16). With this strategy, China seeks to be treated on an equal footing with the US and to have its core interests recognised by the US (Baviera, 2016: 66). In his meeting with Obama in 2013, Xi stated that the Pacific Ocean has enough space for China and the US. These statements implied strategic equality between China and the US (Godement, 2013: 6).

Since the US remains the only power capable of limiting China's future development after the collapse of the Soviet Union, the Sino-American relationship is of particular importance (Dittmer, 2017: xii). In this respect, the new type of great power relations was essentially envisaged to make US-China relations work. Because managing the highly complex Sino-US relations is of great importance for China. Chinese policymakers recognise that a stable and cooperative relationship with the United States is vital to sustaining China's economic development. Nevertheless, the bilateral relationship is extremely unclear and difficult due to the enormous contrasts in the two countries' objectives. Therefore, the Xi administration has introduced this strategy to keep the relationship on a manageable course. Chinese decision-makers aim to avoid conflict and confrontation with the conceptualization. They also imply mutual respect for each other's fundamental interests and cooperation within the framework of the win-win principle (Zhang, 2015: 13-14).

By proposing this new model of relations, President Xi sought to emphasize that cooperation between the two great powers would be beneficial both bilaterally and globally (Deng, 2022: 38). He prioritises the abandonment of any zero-sum approach in Sino-American relations and instead the development of a relationship based on mutual respect for each side's fundamental national interests (Freeman, 2020: 51-52). Aiming to avoid a high-level US-China confrontation, this strategy emphasises cooperation over competition.

This conceptualisation is important for the new Chinese administration to take the initiative to define and control the bilateral relationship. In the past, attempts to describe the nature of the bilateral relationship have generally originated from the United States. In 2005, the concept of 'responsible stakeholder' proposed by US officials was the most prominent. The conceptualisation

is a Chinese attempt to define the nature of China-US relations on a more equal footing. This policy proposal also reflects a demand for the United States to change its approach towards China, with greater respect for China's core interests (Zhang, 2015: 14).

Unlike its predecessors, the Xi administration has the confidence not to shy away from confrontation with the United States. The new administration has not hesitated to challenge the US wherever necessary. It did not prioritise pleasing the US (Singh, 2023: 84). The essence of China's new foreign policy is that it is perceived as a superpower on an equal footing with the US (Pradt, 2016: 201).

The goals motivating China's great power diplomacy are: Managing rivalry with the US; preventing the emergence of a US-led security architecture in East Asia; promoting multipolarity; preventing the West from acting as a whole to exert pressure; building a foundation for China's regional and global leadership; transforming its immediate neighbourhood into a strategic area of growth and influence; and creating a favourable international environment to sustain its economic development (Deng, 2022: 16).

The great power diplomacy aims to soften the rivalry between China and other great powers. Xi called for a new model of great power diplomacy with the US and described Russia as China's "most important strategic partner" (Godement, 2013: 6). The then Foreign Minister Wang Yi emphasised that China would build a new model of diplomacy with great powers and take a more active role in international affairs (Godement, 2013: 6).

China's interests and fields of activity have gained a global dimension in recent years. In this context, Xi talked about building a new great power diplomacy for overall stability and balanced growth. He aims to develop relations within the framework of a new type of relations with the US, a comprehensive strategic partnership with Russia, a partnership of peace, growth and prosperity with Europe, a partnership of unity and cooperation with the BRICS countries, a common development with African countries, and a high-level comprehensive cooperation partnership with Latin American countries (Singh, 2023: 88). The search for new types of great power relations is a reflection of China's endeavour to take its place among the great powers. On the one hand, China declares that it is a global great power, on the other hand, it expresses that it has a different vision of great power relations.

4.3. New type of international relations

In addition to aiming to redesign relations with major powers, the Xi administration also seeks to redesign international relations in general. At the 20th Party Congress in 2022, Xi Jinping stated that they would promote a "new kind of international relations". He stressed that China would help other developing countries and expand the influence of BRICS and the Shanghai Cooperation Organisation (SCO). They will seek to strengthen the influence of developing countries in global affairs (Gyu, 2022: 2).

In a 2014 speech, Xi Jinping proposed the development of "neighbourhood diplomacy" to expand China's diplomatic strategy under new conditions. He emphasised the need to transform China's neighbouring regions into a community of common destiny for mutual benefit (Global Times, 2014). Xi called for further enhancing cooperation with other developing countries and closely integrating China's development with the destiny of other developing countries (Global Times, 2014). In this respect, developing countries are seen as China's natural allies.

Another notable outward-looking initiative of the Xi administration has been the conceptualisation of "unity of common destiny". This conceptualisation was put forward to improve China's relations with a variety of nations in general and with its neighbors in particular (Zhang, 2015: 14). Although the Xi administration has global ambitions, its main priority area has always been its immediate

neighbourhood. The ideal of unity of common destiny is expected to start from the immediate neighbourhood and spread to other regions.

Xi Jinping conceptualises another foreign policy vision as "the community of the common future for humanity". This concept expresses the desire to avoid a zero-sum understanding of international relations. By building a community of a common future based on communication, mutual respect and sincerity, it implies avoiding a competition between countries that could lead to destruction (Singh, 2023: 78).

Xi envisages this vision as "a network of partnership linking all regions of the world" (Singh, 2023: 78). He states that principles such as peace, development, justice, democracy and freedom, which are common values of humanity, will be seen as guiding principles (Singh, 2023: 79). Chinese leaders consistently emphasize peace and development at international meetings. They present peace and development as a global shared value (Song and Ai, 2023: 22). Since the international community is considered to have intertwined interests, the construction of a common future is seen as a fundamental need.

The "community of the common future" seeks to define common goals for all humanity, regardless of any differences (Song and Ai, 2023: 14). It represents China's understanding of international relations and its solution to global issues (Zeng, 2020: 17). This vision also reflects the desire for a world order in which China can play a greater role on a global scale (Zeng, 2020: 17).

Chinese politicians envision that the understanding of harmony enshrined in China's traditional philosophical texts will be an alternative for solving global problems and will lead to peace and prosperity on a global scale (Song and Ai, 2023: 22). The effort to adapt the values of harmony, virtue and benevolence found in classical Chinese culture to contemporary international relations also aims to prevent a strong China from being perceived as an aggressive and revisionist actor (Rolland, 2020: 50).

The new model of international relations is targeted at the international community and aims to project a positive image of China's growth. It tries to convey the idea that China's economic development is not only compatible with economic growth in its neighbourhood, but also necessary for its neighbours. Thus, the message is given that both China and its neighbours benefit within the framework of a win-win relationship. Behind this new understanding of international relations is China's intention to avoid being seen as a revisionist power and to prevent its actions from being perceived as a threat by its neighbours (Cuesta, 2021: 8). Although many of these visions remain at the level of rhetoric, they are important for China's global ambitions. As China grows stronger, it is trying to both strengthen the country's global image and shape the international arena within the framework of its own ambitions by introducing new initiatives towards the international community.

4.4. Rising assertiveness in international governance

The Xi administration's new diplomacy approach aims to create new platforms that China can influence to a great extent without directly challenging the existing international structure. Creating a new international environment that can limit strategic pressures from the US is of great importance for the new administration. Another point is to create an environment more favourable to China's interests (Singh, 2023: 73).

In international meetings, Xi has consistently stated that they will open the country to the world more and more, taking care to present China as the leader of the liberal economic order. China has so far been a major beneficiary of the liberal and open economic order. Thanks to its integration into the liberal economic order, it has grown from a poor and backward economy to one of the world's

largest economies. As China's economic power has grown, protectionist sentiments have started to rise in countries such as the US, the defender of the liberal economic order. The protectionist economic policies of the Trump administration have brought the two countries face to face. While Trump implemented protectionist policies against China, China started to advocate liberal free trade (Singh, 2023: 85). Although China's economy is not a full-market economy, Xi's statements at the 2017 World Economic Forum was significant in its advocacy for a liberalised economic order. At the Forum, Xi stated that China would be determined to promote the liberalisation and facilitation of international trade and investment. He also stated that there would be no winner in any trade war (Singh, 2023: 86).

China calls for a new global trade agreement that better reflects the interests of developing countries. At the same time, China is actively involved in regional initiatives to promote free trade. However, China remains wary of international organisations in which it does not participate and which seek to balance it. In this respect, China has been sensitive to American attempts to forge a security order in the Asia-Pacific by assembling all of its regional partners into a coalition that would aim to counterbalance China's power. For example, China has been sceptical of US attempts to bring together Australia, Canada, Japan and Southeast Asian countries through the Trans Pacific Partnership (TPP). China, which was excluded from TPP meetings despite being a major economic power, was concerned that the TPP would be used as a tool to control its regional economic power. However, following the US withdrawal from the TPP in 2017, China found itself in a stronger position to suggest alternative international initiatives (Lanteigne, 2020: 14).

At a conference in 2014, President Xi stated that Asian countries should solve Asian problems. Xi declared that he would do more to protect the security of Asians and sought alternatives to the American "strategic axis" (Keith, 2018: 249). With the entry into force of the RCEP, the largest trade bloc has come to life. Bringing together 15 Asian countries, this agreement became an indispensable factor in bringing the East Asian economies closer together. This economic partnership was an important step in bringing many Asian economies closer to China and creating an economic bloc with China at the centre (Cuesta, 2021: 8). China's spearheading of the RCEP signalled its desire to assume a leading role in the Asia-Pacific (Singh, 2023: 74).

President Xi has also taken a more active role since taking office in creating new international regimes that more accurately represent China's foreign policy objectives. China, a key BRICS influencer, provided assistance to the New Development Bank's establishment as a BRICS financial organization in 2014. The Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB), which will promote infrastructure development in developing countries, was also established by China in 2014 (Lanteigne, 2020: 14). This bank was established to meet the infrastructure needs of developing Asian countries and help implement China's Belt and Road Initiative projects (Baviera, 2016: 63).

The Belt and Road Initiative, AIIB and the New Development Bank are the most prominent strategies of assertive foreign policy. The emerging global strategies aim to increase China's influence at the regional and international levels by centring on China's economic power (Wang, 2017: 42). Western countries are generally concerned that China will use these global initiatives to gain geostrategic influence over its neighbours (Baviera, 2016: 64). These Chinese-led financial institutions are gaining importance as an alternative to Western-backed organisations such as the IMF and the World Bank.

China's growing diplomatic and "structural" power is manifested in its ability to get what it wants through skilful engagement across international organisations and norms. Besides actively participating in international organisations, China plays a central role in the development of some initiatives such as the AIIB, SCO and BRICS (Lanteigne, 2020: 15).

China's partnership portfolio has increased significantly under the Xi administration. Between 2013 and 2019, China formed strategic alliances with 103 countries, up from 65 in 2013. The expansion of China's partnerships under the Xi administration is important for the realization of the active diplomacy model. In the new era, China has sought to develop a unique diplomatic approach in line with its great power role (Liu, Wu and Wu, 2021: 192).

China was labeled a "norm shaker" during the Mao era because it openly contested the rules and regulations imposed by Western powers. It was considerably easier to be a "norm taker" in the post-Mao era, accepting and even embracing interaction with international regimes and institutions, especially the West. However, under Xi, China has shown a marked increase in its willingness to "make norms" (and/or "shape norms") by creating new organizations, institutions, and policies (Lanteigne, 2020: 15). China now aims to be a norm-making as well as a norm-receiving actor.

4.5. Belt and road initiative

The ambitious global ambitions of the Xi Jinping administration have begun to manifest themselves most concretely with the development of the "Belt and Road Initiative" (BRI) strategy. The BRI was proposed by Xi Jinping in 2013. The economic and strategic effects of this multi-billion dollar mega-initiative, which has increased China's influence in the world under Xi, are still emerging. The initiative, which has made China an important stakeholder in global development, is the most important evidence of China's growing international power (Singh, 2023: 84).

The initiative aims to create an expanding network of railways, energy pipelines and motorways connecting China to the rest of Central, South and Southeast Asia; the construction of around 50 special economic zones; and the creation of port networks linking the Pacific and Indian Oceans to Europe and Africa (Benvenuti et al. 2022: 5). In addition, China envisaged developing a "Arctic Silk Road" in 2018. This project aims to reach Northern Europe from China via Siberia and the Arctic Ocean. Due to climate change and global warming, this route is becoming increasingly inaccessible for shipping in summer (Lanteigne, 2020: 15).

The initiative has the vision of establishing a link between the countries of Asia, Europe and Africa. It aims to build infrastructure links and strengthen existing ones, promote cross-border coordination of development strategies and the opening of new markets (Baviera, 2016: 62). BRI is a long-term and ambitious regional and interregional development program (Song and Ai, 2023: 24). With the BRI, China is trying to convince other countries that it will increase world prosperity by realizing the infrastructure investments and reforms needed in the global economy (Goldstein, 2020:187).

The initiative is vital to fulfil some basic needs, such as securing China's access to energy resources, creating a secure zone in its neighbourhood and providing new markets for Chinese products (Baviera, 2016: 63). In order to counter to the anti-China coalition and break free from diplomatic isolation, China is forming a coalition with developing nations in response to pressure from developed nations like the US, Europe, Japan, and Australia (Gyu, 2022: 2). In this sense, China is trying to strengthen its economic relations with developing countries through this initiative.

The BRI is an important tool to realise Xi's "China Dream". The initiative is expected to make a major contribution to creating a China-centred order by reviving the country's historical central role (Singh, 2023: 73; Panda and Ding, 2021: 3). This ambitious project envisages the creation of a massive network of transnational infrastructure programmes, energy pipelines, power plants, ports, railways and highways to connect China with Asia, Africa and Europe. With this project, China seeks to diversify its energy supply during a period of economic slowdown, export surplus labour and construction materials, create a network of economic interdependencies that will consolidate its regional leadership and counterbalance the US alliance structure in Asia. However, unfavourable

trade balances and debt burdens with some countries may reduce the expected benefits for these countries (Benvenuti et al. 2022: 12). Such a situation may trigger reactions against the progress of infrastructure investments. Although not fully implemented, the initiative is an indicator of China's growing global economic power and status.

5. Foreign Policy Challenges Faced by the Xi Jinping Administration

Despite its more assertive and proactive stance, the Xi Jinping administration confronts more difficulties than its predecessors in handling China's foreign relations (Zhang, 2015: 15). In the second decade of the 21st century, the international environment facing China has become much more turbulent. Although China's material power continues to increase, the challenges it faces in foreign policy have also begun to increase.

China faces an increasingly unfavourable regional environment, especially in the Asia Pacific region. One reason for this is the apparent contradictions in China's various diplomatic agendas. China faces an increasing challenge in reconciling the contradictions between its interest in maintaining regional peace and its desire to protect its fundamental national interests (Zhang, 2015: 15).

China's new leadership has adopted a more proactive attitude to defend its national interests in maritime territorial conflicts for a number of reasons, including the sensitivity of national sovereignty, growing rivalry over ocean resources, and domestic nationalist pressure. However, this tough diplomatic stance has negative effects on China's broader strategic interests and position, such as maintaining regional stability. Chinese leaders have to maintain regional stability without harming China's national interests and protect national interests without causing conflicts (Zhang, 2015: 15-16). It is becoming increasingly difficult for them to maintain the delicate balance between long-term interests and short-term interests.

China's ability to influence the East Asia region in its favor is still constrained, despite its expanding economic and geopolitical power (Zhang, 2015: 7). Another major challenge is the growing concern of neighbouring and regional countries in East Asia about the geopolitical ambitions of an increasingly aggressive China (Zhang, 2015: 7). Increasing tensions between China and other claimants in the South and East China Sea conflicts are creating more space for the United States. It puts China at a disadvantage in the region where a new order is being sought with the US's strategic balancing initiatives. The Xi administration will have a far harder time than its predecessors establishing and preserving the kind of stable regional environment that is essential to China's economic development. (Zhang, 2015: 17).

Although China is a major economic power, economic incentives do not seem to be effective beyond a certain level in relations with Europe and many other countries. China's actions towards many of its neighbours hardly match President Xi's visions. While China under Xi is fighting for a status equal to that of the United States and demanding a "just" international order, its behaviour, especially in the Asia-Pacific, is perceived as aspiring to hegemony. The Xi administration displays a sharp unilateralism in its aggressive assertion of its core interests, contrary to its vision of a common future community. "Wolf warrior" diplomats aggressively defending China's interests can also be perceived as a sign of diplomatic corruption. These wolf-warrior diplomats create an image that is the opposite of the peaceful country image that China has been trying to build for years (Singh, 2023: 105).

The US rebalancing policy with its "pivot to Asia" strategy has further strained China's relations with the countries with which it has disagreements (Zhang, 2015: 7). This "rebalancing" strategy of the US endeavours to maintain US supremacy in the Asia Pacific even if it does not contain China's growing influence. Therefore, unlike previous periods, the new Chinese administration is facing increasing geopolitical pressures from the US (Zhang, 2015: 16). Since 2010, the US's increasingly

hardening policies, which started with the strategic prioritisation of the Asia-Pacific region within the framework of the "pivot to Asia" policy, have significantly changed the international environment that China faces. Starting with the "pivot to Asia" strategy, continuing with the "trade wars" and considering China as the most important competitor, the US started to adopt an increasingly harsh attitude towards China.

With the Trump administration, the US has positioned itself as China's global rival. The cooperative interaction in US-China relations was quickly replaced by competition and antagonism (Freeman, 2020: 52). During Trump's presidency, the US Indo-Pacific strategy entailed full competition with China. With the Trump administration, the US-China rivalry has reached a hostile role and intensity. The Covid-19 pandemic, on the other hand, led to the further escalation of the trade wars. Economic divergence and mutual hostile statements have strained bilateral relations (Deng, 2022: 28). The pandemic accelerated great power rivalry, with the US and China entering a more challenging cycle of competition (Deng, 2022: 218).

One of the biggest challenge to China's global image was the Corona Virus outbreak that began in 2019 (Panda and Ding, 2021: 4). The outbreak was first seen in Wuhan, China in December 2019. The outbreak spread from China, affecting millions worldwide and causing thousands of deaths. China's method of combating the outbreak led to various criticisms at home and abroad. The then US president Donald Trump openly blamed China, calling the coronavirus a "Chinese virus" (Panda and Ding, 2021: 4). Since the Covid-19 outbreak first emerged in Wuhan, China, being labelled as a disease of Chinese origin damaged China's international image (Kobierecka, 2022: 7).

The Covid-19 pandemic has exposed the dangers of China's development model, which seeks to improve trade, communication and connectivity between countries, but relies on controlling people's voices, news and information (Panda and Ding, 2021: 4). The pandemic has led to further questioning of China's global leadership role, leading to a loss of confidence in Chinese-backed initiatives. Even after the spread of the coronavirus slowed down, many countries were wary of any rapprochement with China. A more questioning attitude towards China's governance model and its approach to the international community began to emerge. At the same time, the pandemic has brought the growing dependence of many Asian and emerging economies on China to the fore (Panda and Ding, 2021: 5). Following the adoption of strict quarantine and lockdown measures against the coronavirus pandemic, China recorded a growth of 2.3 per cent in 2020 (Benvenuti et al. 2022: 4). This was an unprecedentedly low growth in the country's economy for a long time.

There were reports of significant delays in infrastructure projects under the BRI in Bangladesh, Indonesia, Nepal and Sri Lanka due to the coronavirus pandemic. Restrictive travel bans have hampered the progress of existing projects. The pandemic has also caused economic stagnation in China, as in most countries. Chinese authorities have become increasingly concerned about Covid-19 causing lasting damage to the Chinese economy and the country's important role in global supply chains. The pandemic has heightened the concerns of multinational companies with China-based supply chains. Companies considering diversifying their supply chains due to the US-China trade war accelerated their plans in this direction (Haenle, 2020). With the uncertainty caused by the pandemic, some multinational companies shifted some of their production to countries such as Vietnam, Indonesia and India (Kırımlı, 2023: 163).

China's increasing influence in international organisations further deepened the fears of countries worried about China's growing global influence. Especially during the Covid outbreak, China's power in the World Health Organisation was clearly visible, leading to criticism from many countries, especially the US (Haenle, 2020).

China's military rise also creates a security dilemma among states that are already concerned about China's growing power, which could lead to counterbalancing coalitions against China. This, in turn, leads to increased regional tensions (Benvenuti et al. 2022: 11-12). In his speech at the 19th Party Congress in 2017, Xi tried to reassure the world that China's development does not pose a threat to any other country and will never seek hegemony (Shambaugh, 2020: 18). Despite the reassurances about China's good intentions and "peaceful rise", the more powerful China becomes, the more scepticism about its power grows (Shambaugh, 2020: 18). China is therefore forced to conduct its foreign relations in an increasingly hostile environment globally (Lincot, 2019: 9).

Another thing that puts China in a difficult situation in the international arena is the increased visibility of the country. China's growing international influence leads to the easy transformation of domestic issues into international ones. Many security activities shaped according to domestic needs attract international attention and even cause significant international impacts. Particularly when sensitive issues have an international impact, they become a major problem in China's foreign relations (Zhang, 2015: 158).

In the post-2012 Xi Jinping era, the issues of Hong Kong, Xinjiang, Tibet and Taiwan, which the Chinese leadership characterised as domestic issues, have returned as a topic of discussion in foreign policy. The pressure of domestic and foreign public opinion on these issues, which easily become foreign issues, is felt very seriously. Public opinion in China is unlikely to compromise on anything other than full Chinese sovereignty over each of these regions. The administration, which is under a very serious domestic public opinion pressure, draws the arrows of criticism from the international community when it takes a tough stance on these issues. When it adopts an uncompromising stance on these issues for fear of appearing weak both internally and externally, the entire responsibility for failing to solve the problems remains with the Xi administration (Benvenuti et al. 2022: 44).

The policies pursued by the Xi administration in Xinjian Uyghur Autonomous Region and Hong Kong are perceived as frightening practices by the international community. The policy towards Taiwan escalates regional and global tensions (Lincot, 2019: 9). With the mismanagement of Sino-US relations, a hasty decision on Taiwan could put an end to peace and development and ruin the strategic opportunity for China's national revitalisation (Deng, 2022: 11). Similarly, China's refusal to respect international and maritime rights principles in maritime disputes with Vietnam and the Philippines poses major obstacles to the establishment of a climate of trust (Lincot, 2019: 10).

China is trying to produce policies in line with its increasingly globalised economy. However, China is not yet ready to make the sacrifices and compromises that global or regional leadership requires (Baviera, 2016: 58). China is constantly having to respond to new developments and recalibrate its policies, even as it exerts increasing influence in Asia and beyond. Under Xi, scepticism and mistrust of China in the West has only increased. Unexpected events such as trade wars and the coronavirus pandemic have severely tested China's strategic planning (Deng, 2022: 10).

6. Conclusion

Since Deng Xiaoping, China has pursued "low-profile" foreign policy. This policy saw a peaceful international environment as the top priority for China's economic development. With Xi Jinping, China replaced the traditional low-profile foreign policy with a more assertive and self-confident policy based on the motto of "striving for success".

China's behaviours and attitudes that seem to threaten the interests of Western countries or are perceived as somehow against the status quo are perceived as assertive foreign policy. Although Xi's foreign policy approach seems more assertive at times, it cannot be said to be belligerent. The Xi administration, like previous administrations, maintains the strategy of avoiding conflict while trying to protect China's interests in the international arena. Under the Xi administration, China does

not hesitate to assert its claims in the international arena more openly both with material power elements and at the discursive level.

The Xi administration started to emphasise new strategies such as "China's rejuvenation", "Chinese Dream" and "a common future for mankind". Giving greater priority to foreign policy, Xi claims that China should practice "great power diplomacy" and advocates a "new type of great power relations". Great power diplomacy aims to shape the international environment, which directly affects China's core interests and status goals.

The project that most concretely demonstrates the Xi administration's global ambitions is the BRI launched in 2013. The initiative is China's most important tool to shape the international arena in its favour. It is hoped that the initiative will revitalise China's historical central role and contribute greatly to the creation of a China-centred order. The Xi administration views multilateral institutions and multilateral initiatives as a means to implement China's agenda and expand its space and influence in the international community.

The Xi administration faces greater challenges in managing China's foreign relations than in previous eras. Although he took office as a transformer, Xi Jinping is also likely to be the leader who stalls China's rise. The Xi administration's active foreign policy attitudes and behaviours have not necessarily increased China's sphere of influence. Especially in some of its neighbours and Western countries, the new administration's ambitious foreign policy strategies have had the opposite effect. In this respect, the Xi administration has further increased the concerns of countries worried about China's rise.

References

- Bader, J. A. (2016). *How Xi Jinping Sees the World ... and Why*. Asia Working Group Paper 2. Washington: Brookings.
- Baviera, A. S. P. (2016). China's strategic foreign initiatives under Xi Jinping, *China Quarterly of International Strategic Studies*, 2(1), 57-79. <https://doi.org/10.1142/S2377740016500032>
- Benvenuti, A., Chung, C., Khoo, N., & Tan, A. (2022). *China's Foreign Policy The Emergence of a Great Power*. New York: Routledge.
- Cuesta, L. B. (2021). China's foreign policy and the community of shared future. Opinion Paper, *IEEE*.
- Deng, Y. (2022). *China's Strategic Opportunity Change and Revisionism in Chinese Foreign Policy*. Cambridge University Press.
- Dittmer, L. (2017). Foreword. G. Liu (Ed). *Chinese foreign policy in transtion (pp. XI-XVI)*. New York: Routledge.
- Feng, Z. (2019). The Xi Jinping doctrine of China's international relations, *Asia Policy*, 14(3), 7-24.
- Freeman, C. W. (2020). China national experience and the evolution of PRC grand strategy, D. Shambaugh (Ed.). *China and the World (pp. 37-60)*. New York: Oxford University Press.
- Global Times (2014). Xi eyes more enabling int'l environment for China's peaceful development, *Global Times*, 30.11.2014. <https://www.globaltimes.cn/content/894240>, (29.03.2023).
- Godement, F. (2013). Xi Jinping's China, *European Council on Foreign Relations*, 1-8.
- Goldstein, A. (2020). China's grans strategy under Xi Jinping. *International Security*, 45(1), 164-201. https://doi.org/10.1162/isec_a_00383.
- Gyu, L. D. (2022). Xi Jinping's third term, the outlook for China's domestic and foreign policy, and south Korea's response, *The Asian Institute for Policy Studies*, 10, 1-4.
- Haenle, P. (2020), What the coronavirus means for China's foreign policy, *Carnegie Endowment for International Peace*, <https://carnegieendowment.org/2020/03/11/what-coronavirus-means-for-china-s-foreign-policy-pub-81259>, (21.03.2023).
- He, K. & Feng, H. (2013). Xi Jinping's operational code beliefs and China's foreign policy, *The Chinese Journal of International Politics*, 6, 209-231, doi:10.1093/cjip/pot010.
- Hudson, V. M. & Benjamin S. (2020). *Foreign Policy Analysis*. London: Rowman & Littlefield.
- Jakobson, L. & Manuel, R. (2016). How are foreign policy decisions made in China?, *Asia & The Pacific Policy Studies*, 3(1), 101-110, <https://doi.org/10.1002/app5.121>.
- Keith, R. C. (2018). *Deng Xiaoping and China's Foreign Policy*. New York: Routledge.
- Kırımlı, C. K. (2023). *Çin Mucizesinin Sonu mu?*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kobierecka, A. (2022). Post-covid China: 'vaccine diplomacy' and the new developments of Chinese foreign policy. *Place Branding and Public Diplomacy*, <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00266-2>.
- Lanteigne, M. (2020). *Chinese Foreign Policy an Introduction*. Fourth Ed. New York: Routledge.
- Lincot, E. (2019). China and its foreign policy, Asia focus, Asia program, *The French Institute for International and Strategic Affairs*, 1-11.

- Liu, M. C., Wu, Po K., & Wu, C. H. (2021). China's foreign policy under Xi -reappraisal of China's partnership diplomacy, A. Ding & J. P. Panda (Eds.), *Chinese Politics and Foreign Policy under Xi Jinping* (pp.191-211). New York: Routledge.
- Panda, J. P. & Ding, A. S. (2021). Xi Jinping, the 'Peking Order' and China's post-COVID-19 political trajectory: a primer, A. Ding & J. P. Panda (Eds.), *Chinese Politics and Foreign Policy under Xi Jinping* (pp. 1-22). New York: Routledge.
- Pradt, T. (2016). *China's new foreign policy*. London: Palgrave Macmillan.
- Rolland, N. (2020). *China's vision for a new world order*. The National Bureau of Asian Research. NBR Special Report.
- Shambaugh, D. (2020). China's long march to global power. D. Shambaugh (Ed.). *China and the World* (pp. 3-24). New York: Oxford University Press.
- Singh, P. K. (2023). *Xi Jinping's 'Chinese Dream' China's renewed foreign and security policy*. New York: Routledge.
- Song, W. and Ai W. (2023). China's Vision for a Future World Order and Its Implications for Global Governance. F. Attina and Y. Feng (Ed.). *China and World Politics in Transition*. (13-30). Springer.
- Sun, J. (2021). *Red chamber, world dream: Actors, audience, and agendas in Chinese foreign policy and beyond*. University of Michigan Press.
- Tome, L. (2021). The Grand Strategy of Xi Jinping's China: Goals, Comprehensive National Power and Policies. *Relações Internacionais*, 105-132.
- Turcsanyi, R. Q. (2018). *Chinese Assertiveness in the South China Sea*. Springer.
- Wang, S. (2017). Xi Jinping's Centralisation of Chinese Foreign Policy Decision-Making Power, *East Asian Policy*, 34-42.
- Wendt, A. (1995). Constructing International Politics. *International Security*, 20(1), 71-81.
- Wendt, A. (2003). *Social Theory of International Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Xi, J. (2017). *Çin'in Yönetimi*, İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Yan, X. (2014), From Keeping a Low Profile to Striving for Achievement, *The Chinese Journal of International Politics*, 7, 153-184. <https://doi.org/10.1093/cjip/pou027>.
- Zeng, J. (2020). *Slogan Politics*. Singapore: Palgrave Macmillan.
- Zhang, J. (2015). China's new foreign policy under Xi Jinping: Toward 'Peaceful Rise 2.0?', *Global Change, Peace & Security*, 27(1), 5-19, <https://doi.org/10.1080/14781158.2015.993958>.
- Zhang, Q. (2015). Harmonising the Management of Foreign and Domestic Affairs in Chinese Foreign Policy, B. Shao (Ed.) *China in the World* (pp. 143-166). Boston: Brill.

Article Information Form

Author Contributions: The article has a single author. The author has read and approved the final manuscript.

Conflict of Interest Disclosure: No potential conflict of interest was declared by the author.

Copyright Statement: The author owns the copyright of their work published in the journal, and the works are published under the CC BY-NC 4.0 license.

Supporting/Supporting Organizations: No grants were received from any public, private or non-profit organizations for this research.

Ethical Approval and Participant Consent: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Plagiarism Statement: The study adhered to the research principles of the Declaration of Helsinki.

Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Örneği

Urban Culture and Urban Consciousness: The Example of Erzincan Binali Yıldırım University

Esat İltter 

Bağımsız Araştırmacı, Erzincan,
Türkiye, esatilter@gmail.com



Geliş Tarihi/Received: 07.11.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 30.12.2023
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
15.04.2024

Öz: Bu çalışmanın amacı, kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişmesi noktasında kent merkez ve yerel yönetimlerine ait kurum ve kuruluşlarının, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademik personelini ne derecede dikkate aldıklarını belirlemek, akademik personelin kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişimi konusundaki algı düzeylerini ortaya çıkarmak ve araştırma bulgularına dayalı olarak önerilerde bulunmaktır. Araştırmanın çalışma evrenini, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nde görev yapan 1.086 akademik personel oluşturmaktadır. Çalışmaya Erzincan ilçelerinde bulunan yüksekokul ve meslek yüksekokulları zaman darlığı ve ulaşım zorluklarından dolayı dahil edilmemiştir. Gerek yerleşkede gerekse yerleşke dışında bulunan tüm fakülte, yüksek okul ve meslek yüksek okullarına anket formları elden ulaştırılmıştır. Tıp fakültesi ve Sağlık Hizmetleri yüksekokulu yöneticilerinin çalışmaya katkı vermek istememelerinden dolayı bu iki birim kapsam dışı tutulmuştur. Anket formları 268 kişi tarafından doldurulmuştur. Veri toplama aracı olarak nicel araştırma tekniği olan tarama deseni (anket deseni) kullanılmıştır. Anket soruları Belli ve Aydın'ın (2017) "Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincinin Oluşumunda Üniversitelerin Rolü: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği" adlı çalışmasından alınmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin çözümlenmesinde, sosyal bilimlerde istatistiksel analiz için oldukça yaygın olarak tercih edilen SPSS programı kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre; Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademik personeline, kent kültürü ve kentlilik bilincinin geliştirilmesi konusunda kentte yer alan diğer paydaşlar tarafından (merkezi ve yerel yönetimlere ait kurum ve kuruluşlar) hak ettikleri değerin verilmediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite, Kent, Kentleşme, Kent Kültürü, Kentlilik Bilinci

Abstract: The aim of this study is to determine to what extent the institutions and organizations of the central and local governments of the city take the academic staff of Erzincan Binali Yıldırım University into account in terms of the development of urban culture and urban awareness, to reveal the perception levels of academic staff on the development of urban culture and urban awareness and to determine the results based on research findings is to make suggestions. The study population of the research consists of 1,086 academic staff working at Erzincan Binali Yıldırım University. Colleges and vocational schools in Erzincan districts were not included in the study due to lack of time and transportation difficulties. Survey forms were hand-delivered to all faculties, colleges and vocational schools both on and off campus. Since the administrators of the faculty of medicine and the school of health services did not want to contribute to the study, these two units were excluded from the scope. Survey forms were filled out by 268 people. Survey design, which is a quantitative research technique, was used as a data collection tool. The survey questions were taken from Belli and Aydın's (2017) study titled "The Role of Universities in the Formation of Urban Culture and Urban Consciousness: The Example of Mustafa Kemal University". SPSS program, which is widely preferred for statistical analysis in social sciences, was used to analyze the data obtained in the research. According to the research results; It has been concluded that the academic staff of Erzincan Binali Yıldırım University are not given the value they deserve by other stakeholders in the city (institutions and organizations belonging to central and local governments) regarding the development of urban culture and urban awareness.

Keywords: University, City, Urbanization, Urban Culture, Urban Consciousness

Extended Abstract

Universities are institutions that play an important role in higher education. These institutions, which are integrated into the social structure, analyze various problems and produce solutions and present their research to humanity from a universal perspective. Among the basic characteristics of universities is the mission of serving society. This mission is achieved by addressing social problems, informing the public and providing social services. For this reason, cooperation and joint studies between universities and cities are of great importance for the development of urban culture and urban awareness. While these collaborations create positive effects on the social, cultural and economic life of cities, they contribute to making cities more livable and inclusive by increasing social awareness.

There is a complex relationship between universities and surrounding residential areas. Factors such as the city's perspective on the university, the university's working environment, the political climate in the country, the economic and social structure of the city where the university is located, the public's level of knowledge and awareness, their expectations and economic situation are the factors that determine this relationship. At the same time, the impact of newly established universities on urbanization processes at different levels among cities and the cultural, economic and political dimensions of these processes are also very important. These factors are the main factors affecting the contribution of universities to the transformation and development of cities. Therefore, understanding and managing the relationship between the university and the city is of critical importance for the sustainable development of cities.

Academics have a critical role in the process of establishing the relationship between the university and the city. While academics play an important role in preserving the cultural diversity and historical heritage of their cities, they also increase urban awareness. With the scientific research they carry out, they successfully fulfill the important task of preserving the original identity and cultural richness of cities. Therefore, the contribution of academics to urban culture and urban awareness is of great value and plays a vital role in the sustainable development of cities.

Urban culture can be defined as the whole of people's behaviors, values, traditions, art, entertainment, language and other cultural elements that reflect the unique character of a city and its distinguishing features from other cities. This concept refers to a rich heritage formed by the combination of common experiences and cultural expressions shared among the inhabitants of the city. Urban culture is one of the cornerstones of a city's identity and gives it a unique spirit and character. This culture includes many elements that are created by city residents coming together and shaped over time. The most important point to focus on here is that city residents not only acquire urban culture but also internalize it, that is, reach urban awareness. Therefore, urban awareness is a concept that is at the meeting center of urban culture and urban identity.

Urban identity is a set of elements that form the unique character of a city and the features that distinguish that city from others. These elements include elements such as the city's history, culture, geography, population, economy, architecture, art and social dynamics. While urban identity determines the brand value, promotion and tourism potential of a city, it also creates a sense of belonging for the residents of the city and contributes to their pride in their city.

This study was conducted for the academic staff of Erzincan Binali Yıldırım University in order to emphasize the importance of urban culture and urban awareness and to understand the role of universities in this field. The research focuses on the value of university-city cooperation and how this cooperation can contribute to the strengthening of urban culture and urban awareness. Particular emphasis is placed on how the university's relationship with the local community can support the sustainability of urban culture.

The aim of this study is to determine to what extent the institutions and organizations of the city's central and local governments take the academic staff of Erzincan Binali Yıldırım University into account in terms of the development of urban culture and urban awareness, to determine the perception levels of academic staff on the development of urban culture and urban awareness and to make suggestions accordingly. is to be found.

The main purpose of this study is to investigate to what extent Erzincan Binali Yıldırım University academic staff take into consideration the development of urban culture and urban awareness and to determine the perception levels of academic staff about urban culture and urban awareness. This study aims to make a significant contribution to strengthening university-city relations and preserving urban culture.

According to the findings, it has come to the fore that the efforts of Erzincan Binali Yıldırım University academic staff in developing urban culture and urban awareness are not valued enough by other stakeholders in the city (central and local governments). These results emphasize the need to further strengthen university-city cooperation and communication.

1.Giriş

Yükseköğretimde önemli bir role sahip olan üniversiteler, toplum içerisinde yer alan gençlerin donanımlı hale gelmesinde önemli bir role sahiptir. Her üniversite kendine özgü misyon ve hedeflere sahiptir ve öğrencilere geniş bir eğitim yelpazesi sunar. Aynı zamanda, araştırma faaliyetleri ile bilimsel ve teknolojik gelişmelere de katkı sağlar. Üniversite birçok temel özellikleri yanında topluma hizmet etme misyonunu da taşır. Bu, toplumsal sorunları ele alarak, halkın bilgilendirilmesi ve toplumsal hizmetlerin sunulması yoluyla gerçekleştirilir. Aynı zamanda üniversitenin, buldukları kentlerin demografik, siyasal, kültürel, ekonomik, yerel ve sosyal yapısına olan etkileri sosyolojik bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda üniversite-kent birlikteliği ve iş birliği, kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişmesinde her zamankinden daha önemli hale gelmiştir (Bilben ve Dursun, 2018, s. 1148-1149)

Günümüzde kentler, insanların yaşamlarının merkezini oluşturan karmaşık ve dinamik yerleşimlerdir. Bu kentler, tarihi ve kültürel zenginliklerle bir arada modernizmin izlerini taşımaktalar. Kentler, sadece ekonomik ve sosyal açıdan büyümeyi teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda farklı kültürlerin, inançların ve yaşam tarzlarının buluşma noktalarıdır. Bu noktada, kent kültürü ve kentlilik bilinci kavramları, kentlerin karakterini, kimliğini ve yaşam tarzını şekillendiren en önemli unsurlardır. Her kentte olduğu gibi Erzincan ilinde de merkezi ve yerel yönetimlere ait kurum ve kuruluşların, STK ve özel sektörün kent kültürünün yerleştirilmesinde ve kentlilik bilincinin ortaya çıkmasında üzerlerine düşen görev ve sorumlulukları vardır. Bu çerçevede sayılan görev ve sorumlulukları üstlenen kurumlardan biri de kentlerin bilimsel manada baş aktörü olan üniversitelerdir.

Çalışmada öncelikle üniversite, kent, kentleşme, kentlilik, kent kültürü, kent kimliği ve kentlilik bilinci kavramlarına genel bir bakış sunulacaktır. Çalışmanın alan kısmını oluşturan anket çalışmasında Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademisyenlerinin kent kültürü ve kentlilik bilincinin ortaya çıkışı ve yerleşmesi konusundaki birikimleri, talepleri ve kent kültürünün oluşumuna yapmış oldukları katkılar tespit edilecektir. Ayrıca kent kültürü ve kentlilik bilincinin yerleşmesi konusunda akademik personelin diğer paydaşlarla olan etkileşim düzeylerinin yeterliliği anlaşılmasına çalışılacaktır. Bu çalışma, kent kültürü ve kentlilik bilincinin önemini vurgulamak ve üniversitelerin bu konudaki rolünü anlamak adına yapılmıştır. Çalışmada, üniversite-kent iş birliğinin önemi vurgulanmakta ve bu iş birliğinin kent kültürü ve kentlilik bilincinin güçlenmesine nasıl katkı sağlayabileceği tartışılmaktadır. Özellikle üniversitenin yerelle olan ilişkisinin, kent kültürünün sürdürülebilirliğine nasıl destek sağlayacağı üzerinde durulacaktır.

Bu çalışmanın amacı, kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişmesi noktasında kentin merkezi ve yerel yönetimlerine ait kurum ve kuruluşlarının, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademik personelini ne derecede dikkate aldıklarını belirlemek, akademik personelin kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişimi konusundaki algı düzeylerini tespit etmek ve bu doğrultuda önerilerde bulunmaktır. Bu çalışma hem Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'ne hem de yerel paydaşlara, kentle bütünleşme ve kenti gelecek stratejilerine dahil etmek için ihtiyaç duyulan temel verileri sağlamaktır. Kent ve üniversiteler arasındaki ilişkiyi ele alan bir çalışma olarak sosyal bilimler literatürüne katkı sağlaması açısından da önemlidir.

Araştırmanın çalışma evrenini, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nde görev yapan 1.086 akademik personel oluşturmaktadır. Çalışmaya Erzincan ilçelerinde bulunan yüksekokul ve meslek yüksekokulları zaman darlığı ve ulaşım zorluklarından dolayı dahil edilmemiştir. Gerek yerleşkede gerekse yerleşke dışında bulunan tüm fakülte, yükse okul ve meslek yüksek okullarına anket formları elden ulaştırılmıştır. Tıp fakültesi ve Sağlık Hizmetleri yüksekokulu yöneticilerinin çalışmaya katkı vermek istememelerinden dolayı bu iki birim kapsam dışı tutulmuştur. Anket formları 268 kişi tarafından doldurulmuştur. Veri toplama aracı olarak nicel araştırma tekniği olan tarama deseni (anket deseni) kullanılmıştır. Anket soruları Belli ve Aydın'ın (2017) "Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincinin Oluşumunda Üniversitelerin Rolü: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği" adlı çalışmasından alınmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin çözümlenmesinde, sosyal bilimlerde istatistiksel analiz için oldukça yaygın olarak tercih edilen SPSS programı kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre; Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademik personeline, kent kültürü ve kentlilik bilincinin geliştirilmesi konusunda kentte yer alan diğer paydaşlar tarafından (merkezi ve yerel yönetimler) hak ettikleri değerin verilmediği sonucu ortaya çıkmıştır.

2.Kavramsal Çerçeve

2.1.Üniversite

Üniversite, toplum yapısı içinde örgütlenen, toplumdaki çeşitli sorunları çözen, analiz eden, araştırmalarının sonuçlarını evrensel bir bakış açısıyla insanlığa sunan, bunu yaparken de her türlü ekonomik ve politik güçten bağımsız olarak hareket eden bir kurumdur (Yılmaz, 2011, s. 10).

Bu kurumların kökenlerini Antik Yunan döneminde Platon'un Acemedia'sına ve Aristo'nun Lyceum'una, hatta Antik Yunan'daki araştırma merkezleri olan Mouseidon'lara (müze) kadar geriye götürmek mümkündür. Ancak bu konudaki araştırmalar, modern içeriğe sahip üniversitelerin babası olarak İtalya'da 1088 yılında kurulan Bologna Üniversitesi'ni kabul etmektedir (Parlak ve Kaynar, 2005, s. 24). Her üniversitenin, kuruluşundan bu yana kaçınılmaz olarak çağın koşullarından etkilendiği, "ulus-devlet" ve "sanayileşme"nin ortaya çıkışıyla birlikte yön değiştirdiği görülmektedir. Dolayısıyla 19. yüzyılın sonlarında üniversiteler, bilimsel araştırma işlevlerinin yanı sıra, ortaya çıkan ulus devletlerin teknolojik ihtiyaçlarını karşılama ve sanayileşmenin etkisiyle değişimlere ayak uydurma görevini de üstlendiler. 20. yüzyılın başında üniversite eğitiminde köklü değişiklikler yaşandı. Bu yüzyılda, II. İkinci Dünya Savaşı sırasında üniversite uygulamalı araştırma ve danışmanlık hizmetlerine odaklanmış, öğrenci sayısı önemli ölçüde artmış ve üniversite dışında ara eleman yetiştirecek meslek yüksek okulları açılmıştır. İngiltere'de "Politechnic", Almanya'da "Fachhochschule" ve Amerika Birleşik Devletleri'nde "Community College" bunlardan bazılarıdır. 1960'larda öğrenci sayısındaki artış nedeniyle çoğu üniversite ve kent daha karmaşık hale geldi. Bu çalkantıların ardından "kitlese üniversite" sorunuyla karşı karşıya kalan ABD, yeni bir üniversite modeli oluşturdu. Biri "multiversity" adı verilen çoklu bir üniversitedir diğeri ise "community colleges" veya "junior colleges" olarak adlandırılan bir "toplum kolejidir". Bu türler ara eleman yetiştirilmesi amacıyla oluşturulmuştur (Öztürk, 2009, s. 17).

Bu gelişmeler tüm dünyada yaşansa da Cumhuriyetin ilanından bu yana Türkiye'de yeni üniversite kurmanın temel hedeflerinden biri üniversitelerin ülke geneline eşit dağılımını sağlamak olmuştur. Temel amaç, her bölgeye eğitim imkanının sunulması ve bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel olarak canlandırılmasıyla birlikte ülkedeki bölgesel eşitsizlikleri azaltmaya katkıda bulunmaktır. Bu sayede üniversitelerin sadece kültürü üreten ve aktaran kurumlar olmanın ötesinde, bölge için gelir oluşturan ve dağıtan kurumlar olduğu fikri benimsenmeye başlamıştır (Arap, 2016, s. 107-108). Çoğu siyasi görüş, Türkiye'de 1980 ve özellikle 1992'den sonra kurulan üniversitelerin kentsel kalkınmanın ve ilerlemenin anahtarı olarak görüldüğünü belirtmektedir. Diğer yandan eğitim seviyesinin artırılması ve klasik modernleşme teorisinde olduğu gibi eğitimin, gelişmenin analitik motoru olarak tanımlanma eğilimi ortaya çıkmıştır (Yılmaz, 2011, s. 4). Bu sebeple, Anadolu kentlerindeki üniversitelerin, buldukları kentleri dönüştürme sorumluluğunu üstlenmeleri beklenmektedir. Bu kapsamda, son dönemde gerçekleştirilen araştırmalar, üniversitelerin kentlerin yatırım ekonomisine katkı sağladığını ve bu katma değer üzerinden üniversitelerin bir kalkınma aktörü olarak değerlendirildiği görülmektedir (Sankır ve Sankır, 2017, s. 474).

2008 yılına gelindiğinde, Türkiye'de üniversitelerin bölgesel gelişimi teşvik etme politikalarının bir parçası olarak üniversite sayısı hızla artmış ve yüksek öğrenime erişimi artırmak amacıyla ülke genelinde her kente en az bir üniversite açılmıştır. 2006-2011 yılları arasında 88 yeni üniversitenin kurulduğu gözlemlenmiştir (Günay ve Günay, 2011, s. 14). 2023 yılı itibarıyla ise bu sayı 208'e yükselmiştir (YÖK, 2023).

Üniversiteler giderek kentleri ve bölgeleriyle bütünleşirken kentler de üniversitelerin potansiyelini harekete geçirmenin ve kentin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine katkılarına desteklemenin yollarını arıyor. Üniversitelerin amaçları eğitim ve öğretim hizmeti vermek, bilimsel araştırma yapmak, yetişmiş insan kaynağı ihtiyacını karşılamak ve bilgilerini toplum yararına kullanmak olmakla birlikte, diğer yandan kentsel kalkınmadan sorumlu kurumlar olarak kabul edilmektedir. Üniversiteler donanım üretmeli, mükemmel bireyler yetiştirmeli, daha fazla mezun vermeli, teknoloji üretmeli ve yaşam boyu öğrenme ihtiyaçlarını karşılamalıdır. Üniversiteler topluma hizmet sunan kurumlar olmalıdır (Sankır ve Sankır, 2017, s. 474).

Üniversiteler ve komşu yerleşim alanları birbirleri üzerinde çok yönlü etkiye sahiptir. Kentin üniversiteye yaklaşımı, üniversitenin çalışma ortamı, ülkedeki siyasi durum, üniversitenin kurulduğu kentteki ekonomik ve sosyal yapı, vatandaşların bilgi ve farkındalık düzeyi, beklentileri ve ekonomik durumu tarafından belirlenmektedir. Öte yandan yeni kurulan üniversitelerin kentten kente değişen derecelerde kentleşmenin yanı sıra kültürel, ekonomik ve politik etkileri de bulunmaktadır (Arap, 2016, s. 106).

Çalışma kapsamında konuya daha spesifik yaklaşmak gerekirse, üniversite ile kent arasındaki ilişkiyi yönetmek ve bu ilişkiden en iyi şekilde faydalanmak için iletişim ve iş birliği, kent planlaması, toplumsal katılım ve sosyal sorumluluk projeleri vb. faktörlerin göz önünde bulundurulması gereklidir. Bu faktörlerin dikkate alınması, üniversite ile kent arasındaki ilişkinin olumlu ve sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine yardımcı olabilir. Her iki tarafın da bu ilişkiyi karşılıklı olarak faydalı ve uyumlu bir şekilde sürdürmeye çalışması, kent ve üniversite için daha iyi bir gelecek inşa etmelerine katkıda bulunabilir.

Üniversite ve kent arasında ilişkinin inşa sürecinde akademisyenler kritik bir rol oynarlar. Kentlerin kimliklerini ve tarihî miraslarını korumak, geliştirmek ve tanıtmak için önemli bir kaynaktırlar. Kentler ve üniversiteler arasındaki iş birliği, kentlerin ve toplumların daha yaşanabilir, kültürel olarak zengin ve bilinçli yerler olmalarına katkı sağlar. Kent kültürü ve kentlilik bilinci, akademik bilgi ve uzmanlık ile kentlerin kimliklerini koruma ve gelecekteki nesillere aktarma görevi aracılığıyla daha da güçlenir. Akademisyenler, kentlerinin kültürel zenginliklerini ve tarihî miraslarını sürdürmeye yardımcı olur ve kentlilik bilincini artırır. Yaptıkları bilimsel çalışmalar ile kentlerin kimliğini koruma ve kültürel

zenginliği sürdürme konusundaki önemli görevi başarıyla yerine getirirler. Bu nedenle, akademisyenlerin kent kültürü ve kentlilik bilinci konularındaki rolü büyük bir öneme sahiptir.

Sonuç olarak, üniversiteler, kent kültürüne önemli bir katkı sağladıkları gibi, kentlilik bilincinin gelişmesine de yardımcı olurlar. Kentlerdeki üniversiteler, öğrencilerin, öğretim üyelerinin ve yerel toplumun katılımı ile kentin sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamının zenginleşmesine ve sürdürülebilirliğine katkıda bulunurlar. Bu nedenle, üniversiteler ve kentler arasındaki ilişkinin sağlıklı bir şekilde yürümesi, her iki taraf için de büyük önem taşır ve bu sağlıklı ilişki sayesinde kentlerin daha yaşanabilir ve kültürel olarak zengin hale geldiği görülebilir.

2.2.Kent ve kentleşme

Kent, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel gücü yoğunlaştırarak, insanlar arasındaki etkileşimin temposunu yükselten, insanları bir araya getirip örgütleyen, insani faaliyetlerin alanını ileriye ve geriye doğru genişleten ve ürünleri stoklanıp (müze, tiyatro, üniversite vb.) yeniden üretilebilir biçimlere sokan mekândır (Mumford, 2019, s. 655). Ayrıca kentler, genellikle büyük nüfus yoğunluğuna sahiptir, köylerden farklı olarak daha büyük yerleşim birimleridir ve genellikle modern altyapıya sahiptirler. Kentler, ticaret, endüstri, kültürel etkinlikler, eğitim ve diğer sosyal hizmetler için merkezler olarak hizmet verirler.

Childe'in yaklaşımı, kentlerin ortaya çıkışı konusunda birçok araştırmacı için temel oluşturan bir açıklama olmuştur. Childe, M.Ö 3000 yıllarında Mısır, Mezopotamya ve İndus vadisinde meydana gelen toplumsal değişiklikleri kentsel devrim olarak değerlendirmektedir. Doğu uygarlıklarında meydana gelen bu gelişmelerin coğrafya ve toplumsal ilişkiler açısından Childe tarafından kentsel devrim olarak nitelendirildiği anlaşılmaktadır (Childe, 1990, s. 41).

Eski Mezopotamya kentleri, genel olarak surlarla çevriliydi. Eski Mısır'da ise firavunlar dönemindeki Mısır kentleri, genellikle nüfusun büyük bir bölümünü barındırıyordu. İnsanlık, kentlerin ortaya çıkmasıyla illiklikten uygarlığa, düzensiz toplumdaki düzenli topluma geçiş yapmıştır. Bu dönemde kentin belirleyici niteliği politiktir. Bir bakıma kent iktidarı yaratıyordu ve siyasi iktidar da kentte temelleniyordu. Antik çağda kentler öncelikle devletin örgütlenmesini ve kurumsal ilişkilerini kontrol diyordu (Bumin, 1998, s. 26).

Antik Yunan kentlerinin ana özelliği ise, etrafındaki kırsal kesim için ekonomik, hukuki ve kültürel bir merkez oluşturmasıdır. Yunan sitelerinin günümüz devlet yapılarına benzer bir yapıya sahip olduğu ifade edilir. Ancak, günümüz kentleri ve devletleriyle kıyaslandığında daha küçük yerleşim birimleriydi. Antik çağda "site"; sosyal, politik, ekonomik ve askeri birlikten ayrı, bağımsız bir hukuki ve siyasi düzene sahip bir yerleşim yeri idi. Helenistik dönem olarak bilinen bu dönemin sonunda Polis, özelliğini ve gücünü yitirmeye başlayarak, milattan önce birinci yüzyıldan itibaren Roma Kentleri, kentleşme sürecinde ilgi görmeye başlamıştır (Yılmaz ve Çitçi, 2011, s. 257).

Orta çağ kentlerinin ortaya çıkmasının başlıca nedenleri arasında ticaretin gelişmesi yer almaktadır. Avrupa'da ticaretin özellikle 10. yüzyıldan itibaren canlanmaya başladığı görülmektedir. Ticari büyümenin en önemli sonuçlarından biri, kentlere göç ve nüfus artışının yaşanmasıdır. Ticaretin gelişmesiyle beraber limanlar başta olmak üzere yolların kesişme noktaları, nehir ağızları ve diğer uygun bölgelerde kentlerin oluşmaya başladığı ve mevcut kentlerin nüfus yoğunluğunun artmaya başladığı gözlemlenmektedir (Huberman, 2003, s. 39-40).

Orta çağla birlikte kent sosyolojisinde yeni bir kavramın ortaya çıkmasına sebep olan bu süreci kentleşme olarak ifade etmek mümkündür. Kentleşme, kırsal bölgelerden göç alarak kentlerin büyüyüp nüfusunun artmasıyla birlikte, aynı zamanda ülke genelindeki kent sayısının çoğalması, kentli nüfusun oranının yükselmesi, kent toplumu içinde örgütlenmenin, uzmanlaşmanın ve insan ilişkilerinin dönüşmesi gibi önemli değişimleri kapsar (Adıgüzel, 2019, s. 51).

17. yüzyıldan itibaren yasal olarak korunan düzenli ticaretin genişlemesiyle birlikte aşırı kentleşme gelişme kaydetmeye devam etmiştir. Kentler yatay değil dikey olarak büyümüş ve bu gelenek özellikle 17. yüzyıldan itibaren yaygınlaşmıştır. Yüksek katlı konut binalarının planlı inşaatına başlandı. 19. yüzyıl kentleşmenin gerçek anlamını kazandığı ve son şeklini aldığı dönemdir. Sanayi Devrimi kentlerin bazı değerlerini ve ahlaki kavramlarını değiştirmeye başlamıştır (Mumford, 2019, s. 500). Açıkça söylemek gerekirse 18. ve 19. yüzyıllarda Sanayi Devrimi'nin etkisiyle birlikte Batı toplumlarında endüstri odaklı bir kentleşme süreci yaşanırken, özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, batı dışı toplumlarda, sanayileşme dışındaki farklı dinamiklerin etkisiyle kent merkezlerinde nüfus yoğunluğu artmaya başlamıştır. Türkiye'de ise kırsaldaki nüfusu harekete geçiren faktör, diğer batı dışı toplumlarda olduğu gibi kentlerdeki sanayileşme değil, ekonomik sıkıntı çeken Anadolu insanının "geçim derdi" olmuştur (Adıgüzel, 2019, s. 52).

Sanayi devrimi ile kentleşme, demokratik ve toplumsal hareketliliğin önde gelen merkezi haline gelmiş ve sosyal yapılar kent odaklı hale doğru değişmeye başlamıştır. (Sezal, 1992, s. 12-13). Kentin çevresini saran surun yıkılması, kentin sınırsız büyüme ve yayılmasının toplumsal denetimini ortadan kaldırmıştır. İlk olarak özel, ardından da kamusal taşımacılığın hızlanması, kentin dönüşüm hızını artmıştır ve değişimi tetiklemiştir (Mumford, 2019, s. 509).

Küreselleşmenin hayatın her alanına nüfuz ettiği 20. yüzyılda, kentlerin dünya haritasındaki konumlarını belirleyen ilişkiler hızla değişti, bazı kentler zirveye çıkarken, bazıları hızlı bir gerileme sürecine girdi. Bu süreç kentlerin gelişimini belirleyen dinamiklerde de çeşitli değişimleri beraberinde getirmiştir. Malların, hizmetlerin ve sermayenin uluslararası hareketi için idari ve komuta merkezlerini barındıran ve uluslararası sermayenin küresel dolaşımını yönlendiren kentler, küresel dünya için vazgeçilmez hale geldi. Bu süreçte kentler de üretim merkezi olma rolünü kaybetmiş, sanayi de kentlerin temel unsuru olma işlevini kaybetmiştir. Günümüzde kentleri tanımlayan temel unsurlar sağladıkları hizmetler ve iletişim benzeri fırsatlardır. Öte yandan küreselleşme kentler arasındaki rekabeti hızlandırmış ve kentlere yeni ekonomik, politik ve kültürel roller kazandırmıştır (Işık, 1999, s. 66). Kentler, bugün ekonomileri, kültürleri, sosyal ve siyasal yapılanmalarıyla ön plana çıkan birimler haline gelmiştir (Yılmaz ve Çitçi, 2011, s. 258).

Türkiye'de, özellikle 1950'lerden sonra kırdan kente göçle birlikte kentleşme hız kazanmıştır. Bu göçler, bireyleri tekrar toplumsallaşma sürecine sokarak, tüm aidiyet ve kimlik değerlerinin sorgulanmasını ve yeni ortama göre yeniden kurgulanmasını beraberinde getirmiştir (Adıgüzel, 2019, s. 53). Özellikle 1996-2000 yıllarını kapsayan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, plansız ve hızlı kentleşme sonucu ortaya çıkan anomik kentleşme biçimini tanımlayarak kentleşememe sürecini şu şekilde açıklamıştır: Kentleşme olgusu, temel bir kültür değişimi sorununu beraberinde getirmektedir. Kent yaşamına; göç eden nüfusun kent hayatına uyum sağlayamaması, kentleşememe sorunları, farklı bir kültüre geçişte yaşanan gecikmeler ve direnişler, kentin kalkınma ve gelişme çabalarını yavaşlatan sosyal, kültürel ve ekonomik sorunlara sebep olmaktadır (TC Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023, s. 17).

2.3.Kentlileşme

Ekonomik ve demografik boyutu temsil eden kentleşme kavramının sosyo-kültürel boyutunu ise kentlileşme kavramı temsil eder. Kısacası kentlileşme sosyolojik boyutu yansıtmaktadır (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 2009, s. 16-17). Kent, yeni göçenlere, gelenekleri, yaşam alışkanlıkları ve davranışları konusunda bazı değişiklikler yapmalarını zorunlu kılar. Bu durum aslında kent çalışmalarının "kentlileşme" olarak adlandırdığı şeyin başka bir ifadesidir (Kaygalak, 2009, s. 27).

Kent sosyolojisinde modernleşme teorisine göre kentlere gelen insanlar giderek geleneksel davranış kalıplarından uzaklaşarak kente özgü tutum ve davranışları benimsemeye başlamaktadır. Postmodernleşme kuramı ise kentlileşme sürecinin kent içi çeşitlilik ve farklı kültürel kimliklerle birlikte geliştiğini varsaymaktadır. Bu postmodern yaklaşım ışığında kentlileşme, "çoğulculuğun,

farklılığın ve çeşitliliğin hakim olduğu kentsel mekanlardaki farklılıklarla uyumlu kentsel fırsatlardan yararlanan bir kent kültürünün oluşması” olarak tanımlanmaktadır. Kırsal alanlardan herhangi bir sebeple kente göç eden insanlar için, iş bulmak ve kentte ikamet etmek kentleşmek için yeterli değildir. Kentleşme, yeni gelenlerin kültürel değişimlere uğramasını, kentsel yaşam kalıplarını benimsemesini ve dolayısıyla kentle bütünleşmesini gerektirir (Adıgüzel, 2019, s. 55).

Kentleşme konusuna yerin sınırlı olmasından dolayı sadece Türkiye özelinde bakılacak olursa, Türk sosyolojisinde kent ve toplumsal değişme konusunu ilk inceleyen bilim insanı Mübeccel B. Kıray, kırdan kente göçenlerin ne köylü ne de kentli olmadıklarını ifade ederek, bunun için “sahte kentlilik” diye bir kavramı sosyoloji literatürüne kazandırmıştır (Kaygalak, 2009, s. 55). Karpat ise kentleşmenin, köylülerin memleketlerini terk etmesiyle başladığını, ancak aslında gerçek dönüştürücü aşamaya, kentsel gecekondü bölgelerine yerleştiklerinde girdiklerini ifade etmektedir. Göçmenler kentle tam bir bağ kurduklarında ve kente ait olduklarına inandıklarında kentleşme süreci sona ermektedir (Karpat, 2003, s. 215-216). Kırsal kesimden büyük kentlere gelen insanlar doğal olarak kendi kültürlerini de beraberlerinde getirdiler. Göçmenler genellikle hemşerilerinin yoğunlukta olduğu bölgelere yerleşmişler ancak kentsel değerlere uyum sağlamada bazı zorluklar yaşamışlar ve kentleşme sorunlarıyla karşı karşıya kalmışlardır (Adıgüzel, 2019, s. 52).

2.4.Kent kültürü

Kent kültürü, kentlerin kuruldukları günden günümüze kadar bütün uygarlıkların sosyolojik, psikolojik, siyasal ve ekonomik olarak bırakmış oldukları kalıntıların gerek kentsel hafızada yer bulması gerekse sosyal yaşamda kendine yer bulmasıyla meydana çıkan bir bütün şeklinde tarif edilebilir (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 2009, s. 22).

Ayrıca kent kültürü, bir kentte yaşayan insanların, o kente özgü olan ve o kenti diğer kentlerden farklı kılan davranışlar, değerler, gelenekler, sanat, eğlence, dil ve diğer kültürel özelliklerin toplamı şeklinde tarif edilebilir. Kendilerine özgü bir kimlik ve kültüre sahip olan kentler, kent sakinleri arasında bir dayanışma ve aidiyet duygusu oluşturabilir. Dayanışma ve aidiyet duygusunun oluşumunda; sanat ve eğlence, mekanlar ve mimari, dil ve iletişim, spor ve eğlence, yemek kültürü vb. faktörler önemli bir etkiye sahiptir. Bu faktörler, kentli bireylerde kolektif hafızanın oluşumu ve kenti ilgilendiren kararlara katılımlarında vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Üstelik bu faktörler şehrin sosyo-kültürel yaşamını zenginleştirmekte ve şehrin farklı sosyal gruplarının bu zengin sosyo-kültürel yaşama katılımını sağlamaktadır. Kentlerde doğan zengin sosyo-kültürel yaşam, kente karşı sorumluluğu yüksek kentli bireylerin varlığına ve kent kültürünün oluşmasına ve gelişmesine katkı sağlamaktadır (Biol, 2008, s. 31).

Kentsel yaşam kalitesinin artırılması açısından bakıldığında kent kültürü, sosyo-kültürel yaşamın zenginleştirilmesinde ve kentsel yaşama katılımın sağlanarak kentlilik bilincinin oluşturulmasında, kent kimliği, ergonomik kamusal alanlar, sürdürülebilirlik, çevre bilinci, yönetim, toplum ruhu ve bütünlüğünün geliştirilmesinde etkili olmaktadır (Alevkayalı, 2019, s. 7). Dolayısıyla kent kültürü edinmek, belirli bir bilgi, şuur ve paylaşımı kaçınılmaz kılar. Kentli olmak, sadece kentte bir ev sahibi olmak değildir aynı zamanda kentin örgütlü yapısı içinde aktif olarak yer almayı da zorunlu kılar. Kentin dokusu içinde aktif olarak yer almanın en iyi göstergesi, kentin örgütlü yapısını oluşturan eğitim, kültür, ekonomi, sağlık, hukuk, siyaset ve sanat kurumlarının oluşturduğu gruplara katılmak ve onların ortaya çıkardığı ürünlerde katkı sahibi olmakla mümkün olmaktadır. Burada üzerinde durulması gereken en önemli nokta, bireylerin kent kültürünü edinmelerinin yanı sıra bunu içselleştirmesi, yani kentlilik bilincine ulaşması durumudur (Güçlü, 2002, s. 84).

2.5.Kentlilik bilinci

Kentlilik bilinci, kent kültürünü anlamak, bireylerin kendini kente ait hissetmesi, birbirlerini fark etmesi, anlaması ve bireylerin kentin yapısı içinde yer alması olarak kavramsallaştırılabilir. Dolayısıyla

kentlilik bilinci, kent kültürü ve kentli kimliğinin buluşma merkezinde yer alan bir kavramdır (Ercoşkun vd., 2016, s. 18).

Kısacası, kentlilik bilinci, bir kişinin kendi yaşadığı kente ve kent hayatına dair duyarlılık, anlayış ve bağlılık seviyesini ifade etmektedir. Bu bilinç, bir kişinin kentteki toplumun bir parçası olduğunu kabul etmesini ve kentteki sosyal, kültürel ve ekonomik dinamiklere katkıda bulunma isteğini yansıtır. Bireylerde kentlilik bilinci ortaya çıkmasından daha da önemli olanı ise bu bilincin gelişimidir. Bilinç gelişiminde en önemli rol, bireylerin yaşadıkları mekânsal çevreye ve paylaştıkları değer ve inançlara ilişkin biriktirdikleri ortak anılardan oluşan kolektif hafızadır (Arefi, 1999, s. 184).

Kentlilik bilincine sahip olan bir bireyde, kent kimliği ve bağlılık, kent sorumluluğu, toplumsal bağlar, katılım ve yerel yönetim, kent kalkınması ve sürdürülebilirlik özelliklerini bünyesinde bulundurması gerekir. Ayrıca kentlilik bilinci, kent sakinlerinin, kendi kentlerine duydukları sevgi, bağlılık ve sorumluluk hissi ile şekillenir. Bu bilinç, kentlerin toplumsal ve ekonomik gelişmesine katkıda bulunabilir ve yerel toplumların daha güçlü, birlikte çalışan ve sürdürülebilir bir şekilde büyümesine yardımcı olabilir. Kentlilik bilinci aynı zamanda kentlerin krizlerle başa çıkmasına da katkıda bulunabilir. Kent sakinleri, doğal afetler, toplumsal sorunlar veya diğer acil durumlar karşısında dayanışma gösterebilirler. Kentlilik bilinci, kriz zamanlarında toplumun daha hızlı bir şekilde toparlanmasına yardımcı olabilir.

Kentlilik bilincinin istenilen seviyeye ulaşamamasının ortaya çıkarabileceği en önemli sorunlardan biri, toplumsal birlikteliğin aşınması ve kentteki huzur ortamının ortadan kalkması yani kentlinin beklentilerinin karşılanamaması olacaktır. Bir diğer sorun ise, kente dışarıdan gelen bireylerin uyum sağlayamaması, kültürel boşluğa düşmesi ve kente özgü yaşam alışkanlığı kazanamamaları şeklinde ortaya çıkmaktadır (Alevkayalı, 2019, s. 5-7). Eğer kentlilik bilinci kalıcı bir olgu haline getirilemezse yaşadığı ortama yabancılaşmış yığınlar söz konusudur. Bu durum bireylerin özgürleşmesi önünde bir engel teşkil edecek ve çözüm bireyselleşmede ya da cemaatleşmede aranacaktır (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 2009, s. 52).

2.6.Kent kimliği

Kent kimliği, kente özgü tarih, kültür, coğrafya, nüfus, ekonomi, mimari, sanat ve toplumsal dinamikler gibi, kenti diğerlerinden ayıran ve o kente artı değer kazandıran unsurların oluşturduğu bir bütündür (Robins ve Morley, 2011, s. 57). Esasında kent kimliğini oluşturan unsurlar, temelde kent kültürünün kodlarıdır (Alver, 2009, s. 430).

Kent kimliği, yerel sakinlerin ve ziyaretçilerin o kenti algılama ve bağ kurma biçimini etkiler. Kent kimliği, bir kentin marka değeri, tanıtımı ve turizmi için önemlidir. Aynı zamanda, kentin sakinleri için aidiyet duygusu oluşturarak kentleriyle gurur duymalarına katkıda bulunur ve kentlilerin kimliğini korumak ve geliştirmek için çalışmalarına ilham kaynağı olabilir. Kısacası toplumda geliştirilen sosyo-kültürel duyarlılıkların ve toplumda yaşayan bireylerin ortak davranışlarını kente yansıtmaları kent kimliğini meydana getirmektedir (Alevkayalı, 2019, s. 1). Kent kimliği ayrıca kentin yaşam tarzını, toplumsal değerleri ve sakinlerinin kolektif hafızasını da içerir. Kent kimliği, kentteki insanlar arasında bir bağ ve dayanışma hissi yaratabilir ve bu da kente özgü geleneklerin, kutlamaların ve etkinliklerin oluşmasına neden olabilir.

Sonuç olarak, kent kimliği, bir kentin kendine özgü karakterini, kültürel mirasını ve yaşam biçimini yansıtan önemli bir faktördür. Bu kimlik, kentin yaşayanları için anlam ifade eder ve kentin dışında da tanınabilirlik kazanabilir. Kent kimliği, yerel kimlik, kültürel çeşitlilik ve tarihle ilgili birçok önemli unsur içerir ve bir kentin kimliğinin korunması ve geliştirilmesi için çeşitli önlemlerin alınmasını gerektirebilir.

2.7.Erzincan kentinin kısa tarihi

Kentin adının Eriza veya Aziriz kelimelerinden geldiği, ilk önce Erzircin daha sonra da bugün ifade edildiği şekilde Erzincan'a dönüştüğü rivayet edilmektedir (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, 2023). Milattan önce Akad, Hitit, Urartu, İskit, Medler, Pers, Helen, Roma ve Pontus'un hakimiyetinde kalan, milattan sonra ise Sasani ve Emevi hakimiyetine geçen kent, 1071'de Türklerin Anadolu'ya girişi ile bölgede başlayan Türkleşme hareketinin ardından Mengüceklilerin kontrolüne geçmiştir. Mengücek Beyliğinin ortadan kaldırılması akabinde 1230 yılında Selçuklulara bağlanmıştır. 1243 yılında Köseadağ savaşından sonra Erzincan ve yöresi İlhanlıların eline geçmiştir. 100 yıl boyunca Eretna, Karakoyunlu ve Akkoyunlu hakimiyetinde kalan kent, 1502 yılında Safevi hakimiyetine girmiştir. 1514 yılında yapılan Çaldıran Savaşı'nda Yavuz'a yenilen Şah İsmail'in hakimiyeti ardından bölge Osmanlı hakimiyetine geçmiştir. Birinci Dünya savaşında kısa süre Rus ve Ermeni işgali gören kent 13 Şubat 1918 yılında tekrar hürriyetini kazanmıştır (Erzincan Belediyesi, 2023).

Erzincan 1939 yılında şiddetli bir deprem yaşamış ve kent yerle bir olmuştur. Bu depremde on binlerce insan maalesef hayatını kaybetmiştir. Depremi ardından demiryolu hattının üzerinde yeni bir yerleşim alanı inşa edilerek bugünkü Erzincan kenti kurulmuştur (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, 2023). Erzincan, Doğu Anadolu'nun kuzeybatısında, Yukarı Fırat Nehri havzasında yer alan, 1.185 metre rakımlı, 239.223 nüfuslu bir Anadolu kentidir. İl merkezinin nüfusu 166.181 kişidir (TÜİK, 2023). Erzincan 11.903 km² yüzölçümüne sahip olup, ağırlıklı olarak karasal iklime sahip ancak bölgedeki diğer illere göre daha ılıman bir iklime sahip bir ildir. Bu nedenle bölgede narenciye dışında çoğu meyve yetiştirilmekte ve meyvecilik tarımsal gelirin önemli bir kısmını meydana getirmektedir (Erzincan Belediyesi, 2023). Ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayalı olan Erzincan'da en çok yetiştirilen ürünler şeker pancarı, buğday, arpa ve kuru fasulyedir. Şeker pancarı ve kuru fasulye üretimi Türkiye'nin üretim payında önemli bir yer tutmaktadır. Hayvancılıkta koyun ve sığır yetiştiriciliği yanında, süt koyuncululuğu Erzincan'da önemli bir yere sahiptir (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, 2023).

II. Dünya Savaşı ve 1939 depremi, 1940-1950 yılları arasında Erzincan'da sanayi tesislerinin gelişmesini engellemiştir. 1949 yılında kurulan ve 1954 yılında faaliyete geçen Sümerbank iplik fabrikası, kentteki işsizliğin önemli ölçüde azalması ve ticari faaliyetlerin yeniden canlandırılması dahil olmak üzere kentin ekonomik ve sosyal yaşamın da büyük dönüşümler sağlamıştır. Ancak 1994 yılında özelleştirilen fabrika, günümüzde üretimini tamamen durdurmuştur. 1956 yılında kurulan Erzincan Şeker Fabrikası ise, özelleştirilen diğer bir sanayi tesisidir. Kentin ekonomik, sosyal ve tarımsal kalkınmasına ciddi katkı sağlayan şeker fabrikası, günümüzde özel sektör tarafından işletilmeye devam etmektedir (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, 2023).

Günümüzde Erzincan'da sanayileşme yoluyla endüstriyel tarıma dayalı sanayinin geliştirilmesi için yeterli olmasa da çalışmalar yapılmaktadır. Özellikle Tunay Gıda AŞ meyve konsantresi fabrikası, meyve üretimini artırmak amacıyla organize sanayi bölgesinde özel sektör tarafından işletilmektedir. Erzincan'da üretilen tarım ve sanayi ürünleri arasında yer alan tulum peyniri, bakır el sanatları ve timin üzümüne Türk Patent Enstitüsü'nden coğrafi işaret tescil belgesi verilmiş, Kemah tuzu, perlit kiremiti, sakı elma, maden suyu, bal gibi ürünlerin Türk Patent Enstitüsüne tescil ettirilmesi için çalışmalar devam etmektedir (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, 2023). Erzincan'da sanayi yatırımcılarının fiziksel taleplerini karşılamak amacıyla yapımına 1990 yılında başlanan ve 373 hektar alan kaplayan organize sanayi bölgesi, büyüklükleri 3.000 metrekare ile 50.000 metrekare arasında değişen 238'i sanayi parseli olmak üzere 262 parselden oluşuyor. Erzincan organize sanayi bölgesi, Erzincan'ın batısında, Erzincan-Sivas karayolu üzerinde, kent merkezine 8,5 km uzaklıkta yer almakta olup, yeni yapılan çevre yoluna bağlanmaktadır (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, 2023).

2.8.Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nin kısa tarihi

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nin temelleri, 1976 yılında Erzincan Meslek Yüksekokulu ve Erzincan Eğitim Yüksekokulu ile atılmıştır. 01.03.2006 tarih ve 5467 sayılı Kanunla kurulan ve Türkiye'nin genç üniversiteleri arasında yer alan Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nin yeni kampüs alanı Yalnızbağ beldesi olarak adlandırılan bölgede, Erzincan-Sivas karayolunun 12. kilometresinde kurulmuştur (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, 2023a).

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Türkiye'de akademik hayatına Erzincan Meslek Yüksekokulu ve Erzincan Eğitim Yüksekokulu ile birlikte 1976 yılında Anadolu'da bir dünya üniversitesi olma vizyonuyla kurulmuştur. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi; güçlü altyapısı, yenilikçi ve sürekli gelişen vizyonu, araştırma ve geliştirmeye odaklı, sanayi-akademi işbirliği merkezli, herkes için bütünsel kalite yaklaşımıyla bilim ve teknoloji temelli bir üniversitedir (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, 2023b). 1.110 akademik personel ile 2023-2024 eğitim-öğretim döneminde 25.153 öğrenciye eğitim veren üniversite kentin sosyal, kültürel, fiziksel ve ekonomik hayatına büyük bir canlılık kazandırmaktadır. Üniversitede 4 enstitü, 12 fakülte, 3 yüksekokul, 12 meslek yüksekokulu, 16 araştırma merkezi ve 12 koordinatörlüğü bünyesinde barındırmaktadır (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, 2023a).

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu başlık altında araştırmanın amacı, modeli, kapsamı, kısıtları, veri toplama ve veri analiz sürecine yer verilmiştir.

3.1.Araştırmanın amacı

Bu çalışma, kent kültürü ve kentlilik bilincinin önemini vurgulamak ve üniversitelerin bu konudaki rolünü anlamak adına yapılmıştır. Çalışmada, üniversite-kent iş birliğinin önemi vurgulanmakta ve bu iş birliğinin kent kültürü ve kentlilik bilincinin güçlenmesine nasıl katkı sağlayabileceği tartışılmaktadır. Özellikle üniversitenin yerelle olan ilişkisinin, kent kültürünün sürdürülebilirliğine nasıl destek sağlayacağı üzerinde durulacaktır.

Bu çalışmanın amacı, kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişmesi noktasında kentin merkezi ve yerel yönetimlerine ait kurum ve kuruluşlarının, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademik personelini ne derecede dikkate aldıklarını belirlemek, akademik personelin kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişimi konusundaki algı düzeylerini ortaya çıkarmak ve araştırma bulgularına dayalı olarak önerilerde bulunmaktır. Bu çalışma, geleceğe yönelik stratejilerinde gerek Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'ne gerekse yerel paydaşlara, kentle bütünleşme açısından gereken temel verileri sağlamak; kent-üniversite ilişkilerini inceleyen bir çalışma olarak sosyal bilimler literatürüne katkıda bulunmak açısından da önemlidir.

3.2.Araştırmanın modeli

Bu çalışma nicel araştırma yöntemi ile yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak nicel araştırma tekniği olan tarama deseni (anket deseni) kullanılmıştır.

3.3.Araştırmanın evren ve örnekleme

Araştırma evrenini Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde çalışan 1.086 akademik personel oluşturmaktadır. Çalışmaya Erzincan ilçelerinde bulunan yüksekokul ve meslek yüksekokulları zaman darlığı ve ulaşım zorluklarından dolayı dahil edilmemiştir. Gerek yerleşkede gerekse yerleşke dışında bulunan tüm fakülte, yükse okul ve meslek yüksek okullarına anket formları elden ulaştırılmıştır. Tıp fakültesi ve Sağlık Hizmetleri yüksekokulu yöneticilerinin çalışmaya katkı vermek istememelerinden dolayı bu iki birim kapsam dışı tutulmuştur. Anket formları 268 kişi tarafından doldurulmuştur.

3.4.Verilerin toplanması ve analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak 11 sorudan oluşan 5'li Likert Ölçeği (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum.) ve demografik bilgileri ölçen 7 adet sorudan oluşan anket kullanılmıştır. Anket soruları Belli ve Aydın'ın (2017) "Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincinin Oluşumunda Üniversitelerin Rolü: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği" adlı çalışmasından alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS yardımı ile değerlendirilmiştir.

4.Etik Kurul Kararı

Bu araştırma, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 21.01.2022 tarih ve 01/17 sayılı onayı ile gerçekleştirilmiştir.

5.Bulgular

5.1.Katılımcıların demografik bulguları

Tablo 1

Katılımcıların Cinsiyetlerinin Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Erkek	180	67,2
Kadın	88	32,8

Not: Katılımcıların %67,2'si erkek ve %32,8'i kadındır.

Tablo 2

Katılımcıların Yaşlarının Dağılımı

Yaş	n	%
20-29	28	10,4
30-39	132	49,3
40-49	61	22,8
50-59	29	10,8
60-69	16	6,0
70 ve üzeri	2	0,7

Not: Yaş grupları arasında en yüksek oran %49,3 ile 30-39 yaş grubudur. 70 ve üzeri yaş grubu ise %0,7'lik oran ile son sırada yer almaktadır.

Doğum yeriniz?: Ankete katılan katılımcıların 53'ü cevap vermemiştir. 215 katılımcının %30'u (65 katılımcı) Erzincan doğumlu iken, %70'i (150 katılımcı) ise Erzincan dışındaki diğer illerde doğmuştur.

Tablo 3

Katılımcıların Erzincan'da Yaşama Süreleri

Kaç yıldır Erzincan'da Yaşıyorsunuz?	n	%
1-5 yıl	72	27,0
6-10 yıl	63	23,6
11-20 yıl	50	18,7
21-30 yıl	27	10,1
31-40 yıl	17	6,4
40 yıl ve üzeri	10	3,7
Doğduğumdan beri	28	10,5

Not: Katılımcıların %27,0'ı 1-5 yıldır, %23,'sı 6-10 yıldır, %18,7'si 11-20 yıl, %10,1'i 21-30 yıl, %6,4'ü 31-40 yıl ve %3,7'si ise 40 yıl ve üzeri Erzincan'da yaşadığını belirtmiştir. Doğduğundan beri Erzincan'da yaşayanların oranı ise %10,5'dir.

Tablo 4*Katılımcıların Akademik Unvanları*

Akademik unvanınız	n	%
Profesör	20	7,5
Doçent	29	10,9
Dr. Öğretim Üyesi	103	38,9
Araştırma Görevlisi (Dr.)	8	3,0
Araştırma Görevlisi	56	21,1
Öğretim Görevlisi	42	15,8
Okutman	1	0,4
Uzman	2	0,8
Diğer	4	1,5

Not: "Dr. Öğretim Üyesi" unvanına sahip katılımcılar %38,9'luk oran ile ilk sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla "Araştırma Görevlisi" (%21,1), "Öğretim Görevlisi" (%15,8) ve "Doçent" (%10,9) takip etmektedir.

5.2.Katılımcıların kente ile ilgili kararlara katılım ve iletişim düzeylerine ilişkin bulgular**Tablo 5***Kent ile İlgili Kararlarda Akademik Personelin Katılım Düzeyi*

Birden çok kez bilgi istenmiştir		Bir kez bilgi istenmiştir		Hiç istenmemiştir	
n	%	n	%	n	%
27	10,1	15	5,6	226	84,3

Not: Katılımcıların %10,1'i birden çok kez kendilerinden bilgi istendiğini ifade ederken, %84,3'lük çoğunluk hiç istenmediğini ifade etmiştir. Kentin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimini ilgilendiren kararlar alınırken merkezi-yerel yönetim ve STK'ların, kentte bulunan üniversite akademik personelinin katılımı bir anlayışla kararlara dahil etmedikleri görülmektedir.

Tablo 6*Akademik Unvana Göre Kent ile İlgili Kararlarda Bilgi İstenme Durumu*

Akademik Unvan	Kent ile İlgili Kararlarda Tarafınızdan Kaç Kez Bilgi İstenmiştir?		
	Birden çok kez bilgi istenmiştir	Bir kez bilgi istenmiştir	Hiç istenmemiştir
Profesör	n 4	1	15
	% 20.0	5.0	75.0
Doçent	n 3	0	26
	% 10.3	0.0	89.7
Dr. Öğretim Üyesi	n 13	7	83
	% 12.6	6.8	80.6
Araştırma Görevlisi	n 4	1	59
	% 6.3	1.6	92.2
Öğretim Görevlisi	n 3	4	35
	% 7.1	9.5	83.3
Toplam	n 27	13	218
	% 10.5	5.0	84.5

Not: Tabloda katılımcıların akademik unvanlarına göre, kent ile ilgili kararlarda kendilerinden bilgi istenmesi durumunun çapraz tablo ile gösterimi verilmiştir. Buna göre, profesörlerin %75'i ve doçentlerin ise %89,7'si kendilerinden hiç bilgi istenmediğini ifade etmiştir. Tecrübe ve birikim noktasında zirveye ulaşmış bu iki akademik unvanın, kent ile ilgili kararlarda görmezden gelinmesini, Erzincan adına büyük bir kayıp olarak değerlendirmek gerekir.

Tablo 7*Üniversitenin Yerel Halk-Sanayi-Kent Konseyi İlişkisi*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Yerel Halk ile Üniversite arasındaki iletişimi yeterli buluyorum	57	21,4	93	34,8	69	25,8	42	15,7	6	2,3
Üniversite-Sanayi İşbirliği kentlilik bilincine katkı sağlamaktadır	33	12,4	50	18,7	96	36,0	76	28,5	12	4,5
Üniversite-Kent Konseyi ilişkisi yeterli düzeydedir	48	18,0	74	27,7	102	38,2	33	12,4	10	3,8

Not: Katılımcıların %56,2'si yerel halk ile üniversite arasındaki iletişimi yeterli bulmamaktadır. Üniversite-sanayi iş birliğinin kentlilik bilincine katkı sağladığını düşünmeyenlerin oranı %31,1'dir. Öte yandan katılımcıların %45,7'si ise üniversite-kent konseyi ilişkisinin yeterli düzeyde olmadığını ifade etmiştir. Son iki soruda kararsızların oranının yüksek olması da oldukça düşündürücüdür.

Tablo 8*Akademik Personelin Kentsel Karar Sürecindeki Paydaşlarla İletişim Düzeyi*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Merkezi yönetimin taşra teşkilatı temsilcileri ile doğrudan iletişimin bulunmaması (Vali, Kaymakam, İl Müdürleri vb.)	112	42,0	61	22,9	30	11,2	47	17,6	17	6,4
Yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan iletişimin bulunmaması	110	41,4	66	24,8	31	11,7	43	16,2	16	6,0
Kent Konseyi temsilcileri ile doğrudan iletişimin bulunmaması	126	47,4	75	28,2	36	13,5	23	8,7	6	2,3
STK temsilcileri ile doğrudan iletişimin bulunmaması	106	40,0	61	23,0	34	12,8	49	18,5	15	5,7

Not: Akademisyenlerin merkezi ve yerel yönetim ve STK temsilcileri ile yetersiz iletişim düzeyinin bir benzeri de kent konseyinde ortaya çıkmaktadır. Bu durum üniversitenin, kentin gelişimi ve büyümesine dair bir öneri geliştirmesini imkansız kılmaktadır.

5.3.Katılımcıların kent kültürü ve kentlilik bilinci düzeylerine ilişkin bulgular**Tablo 9***Erzincan Tarihi Kültürel Yapısı Bilgi Düzeyi*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Erzincan'ın tarihi konusunda yeterince bilgi sahibiyim	17	6,4	34	12,7	80	30,0	96	36,0	40	15,0
Erzincan'daki örf ve adetler konusunda yeterince bilgi sahibiyim	12	4,5	33	12,4	63	23,7	115	43,2	43	16,2
Erzincan'ın tarihi ve kültürel dokusu ile ilgili gezilere katılıyorum	26	9,8	56	21,1	46	17,4	98	37,0	39	14,7

Not: Kararsızlardan yola çıkıldığında katılımcıların Erzincan'ın tarihi konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Katılımcıların %73'nün 6 yıl ve üzeri Erzincan'da yaşadıkları bilinmektedir. Bu süre Erzincan'ı tarihi ve sosyo-kültürel yönden tanımak için yeterlidir.

Tablo 10*Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde Çalışma Sebeplerinden Birisinin Erzincan'da Bulunması Durumu*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde Çalışma Sebeplerimden Birisi Erzincan'da Bulunması	58	22,2	48	18,4	30	11,5	76	29,1	49	18,8

Not: Kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum oranlarının toplamı (%47,9), kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum oranlarının (%40,6) toplamından yüksektir. Bu durum, katılımcıların çoğunluğunun bu üniversitede çalışma sebeplerinden birisinin Erzincan'da bulunması olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 11*Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincine İlişkin Bilimsel Çalışmalar*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Erzincan İli ile ilgili bir bilimsel çalışmam bulunmaktadır	104	39,0	53	19,9	13	4,9	37	13,9	60	22,5
Bilimsel çalışmalarım kent kültürünü geliştirici yöndedir	87	32,7	60	22,6	41	15,4	49	18,4	29	10,9
Bilimsel çalışmalarım kentlilik bilincinin gelişimine katkıda bulunmaktadır	91	34,2	55	20,7	45	16,9	48	18,1	27	10,2

Not: Katılımcıların %36,4'ü Erzincan ile ilgili bir çalışması olduğunu ifade etmiştir. Çalışmalarının kent kültürünü geliştirici yönde olduğunu düşünen katılımcıların oranı %29,3, kentlilik bilincinin gelişimine katkıda bulunduğunu düşünenlerin oranı ise %28,2'dir.

Tablo 12*Ulusal ve Uluslararası Konferanslarda Erzincan ile İlgili Bilgilerin Aktarılmasını Sağlama Durumu*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ulusal ve Uluslararası Konferanslarda Erzincan ile İlgili Bilgilerin Aktarılmasını Sağlamaktayım	49	18,3	66	24,6	43	16,0	74	27,6	36	13,4

Not: Katılımcıların %41'i ifadeye Erzincan ile ilgili bilgi aktarımı sağladığını ifade ederken %42,9'u sağlamadığını ifade etmiştir.

Tablo 13*Kent ile Bütünleşme İçin Üniversite Lojmanlarının Kaldırılması Gerekmetedir*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Kent ile Bütünleşme İçin Üniversite Lojmanlarının Kaldırılması Gerekmetedir	101	38,1	73	27,6	33	12,5	21	7,9	37	14,0

Not: Katılımcıların %65,7'lik gibi yüksek bir oranı, bu ifadeye katılmadığını ifade etmiştir.

Tablo 14*Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincini Geliştirici Etkinlikler*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Erzincan dışından gelen öğrencilere kentlilik bilincini geliştirici etkinlikler yapmaktayım	55	20,5	87	32,5	39	14,6	71	26,5	16	6,0
Dersler sırasında veya ders dışında kent kültürü ile ilgili öğrencilerime bilgi vermektayım	33	12,4	48	18,0	34	12,7	129	48,3	23	8,6
Dersler sırasında veya ders dışında kentlilik bilinci ile ilgili öğrencilerime bilgi vermektayım	36	13,6	58	21,9	34	12,8	118	44,5	19	7,2
Kentlilik bilincinin gelişimi için üniversitemiz akademik personelinin seminer ve paneller düzenlemesi gerekmektedir	12	4,5	19	7,1	31	11,6	140	52,4	65	24,3
Kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişiminde Kent Konseyinin çalışmalarını yeterli buluyorum	46	17,2	71	26,6	114	42,7	26	9,7	10	3,8

Not: Katılımcıların %53'ü Erzincan dışından gelen öğrencilere kentlilik bilincini geliştirici etkinlikler yapmadığını ifade etmiştir. %56,9'luk kesim ise dersler sırasında veya ders dışında kent kültürü ile ilgili öğrencilere bilgi verdiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %51,7'si dersler sırasında veya ders dışında kentlilik bilinci ile ilgili öğrencilerine bilgi verdiğini dile getirmiştir. Son iki oran akademisyenlerin özellikle teorik düzeyde kent kültürü ve kentlilik bilincine katkıda bulduklarını göstermektedir. Katılımcıların %76,8'i kentlilik bilincinin gelişimi için üniversitenin akademik personelinin seminer ve paneller düzenlemesi gerektiğini düşünmektedir. Bu oran, akademisyenlerin üniversite yönetiminden kent kültürü ve kentlilik bilincine yönelik, seminer ve paneller düzenlemesi beklentisini ortaya koymaktadır. Öte yandan, katılımcıların %42,7'si kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişiminde kent konseyinin çalışmalarının yeterliliği konusunda kararsızdır. Kent konseyi ile ilgili bu oran, akademisyenlerin kent konseyinin işlevini tam olarak bilmediklerini göstermektedir. Ayrıca kent konseyinin de kentin önemli paydaşlarından biri olan üniversite ile daha sıkı iş birliği içinde olmasını zorunlu kılmaktadır.

Tablo 15*Kentsel Aidiyet ve Katılım*

	1		2		3		4		5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Erzincan iline karşı aidiyet duygum bulunmaktadır	23	8,7	21	7,9	29	10,9	105	39,5	88	33,1
Kendimi yaşadığım kentin bir parçası olarak görüyorum	22	8,2	21	7,9	33	12,4	104	39,0	87	32,6
Kentte alınan kararlara katılımımın sağlanması kente olan aidiyet duygumu artırır	12	4,5	10	3,8	34	12,8	115	43,2	95	35,7
Kent ile ilgili alınan kararlara katılımım	42	16,0	47	17,9	59	22,5	76	29,0	38	14,5

Not: Katılımcıların %72,6'lık çoğunluğu Erzincan iline karşı aidiyet duygusu hissetmekte, %71,6'sı ise kendini yaşadığı kentin bir parçası olarak görmektedir. Kentsel aidiyet duygusu ile ilgili her iki sorudaki oranların yüksek olması, kent kültürü ve kentlilik bilincinin geleceği açısından umut vericidir. Katılımcıların %78,9'u kentte alınan kararlara katılımlarının kente olan aidiyet duygularını artıracığını ifade etmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Toplumsal değişimin önemli itici gücü olan üniversiteler, içinde buldukları kentleri; fiziksel, demografik, ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan etkilemektedirler. Bu etki, yerel ve bölgesel maddi/beşeri sermayenin oluşumunu sağlamaktadır. Maddi/beşeri sermaye de, yerelin/bölgenin sosyal-kültürel ve ekonomik olarak kalkınması ve gelişmesini beraberinde getirmektedir. Üniversitelerin kentlerle kurmuş oldukları ilişki, birçok farklı boyutta etkileşime dayanır ve hem üniversiteye hem de kente farklı avantajlar sağlama özelliğine sahiptir. Ekonomik katkı, kültürel ve

sosyal canlılık, araştırma ve inovasyon, eğitim, altyapı hizmetlerinden oluşan bu boyutlar hem üniversite hem de kent için potansiyel avantajlar içerir. Aynı zamanda her iki tarafın da bu ilişkiyi karşılıklı olarak faydalı ve uyumlu bir şekilde sürdürmeye çalışması, kent ve üniversite için daha iyi bir gelecek inşa etmelerine katkıda bulunabilir. Üniversite ile kent arasındaki ilişkinin kurulmasında akademisyenler köprü vazife görmektedirler. Dolayısıyla kent kültürü ve kentlilik bilinci konularında kritik bir role sahiptirler.

Türkiye'de üniversitelerin ülke geneline eşit şekilde yayılması, her bölgeye eğitim fırsatının verilmesini amaçlamaktadır. Bununla birlikte bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel olarak canlandırılması sağlanacak ve ülkedeki bölgesel eşitsizlikler azaltılmaya çalışılacaktır. Bu sebeple, Anadolu kentlerine kurulan üniversitelerin, buldukları kentleri ekonomik, sosyal ve kültürel olarak dönüştürme sorumluluğunu üstlenmeleri beklenmektedir. Türkiye'de 2008 yılında, üniversite sayısı hızla artmış, her kente en az bir üniversite açılmıştır. Günümüzde bu sayı 208'e yükselmiştir. Ancak araştırmada elde edilen bulgulara bakıldığında, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nin değil bölgeyi yereli bile ekonomik, sosyal ve kültürel olarak canlandırma noktasında oldukça pasif kaldığı görülmektedir. Bu pasifliğin nedenlerinden biri üniversite ve kenti oluşturan aktörler arasındaki iletişim eksikliğidir. Üniversitenin özellikle kent kültürü ve kent kimliği yanında kentlilik bilincine ilişkin kamuoyunun şekillenmesinde aktif rol oynaması ve toplumsal tabanları oldukça geniş olan kent konseyleri ve yerel yönetimlerle (belediye) ilişkilerini artıracak çalışmalar içinde olması kaçınılmazdır.

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinin oldukça genç bir akademik kadroya sahip olmasına rağmen kent kültürü ve kentlilik bilinci konusunda yeterli bir birikime sahip olduğu görülmektedir. Ancak çalışmada kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişimi noktasında "Kent ile İlgili Kararlarda Akademik Personelin Katılım Düzeyi" sorusuna, katılımcıların %84,3'lük gibi bir kesiminden hiç bilgi istenmediğinin ifade edilmiş olması, merkezi ve yerel yönetime bağlı kurum ve kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri ile sağlıklı bir iletişim ve iş birliğinin yeterli olmadığını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Profesör unvanına sahip akademik personelden %75 oranında, doçent unvanına sahip akademik personelden ise %89,7 oranında hiç bilgi istenmemiştir. Birikim ve deneyim noktasında diğer akademik unvanlardan daha ileri bir seviyede olan bu iki unvanın, kent ile ilgili alınan kararlara müdahil olmaması veya edilmemesi de oldukça düşündürücüdür.

"Akademik personelin kentsel karar sürecindeki paydaşlarla iletişim düzeyi; Merkezi yönetimin taşra teşkilatı temsilcileri ile doğrudan iletişimim bulunmaktadır (Vali, Kaymakam, İl Müdürleri vb.)" sorusuna katılımcıların %64,9'u yeterli bir iletişimin olmadığı cevabını vermiştir. "Akademik personelin kentsel karar sürecindeki paydaşlarla iletişim düzeyi; Yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan iletişimim bulunmaktadır" sorusuna katılımcıların %66,2'si yeterli bir iletişimin olmadığı cevabını vermiştir. "Akademik personelin kentsel karar sürecindeki paydaşlarla iletişim düzeyi; Kent Konseyi temsilcileri ile doğrudan iletişimim bulunmaktadır" sorusuna katılımcıların %75,6'sı yeterli bir iletişimin olmadığı cevabını vermiştir. "Akademik personelin kentsel karar sürecindeki paydaşlarla iletişim düzeyi; STK temsilcileri ile doğrudan iletişimim bulunmaktadır" sorusuna katılımcıların %63'ü yeterli bir iletişimin olmadığı cevabını vermiştir. Bu sonuçlar, Erzincan'da kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişmesi ve paylaşımı noktasında ciddi eksikliklerin olduğunu ortaya koymaktadır. İletişimin olmadığı yerde, paylaşımın olamayacağı bir olgudur. Bu durum, merkezi ve yerel yönetimler, kent konseyi ve STK'ların kentlerinde bir üniversitenin varlığından haberdar olmadıkları gibi bir sonucu ortaya çıkarmaktadır. Ancak katılımcıların büyük bir çoğunluğunun da yerel yönetimlerde yönetim anlayışının yaygınlaştırılmasında önemli bir role sahip olan kent konseyinin ne olduğunu ne iş yaptığını, hangi kuruma bağlı olduğunu bilmemeleri de üzerinde düşünülmesi gereken başka bir sonuçtur.

"Üniversitenin Yerel Halk-Sanayi-Kent Konseyi İlişkisi; Yerel Halk ile Üniversite arasındaki iletişimi yeterli buluyorum" sorusuna katılımcıların %56,2'si yerel halk ile iletişimin yeterli olmadığı cevabını vermişlerdir. Bu durum, Erzincan kent merkezinde yaşayan yerel halk ile üniversite akademik personeli

arasındaki iletişim ve etkileşimin yetersizliğini gözler önüne sermektedir. Burada aynı kentsel mekânı paylaşan ama birbirinden haberdar olmayan iki etkin gruptan söz etmek mümkündür. Erzincan kent merkezinde yaşayan yerel halkın ve üniversite akademik personelinin birlikte bir kentlilik bilinci oluşturamamaları, kentleşme ve kentleşme sürecinin sağlıklı ilerleyememesine yol açmaktadır. Bu durum kentsel yaşam kalitesi bileşenlerini önemli ölçüde olumsuz etkilemektedir. Kent kimliğinin temel unsurlarından biri olan kentlilik bilincinin oluşması, özellikle üniversiteye kent dışından gelen akademisyenlerin kente uyum sağlaması ve kentte bulunan yerel halkla birlikte kente ayak uydurması, sosyal ve kültürel etkinlikler ile mümkündür. Merkezi ve yerel yönetimler tarafından kent içerisinde barındırdığı toplumsal grupların beklentilerine cevap verecek sosyal ve kültürel mekânların sayısının artırılması, kent kimliğinin gelişmesinde yerel halk ile üniversite akademik personeli arasındaki ilişkilerin güçlenmesine katkı sağlayacaktır.

“Üniversitenin Yerel Halk-Sanayi-Kent Konseyi İlişkisi; Üniversite-Sanayi İşbirliği kentlilik bilincine katkı sağlamaktadır” sorusuna, katılımcıların verdikleri cevaplardan Üniversite-sanayi iş birliğinin kentlilik bilincine katkı sağlamadıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. %36’lık kararsız grupla birlikte %67,1’lere çıkan bu oran, üniversite-sanayi ilişkisinin ve iş birliğinin yeterli düzeyde olmadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Kentin ekonomik gelişimine katkı sağlayacak olan üniversite-sanayi iş birliğinin yetersiz düzeyde olması, kentnin istihdam sorunu başta olmak üzere ekonomik kalkınması önünde ciddi bir sorun olarak durmaktadır. Kent kültürünü ve kimliğini oluşturan faktörlerin, sosyal ve kültürel olduğu kadar ekonomik yönünün de bulunduğunu kabul etmek gerekir. Dolayısıyla üniversitenin, kentte bulunan sanayi işletmeleri ile işbirliğini geliştirici kalkınma öncelikli projelerde yer almaları önem arz etmektedir.

“Erzincan tarihi kültürel yapısı bilgi düzeyi” ana sorusunda yer alan, “Erzincan’ın tarihi, örf ve adetleri ve tarihi ve kültürel dokusu” konularına ait alt sorulara verilen cevaplarda, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi akademik personelinde kent kültürü ve bilincinin yeterli düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Kentlilik bilincinin oluşmasında ilk basamak bireyin kendini kentli birey olarak görmesidir. Çalışmada, “Kent kültürü ve kentlilik bilincine ilişkin bilimsel çalışmalar” sorusuna verilen cevaplarda ise akademisyenlerin yapmış oldukları bilimsel çalışmaların, Erzincan’ın kent kültürüne ve kimliğine yeterli katkıyı yapacak düzeyde olmadığı görülmektedir. Erzincan’ın tarihi kültürel yapısı konusunda yeterli bilgiye sahip olan akademisyenlerin bu birikimlerini, yapmış oldukları bilimsel çalışmalara yeterli düzeyde yansıtmadıkları görülmektedir. Bu noktada gerek akademisyenlerin gerekse diğer paydaşların ulusal ve uluslararası düzeylerde yapılacak bilimsel çalışmalarda Erzincan kentini ön plana çıkartacak çalışmalara daha fazla yer vermeleri gerekmektedir.

“Kent ile Bütünleşme İçin Üniversite Lojmanlarının Kaldırılması Gerekmemektedir” sorusuna katılımcıların %65,7’si, bu ifadeye katılmadığını ifade etmiştir. Akademik kadronun bir kısmının site mantığı ile inşa edilmiş lojmanlarda yaşıyor olması, kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişimi ve paylaşımında üniversite kent arasındaki uyum güçlüğü ihtimalini artırmaktadır. 2006 yılında kurulan ve genç üniversitelerden biri olan Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi’nin yerleşkesi, kent merkezinden 12 km uzağa konumlandırılmıştır. Sadece lojmanların değil aynı zamanda üniversite yerleşkesinin de kent merkezinde ve yerel halk ile iç içe olacak şekilde konumlandırılmaması, kent kültürü ve kentlilik bilincinin gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Bilim ve kültürün buluşması üniversitelerin kent dışında değil kent merkezinde yer alması ile mümkün olabilir. Ortak yaşam kültürü ve kentlilik bilinci; etkileşim, iş birliği ve iletişimle ortaya çıkmaktadır. Kent dışı üniversite yerleşkeleri bu fırsatın elden kaçırılmasına neden olmaktadır.

“Kent kültürü ve kentlilik bilincini geliştirici etkinlikler” sorusuna katılımcıların %53’ü Erzincan dışından gelen öğrencilere kentlilik bilincini geliştirici etkinlikler yapmadığını ifade etmiştir. Özellikle sosyal olarak kapalı, küçük ölçekli ve geleneksel yapıların hakim olduğu kentlerde öğrencilerin yaşam tarzları ve sosyal ilişkileri toplum tarafından olumsuz karşılanmakta ve toplumsal yapı için risk faktörü

olarak görülmektedir (Sağır ve Dikici, 2011, s. 236). Akademisyenler öğrencileri kent kültürü ve kentlilik bilinci konusunda bilinçlendirerek bu sorunu ortadan kaldırabilir.

Kaynakça

- Adıgüzel, Y. (2019). *Göç sosyolojisi* (3. bs). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Alevkayalı, A. (2019). *Kent kimliği ve kentlilik bilincinin oluşmasında üniversite öğrencileri-yerel halk ilişkisi: Balıkesir kenti örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı.
- Alver, K. (2009). Medeniyet, edebiyat ve kültür bağlamında kentlerin dili. *Hece Dergisi, Özel Sayı*(18), 428-433.
- Arap, S. K. (2016). Üniversite-kent etkileşiminden beklentiler. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 8(17), 105-119.
- Arefi, M. (1999). Non-place and placelessness as narratives of loss: Rethinking the notion of place. *Journal of Urban Design*, 4(2), 179-193.
- Bayındırlık ve İskan Bakanlığı. (2009). Kentlilik bilinci, kültür ve eğitim komisyonu raporu. *İçinde Kentleşme Şurası 2009*.
- Bilben, M. S. I., & Dursun, C. (2018). Üniversite-kent etkileşimine Akdeniz Üniversitesi ve Antalya kenti üzerinden sosyolojik bir bakış. *İçinde Antalya Kitabı 1: Selçukludan Cumhuriyet'e Sosyal Bilimlerde Antalya* (1148-1160). Antalya Büyükşehir Belediyesi.
- Biröl, G. (2008). Kentlilik bilinci ve Balıkesir'den yarım asırlık bir örnek: Yeni Çarşı deneyimi. *Ege Mimarlık Dergisi*, 65, 28-31.
- Bumin, K. (1998). *Demokrasi arayışında kent*. İz Yayınevi.
- Childe, G. (1990). *Tarihte neler oldu* (M. Tuncay & A. Şenel, Çev.). Alan Yayıncılık.
- Ercoşkun, Ö. Y., Akünal, E. V. Ö., Yenigül, S. B., & Alkan, L. (2016). Kentlilik bilincini oluşturan göstergeler ve kentlilik bilincini geliştirme yolları. *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 11(Özel Sayı), 4-23.
- Erzincan Belediyesi. (2023, Aralık 7). *Erzincan tarihçe*. <https://www.erkincan.bel.tr/sayfa/tarihce>
- Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi. (2023a, Aralık 7). *Ana sayfa*. <https://ebyu.edu.tr/>
- Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi. (2023b, Aralık 7). *Toplumsal katkı kataloğu-2022*. <https://ebyu.edu.tr/wp-content/uploads/2023/10/2022-TOPLUMSAL-KATKI-KATALOGU.pdf>
- Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası. (2023, Aralık 5). *Erzincan tarihi*. <https://www.erkincantso.org.tr/erkincan-tarihi/>
- Güçlü, S. Ö. (2002). *Kentleşme ve göç sürecinde Antalya'da kent kültürü ve kentlilik bilinci*. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Günay, D., & Günay, A. (2011). 1933'ten günümüze Türk yükseköğretiminde niceliksel gelişmeler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1, 1-22.
- Huberman, L. (2003). *Feodal toplumdun yirminci yüzyıla* (M. Belge, Çev.). İletişim Yayınları.

- Işık, O. (1999). Kenti düşünmek kent üzerine düşünmek. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 14(3), 66-79.
- Karpat, K. H. (2003). *Türkiye’de toplumsal dönüşüm, kırsal göç, gecekondu ve kentleşme* (A. Sönmez, Çev.). İmge Kitabevi.
- Kaygalak, S. (2009). *Kentin mültecileri: Neoliberalizm koşullarında zorunlu göç ve kentleşme*. Dipnot Yayınları.
- Mumford, L. (2019). *Tarih boyunca kent: Kökenleri, geçirdiği değişimler ve geleceği* (G. Koca & T. Tosun, Çev.; 3. bs). Ayrıntı.
- Parlak, İ., & Kaynar, M. K. (2005). *Her ile bir üniversite/Türkiye’de yüksek öğretim sisteminin çöküşü*. Paragraf Yayın.
- Robins, K., & Morley, D. (2011). *Kimlik mekanları* (E. Zeybekoğlu, Çev.). Ayrıntı.
- Sağır, A., & Dikici, E. (2011). Yeni göçmenlik mekânları olarak yeni kurulan üniversiteler: Ordu üniversitesi örneğinde öğrencilerinin bütünleşme sorunları. *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 217-251.
- Sankır, H., & Sankır, Ş. (2017). Toplumsal değişim açısından üniversite-kent etkileşimi ve algısı: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 473-483.
- Sezal, İ. (1992). *Şehirleşme*. Ağaç Yayıncılık.
- TC Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2023, Aralık 3). *Yedinci beş yıllık kalkınma planı 1996-2000*. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- TÜİK. (2023, Aralık 7). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, 2022*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=49685>
- Yılmaz, C. (2011). Anadolu kentlerinin öğrencileşmesi: Başka bir kentleşme deneyimi. *Sosyoloji Dergisi*, 25, 1-17.
- Yılmaz, E., & Çitçi, S. (2011). Kentlerin ortaya çıkışı ve sosyo-politik açıdan Türkiye’de kentleşme dönemleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(35), 252-267.
- YÖK. (2023, Aralık 7). *Yükseköğretimde yeni istatistikler*. <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2023/yuksekogretimde-yeni-istatistikler.aspx>

Article Information Form

AuthorContributions: The article is single authored. The author has read and approved the final version of the article.

Conflict of Interest Disclosure: The author has not reported any potential conflict of interest.

Copyright Statement: The author owns the copyright of their work published in the journal, and the works are published under the CC BY-NC 4.0 license.

Supporting Organizations: No funding has been received for this research from any public institution, private, or non-profit sectors.

Ethical Approval and Participant Consent: In the preparation process of this study, scientific and ethical principles were followed, and all cited studies are mentioned in the references.

Plagiarism Declaration: This article has been scanned by iThenticate.