

AÜSB D

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL
Owner: On behalf of Anadolu University, Rector Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (AÜSBD) yayın hayatına 2001’de yılda iki sayı ile başlamış, 2012 itibariyle Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 4 defa yayınlanan ve TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri

Tabanında taranan uluslararası hakemli statüsünde olan bir dergidir. AÜSBD ayrıca; EBSCOhost Academic Search Complete, Index Copernicus gibi uluslararası indekslerin yanı sıra Sobiad atıf dizininde de yer almaktadır.

Derginin Yayın dili Türkçe ve İngilizce olup, “araştırma makalesi”, “derleme”, “editöre mektup” ve “kitap incelemesi” türünden metinleri, yazım kurallarına uygun hazırlanmış olması koşuluyla değerlendirmeye kabul eder. Değerlendirilmek üzere dergimize gönderilen metinlerin, daha önce yayınlanmamış, yayınlanmak üzere kabul edilmemiş ve yayınlanmak için değerlendirilme sürecinde olmaması gerekir. Değerlendirme sürecinde olan ve yayınlanan eserlerin sorumluluğu tümüyle yazar(lar)a aittir.

AÜSBD 2019 yılı 1. sayısına kadar hem basılı hem çevrimiçi olarak yayınlanmıştır. 2019 yılı 2. sayısından itibaren ise çevrimiçi olarak yayınlanmaktadır. Değerlendirme süreci, elektronik ortamda çift-kör hakem değerlemesi (double-blind) yöntemiyle yürütülür. Dergimiz iktisat, işletme, maliye, sosyal politika ve çalışma ilişkileri, kamu yönetimi, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, davranış bilimleri, hukuk, tarih, sanat tarihi, arkeoloji, Türk dili ve edebiyatı, sosyoloji, felsefe, açık ve uzaktan öğrenme, iletişim bilimleri alanlarındaki bilimsel eserleri yayınlar.

Anadolu University Journal of Social Sciences (AUJSS) is an international peer-reviewed journal that started its publication life in 2001 with two issues per year, and as of 2012 published four times a year in March, June, September and December and is indexed in TÜBİTAK-ULAKBİM Social Sciences Database. AUJSS is also included in international indexes such as EBSCOhost Academic Search Complete, Index Copernicus and as well as in Sobiad citation index.

The journal’s publication language is Turkish and English, and it accepts manuscripts such as

“research article”, “review”, “letter to the editor” and “book review”, provided that they are prepared in accordance with the guidelines of the journal. Manuscripts submitted to our journal for evaluation should not have been previously published, accepted for publication, and not in the process of being evaluation for publication. The responsibility of the manuscripts that are in the process of evaluation and the published articles belongs to the author(s).

AUJSS was published both in print and online until the first issue of 2019. Since the 2nd issue of 2019, our journal has been published online only. The evaluation process is conducted electronically by double-blind peer-review method. Our journal publishes scientific articles in the fields of economics, business, finance, social policy and labor relations, public administration, political science and international relations, behavioral sciences, law, history, art history, archeology, Turkish language and literature, sociology, philosophy, open and distance learning, communication sciences.

AÜSBD’de yayımlanan tüm eserlerin yayın hakkı Anadolu Üniversitesi’ne aittir.
Anadolu University holds the copyright of all published material that appear in AÜSBD.

Yazışma Adresi / Address: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yunusemre Kampüsü 26470 Tepebaşı - ESKİŞEHİR
e-mail: sosbilder@anadolu.edu.tr
web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd>

Editör / Editor**İ. Cemil Ulukan**

Anadolu Üniversitesi

26470 Eskişehir - Türkiye

Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 2461

e-posta/e-mail: culukan@anadolu.edu.tr**Editör Yardımcısı / Vice Editor****Serap Cavkaytar**

Anadolu Üniversitesi

26470 Eskişehir - Türkiye

Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 2464

e-posta/e-mail: scavkaytar@anadolu.edu.tr

Yayın Kurulu / Editorial Board

Ayşegül Asuman AKDOĞAN (Erciyes Üniversitesi)
Abdullah YALAMAN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Bayram Zafer ERDOĞAN (Anadolu Üniversitesi)
Ender GEREDİ (Eskişehir Teknik Üniversitesi)
Evrin GENÇ KUMTEPE (Anadolu Üniversitesi)
Mehmet FIRAT (Anadolu Üniversitesi)
Yavuz AKBULUT (Anadolu Üniversitesi)

Alan Editörleri / Field Editors

Aras BOZKURT (Anadolu Üniversitesi)
Arman Aziz KARAGÜL (Anadolu Üniversitesi)
Aytül Ayşe CENGİZ (Anadolu Üniversitesi)
Baki DUY (Anadolu Üniversitesi)
Banu UÇKAN HEKİMLER (Anadolu Üniversitesi)
Burhan SAYILIR (Anadolu Üniversitesi)
Demet KURTOĞLU TAŞDELEN (Anadolu Üniversitesi)
Elif EROĞLU-HALL (Anadolu Üniversitesi)
Emre GÖKALP (Anadolu Üniversitesi)
Erhan AKDEMİR (Anadolu Üniversitesi)
Erkan İZNİK (Anadolu Üniversitesi)
Erkan YÜKSEL (Anadolu Üniversitesi)
Feritah ALANYALI (Anadolu Üniversitesi)
Fikret ÇELİK (Anadolu Üniversitesi)
Fuat GÜLLÜPINAR (Anadolu Üniversitesi)
Hakan ALTINPULLUK (Anadolu Üniversitesi)
Hakan SEZEREL (Anadolu Üniversitesi)
Harun SÖNMEZ (Anadolu Üniversitesi)
Hatice Zümrüt TONUS (Anadolu Üniversitesi)
Mehmet Mahur TULUM (Anadolu Üniversitesi)
Meltem ERDOĞAN (Anadolu Üniversitesi)

Mesude Canan ÖZTÜRK (Anadolu Üniversitesi)

Murat BURGAÇ (Anadolu Üniversitesi)

Mustafa ALTUNOĞLU (Anadolu Üniversitesi)

Mustafa ÖZER (Anadolu Üniversitesi)

Mustafa Erkan ÜYÜMEZ (Anadolu Üniversitesi)

Özgül Birsen (Anadolu Üniversitesi)

Özlem OKTAL (Anadolu Üniversitesi)

Nesrin Aysun YÜKSEL (Anadolu Üniversitesi)

Nurdan Küçükhasaköylü (Anadolu Üniversitesi)

Serap CAVKAYTAR (Anadolu Üniversitesi)

Temmuz GÖNÇ ŞAVRAN (Anadolu Üniversitesi)

Tolga AKKAYA (Anadolu Üniversitesi)

Vedat EKERGİL (Anadolu Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

A. İlhan ORAL - Anadolu Üniversitesi
Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi
Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi
Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi
Ali ALAGÖZ - Selçuk Üniversitesi
Aysu MUTLUTÜRK - Anadolu Üniversitesi
Bülent AÇMA - Anadolu Üniversitesi
C. Hakan AYDIN - Anadolu Üniversitesi
C. Hakan KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Canatay HACIKÖYLÜ - Anadolu Üniversitesi
Costas ANDRIOPOULOS - University of London
Deniz GÜLER - SUNY-Oneonta
Deniz KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Deniz TAŞCI - Anadolu Üniversitesi
Ergün KAYA - Anadolu Üniversitesi
Erinç YELDAN - Bilkent Üniversitesi
Erol ALTINSAPAN - Anadolu Üniversitesi
Erol KUTLU - Anadolu Üniversitesi
Eser KORTANOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Fatih TEMİZEL - Anadolu Üniversitesi
Fuat GÜLLÜPINAR - Anadolu Üniversitesi
Gökçe YÜKSEK - Anadolu Üniversitesi
Graham GAL - University of Massachusetts
H. Zümrüt TONUS - Anadolu Üniversitesi
Hakan KARAKEHYA - Anadolu Üniversitesi
Halit Turgay ÜNALAN - Anadolu Üniversitesi
H. Rafet YÜNCÜ - Anadolu Üniversitesi
Hyung Jun Park - Sung Kyun Kwan University
Hüseyin ÖZGÜR - Anadolu Üniversitesi
Jeffrey JOHNSON - St. Mary's University
Kevin IBEH - University of London

Metin TOPRAK - İstanbul Üniversitesi
Michael BASIL - University of Lethbridge
Mustafa Kemal BİÇERLİ - Anadolu Üniversitesi
Nadir SUĞUR - Anadolu Üniversitesi
Nuray TOKGÖZ - Anadolu Üniversitesi
Onur DEMİRKAYA - Riverside Insights
Sameer DESHPANDE – Griffith University
Semra KARACAER – Hacettepe Üniversitesi
Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT – Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turgay SAKIN - İstanbul Üniversitesi
Turgut TOK - Pamukkale Üniversitesi

Dil Editörleri / Language Editors

Hülya PİLANCI - Anadolu Üniversitesi
Özlem UZUN - Anadolu Üniversitesi

Editörden

Merhaba,

Dergimizin bu yılki 2. sayısına ulaşmış bulunuyorsunuz. Bu sayıda da bir önceki sayıda da olduğu gibi, birisi kitap eleştirisi olmak üzere, 20 makale yer almaktadır.

Akademik dergiler, farklı bilim alanları kapsamında yer alan kuram ve uygulamalardaki gelişmeleri, ilerlemeleri, yenilikleri, tartışmaları ve farklı perspektifleri, makaleler yoluyla ve objektif bir şekilde yansıtmak için bir platform görevi görmelidirler. Bu nedenle hangi çalışmaların Dergide yer alacağı konusunda ciddi bir hazırlık yapmak gerekmektedir. Bizler de bu yönde editöryel süreçlerimizi titiz bir şekilde yürütme gayreti içerisindeyiz. İster araştırma makalesi ister derleme, isterse kitap incelemesi olsun, Dergiye gönderilen makalelerin her birinin bilimsel metodolojiye sahip olmasına önem vermekteyiz. Yazarlardan bu yöndeki beklentilerimizi Dergimizin Web sitesinde, ayrıntılı bir şekilde sunmuş durumdayız.

Keyifli okumalar,

Prof. Dr. Cemil Ulukan

From the Editor...

Dear Readers,

You are now viewing the second issue of our journal for this year. As with the previous issue, this edition also features 20 articles, including one book review.

Academic journals are expected to serve as platforms that objectively reflect theoretical and practical developments, innovations, discussions, and diverse perspectives across various disciplines. Accordingly, careful planning is required in determining which works are included in the journal. In line with this purpose, we are committed to conducting our editorial processes with great care and precision.

Regardless of whether it is a research article, a review, or a book critique, we emphasize the importance of adhering to scientific methodology in every submission. Our expectations in this regard are presented in detail on our journal's website.

We wish you an insightful and rewarding reading experience.

Sincerely,

Prof. Dr. Cemil Ulukan

İçindekiler / Contents

Uluslararası İlişkiler Disiplininde Yenilenebilir Enerji Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz A Bibliometric Analysis on Renewable Energy Studies in the Discipline of International Relations <i>Hatice TÜRKOĞLU, Yusuf Bahadır KESKİN</i>	1-32
The Role of Moral Disengagement in the Effect of Compulsory Organizational Citizenship Behavior on Employee Creativity Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Çalışan Yaratıcılığına Etkisinde Ahlaki Çözülmenin Rolü <i>İlkay ERASLAN</i>	33-54
Animelerde Kadın Temsiliyetine Dair Bir İnceleme: Naruto Shippuden Örneği A Review of Female Representation in Animes: Naruto Shippuden Example <i>Kadir BENDAŞ</i>	55-72
Sağlık Kurumları Yöneticilerinin İnsan Sermayesi ile İlgili Farkındalıklarının Belirlenmesi Determining the Awareness of Healthcare Institutions Managers Regarding Human Capital <i>Gülhan GÖK, Nazmiye EKİNCİ</i>	73-92
Sağlık Çalışanlarının Yapay Zekâ Uygulamalarına Yönelik Tutum Analizi Attitude Analysis of Health Employees on Artificial Intelligence Applications <i>Eda YILMAZ ALARÇİN, Handan ŞİRİN</i>	93-122
The Role of Gamification in Maximizing Sales Team Performance Satış Ekibi Performansının En Üst Düzeye Çıkarılmasında Oyunlaştırmanın Rolü <i>Meriç Esat BEBİTOĞLU, Furkan Alp SARIÇAM</i>	123-150
Karizmatik Liderliğin İş Tatminine Etkisinde Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracı Rolü The Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior on the Effect of Charismatic Leadership on Job Satisfaction <i>Filiz Sivaslıoğlu</i>	151-172
Etkili Bir Konuşmanın Anahtarı Hikâye Anlatıcılığı Mı? TED Konuşmaları Üzerine Bir Analiz Is Storytelling the Key to An Effective Speech? An Analysis on TED Talks <i>Selvinaz YOLTAY, Ayşen TEMEL EĞİNLİ</i>	173-192
Güncellenmiş Uppsala Uluslararasılaşma Modeli Çerçevesinde Dışa Dönük Doğrudan Yabancı Yatırımların Ana Ülke Sürdürülebilir İnovasyonuna Etkisinin İncelenmesi Examining the Impact of Outward Foreign Direct Investments on Home Country Sustainable Innovation within the Framework of the Updated Uppsala Internationalization Model <i>Muhammed Fatih YÜCEL, Murat ÇEMBERCİ</i>	193-212

Intra-Industry Trade Specialization in Türkiye's Agricultural Sector

Türkiye Tarım Sektöründe Endüstri İçi Ticarete Uzmanlaşma

Şerif Yüksel, Erdem Turgan 213-232

Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Instagram Paylaşımlarının Stratejik İletişim Bağlamında Göstergebilimsel Analizi

Semiotic Analysis of United States and United Kingdom Land Forces Instagram Posts in the Context of Strategic Communication

Gözde KURT YILMAZ, Semih YÜKSEL 233-258

Public Service Announcements About Migrants: Strategic Constructions to Reduce Prejudice

Göçmenlerle İlgili Kamu Spotları: Önyargı Azaltmak İçin Stratejik Kurgular

Müzeyyen Pandır 259-278

Türk Dış Politikası Bağlamında Televizyon Dizileri ve Kamu Diplomasisi: Teşkilat Örneği

Public Diplomacy and Television Series in Turkish Foreign Policy: A Case Study of Teşkilat

Şerif ARSLAN 279-304

Algılanan Örgütsel Destek ile Psikolojik Sahiplenme Arasındaki İlişkide Kontrol Algısının Aracı Rolü: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma

The Mediating Role of Control Perception in the Relationship Between Perceived Organizational Support and Psychological Ownership: A Research in the Aviation Industry

Ersan DİKİLİ 305-330

Bizans İmparatorluğu'nda Ordu / Kilise Denkleminde Yönetimin Törensel Gücü ve Dini Sembolizm

The Ceremonial Power of Governance and Religious Symbolism in the Military - Church Equation of the Byzantine Empire

Erkan KAYA 331-344

Kıbrıs Meselesinin Karikatüre Yansımaları:**Akşam ve Milliyet Gazetelerinin 1955 Yılı Karikatürlerinin Analizi**

Reflections of the Cyprus Issue on Caricature: Analysing the Caricatures of Akşam and Milliyet Newspapers in 1955

Samet KAVOĞLU 345-362

Gabriel Marcel'in Bozulmuş Dünya (The Broken World) Adlı Eserinde Ele Alınan "Parçalanmış İnsan"

The Fragmented Man" In Gabriel Marcel's "The Broken World

Nilüfer KARADAĞ 363-380

Sosyal Hizmette Bakım Etiği: İnsana Duyarlı Yaklaşım

Care Ethics In Social Work: A Human-Sensitive Approach

Seda Nur ARSLANTAŞ, Serap DAŞBAŞ..... 381-398**UFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama Standardında Kâr veya Zarar Tablosunun
Yeni Yapısı: Perakende Sektöründe Geçiş Sürecine Yönelik Bir Araştırma**The New Structure of the Profit or Loss Statement in IFRS 18 Presentation and
Disclosure in Financial Statements and Preliminary Assessment of the Current Situation:
A Research of the Transitional Period on the Retail Sector*İlknur ERGÜN* 399-420**el-Mütenebbi'nin Şiirleri Estetik Bir Çeviriyle Türkçede***Esat AKYILDIZ*..... 421-425

Uluslararası İlişkiler Disiplininde Yenilenebilir Enerji Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz

Hatice TÜRKOĞLU¹ Yusuf Bahadır KESKİN²

Başvuru Tarihi/Submitted: 12.10.2024 Kabul Tarihi/Accepted: 24.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Bu çalışmada yenilenebilir enerjinin Uluslararası İlişkiler literatüründeki yeri ve bugüne uzanan gelişimi incelenmektedir. Çalışmanın amacı, Uluslararası İlişkiler disiplininde “Web of Science” veri tabanında yenilenebilir enerjiye dair “Social Sciences Citation Index” ve “Emerging Sources Citation Index” dizinlerinde yer bulmuş makalelerin evrim eğiliminin bibliyometrik haritasını oluşturmak ve bilgi birikiminin katkısını paylaşmaktır. Bu amaçla 26.11.2023 tarihinde “Web of Science Core Collection” veri tabanında “renewable energy” kavramı Uluslararası İlişkiler disiplinine indirgenerek araştırılmış ve 1981-2023 yılları arasında elde edilen veriler bibliyometrik analiz yazılımı olan VOSviewer haritalama tekniğiyle analiz edilmiştir. Tarama sonucunda 1981-2023 yılları arasında 61 ülkede yer alan 461 üniversitenin 713 yazarı tarafından 72 kaynakta İngilizce olarak yayınlanan toplam 320 makaleye erişilmiştir. 2007 yılına kadar hiçbir çalışma atıf almazken, 2007 itibari ile atıf sayının büyük bir artışa geçtiği görülmektedir. En fazla makalenin ABD merkezli yazarlarca gerçekleştirildiği, en çok makale üreten kurumun ise Avustralya Ulusal Üniversitesi (Australian National University) olduğu tespit edilmiştir. En yaygın kullanılan anahtar kelime “yenilenebilir enerji”dir. En çok atıf alan yazarların Rod M. Fujita ve Robin Pelc, en çok atıf alan makalenin Robin Pelc’in “Renewable Energy from the Ocean” adlı çalışması ve en çok atıf alan kaynağın ise “Marine Policy” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası İlişkiler, Yenilenebilir Enerji, Bibliyometrik Analiz, Web of Science, Vosviewer

JEL Kodu: Z00

1 Amasya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Öğrencisi, turkoglu0683@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3520-8269

2 Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, bahadir.keskin@amasya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9111-3024

A Bibliometric Analysis on Renewable Energy Studies in the Discipline of International Relations

Abstract

In this study, the place of renewable energy in the International Relations literature and its development to date are examined. The aim of the study is to create a bibliometric map of the evolution trend of articles on renewable energy in the “Web of Science” database in the discipline of International Relations, in the “Social Sciences Citation Index” and “Emerging Sources Citation Index” indexes, and to share the contribution of knowledge. For this purpose, the concept of “renewable energy” was researched in the “Web of Science Core Collection” database on 26.11.2023 by reducing it to the discipline of International Relations, and the data obtained between 1981- 2023 was analyzed with the bibliometric analysis software VOSviewer mapping technique. As a result of the scanning, a total of 320 articles published in English in 72 sources by 713 authors from 461 universities in 61 countries between 1981 and 2023 were accessed. While no study was cited until 2007, it is seen that the number of citations increased significantly as of 2007. It was determined that the most articles were written by USA-based authors, and the institution that produced the most articles was the Australian National University. The most commonly used keyword is “renewable energy”. It was concluded that the most cited authors were Rod M. Fujita and Robin Pelc, the most cited article was Robin Pelc’s work titled “Renewable Energy from the Ocean” and the most cited source was “Marine Policy”.

Keywords: *International Relations, Renewable Energy, Bibliometric Analysis, Web of Science, VOSviewer*

JEL code: Z00

Giriş

Uluslararası İlişkiler (UI); devletler, uluslararası kuruluşlar, sivil toplum aktörleri ve kişiler arasındaki ilişkileri inceleyen bir sosyal bilim disiplini. Temel amacı, küresel dinamikleri ve uluslararası sistemin devamlılığını sağlamak ve sürdürmektir. Bu disiplin; diplomasi, savaş ve barış çalışmaları, uluslararası hukuk, küresel yönetim ve ekonomi, ticaret, çevre politikaları ve insan hakları gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Goldstein ve Pevehouse, 2022, s. 37-55). Devletlerarası ilişkiler, birden fazla konu ya da alanda iş birliği ve çatışmanın bir kombinasyonunu içermektedir (Keohane ve Nye, 2012, s. 158-165). Bu durum özellikle enerji alanında kendini belirgin şekilde göstermektedir. Bu bağlamda enerjinin temini, güvenlik ve yönetimi ülkeler arası iş birliği ve çatışmada önemli bir rol oynamaktadır.

Enerji; bir ulusun kalkınması, potansiyel ilişkileri, küresel güç dinamikleri ve büyümenin sürdürülebilirliği bakımından büyük bir öneme sahiptir. Küreselleşen dünyada, azalan pazar payı ve artan rekabet değerlendirildiğinde yüksek yaşam standardının sürdürülebilmesini için enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır. Uluslararası arenada her geçen gün artan enerji talebi, enerji politikalarını ve küresel güç dinamiklerini şekillendiren önemli bir faktör haline gelmiştir. Fosil yakıtların sınırlı rezervleri ve yer küredeki adaletsiz dağılımı nedeniyle birçok ülke, enerji üretim ve tüketim modelini yeniden şekillendirmeyi, enerji tedarikinde dışa bağımlılığını azaltmayı ya da ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Aynı zamanda fosil yakıtların aşırı kullanımının iklim değişikliğine, yüksek karbon salınımına ve küresel sıcaklığın artmasına neden olduğu bilinmektedir. Bu çevresel sorunlar, dünya genelinde enerji dönüşümünü zorunlu kılmaktadır (Telli, Erat ve Demir, 2021, s. 413-427). Enerji dönüşümü, mevcut enerji kaynaklarının ve teknolojilerinin daha verimli, sürdürülebilir ve gelişmiş teknik, sosyal, ekonomik ve fiziksel özelliklere sahip alternatiflerle aşamalı olarak değiştirilmesi süreci olarak tanımlanabilir (Huda, 2024, s. 100815). Bu süreç, ekonomik ve politik sistemleri dönüştürerek ülkeler arasındaki güç dengelerini yeniden şekillendirmektedir. Enerji sektöründeki hızlı gelişim ve dönüşüm, Uluslararası İlişkileri kapsayan her alanda alternatif enerji arayışları konusunu gündeme getirmektedir. Bu bağlamda, modern bir odak noktası olarak “yenilenebilir enerji” kavramı hem fosil yakıtların sınırlı kaynaklarına ve iklim değişikliği gibi küresel zorluklara karşı bir çözüm olarak ortaya çıkmakta hem de alternatif bir paradigmanın kapılarını aralamaktadır (Rakipoğlu, 2023, s. 381-398). Uluslararası Enerji Ajansı (IEA), “yenilenebilir enerji” terimini “güneş, rüzgâr, biyokütle, jeotermal, hidroelektrik, okyanus kaynakları (gelgit ve dalga) ve bu yenilenebilir kaynaklardan elde edilen biyoyakıtlar, elektrik ve hidrojen gibi sürekli olarak yenilenen doğal süreçlerden elde edilen enerji” şeklinde tanımlamaktadır (IEA, 2009, s. 17). Bu kaynaklar, enerjinin nasıl üretildiği ve tüketildiği konusunda önemli bir dönüşümü simgelemekte ve sürdürülebilirlik, dayanıklılık ve doğal dünya ile daha uyumlu bir dengeye olan bağlılığı yansıtmaktadır. Tarih boyunca kömür, petrol ve doğal gaz gibi fosil yakıtlar küresel enerji altyapısının geliştirilmesi ve sürdürülmesinde temel taşı haline gelmiş ve modern dünyanın ekonomik ve teknolojik gelişim gücü olmuştur. Bu yenilenemeyen kaynakların yaygın kullanımları önemli boyutlarda çevresel maliyetlere, küresel iklim değişikliğinin temel itici gücü olan artan karbondioksit emisyon seviyelerine, biyolojik çeşitlilik kaybına, yaygın kirliliğe, sıcaklıkların ve deniz seviyelerinin artışına neden olmaktadır. Bu bağlamda yenilenebilir enerji, çevresel sürdürülebilirliği sağlamakla birlikte ekonomik ve jeopolitik dönüşümleri de beraberinde getirmektedir. Enerji tüketiminin arttığı ve fosil yakıtların sınırlı olduğu bir dünyada, karbon nötr ekonomi hedeflerine ulaşmak için yenilenebilir enerjiye olan yatırımın hızla artması gerekmektedir (Vakulchuk, Overland ve Scholtens, 2020, s. 109547). Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik ilerlemelerle değil, aynı zamanda enerji tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi ve enerji verimliliğinin artırılmasıyla desteklenmelidir. Akıllı şebekeler, enerji depolama sistemleri ve yenilenebilir kaynakların daha etkin kullanımı bu geçişin önemli unsurlarıdır. Bununla birlikte enerji geçişi süreci, yalnızca teknik ve ekonomik boyutlarla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda uluslararası ilişkiler, enerji güvenliği ve küresel işbirlikleri gibi sosyal ve politik faktörleri de etkilemektedir. Küresel olarak, çatışma içinde olan tarafların fosil yakıtları yenilenebilir enerjiyle değiştirme sürecinde iş birliği yapmasını sağlayan diplomatik süreçler belirleyici bir rol oynamaktadır. Özellikle önemli minerallere olan bağımlılık ve enerji arz güvenliği gibi faktörler, yenilenebilir enerjinin küresel ölçekte nasıl şekilleneceğini belirleyen temel unsurlar arasında yer almakta olup, bu konular Uluslararası

İlişkiler literatüründe giderek daha fazla tartışılmaktadır (Huda, 2024, s. 100815). Bu nedenle, yenilenebilir enerjiye geçişin başarılı olması için disiplinler arası bir yaklaşım benimsenmesi ve teknik bilimlerden sosyal bilimlere kadar geniş bir perspektifle ele alınması gerekmektedir. Bu hususlar doğrultusunda bu çalışmada yenilenebilir enerjinin İngilizce Uluslararası İlişkiler disiplindeki yeri ve küresel düzeydeki etkileri ele alınarak, bu dönüşümün uluslararası politikadaki yansımaları incelenmektedir. Aynı zamanda bibliyometrik analiz yöntemiyle literatürdeki temel eğilimler, öne çıkan konular ve araştırma boşlukları belirlenerek, politika yapıcılara ve araştırmacılara yönelik kapsamlı analizler sunulmaktadır.

Uluslararası İlişkiler disiplinde yenilenebilir enerjinin yansımalarına, çalışmanın amaç ve kapsamına değinilen giriş bölümünün ardından bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak yenilenebilir enerji üzerine yapılmış çalışmaların literatür incelemesi ele alınmıştır. Yöntem bölümünde çalışmanın yöntemi, araştırma soruları ve bibliyometrik analizin metodolojik çerçevesi değerlendirilmiştir. Bulgular kısmında makalelerin yıllara göre dağılımı ve yıllara göre yayın ile atıf zamanlarındaki değişim incelenmiştir. Ayrıca, makalelerin ülkelere ve üniversitelere göre dağılımı ile iş birlikleri analiz edilmiştir. En çok kullanılan anahtar kelimelerin eş-birliktelik ağı ve bu ağın zaman içerisindeki değişimi değerlendirilmiştir. Makalelerde ilişki gücü yüksek yazarların ortak yazarlık analizi incelenmiş, en çok atıf alan yazarlar, makaleler ve kaynaklar belirlenerek bu unsurların sonuçları yorumlanmıştır.

Literatür Taraması

Yenilenebilir enerji, günümüzde yalnızca bir gereklilik değil, aynı zamanda uluslararası politikaların şekillendirilmesi ve yeniden yapılandırılmasında da bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmanın temel farkı, yenilenebilir enerji konusunun Uluslararası İlişkiler disiplini ile ele alınarak, mevcut araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemiyle sistematik bir şekilde incelemesidir. Yenilenebilir enerji konularının genellikle ekonomi, çevre politikaları ve teknik boyutlarıyla ele alındığı, ancak Uluslararası İlişkiler disiplinde enerjiyle ilgili bütüncül bir bibliyometrik analiz sunulmadığı görülmektedir. Bu amaçla, bu eksikliği gidermek için yenilenebilir enerjinin Uİ literatüründeki büyümesinin, araştırma eğilimlerinin ve tematik parlaklıklarının ortaya konması hedeflenmiştir.

Aleixandre-Tudó vd. (2019), Web of Science veri tabanında yer alan makalelerin bibliyometrik ve sosyal ağ çalışması yoluyla yenilenebilir enerjiler konusundaki bilimsel ve enerji üretimi, finansman, ülkeler arası iş birliği ve en çok atıf alan makaleleri analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda rüzgâr enerjisinin hakkında en çok makale yayınlanan yenilenebilir enerji türü ve Amerika Birleşik Devletleri'nin yayın üretiminde lider ülke olduğu, finanse edilen çalışmalarda Çin'in ilk sırada yer aldığı ve önemli düzeyde uluslararası iş birliği olduğu tespit edilmiştir.

Sanak-Kosmowska ve Wiktor (2021), yenilenebilir enerji konusunun bilimsel yayınlar ile sosyal medyadaki temsiline ilişkin anahtar kelime ve etiket kullanımındaki benzerlik ve farklılıklarını incelemiştir. Çalışma, Scopus ve WoS veri tabanında indekslenen makaleler ile X gönderilerinin bibliyometrik analiziyle gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar, yenilenebilir enerji konularının hem akademik yayınlarda hem de sosyal medya platformlarında yaygın olarak tartışıldığını ortaya koymuştur. Ayrıca, 30 ülkeden katılım sağlayanların %72'sinin iklim değişikliğiyle ilgili endişe duyduğunu ve bu durumu gelecek nesillere karşı bir sorumluluk çerçevesinde değerlendirdikleri gözlemlenmiştir.

Brzozowska-Rup ve Nowakowska (2022), bilimsel çalışmaları bibliyometrik yöntemle analiz ederek Polonya ve diğer Avrupa Birliği ülkelerinde yenilenebilir enerji ile ilgili araştırma alanlarını karşılaştırmıştır. Scopus veri tabanından elde edilen bilimsel veriler, VOSviewer yazılımı aracılığıyla görselleştirilmiştir. Sonuçlar, yenilenebilir enerjiyle ilgili bilimsel yayınların %52'sinin Polonya ile ilgili olduğunu ve %33'ünün diğer Avrupa Birliği ülkelerine atıfta bulunduğunu göstermiştir. 2019-2021 döneminde Enerjiler dergisi en etkili yayın platformu olarak öne çıkmıştır. 2005-2021 zaman aralığında güneş enerjisi ve enerji dönüşümü gibi konula-

rın hem Polonya'da hem de diğer Avrupa Birliği ülkelerinde yoğun olarak çalışıldığı görülmüştür. Çalışmada, Avrupada yenilenebilir enerji alanında yeni araştırma perspektiflerinin ortaya çıktığı, ancak mevcut bazı konuların da araştırılmaya devam edilmesi vurgulanmıştır.

Jiang ve Liu (2023), 2005-2022 yılları arasında enerji güvenliği üzerine yayımlanan 5236 makaleyi bibliyometrik yöntemle analiz ederek, enerji güvenliği alanındaki kaynak dergilerin, ülkelerin, kurumların, yazarların ve konuların dağılımı gibi parametreleri incelemiştir. Bulgular, enerji güvenliği alanında araştırma süreçlerinin küresel olarak arttığını ve İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nin enerji güvenliği araştırmalarında ilkelerini sürdürmesine rağmen, Çin'in bu alanda hızla yükseldiğini ve araştırma merkezlerinin ise Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nden giderek Doğu ve Güney Asya bölgelerine kaydığını göstermiştir.

Şenyapar (2023), Türkiye'de yenilenebilir enerji kaynakları konusunda yayınlanmış makaleleri incelemiştir. Türkiye'den Web of Science veri tabanında yayınlanan, yenilenebilir enerji kaynakları ile ilgili 7161 çalışmanın ve yenilenebilir enerji kaynaklarının toplumsal açıdan değerlendirilmesinin yapıldığı 603 çalışmanın bibliyometrik ve tematik analizi, uluslararası ve ulusal ortak yazarların atıf ağını ortaya koymuştur. Bulguların, yenilenebilir enerji kaynaklarına disiplinler arası ve araştırma odaklı bir bakış açısı sağlayabileceği sonucuna varılmıştır.

Kristia ve Rabbi (2023), işletme, yönetim ve ekonomi alanlarında dairesel ekonomi bağlamında yenilenebilir enerjinin kullanımına ilişkin eğilimleri, zorlukları ve olası gelişmeleri incelemiş ve 294 makaleyi R Studio-Biblioshiny yazılımıyla analiz etmiştir. Çalışmada gelecekteki araştırmaların, işletmelerin ve yatırımcıların enerjiden faydalanmaya teşvik edilmesi, finansal modeller ve politika teşviklerine odaklanması vurgulanmıştır. Ayrıca, sürdürülebilir yakıt teknolojileri, enerji dönüşümü, biyoenerji verimliliği, verimli güneş panelleri, enerji depolama kapasitesi, güneş panellerinin yaşam odaklı yönetimi ve endüstriyel simbiyoz için güncel iş modellerinin geliştirilmesi önerilmiştir.

Chou, Ngo ve Tran (2023), sürdürülebilir uzun vadeli kalkınmaya yönelik, ekonomik büyüme ve yenilenebilir enerjinin eğilimleri araştırmıştır. 1990'dan 2023'e kadar olan dönemi kapsayan Web of Science veri tabanından 6794 araştırma makalesinin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgular, kalıcı ekonomik büyümenin peşinde yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanmanın kritik önemini ve sürdürülebilir bir ekonomiye geçiş öncelik verilmesi için acil gerekliliğini vurgulamıştır.

Joița vd. (2023), enerji dönüşümü yoluyla iklim nötrlüğüne ulaşma yönündeki küresel çabalara atıfta bulunarak, Avrupa Birliği ve Romanya'daki enerji güvenliği durumunun mevcut evrimine genel bir bakış sağlamayı amaçlamıştır. Bibliyometrik analiz yöntemiyle elde edilen sonuçlar, enerji dönüşümü konusunun bilimsel literatürdeki önemini ve araştırmacıların enerji güvenliği ve enerji yoksulluğu ile ilgili konulara olan ilgisinin arttığını göstermiştir. Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın çevresel hedeflerine ulaşmada büyük zorluklar öngörüldüğü ve enerji yoksulluğu sorununun küresel stratejik kararları etkileyen bir sosyal faktör olarak vurgulandığı sonucuna varılmıştır.

Kut ve Pietrucha-Urbanik (2023), Polonya ve Almanya'daki yenilenebilir enerji kaynakları araştırmaların bibliyometrik bir analizini yürütmüştür. Analiz, 1990'dan 2023'e kadar olan yılları kapsayan Web of Science veri tabanında yer alan yayınlara dayanmaktadır. Çalışmada yenilenebilir enerji kaynaklarıyla ilgili araştırma konularını araştırılmış ve bu iki ülkedeki araştırmacılar tarafından yazılan ve en sık atıfta bulunulan yayınlar incelenmiştir. Bu bibliyometrik analiz, enerji depolama, akıllı şebeke teknolojileri ve ulaşım da yenilenebilir enerji gibi kritik araştırma boşluklarına belirgin bir vurgu yapmıştır.

Chomiak-Orsa vd. (2023), yenilenebilir enerji yaratımını hızlandırmada yapay zekanın (AI) önemini vurgulamayı amaçlamıştır. Scopus veri tabanından elde edilen bibliyografik veriler bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak VOSviewer programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Son yıllarda yazarların yapay zeka ve yenilenebilir enerji konularına giderek daha fazla ilgi duyduğu ve bu alandaki yayın sayılarının arttığı gözlemlenmiştir.

Yang ve Li (2024), bibliyometrik analiz yoluyla “Kuşak ve Yol” ülkelerindeki yenilenebilir enerji yatırımlarının araştırma durumunu ve eğilimlerini sistematik olarak incelemeyi amaçlamıştır. Web of Science veri tabanı ve VOS görüntüleyici 1.6.17 yazılımı kullanılarak görselleştirme yapılan çalışmada yayın eğilimleri, yüksek etkili makaleler, kurumsal iş birlikleri ve yazar ağları incelenmiştir. Anahtar kelime eş-oluşum ağı analizi yoluyla yatırım motivasyonları, sinerji etkileri, yenilenebilir enerji tüketimi ve uluslararası iş birliği şeklinde üç temel araştırma teması belirlenmiştir. Bu bibliyometrik analiz, “Kuşak ve Yol” girişimi kapsamında yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik daha derinlemesine araştırmaları desteklemiştir.

Şenyapar, Çetinkaya ve Bayındır (2024), Türkiye, Almanya, Fransa, İspanya ve İtalya’daki Yenilenebilir Enerji (RE) politikaları ile akademik üretim arasında oluşan bağlantıyı bibliyometrik bir analizle incelemiştir. Web of Science veri tabanında RE ile ilgili anahtar sözcüklerle derlenen çalışmalar, RE yatırımları arttıkça akademik üretimlerin niceliksel olarak arttığını ortaya koymuştur. Tematik analiz, YE kullanımındaki olgunluğun bilimsel araştırmalara da yansıdığını göstermiştir.

Sharma ve Sengar (2024), 2000-2023 yılları arasında gerçekleştirilen yenilenebilir enerji literatürünü kapsamlı bir bibliyometrik analizle incelemiştir. Çalışmada özellikle “yenilenebilir enerji” ve “yenilenebilir enerjiler” başlıklarına sahip yayınları değerlendirmiş, yayın eğilimleri, araştırma alanları, coğrafi kökenleri ve kurumsal bağlantıları gibi analizler yapılmıştır. Sonuçlar, son 20 yılda yenilenebilir enerji araştırmalarının büyük ölçüde arttığını ve güçlü bir uluslararası iş birliği olduğunu göstermiştir. Ayrıca, alternatif yakıtların markalaşması ve pazarlanmasıyla ilgili literatürde dikkate değer bir boşluk belirlenmiş ve yenilenebilir enerjilerin stratejik pazarlama ve tüketici katılımı eğiliminde gelecekte araştırma yapılmasına ihtiyaç duyulduğu vurgulanmıştır.

Jiménez-Islas vd. (2024), 2008-2023 yılları arasında Scopus veri tabanından indekslenen yenilenebilir enerji ve turizm alanlarına odaklanan araştırmaları bibliyometrik bir yaklaşımla analiz etmiştir. VOSviewer ve Power BI üzerinden yapılan analizler, yazarların bu alana ilgisinin arttığını göstermiştir. En üretken ülke Çin, en fazla yayına sahip dergi ise “Çevre Bilimi ve Kirlilik Araştırmaları” olarak belirlenmiştir. Anahtar kelime ve atıf analizleri, “çevre ekonomisi”, “sürdürülebilir turizm” ve “karbon emisyonları” gibi konuların araştırmalar için önemini vurgulamıştır. Çalışma, konunun farklı veri tabanlarıyla karşılaştırmalı analizinin yapılmasını ve yenilenebilir enerjinin turizm sektöründe uygulanmasının ekonomik sonuçlarının daha fazla araştırılmasını önermiştir.

Muhammed vd. (2024), 2010-2023 yılları arasında yeşil finans ve yenilenebilir enerji geliştirme üzerine 128 makaleyi sistematik bir literatür incelemesi ve bibliyometrik analizle değerlendirmiştir. Çalışma, bu alanlardaki küresel ilginin arttığını, Çin’in en fazla yayın yapan ülke olduğunu ve Amerika Birleşik Devletleri’nin yoğun araştırmalar gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, yeşil finans ile yenilenebilir enerji gelişimi arasında pozitif bir ilişki olduğu doğrulanmış ve yenilenebilir enerjinin gelişimini hızlandırmak için şirketlerde yeşil finans girişimlerine acil ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır.

Yöntem

Çalışmanın amacı, Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerjiye dair Web of Science veri tabanında “Social Sciences Citation Index ve Emerging Sources Citation Index” kapsamında yayınlanmış akademik çalışmaların evrim eğiliminin bibliyometrik haritasını oluşturmak ve entelektüel bilgi birikiminin katkısını paylaşmaktır. Araştırmanın diğer bir amacı ise Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerjiye olan eğilimin belirlenmesidir. Bu bağlamda konuya ilgisi olan araştırmacılara yol haritası oluşturmak için örneklem ile ilgili detaylı verilerin sunulması ve sistematik bir alt yapının oluşturulması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerjiye dair Web of Science veri tabanından elde edilen makaleler nicel bir araştırma yöntemi olan bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Bibliyometri

teknîği, akademik literatürü ve yayın performanslarını analiz ederek araştırmacılara bilimsel bir yol haritası çizen araştırma alanıdır. Uluslararası İlişkiler disiplinde yenilenebilir enerjiye dair WoS veri tabanındaki indekslerden elde edilen makaleler aşağıdaki araştırma soruları çerçevesinde incelenmiştir:

- Makalelerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Makalelerin yıllara göre yayın ve atıf zamanları nasıl bir seyir içerisindedir?
- Bu makalelerin ülkelere ve üniversitelere göre dağılımı ve iş birlikleri ne şekildedir?
- Makalelerde en çok kullanılan anahtar kelimelerin eş-birliktelik ağ analizi ve zaman içerisindeki değişim seyri nasıldır?
- Makalelerde ilişki gücü yüksek yazarların ortak yazarlık analizi ne şekildedir?
- Çalışmanın örnekleme göre en çok atıf alan yazarlar, makaleler ve kaynaklar hangileridir?

WoS veri tabanında “renewable energy” kavramı taratılarak Uluslararası İlişkiler alanı seçilmiş ve 1981-2023 yılları arasında yazılan 320 İngilizce makale elde edilmiştir. Bu makaleler, WoS veri tabanında analiz edilerek VOSviewer programında işlenmiştir. VOSviewer aracılığıyla çeşitli bibliyometrik analizler gerçekleştirilmiştir. Yayınların yıllara göre dağılımı, atıf trendleri ve yayın zamanlarının değişim seyri incelenmiştir. Ayrıca, ülkeler ve üniversiteler arasındaki iş birlikleri, en çok kullanılan anahtar kelimeler, ortak yazar ağları, en çok atıf alan yazarlar, makaleler ve kaynaklar analiz edilmiştir. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Bibliyometrik analiz, son yıllarda büyük hacimli bilimsel verileri araştırmak ve analiz etmek için kullanılan popüler bir yöntemdir. Bibliyometrik analizin bu popüleritesi Gephi, Leximancer, VOSviewer gibi bibliyometrik yazılımların ve Scopus ve Web of Science gibi bilimsel veri tabanlarının gelişmesine, erişilebilir ve kullanılabilir kolaylığı olmasına ve bilgi biliminden iş araştırmalarına kadar bibliyometrik metodolojinin disiplinler arası güçlü bir bağ kurmasına dayanmaktadır. Bibliyometrik analiz; yayınların incelenmesi, iş birliği modelleri ve araştırma alanının entelektüel yapısının keşfedilmesi gibi alanları kapsamaktadır (Donthu vd., 2021, s. 285-296). Araştırmacılar; bibliyometrik analizi dergi ve makale performansında ortaya çıkan eğilimleri, iş birliği modellerini ve araştırma bileşenlerini keşfetmek ve mevcut literatürdeki belirli bir alanın entelektüel yapısına erişmek gibi farklı nedenlerle kullanmaktadır (Donthu vd., 2020c, s. 1-14; Donthu vd., 2021a, s. 285-296; Verma ve Gustafsson, 2020, s. 253-261). Bibliyometrik metodoloji, genellikle dönüm noktası olan yıllarda ortaya çıkan dergilerin retrospektiflerini sağlamak için uygulanmaktadır (Donthu vd., 2020b, s. 187-193). Bu noktada bibliyometrik analiz, dergilerde yayımlanan makaleleri ve yapılan atıfları istatistiksel olarak analiz etmektedir (Gobin, 2006, s. 109-133).

Bibliyometri, bibliyografik materyali matematiksel ve istatistiksel yöntemlerle niceliksel olarak inceleyen disiplinler arası bir araştırma alanıdır (Bonilla, Merigo ve Torres-Abad, 2015, s. 1239-1252). İlk bibliyometrik çalışmalar 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır (Liao vd., 2018, s. 166). Eales ve Cole sırasıyla 1917 yılında bibliyografik alıntıları kullanarak karşılaştırmalı anatomi literatürünün gelişimini incelemişlerdir (Osareh, 1996, s. 149-158). Bibliyometri terimi, ilk kez 1969 yılında ünlü İngiliz bilim adamı Alan Pritchard tarafından ortaya atılmıştır. Pritchard’a (1969) göre bibliyometri, “matematiksel ve istatistiksel bilgilerin bilimsel iletişim araçlarına uygulanması”dır (Glanzel, 2003, s. 11). Richard, “istatistiksel bibliyografya” yerine “Bibliyometri” terimini ilk kez önermiştir (Liao vd., 2018, s. 166). Bu terimin ortaya çıkmasıyla bibliyometrinin doğuşu resmileşmiştir. Bibliyometri; bilim insanlarının alıntılarını, ortak alıntılarını, yayınların yıllara göre dağılımını, coğrafi dağılımları ve kelime sıklıklarını analiz ederek belirli bir araştırma alanının incelenmesi noktasında büyük avantaj sağlamaktadır. Bibliyometrik analiz ile araştırma alanı ve araştırma alanının kavramsal evrimi haritalandırılabilen, yayınlar arası bilimsel etkileşim belirlenebilmekte ve sonraki çalışmalara ileriye yönelik öneriler sunabilmektedir (Phulwani vd., 2020, s. 354-376).

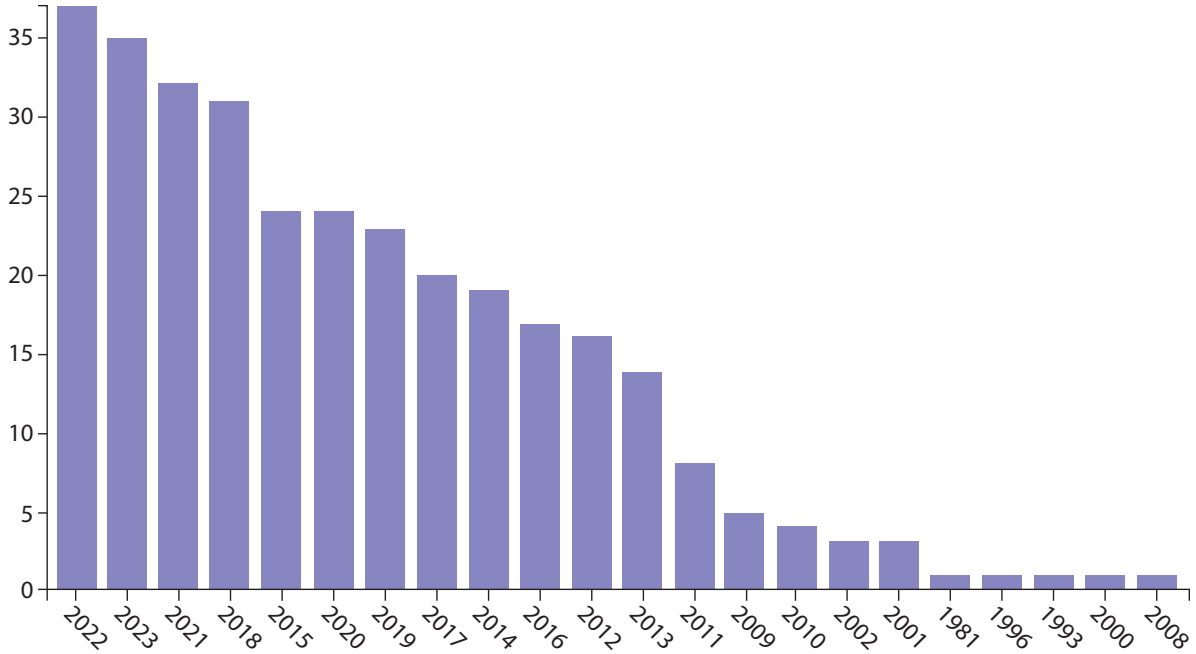
WOS Core Collection’da listelenen çalışmalar üzerinden yapılan analizlere uluslararası alanda Scopus ve Pedmed; Türkiye’de ise YÖK Ulusal Tez Merkezi, TÜBİTAK, ULAKBİM gibi veri tabanları ile online dola-

şıma girmemiş olan kaynakların dahil edilmemiş olması çalışmanın en kritik kısıtlılığıdır. Yine analizler sonucunda elde edilen çalışmaların gerçekten araştırmanın odağındaki literatürü temsil edebilmesi amacıyla çalışma verileri Social Science Citation Index (SSCI) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) şeklinde filtrelenmiştir. Bu çalışmada SSCI ve ESCI endekslerinde yer alan yayınlar analiz edilmiş olsa da bu endekslerde listelenen her çalışmanın doğrudan Uluslararası İlişkiler alanına özgülenemeyeceği bir sınırlılık olarak değerlendirilmektedir. Özellikle en çok atıf alan çalışmalar arasında Uİ alanına doğrudan katkı sağlamayan ve yazarlarının uzmanlık alanı Temel Bilimler olan yayınlar tespit edilmiştir. Bibliyometrik analiz yöntemi, çalışmaları içerik açısından doğrudan değerlendirme imkânı sunmadığından bu durum analiz sonuçları üzerinde bir etki yaratmış olabilir. Bu nedenle, gelecekteki çalışmalarda manuel içerik analizi veya alan uzmanları tarafından yapılan ek sınıflandırmalar ile bu tür sınırlılıkların giderilmesi önerilmektedir. Çalışmada sadece İngilizce makaleler değerlendirilirken, diğer dillerde gerçekleştirilen yayınlar kapsam dışı bırakılmıştır. Çalışmanın verileri Web of Science veri tabanından 26.11.2023 tarihinde elde edilmiş ve bu tarihten sonra gerçekleştirilen çalışmalar araştırmanın dışında kalmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde analiz edilen makalelerin sırasıyla yayınlandığı yıllar, bu yıllara göre yayın ve atıf zamanlarının değişim seyri, ülkeler ve iş birlikleri, üniversiteler ve iş birlikleri, en çok kullanılan anahtar kelimeler, ortak yazarlar, atıf durumlarına göre yazarlar, makaleler ve kaynaklara ilişkin dağılım ve iş birliklerinin ağ haritaları ile yoğunluk görselleri üzerine elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı



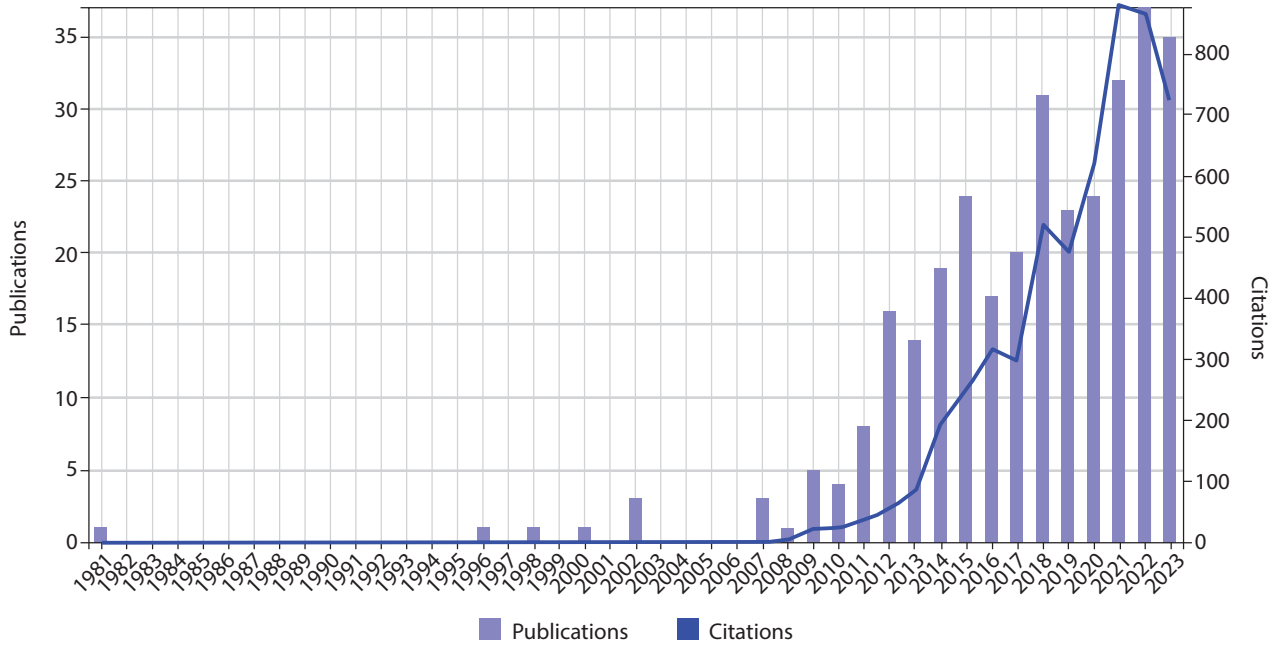
Şekil 1. Makalelerinin Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 1’de görüldüğü üzere Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye yönelik ilk çalışma, Ev Iglesias tarafından 1981’de gerçekleştirilmiş olup “The transition to a new energy mix; a United Nations Confe-

rence on new and renewable energy Sources” başlığını taşımaktadır. 37 makale ile en çok yayın 2022 yılında gerçekleşirken birer makale ile en az çalışma yapılan yıllar ise 1981, 1996, 1998, 2000 ve 2008’dir. Yayınların yıllara göre dağılımı ise dalgalanmalar göstermektedir.

Makalelerin Yıllara Göre Yayın ve Atıf Zamanları

1981-2023 yılları arasında örnekleme dair literatür incelendiğinde ilgili çalışmaların eğilimlerinin oldukça arttığı gözlemlenmiştir. Araştırma kapsamındaki çalışmaların yıllara göre yayınlanma ve atıf alma süreçleri Şekil 2’de gösterilmiştir.

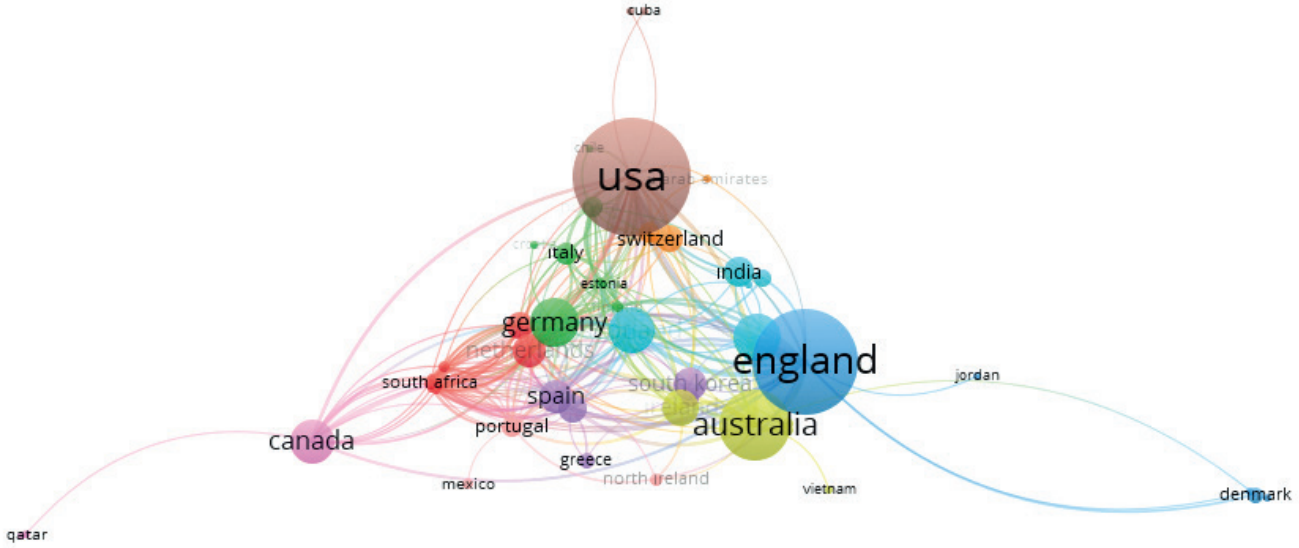


Şekil 2. Makalelerin Yıllara Göre Yayın ve Atıf Zamanları

Çalışmaya yönelik veriler 1981-2023 yılları arası baz alınarak değerlendirildiğinde örnekleme dair yıllara göre yayın ve atıf sayılarındaki değişim seyri incelendiğinde yayın sayısının yıllara göre dalgalı bir şekilde seyrettiği görülürken, kavrama yönelik ilginin ise son yıllarda arttığı görülmektedir. 2007 yılına kadar hiçbir çalışma atıf almazken, 2007 yılı itibari ile atıf sayısının büyük bir artışa geçmiş olması bu alanda artık çok daha fazla çalışmanın gerçekleştirildiğini göstermektedir.

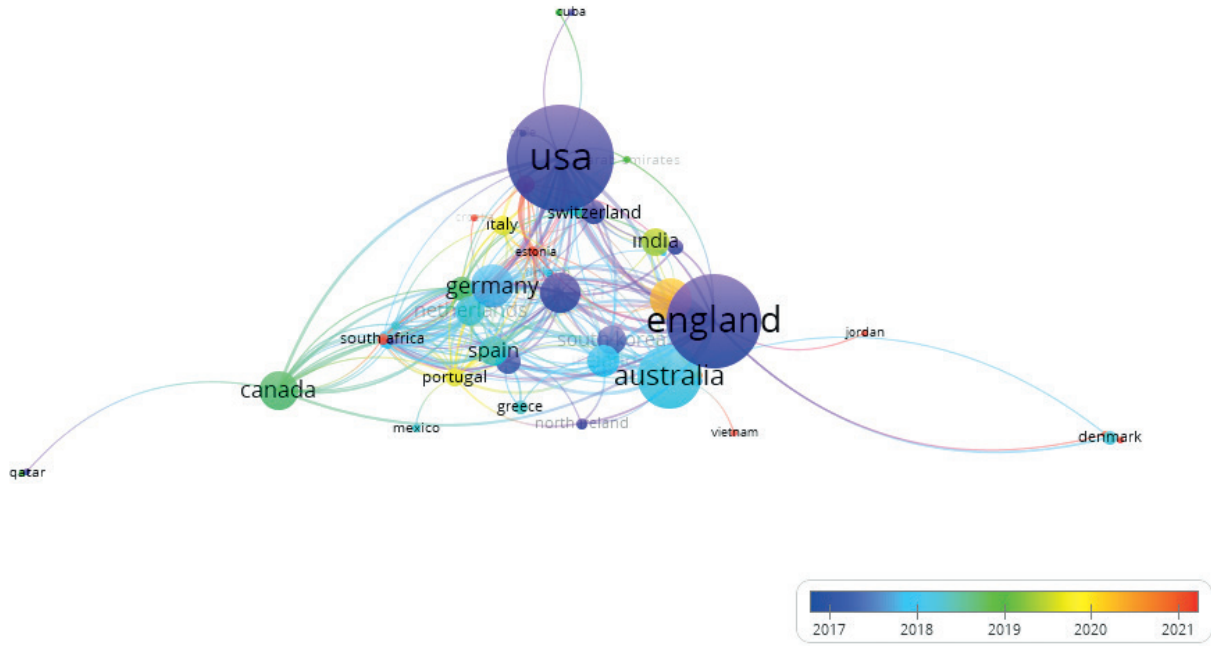
Makalelerin Ülkelere Göre Dağılımı

Çalışmada ülkelerin iş birliklerini ve üretkenliklerini belirlemek amacıyla WoS veri tabanında bibliyometrik ağ analiz haritası oluşturulmuştur. Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine çalışmalar yapan 61 farklı ülke, yayınladıkları makale sayısına göre değerlendirilmiş ve bu ülkeler Şekil 3'te görsel olarak sunulmaktadır.



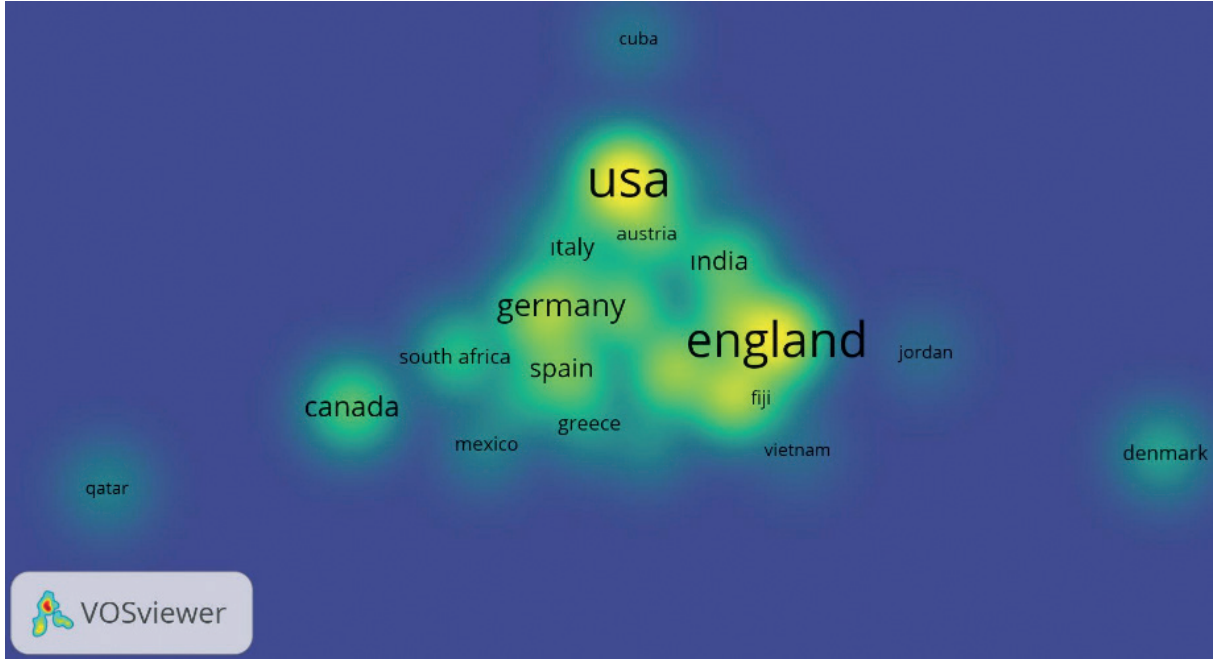
Şekil 3. Makalelerinin Ülkelere Göre Dağılımının Bibliyometrik Ağ Analizi

VOSviewer veri tabanından elde edilen makalelerin yayımlandıkları ülkelere göre dağılımı incelenirken, ülkelerin minimum çalışma sayısı “1” olarak belirlenmiştir. Görsel ağ analizinde renkler, ülkeler arası atıfların varlığını ifade ederken, daire büyüklükleri ülkelerin yayın sayısı arttıkça büyümektedir. Daireler arasındaki çizgiler ise ülkeler arasındaki işbirliği ilişkilerini temsil etmektedir. Şekil 3’e göre Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine en fazla makaleye sahip olan ülkenin Amerika Birleşik Devletleri (ABD) (71 makale) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla İngiltere (61 makale), Avustralya (36 makale), Almanya (22 makale), Çin (21 makale), İskoçya (20 makale), Kanada (19 makale), İrlanda (15 makale), İspanya (13 makale) ve Hollanda (13 makale) takip etmektedir. Analiz sonuçlarına göre ABD’nin yenilenebilir enerji araştırmalarında öncü konumda olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye ise 2 makale ile 40. sırada yer almaktadır. Bu durum, Türkiye’de akademik üretimin sınırlı olduğunu gösterse de önemli bir gelişim potansiyeline işaret etmektedir. Yenilenebilir enerji ve Uluslararası İlişkiler kesişiminde yapılan çalışmaların artması, Türkiye’nin bilimsel görünürlüğünü artırarak küresel akademik ağlarla daha uyumlu hale gelmesini sağlayabilir. Ayrıca bu alandaki boşluklar, araştırmacılar için yeni çalışma alanları sunarken, uluslararası iş birliklerini geliştirme fırsatı da sağlamaktadır. Türkiye’nin bu alandaki akademik üretimini artırması hem bilimsel katkıyı güçlendirecek hem de yenilenebilir enerji politikalarına yön verme sürecine destek olacaktır.



Şekil 4. Makalelerinin Ülkelere Göre Yıllık Dağılımının Bibliyometrik Ağ Analizi

Şekil 4, ülkelerin Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair gerçekleştirdiği çalışmaların yıllara göre dağılımını ve bibliyometrik ağ analizini sunmaktadır. Ülkelerin Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine gerçekleştirdiği çalışmalar yıllara göre değerlendirildiğinde soğuk renkler daha eski tarihleri, sıcak renkler ise daha yakın tarihleri ifade etmektedir. Şekil 4'te görüldüğü üzere bilimsel üretim mavi ve yeşil tonlarla temsil edilen erken dönemde (2017-2019) Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD), İngiltere, Avustralya ve Kanada etrafında yoğunlaşmıştır. Ancak zamanla akademik çalışmaların dağılımında belirgin bir değişim gözlemlenmiş ve sarı ile turuncu tonların gösterdiği üzere daha yakın dönemde (2020-2021) İtalya, Portekiz ve Güney Afrika gibi ülkelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu değişim, söz konusu ülkelerin yenilenebilir enerji alanındaki araştırma faaliyetlerinin arttığını ve bu alanda daha fazla akademik üretim gerçekleştirmeye başladığını yansıtabilir. Özellikle İtalya ve Portekiz gibi ülkeler, yenilenebilir enerjiye yapılan yatırımlar ve hükümet teşvikleri ile dikkat çekmektedir. Ayrıca, Güney Afrika gibi gelişmekte olan ülkelere de yenilenebilir enerjiye yönelik artan ilgiyi ve araştırma çabalarını gözlemlemek mümkündür. Bu eğilim, küresel enerji geçiş sürecinde yenilenebilir enerji çözümlerine olan talebin arttığını ve daha fazla ülkenin bu alanda bilimsel ve teknolojik katkılar sunduğunu göstermektedir.

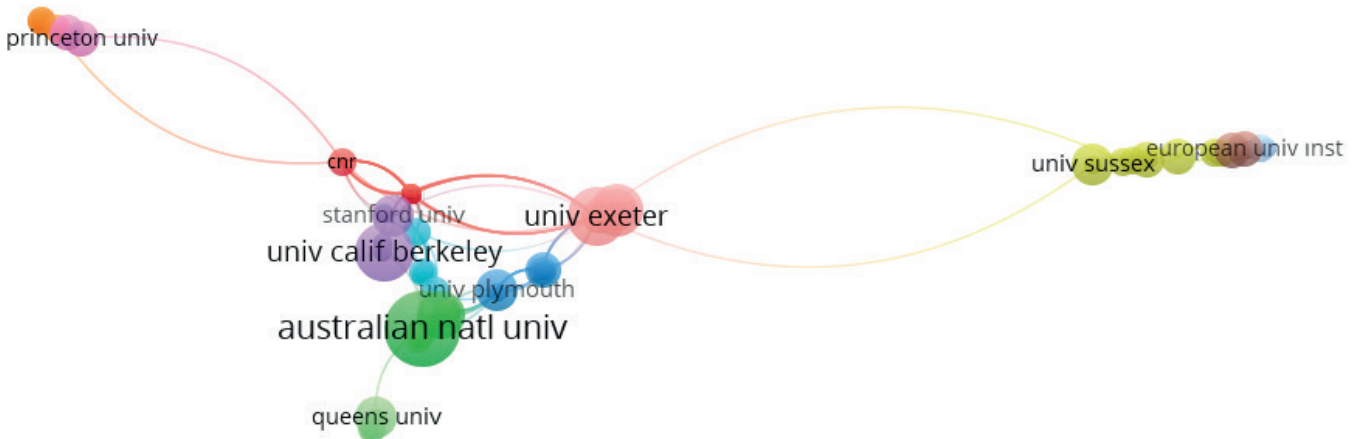


Şekil 5. Makalelerinin Ülkelere Göre Dağılımının Yoğunluk Haritası

Şekil 5, makalelerin ülkelere göre dağılımını ve yoğunluk analizini göstermektedir. Yoğunlaştırılmış görsel ağ analizine göre sarı rengin belirgin olduğu ülkeler, bu ülkelerde gerçekleştirilen bilimsel üretimin yüksek olduğunu göstermektedir. Görselde yer alan verilere göre Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine yapılan çalışmaların en fazla olduğu ülke Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olup, bu ülke sarı rengin en yoğun olduğu alandır. ABD'yi sarı rengin yoğunluğuna göre İngiltere, Avusturya, Almanya, İspanya ve Kanada izlemektedir. Bu yoğunluk haritası, ilgili alandaki araştırma faaliyetlerinin coğrafi dağılımını ve her bir ülkenin bu alandaki katkı düzeyini görsel olarak ortaya koymaktadır.

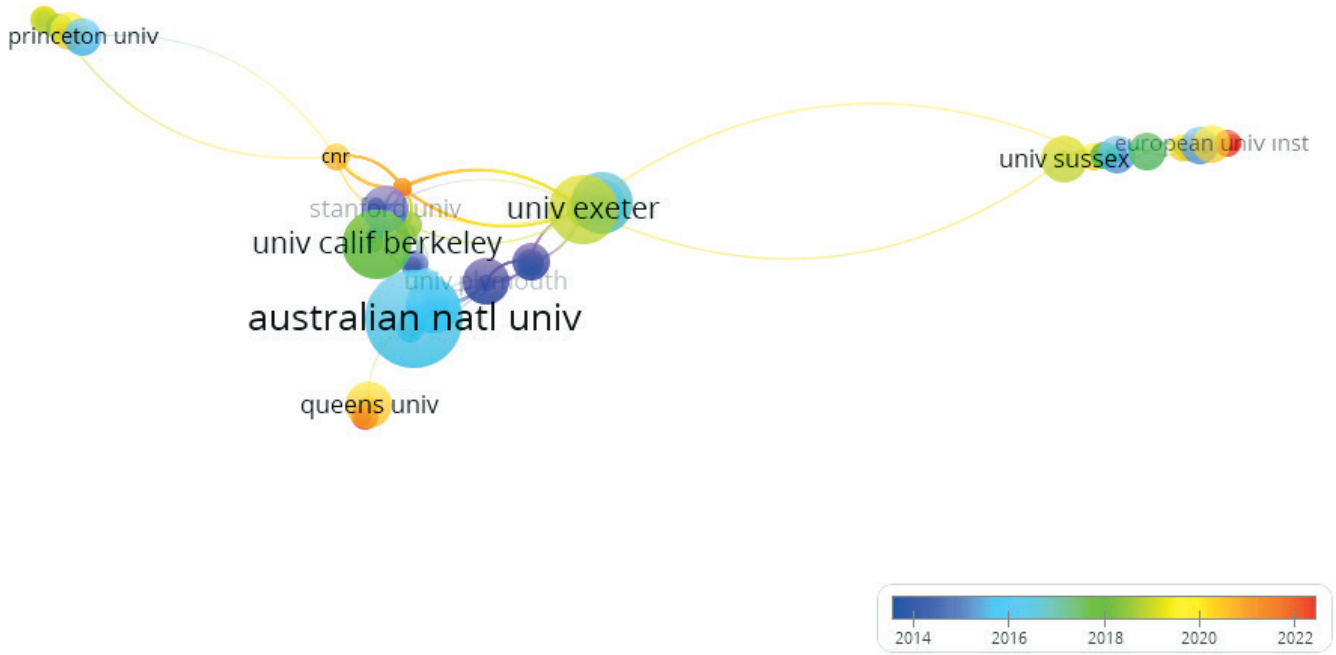
Makalelerin Üniversitelere Göre Dağılımı

Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair gerçekleştirilen araştırmalarda öne çıkan üniversiteler ve üniversiteler arası iş birliğini gösteren ağ haritası, Şekil 6'da sunulmaktadır.



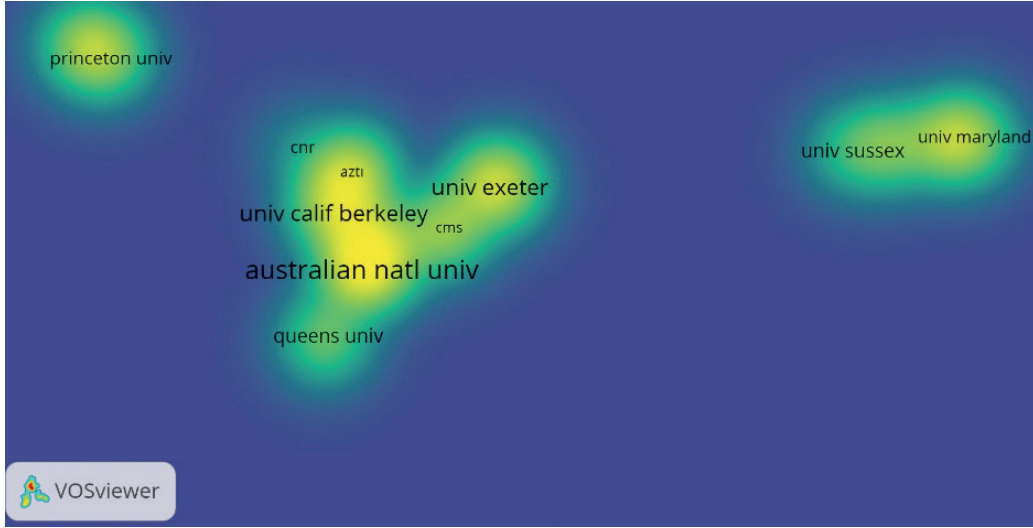
Şekil 6. Makalelerinin Üniversitelere Göre Dağılımının Bibliyometrik Ağ Analizi

Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji konusunda 461 farklı üniversitenin en az “1” makale yayımladığı gözlemlenmiştir. Düğüm renkleri, üniversiteler arasındaki ortak çalışmaların varlığını ifade ederken, düğümler arasındaki çizgiler ise bu üniversiteler arasındaki işbirliği ilişkilerini ve etkileşim yoğunluğunu göstermektedir. Şekil 6’da yer alan üniversitelerin yayın sayılarına göre düğüm büyüklükleri değerlendirildiğinde en fazla makale yayımlayan üniversite 11 yayınla Australian National University (Avustralya Ulusal Üniversitesi) olarak belirlenmiştir. Bu üniversiteyi sırasıyla 9 yayınla University College Cork (Coll Cork Üniversitesi, İngiltere), 7 yayınla University of Exeter (Exeter Üniversitesi, İngiltere) ve University of California, Berkeley (Kaliforniya Berkeley Üniversitesi, ABD) takip etmektedir. Diğer önemli üniversiteler ise 4 yayınla Queen’s University (Queens Üniversitesi, Kanada), University of Sussex (Sussex Üniversitesi, İngiltere), 3 yayınla Princeton University (Princeton Üniversitesi, ABD) ve Harvard University (Harvard Üniversitesi, ABD) olarak sıralanmaktadır. En fazla yayına sahip üniversitelerin çoğunlukla İngiltere, ABD, Kanada ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelerde bulunması, bu ülkelerin yenilenebilir enerji politikaları ve uluslararası ilişkiler bağlamında akademik çalışmalara eğiliminin daha fazla olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte ilk sıralarda Asya, Orta Doğu veya Latin Amerika’dan üniversitelerin yer almaması, bu bölgelerdeki akademik üretimin küresel düzeyde daha fazla görünürlük kazanması gerektiğini düşündürülebilir. Bu durum, diğer bölgelerdeki araştırmacılar için yeni fırsatlar sunabilir.



Şekil 7. Makalelerinin Üniversitelere Göre Dağılımının Yıllık Bibliyometrik Ağ Analizi

Üniversitelerin Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine gerçekleştirdiği çalışmalar yıllara göre değerlendirildiğinde soğuk renkler daha eski tarihleri, sıcak renkler ise daha yakın tarihleri ifade etmektedir. Şekil 7’de görüldüğü üzere bilimsel üretim, mavi ve yeşil tonlarla temsil edilen erken dönemde (2014-2018) özellikle Avustralya Ulusal Üniversitesi (Australian National University) ve Kaliforniya Berkeley Üniversitesi (University of California, Berkeley) etrafında yoğunlaşmıştır. Ancak, zamanla akademik çalışmaların dağılımında belirgin bir değişim gözlemlenmiş ve sarı ile turuncu tonların gösterdiği üzere daha yakın dönemde (2018-2022) Exeter Üniversitesi (University of Exeter), Sussex Üniversitesi (University of Sussex) ve Avrupa Üniversitesi Enstitüsü (European University Institute) gibi kurumlar ön plana çıkarak Avrupa merkezli bir eğilim ortaya çıkmıştır. Bu durum, yenilenebilir enerji alanındaki bilimsel üretimin giderek artan uluslararası işbirlikleri çerçevesinde şekillendiğini ve Avrupa’nın bu alandaki akademik etkinliğinin güçlendiğini göstermektedir.

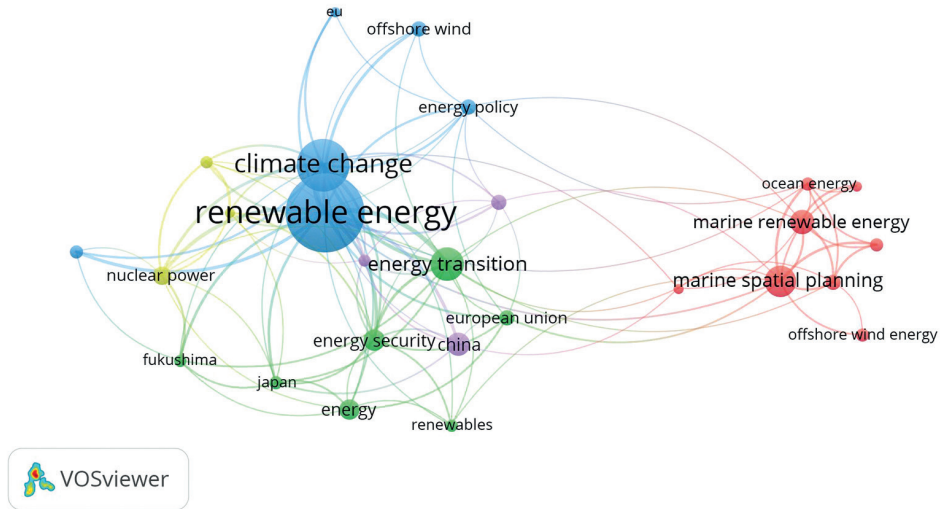


Şekil 8. Makalelerinin Üniversitelere Göre Dağılımının Yoğunluk Haritası

Şekil 8, makalelerin üniversitelere göre dağılımını ve yoğunluk analizini göstermektedir. Harita üzerinde sarı renk, en yüksek yoğunluğu temsil etmekte olup, özellikle Avustralya Ulusal Üniversitesi (Australian National University) üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu, Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine yapılan çalışmaların büyük bir kısmının Avustralya Ulusal Üniversitesi'nde gerçekleştirildiğini ve bu üniversitenin bu alandaki akademik üretiminin önemli bir kısmını oluşturduğunu göstermektedir. Sarı renk yoğunluğunun yüksekliği, bu üniversitenin yenilenebilir enerji araştırmalarındaki etkinliğini ve bu alandaki araştırma hacminin büyüklüğünü vurgulamaktadır. Bu yoğunluk haritası, üniversiteler arasındaki çalışma ve üretim farklılıklarını görsel olarak ifade etmekte önemli bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimelerin Eş-Birliktelik Ağ Analizi

Çalışmada Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji kavramı ile ilişkilendirilen diğer kavramları belirleyebilmek için anahtar kelimelerin eş-birliktelik ağ analizi yapılmıştır. Yazarlar tarafından makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin eş-birliktelik analizi ile Şekil 9'da sunulmaktadır.



Şekil 9. Anahtar Kelimelerin Eş-Birliktelik Ağ Analizi

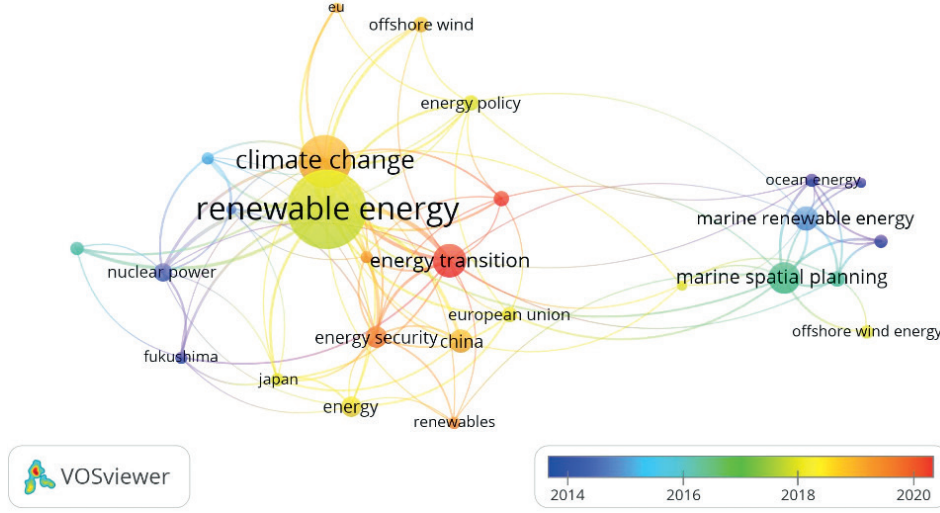
VOSviewer veri tabanından elde edilen anahtar kelimelerin eş-birliktelik ağ analizine göre toplam 869 anahtar kelimeye ulaşılmıştır. Bir anahtar kelimenin minimum tekrarlanma sayısı “5” olarak belirlenmiş ve veri setindeki 869 anahtar kelimedenden bağlantı gücü yüksek 27 anahtar kelime eşik değerini karşılamıştır. En çok kullanılan anahtar kelimeler dairelerin büyüklüğüne göre değerlendirilmektedir. Kelimelerin ve düğümlerin boyutu, düğümlerin ağırlıklarını temsil etmektedir. İki düğüm arasındaki mesafe iki düğüm arasındaki ilişkinin gücünü yansıtırken, daha kısa bir mesafe genellikle daha güçlü bir ilişkiyi göstermektedir. İki anahtar kelime arasındaki çizgi kelimelerin birlikte göründüklerini gösterirken, çizgi ne kadar kalın olursa birlikte oluşumları da o kadar fazla olduğu anlamına gelmektedir (Gu vd., 2017, s. 22-32).

Tablo 1

Makalelerde En Çok Kullanılan 10 Anahtar Kelime			
Sıra	Anahtar Kelimeler	Sıklık	Toplam Bağlantı Gücü
1	Yenilenebilir enerji	75	94
2	İklim değişikliği	43	58
3	Enerji geçişi	23	36
4	Denizcilik mekânsal planlaması	21	25
5	Deniz yenilenebilir enerjisi	15	15
6	Çin	14	15
7	Enerji güvenliği	13	28
8	Enerji	12	11
9	Nükleer güç	10	25
10	Enerji politikası, Deniz yönetimi	8	14

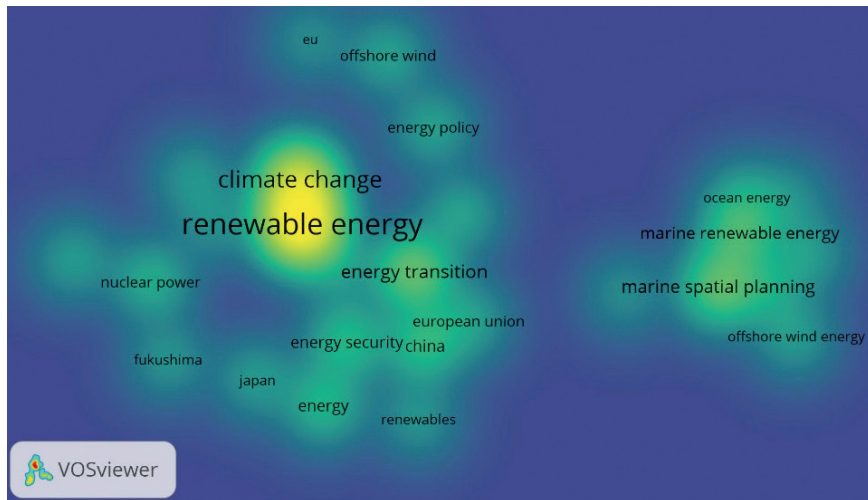
Anahtar kelimeler arasındaki eş birliktelik ağı incelendiğinde en çok kullanılan anahtar kelimeler Tablo 1’de ifade edilmiştir. Anahtar kelime sıklığı, bir anahtar kelimenin analizle elde edilen makalelerde toplamda kaç kez kullanıldığını ifade eden bir bibliyometrik ölçümdür. Bu metrik, bir kavramın literatürde ne kadar yaygın olduğunu ve araştırmacılar tarafından ne kadar önemsendiğini göstermektedir. Yüksek sıklık, kavramın temel bir konu olması iken; düşük sıklık ise ya niş bir alan ya da henüz gelişmemiş olan bir trendi ifade etmektedir. Toplam bağlantı gücü, bir anahtar kelimenin diğer tüm anahtar kelimelerle olan bağlantılarının toplamıdır. Bu değer, bir anahtar kelimenin araştırma alanındaki merkeziliğini, diğer kavramlarla bağlantı kurma derecesini ve genel etkinin anlaşılmasını sağlamaktadır. Yüksek toplam bağlantı gücüne sahip anahtar kelimeler, araştırma alanının temel ve merkezi kavramlarını temsil etmektedir. Bu anahtar kelimeler, diğer birçok kavramla güçlü bir şekilde geliştirilmiş olup, alandaki önemli bir konuyu veya temayı işaret etmektedir. (Tamala vd., 2022, s. 100437). Tablo 1’e göre, en çok kullanılan anahtar kelimeler arasında yenilenebilir enerji (renewable energy) (75), iklim değişikliği (climate change) (43) ve enerji geçişi (energy transition) (23) öne çıkmaktadır. Bunları sırasıyla denizcilik mekânsal planlaması (marine spatial planning) (21), deniz yenilenebilir enerjisi (marine renewable energy) (15), Çin (China) (14), enerji güvenliği (energy security) (13), enerji (energy) (12), nükleer güç (nuclear power) (10), enerji politikası (energy policy) (8) ve deniz yönetimi (marine management) (8) takip etmektedir. Yenilenebilir enerji, teknik yenilik ve altyapı gelişimi ile politik ve ekonomik stratejiler arasındaki ilişkiyi güçlendiren disiplinler arası bir alan olarak şekillenmiştir. Bu analizde teknik bilimler enerji üretimi, teknolojik verimlilik ve dağıtım yönetimine odaklanırken; sosyal bilimler ise enerji politikalarının ulusal ve uluslararası düzeyde olmasını, ekonomik dönüşümlerini ve geliştirilmesinin sürdürülebilirliğini incelemektedir. Bu anahtar kelimeler, yenilenebilir enerji konusunun hem teknik bilimler hem de sosyal bilimler açısından ele alındığını göstermektedir. “Yenilenebilir enerji, deniz yenilenebilir enerjisi, enerji, nükleer güç ve denizcilik mekânsal planlaması” gibi anahtar

kelimeler teknik bilimlerde genellikle enerji üretimi, teknolojik gelişmeler ve teknolojik inovasyon gibi somut sonuçlara odaklanmaktadır. “İklim değişikliği, enerji geçişi, enerji politikası, enerji güvenliği, Çin ve deniz yönetimi” gibi anahtar kelimeler ise birbirine bağlı enerji konusunun ilişkisini, ekonomik ve politik ilişkilerin sosyal bilimlerin içeriğinde analiz edildiğini ifade etmektedir. “Enerji geçişi, denizcilik mekânsal planlaması, deniz yönetimi, iklim değişikliği, enerji güvenliği, enerji politikası ve Çin” gibi anahtar kelimeler teknik bilimlerin inovasyon ve mühendislik uygulamalarıyla sosyal bilimlerin politik, ekonomik ve toplumsal dönüşüm süreçlerinin nasıl birleştirdiğini göstermektedir. Özellikle “enerji geçişi, iklim değişikliği ve enerji” gibi temalar, sürdürülebilirlik odaklı disiplinler arası uygulamalara açık bir alan sunmaktadır.



Şekil 10. Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Eş-Birliktelik Ağ Analizi

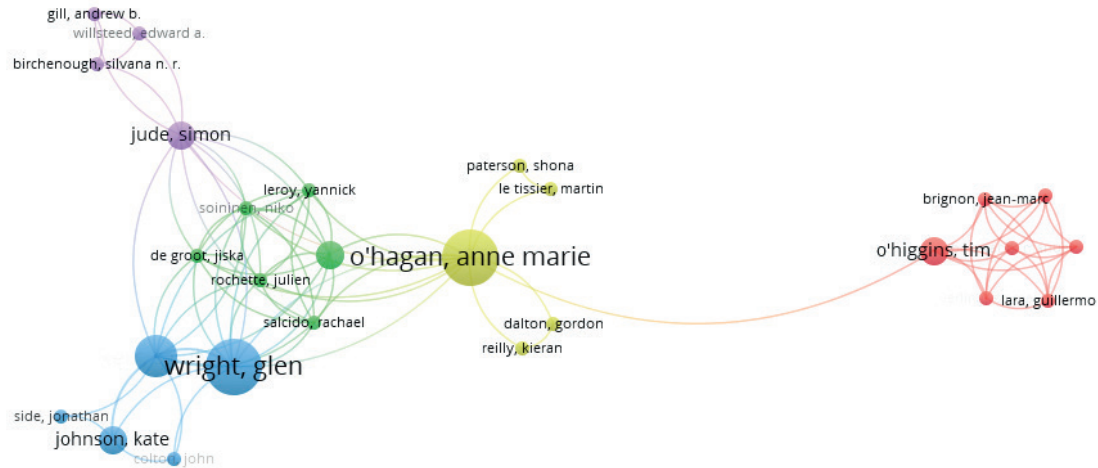
Yazarların yıllara göre çalışmalarda hangi anahtar kelimeleri daha çok kullandıkları Şekil 10'da görselleştirilmiştir. Mor gibi soğuk renkler geçmiş yılları nitelerken, açık yeşil ve sarı gibi sıcak renkler ise son yıllarda çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeleri ifade etmektedir. 2014-2016 yıllarında daha çok nükleer güç, rüzgâr gücü, deniz yenilenebilir enerjisi, okyanus enerjisi, çevresel etki değerlendirmesi ve deniz mekânsal planlaması gibi anahtar kelimeler kullanılırken; 2018-2020 yılında ise yenilenebilir enerji, enerji politikası, enerji geçişi, enerji güvenliği ve sürdürülebilir kalkınma gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır.



Şekil 11. Anahtar Kelimelerin Eş-Birliktelik Yoğunluk Haritası

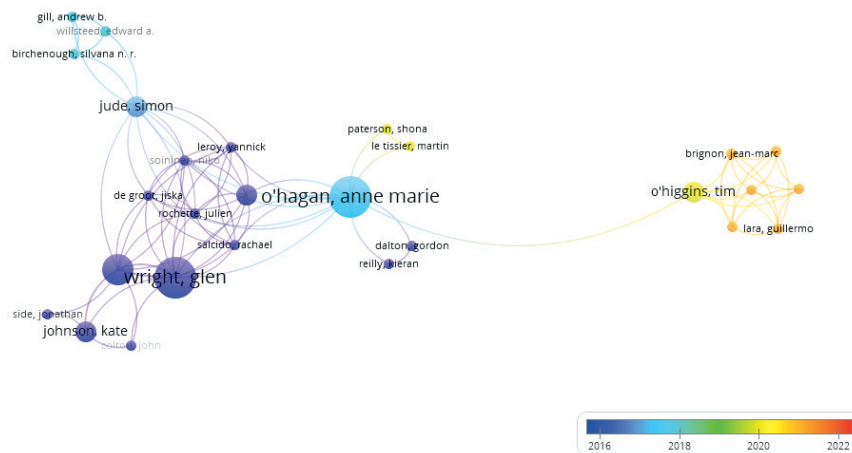
Yazarların çalışmalarda hangi anahtar kelimelere daha çok yoğunlaştığı Şekil 11'de görselleştirilmiştir. Yoğunlaştırılmış ağ haritasında görüldüğü üzere arı rengin yoğunlaştığı alan olan “yenilenebilir enerji” en çok kullanılan anahtar kavramdır. “Yenilenebilir enerji” kavramının ardından makalelerde en fazla yer verilen anahtar kelimeler arasında “iklim değişikliği”, “enerji geçişi” ve “deniz mekânsal planlaması” öne çıkmaktadır.

Eş Ortak Yazarlık Analizi



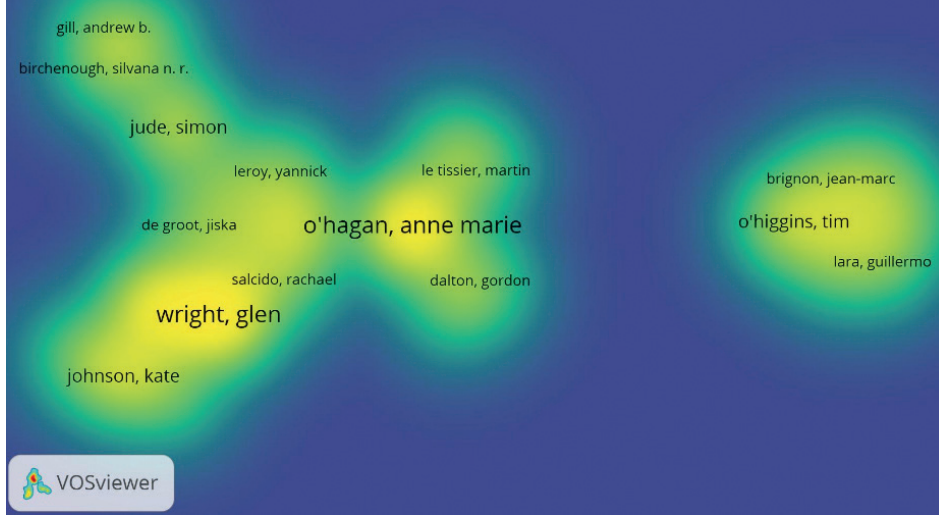
Şekil 12. Makalelerinin Yazarlara Göre Dağılımının Bibliyometrik Ağı Analizi

VOSviewer veri tabanından elde edilen analize göre Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair yayın yapan 713 yazara ulaşılmış ve her yazarın en az “1” çalışması olduğu kabul edilmiştir. Yazarların makale sayısı arttıkça düğümler de büyümektedir. Görseldeki çizgiler yazarların birbirleriyle olan ilişkisini vurgularken düğüm renklerinin ise aynı renkte olması yazarların ortak çalışmalarının olduğunu göstermektedir. Şekil 12’de görüldüğü üzere Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair en çok yayın yapan yazarlar Anne Marie O’hagan (4 makale), Glen Wright (4 makale), Valerie Cummins (4 makale), Tara Hopeer (4 makale), Sandy Kerr (3 makale), Elizabeth A. Masden (3 makale), Caroline Hattam (3 makale), Llewelyn Hughes (3 makale), Jonas Meckling (3 makale), Daniel M. Kammen (3 makale), Christopher M. Dent (3 makale), Joanna I. Lewis (3 makale)’dır. En üretken araştırmacıların çalışmalarının ve katkılarının anlaşılması, diğer araştırmacıların bir araştırma yolu çizerek çalışmalarını geliştirmelerine yardımcı olacaktır.



Şekil 13. Makalelerin Yazarlara Göre Dağılımının Yıllık Bibliyometrik Ağı Analizi

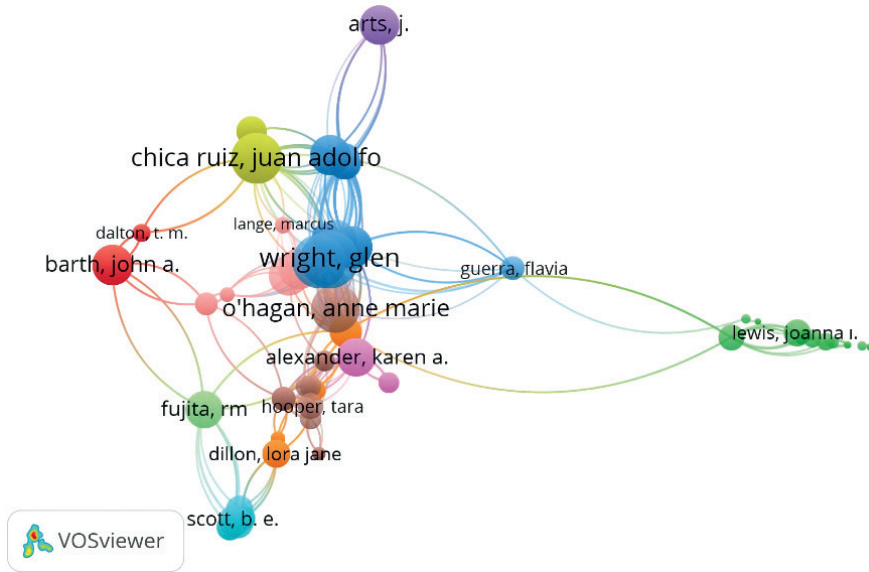
Yazarların Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair gerçekleştirdikleri çalışmalar Şekil 13'e göre yıllar bazında değerlendirildiğinde geçmiş yıllarda en çok yayın yapan Glen Wright iken günümüze daha yakın tarihte yayın yapanlar ise Guillermo Lara, Ramon Miralles Ricos, Jean-Marc Brignon, Manuel Bou-Cabo ve Emma Verling'dir. Günümüze yaklaştıkça daha fazla araştırmacının yayın yapması, yenilenebilir enerjiye dair uluslararası ilişkilerde artan ilgiyi ortaya koymaktadır. Bu eğilim, küresel enerji dönüşümü ve iklim değişikliği gibi güncel meselelerin bu çalışmalara olan akademik yönelimi teşvik etmiş olabileceğini göstermektedir.



Şekil 14. Makalelerinin Yazarlara Göre Dağılımın Yoğunluk Haritası

Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair gerçekleştirilen makalelerin yazarlara göre yoğunluk haritası Şekil 14'te sunulmaktadır. Bu haritaya göre sarı rengin yoğunlaştığı bölgeler, en fazla çalışmaya sahip yazarlar olarak Anne Marie O'Hagan ve Glen Wright'ı öne çıkarmaktadır.

En Çok Atıf Alan Yazarların Analizi

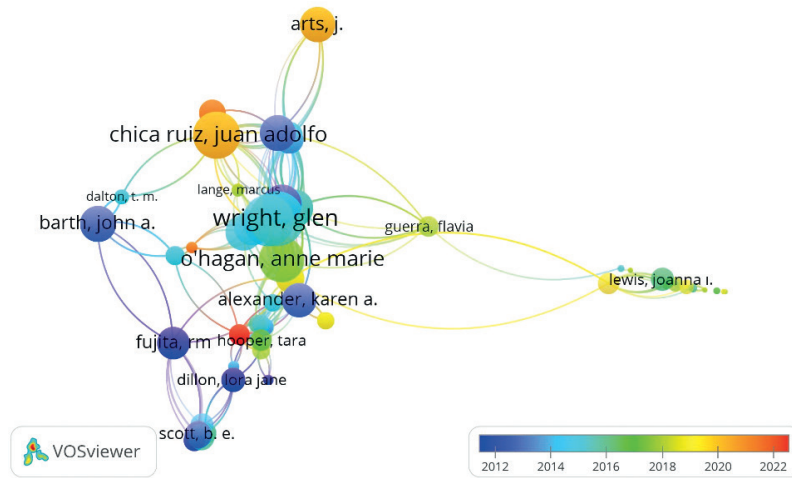


Şekil 15. En Çok Atıf Alan Yazarların Bibliyometrik Ağ Analizi

VOSviewer veri tabanından elde edilen analize göre Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji literatürüne katkı sağlayan 713 yazara ulaşılmıştır. Her yazarın en az “1” makalesi ile “10” atıf aldığı kabul edilmiştir. Veri setindeki 713 yazardan bağlantı gücü yüksek 364 yazar eşik değerini karşılamıştır. Şekil 15’te görselleştirilen ağ analizi, en çok atıf alan yazarlar arasındaki bağlantıları ve etkileşimleri ortaya koymaktadır. Atıf sayıları incelendiğinde, Rod M. Fujita ve Robin Pelc 376 atıfı ile en çok atıf alan yazarlardır. Bu durum, onların yaptıkları çalışmaların literatürde önemli bir etki yarattığını ve geniş bir akademik topluluk tarafından referans alındığını göstermektedir. İkinci sıradaki Kangyin Dong, Xiucheng Dong ve Qingzhe Jiang ise 245 atıfı ile önemli bir akademik etki sağlamışlardır. Üçüncü sırada yer alan Patrick Devine-Wright ve diğer isimler, sırasıyla 226 atıf alarak dikkat çeken araştırmacılar. Atıf sayılarıyla birlikte bu yazarlardan yapılan çalışmaların sayısı da göz önünde bulundurulduğunda, Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji literatürüne en fazla katkı sağlayan yazarlar arasında Glen Wright, Anne Marie O’Hagan, Sandy Kerr, Joanna I. Lewis ve Tara Hooper yer almaktadır. Bu yazarlar, hem yüksek atıf sayıları hem de kapsamlı yayın portföyleriyle literatüre en fazla katkıyı sunmuşlardır. Tablo 2’de en çok atıf alan 10 yazarın sıralaması belirtilmiştir. Bu sıralama, ilgili alandaki en etkili ve öncü araştırmacıları anlamamıza yardımcı olmaktadır. Atıf sayısının yüksek olması, bu yazarlara yapılan çalışmaların alanı şekillendirmede önemli bir rol oynadığını ve bulgularının geniş bir kitle tarafından benimsendiğini göstermektedir.

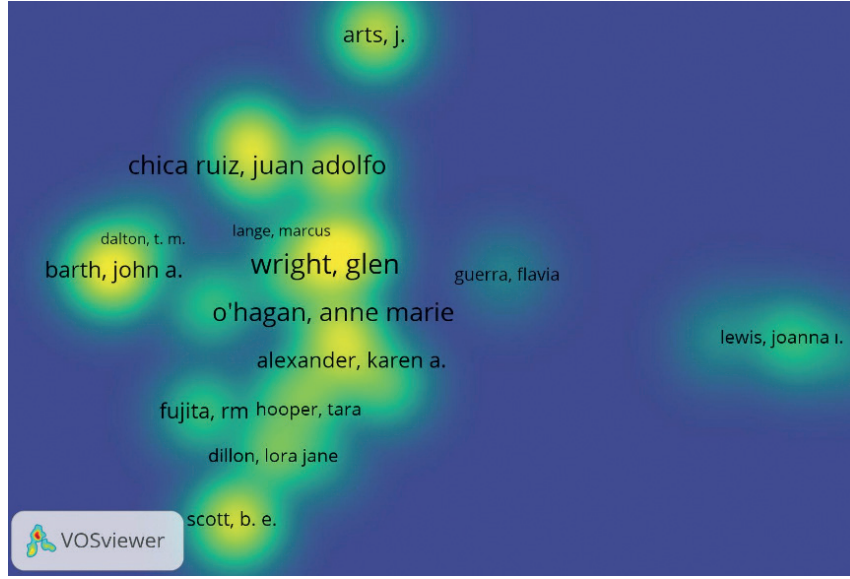
Tablo 2

En Çok Atıf Alan 10 Yazar			
Yazar	Belgeler	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
Fujita, Rod M.	1	376	26
Pelc, Robin	1	376	26
Dong, Kangyin	1	245	0
Dong, Xiucheng	1	245	0
Jiang, Qingzhe	1	245	0
Devine-Wright, Patrick	1	226	0
Evans, Bob	1	226	0
Fay, Helen	1	226	0
Hunter, Sue	1	226	0
Walker, Gordon	1	226	0



Şekil 16. En Çok Atıf Alan Yazarların Yıllara Göre Bibliyometrik Ağ Analizi

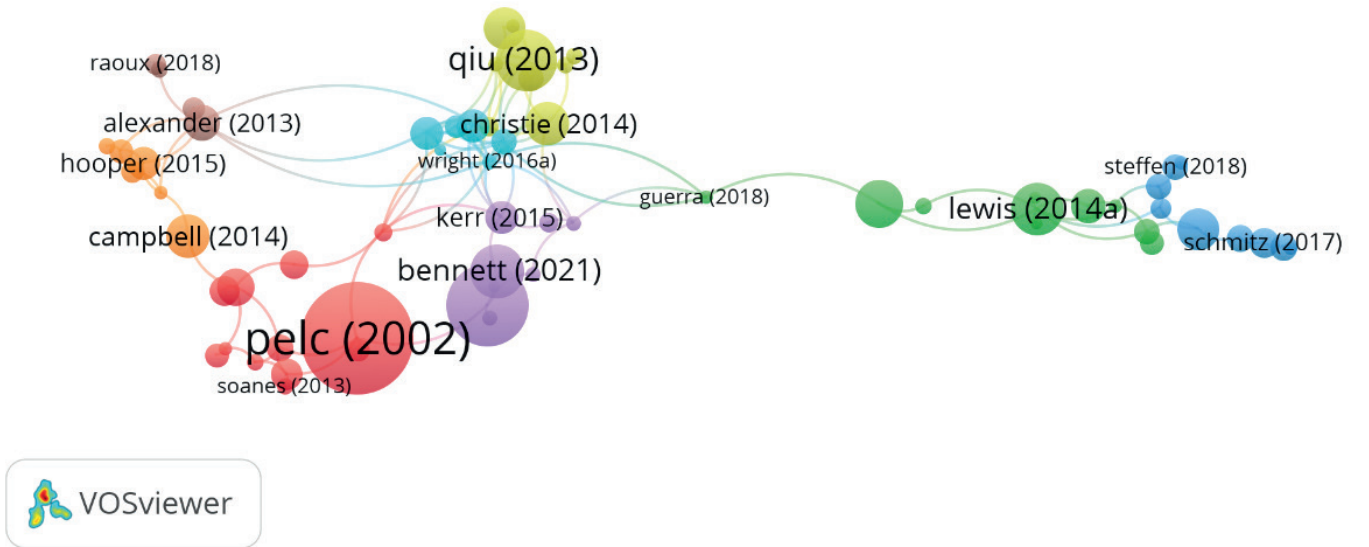
Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair gerçekleştirdikleri çalışmalara göre en çok atıf alan yazarların yıllara göre dağılımı Şekil 16'da görselleştirilmiştir. Rod M. Fujita, Glen Wright ve Anne Marie O'Hagan 2012-2018 yılları arasında en çok atıf alan yazarlar iken, 2022 yılına doğru geldiğimizde ise Joanna I. Lewis, Chica Ruiz ve Juan Adolfo en çok atıf alan yazarlar arasında yer almaktadır.



Şekil 17. En Çok Atıf Alan Yazarların Yoğunluk Haritası

Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerjiye dair gerçekleştirdikleri çalışmalara göre en çok atıf alan yazarların yoğunluk haritası Şekil 17'de görselleştirilmiştir. Şekil 17 sarı rengin daha çok yoğunlaştığı alana göre Glen Wright'ın en çok atıf alan yazar olduğu anlaşılmaktadır.

En Çok Atıf Alan Makalelerin Analizi



Şekil 18. En Çok Atıf Alan Makalelerin Bibliyometrik Ağ Analizi

WoS veri tabanından Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine çalışılmış 320 makale elde edilmiştir. 320 makalenin tamamı hesaplama yöntemine dâhil edilmiş ve her makalenin en az 10 atıf almış olduğu kabul edilmiştir. Veri setindeki 320 makaleden bağlantı gücü yüksek 133 makale eşik değerini karşılamıştır. Elde edilen ağ analizi Şekil 18’de görselleştirilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre Robin Pelc’in 2002 yılında yayımladığı “Okyanustan Yenilenebilir Enerji” adlı çalışması, en çok atıf alan makale olup, 376 atıf almıştır. Google Akademik verilerine göre bu sayı 844’tür. Çalışma, okyanuslardan elde edilebilecek yenilenebilir enerji kaynaklarını tanıtmak ve karşılaştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, ekonomik fizibilite ve çevresel etkiler açısından daha fazla inceleme gerekliliğini vurgularken, geliştirilen teknolojilerin umut vaat ettiğini göstermektedir. Bununla birlikte, fosil yakıtlara bağımlılığı azaltma potansiyeli taşıyan bu teknolojilerin, küresel iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir rol oynayabileceği belirtilmiştir. Çalışmada, temiz enerji üretiminin deniz ekosistemine zarar vermeden sürdürülmesi gerektiği önerilmektedir (Pelc ve Fujita, 2002, s. 471-479).

En çok atıf alan ikinci çalışma, Dong’un 2020 yılında yayımladığı “Yenilenebilir Enerji Tüketimi Küresel CO² Emisyonlarını Nasıl Azaltır? Farklı Gelir Düzeylerine Sahip Ülkelerden Kanıtlar” adlı makalesidir. Dong, bu çalışmasıyla 245 atıf almış olup, Google Akademik verilerine göre atıf sayısı 152’dir. Pelc’in çalışmasına kıyasla daha yeni olmasına rağmen yüksek atıf alması dikkat çekmektedir. Çalışmada, çevresel düzenleme faaliyetleri ve doğal gaz kullanımının sera gazı emisyonları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma, çevresel düzenlemelerin hem CO² emisyonlarını hem de enerji tüketim yapısını etkilediğini, ancak doğal gaz kullanımında sera gazı faydalarına doğrudan büyük bir etkisi olmadığını ortaya koymuştur. Çalışma, CO² emisyonlarının azaltılması ve Çin’de doğal gaz endüstrisinin gelişimini teşvik eden politikaların uygulanmasını önermektedir (Dong, Dong ve Jiang, 2020, s. 1665-1698).

En çok atıf alan çalışmalardan üçüncüsü, Walker’ın 2007 yılında yayımladığı “Karbon Azaltımı, ‘Kamu’ ve Yenilenebilir Enerji: Sosyo-Teknik Konfigürasyonlarla İlgilenmek” adlı makalesidir. Walker, bu çalışmasıyla 226 atıf almış olup, Google Akademik verilerine göre atıf sayısı 472’dir. Çalışma, yenilenebilir enerji üretimine yönelik zorlu hedefler doğrultusunda düşük karbonlu enerji sistemlerine geçişin sosyal etkilerini incelemektedir. Yenilenebilir enerjinin heterojen bir yapı sergilediğini vurgulayan araştırma, bu durumun halk ve teknolojiler arasında farklı sosyal ilişki biçimlerinin oluşmasına neden olduğunu ortaya koymaktadır (Walker ve Cass, 2007, s. 458-469).

En çok atıf alan çalışmalardan dördüncüsü, Lester’in 2013 yılında yayımladığı “Deniz Mekânsal Planlamasını Bilgilendirmek İçin Ekosistem Hizmetleri Arasındaki Değiş Tokuşların Değerlendirilmesi” adlı makalesidir. Lester, bu çalışmasıyla 222 atıf almış olup, Google Akademik verilerine göre atıf sayısı 366’dır. Araştırma, birden fazla ekosistem hizmeti arasındaki dengeleri niceliksel olarak değerlendirmek için bilimsel temelli basit bir yaklaşım sunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca bu yöntemin, deniz ekosistemi temelli yönetime ve deniz mekânsal planlamasına nasıl entegre edilebileceğini ortaya koymaktadır (Lester vd., 2013, s. 80-89).

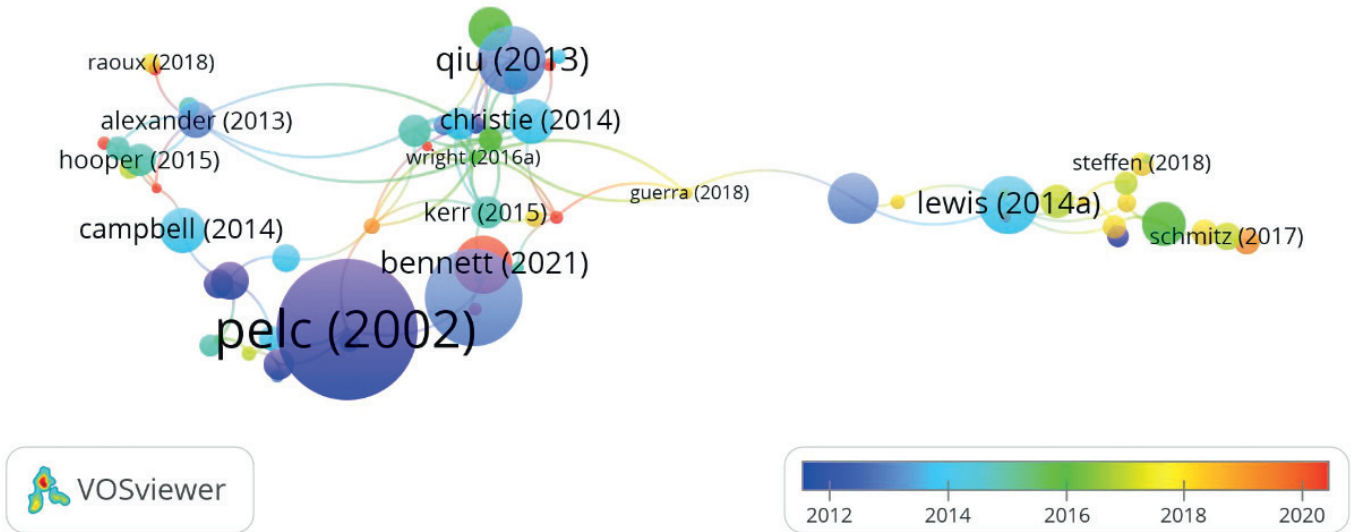
En çok atıf alan çalışmaların beşincileri, Qiu’nun 2013 yılındaki ve Kutan’ın 2018 yılındaki makaleleridir. Her iki çalışma da 137 atıf almıştır. Google Akademik verilerine göre Qiu’nun makalesi 254, Kutan’ın makalesi ise 213 atıf almıştır. Qiu, “Avrupa’da Deniz Mekânsal Planlamasına Yönelik Ortaya Çıkan Politika Ortamı” adlı çalışmasında, MSP’ye yönelik olası gerilim ve sinerji alanlarını incelemiş ve balıkçılık düzenlemeleri ile çevre mevzuatının daha güçlü bir şekilde ilişkilendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır (Qiu ve Jones, 2013, s. 182-190). Kutan ise “Gelişmekte Olan Piyasa Ekonomilerinde Yenilenebilir Enerji Projelerinin Finansmanı” adlı çalışmasında, borsa gelişimi ve doğrudan yabancı yatırım girişlerinin yenilenebilir enerji tüketimini teşvik etmedeki önemini vurgulamıştır. Ayrıca, yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik kalkınmayı desteklediği ve CO² emisyonlarının azaltılmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır (Kutan vd., 2018, s. 1761-1777).

En çok atıf alan çalışmalardan altıncısı, Barry’nin 2008 yılındaki “Soğuk Rasyonaliteler ve Sıcak Hava: Yenilenebilir Enerji Tartışmalarını Anlamak için Retorik Bir Yaklaşım” adlı makalesidir. Barry, bu çalışmasıyla

123 atıf almış, Google Akademik verilerine göre ise atıf sayısı 281'dir. Çalışmada, rüzgâr enerjisi yanlısı ve karşıtı görüşlerin, hükümet ve medya gibi oluşumlardan alınan belgeler aracılığıyla retorik analizi yapılmıştır. Kuzey İrlanda'daki bir açık deniz rüzgâr santrali örnek olay olarak incelenmiş ve yenilenebilir enerji ekonomisine geçişte asıl meselenin sosyal ve politik dinamiklerle ilgili olduğu sonucuna varılmıştır. Barry, rüzgâr enerjisiyle ilgili farklı bakış açılarının anlaşılmasının, enerji tartışmalarında yeni çözümler sunabileceğini vurgulamaktadır (Barry, Ellis ve Robinson, 2008, s. 67-98).

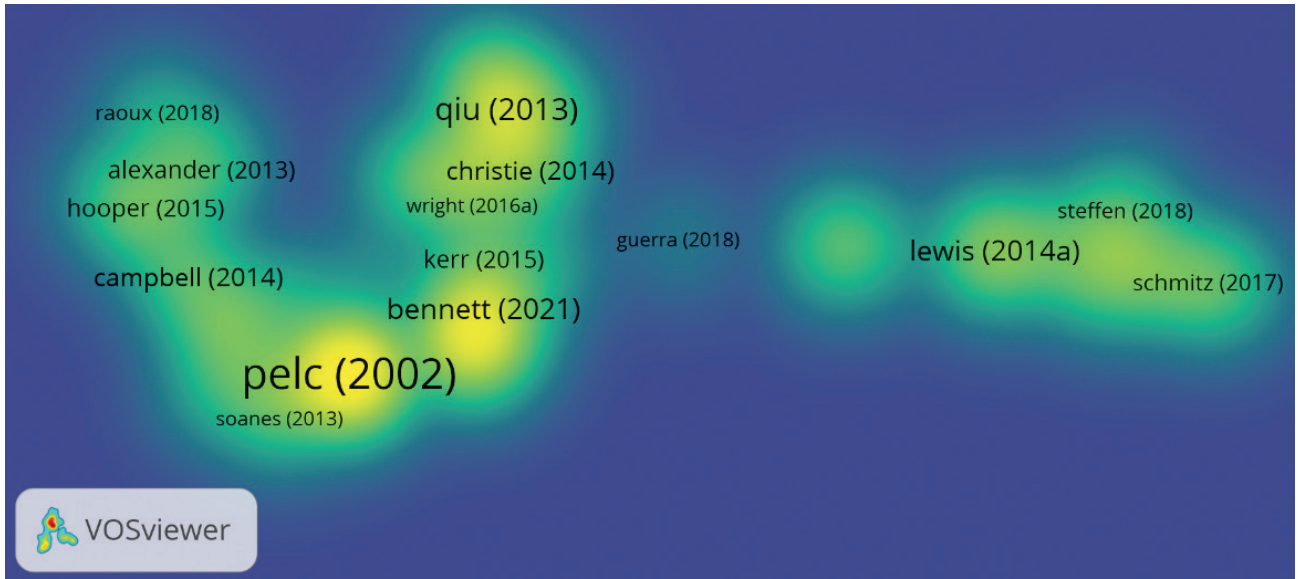
Bennett'in 2021 yılındaki "Mavi Büyüme ve Mavi Adalet: Okyanus Ekonomisi için On Risk ve Çözüm" adlı çalışması 109 atıf almış, Google Akademik verilerine göre ise atıf sayısı 240'tır. Yeni bir çalışma olmasına rağmen yüksek atıf sayısına ulaşması dikkat çekicidir. Makalede, daha kapsayıcı ve adil bir okyanus ekonomisi için güçlü bir diyalog kurulmasının önemi vurgulanmaktadır. Kontrolsüz ve hızlı mavi büyümenin sosyal ve çevresel dengesizliklere yol açabileceği sonucuna varılmıştır. Çalışmada mavi gündemin merkezine "Mavi Adalet" yaklaşımının yerleştirilmesi ve dağıtım adaleti ile katılımcı süreçlerin okyanus politikalarına entegre edilmesi önerilmektedir (Bennett, Blythe, White ve Campero, 2021, s. 104387).

Lewis'in 2014a yılındaki "Yenilenebilir Enerji Korumacılığının Yükselişi: Ortaya Çıkan Ticaret Çatışmaları ve Düşük Karbonlu Kalkınmaya Etkileri" adlı çalışması 108 atıf almış, Google Akademik verilerine göre atıf sayısı ise 183'tür. Lewis çalışmasında, yenilenebilir enerji korumacılığının yükselişi ve buna bağlı ticaret çatışmalarını ele alarak, farklı ülkelerin yenilenebilir enerji teknolojisi endüstrilerini şekillendirme yöntemlerini incelemektedir. Çalışma, yenilenebilir enerji teknolojilerinin artan kullanımının, iklim değişikliği ile mücadelede kritik bir rol oynayacağına ve küresel çapta bu teknolojilerin devreye girmesinin ekonomik ve politik maliyetleri artıracığına dair bir sonuç ortaya koymaktadır (Lewis, 2014a, s. 10-35).



Şekil 19. En Çok Atıf Alan Makalelerin Yıllara Göre Bibliyometrik Ağ Analiz

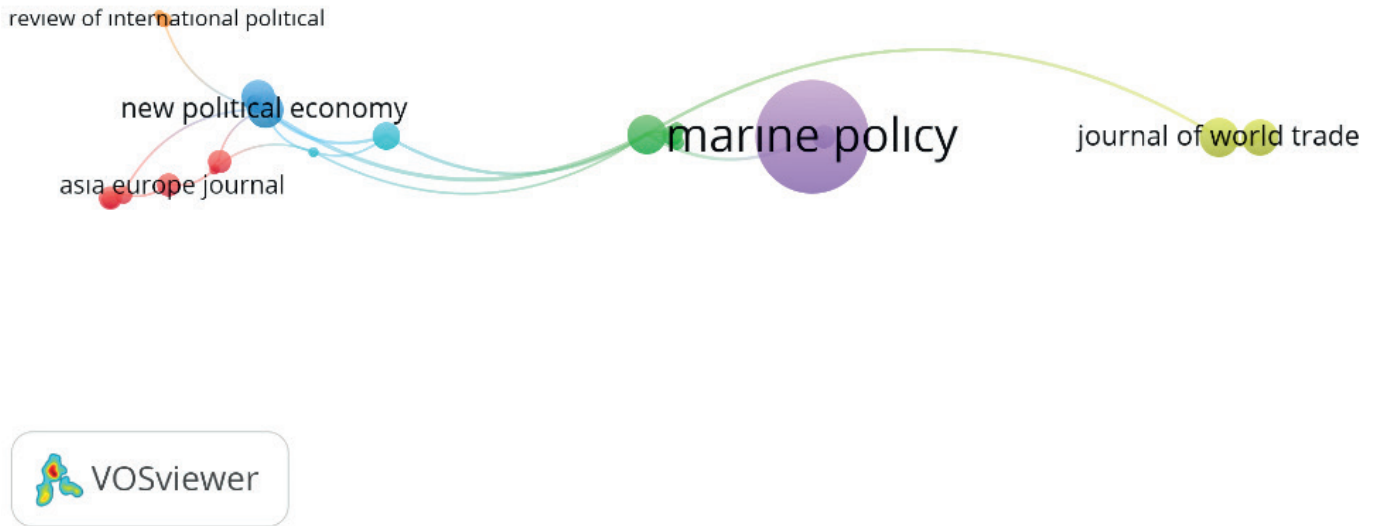
WoS veri tabanından Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine en çok atıf alan makalelerin yıllara göre dağılımı Şekil 19'da görselleştirilmiştir. Görsel yıllar bazında incelendiğinde, 2012 yılında en çok atıf alan makale Christopher M. Dent'e, 2021 yılında ise Nathan James Bennett'e aittir. Christopher M. Dent, en çok atıf alan çalışmasını Doğu Asya'da yenilenebilir enerji üzerine, Nathan James Bennett ise okyanus ekonomisi üzerine gerçekleştirmiştir.



Şekil 20. En Çok Atıf Alan Makalelerin Yoğunluk Haritası

WoS veri tabanından Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine en çok atıf alan makalelerin yoğunluk haritası Şekil 20’de görselleştirilmiştir. Şekil 20’ye göre sarı rengin yoğunlaştığı alan Robin Pelc’in en çok atıf alan yazar olduğunu göstermektedir. Pelc, 376 atıf ile en çok atıf alan yazar olmuştur.

En Çok Atıf Alan Kaynakların Analizi



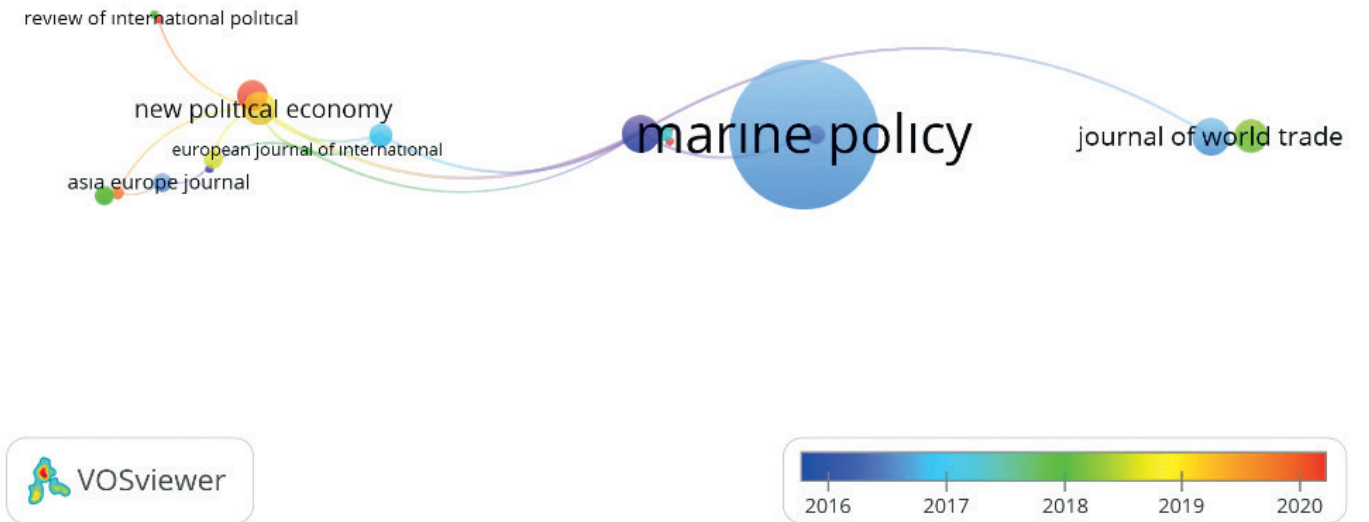
Şekil 21. En Çok Atıf Alan Kaynakların Bibliyometrik Ağ Analizi

VOSviewer veri tabanından elde edilen analize göre Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji literatürüne katkı sağlayan 72 bilimsel ve süreli yayına ulaşılmıştır. Her kaynağın en az 10 atıf almış olduğu kabul edilmiş ve veri setindeki 72 kaynaktan bağlantı gücü yüksek 29 kaynak eşik değerini karşılamıştır. Elde edilen ağ analizi Şekil 21’de görselleştirilmiştir. Atıf sayıları incelendiğinde, en fazla atıf alan kaynak

“Marine Policy” (Denizcilik Politikası) olup, 2718 atıf almıştır. Bu durum, “Marine Policy”nin yenilenebilir enerji literatüründeki en etkili kaynaklardan biri olduğunu ve ilgili alanda önemli bir akademik etki yarattığını göstermektedir. İkinci sıradaki “Global Environmental Politics” (Küresel Çevre Politikaları) ise 630 atıf alarak dikkat çeken bir diğer kaynakken, üçüncü sırada “New Political Economy” (Yeni Politik Ekonomi) 302 atıf ile yer almaktadır. Daha fazla atıf alan diğer kaynaklar arasında “Emerging Markets Finance and Trade” (Gelişmekte Olan Piyasalar Finans ve Ticaret) 293 atıfı, “World Economy” (Dünya Ekonomisi) 255 atıfı ve “Bulletin of the Atomic Scientists” (Atom Bilim İnsanları Bülteni) 241 atıfı öne çıkmaktadır. Ayrıca, “Business and Politics” (İş ve Politika) 114, “Journal of World Trade” (Dünya Ticaret Dergisi) 88, “World Trade Review” (Dünya Ticaret İncelemesi) 85 ve “Globalizations” (Küreselleşmeler) 54 atıf alarak bu alandaki önemli kaynaklardan biri oldukları anlaşılmaktadır. En çok atıf alan 10 kaynak Tablo 3’te ifade edilmiştir. Atıf sayılarının yüksekliği, bu kaynakların yenilenebilir enerji ve Uluslararası İlişkiler alanında önemli ve geniş çapta kabul gören çalışmalar sunduğunu göstermektedir. Bu kaynaklar, alanın şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamış ve yapılan araştırmaların geniş bir kitle tarafından referans alınmasına neden olmuştur.

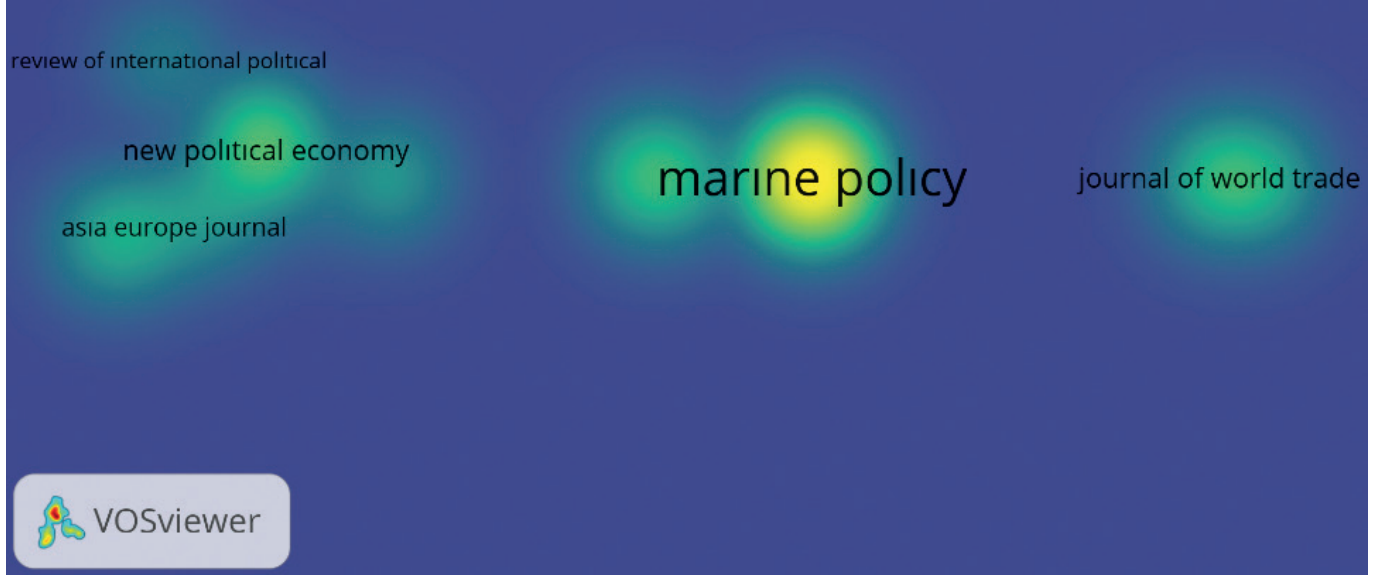
Tablo 3

En Çok Atıf Alan 10 Kaynak			
Sıra	Kaynaklar	Makale Sayısı	Atıf Sayısı
1	Marine Policy	90	2718
2	Global Environmental Politics	13	630
3	New Political Economy	11	302
4	Emerging Markets Finance and Trade	16	293
5	World Economy	4	255
6	Bulletin of the Atomic Scientists	31	241
7	Business and Politics	7	114
8	Journal of World Trade	13	88
9	World Trade Review	11	85
10	Globalizations	10	54



Şekil 22. En Çok Atıf Alan Kaynakların Yıllara Göre Bibliyometrik Ağ Analizi

WoS veri tabanından Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine en çok atıf alan kaynakların yıllara göre dağılımı Şekil 22’de görselleştirilmiştir. Görsel yıllara göre incelendiğinde 2016 yılında en çok atıf alan kaynak “Marine Policy” iken, 2021 yılında ise “Globalizations” en fazla atıf alan kaynak olmuştur. Bu durum, önceki yıllarda deniz politikası üzerine yapılan çalışmaların daha yoğun olduğunu, ancak günümüzde küreselleşme ve küresel konulara yönelik araştırmaların arttığını göstermektedir.



Şekil 23. En Çok Atıf Alan Kaynakların Yoğunluk Haritası

WoS veri tabanından Uluslararası İlişkiler alanında yenilenebilir enerji üzerine en çok atıf alan kaynakların yoğunluk haritası Şekil 23’te görselleştirilmiştir. Şekil 23’e göre sarı rengin yoğunlaştığı alan “Marine Policy” olup, bu kaynağın en çok atıf alan yayın olduğu görülmektedir. Analiz sonuçları, Uİ alanında yenilenebilir enerji üzerine yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak “Deniz Politikası” konusuna odaklandığını göstermektedir.

Sonuç

Bu makale, Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerji çalışmalarının değişim seyrini ve küresel boyuttaki etkilerini değerlendirmeye yönelik tasarlanmıştır. Günümüzde yenilenebilir enerji sadece enerji sektöründe değil Uluslararası İlişkilerin söz konusu olduğu küresel dinamiklerde de değerlendirilmelidir. Bu değişim; enerji güvenliği, sürdürülebilirlik ve çevresel sorumluluk gibi konularda yeni bir küresel işbirliği çağını işaret etmektedir. Enerji olgusu, zamanla uluslararası politika, diplomatik ilişkiler ve ekonomik entegrasyonun temel bir unsuru haline gelmiştir. Enerji kaynaklarına erişim ve bunların yönetimi, ülkeler arasındaki ilişkilerde stratejik önem kazanmıştır.

1981’de yayımlanan ilk makaleden 2007’ye kadar atıf sayısının sınırlı kalması, yenilenebilir enerjinin Uluslararası İlişkiler disiplininde erken dönemde kısıtlı bir ilgi gördüğünü göstermektedir. Ancak 2007 sonrası dönemde atıf sayılarındaki artış, yenilenebilir enerjiye yönelik küresel farkındalığın ve bu konunun disiplin içindeki öneminin arttığını işaret etmektedir. Bu gelişme, yenilenebilir enerjinin yalnızca teknik bir konu olmadığını aynı zamanda uluslararası işbirliği, güvenlik ve politika açısından da ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya, yenilenebilir enerji politikaları ve akademik araştırmalarında öncü ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Bu akademik öncülük, sektörel öncülükle de kesişmektedir; zira her iki ülke de yenilenebilir enerji üretiminde yüksek kapasiteye, gelişmiş teknolojiye ve yenilikçi uygulamalara sahiptir. Özellikle enerji verimliliği, güneş ve rüzgâr enerjisi tek-

nolojileri gibi alanlardaki sektörel başarıları, akademik çalışmalarla desteklenmektedir. Benzer şekilde İngiltere, Almanya ve Çin de yenilenebilir enerji politikaları ve akademik araştırmalarda dikkate değer bir ilerleme kaydetmiştir. İngiltere, karbon nötrlüğü hedefleri doğrultusunda yenilenebilir enerji kaynaklarını çeşitlendirmeye odaklanmış ve bu alanda güçlü bir akademik altyapı oluşturmuştur. Almanya, enerji dönüşüm süreci olarak bilinen “Energiewende” politikasıyla rüzgâr ve güneş enerjisi teknolojilerinde hem sektörel hem de akademik başarı göstermiştir. Bu dönüşüm, fosil yakıtlardan yenilenebilir enerjiye geçişi, enerji verimliliğini artırmayı ve enerji güvenliğini sağlamayı amaçlamaktadır. Almanya, bu dönüşüm sürecinde rüzgâr ve güneş enerjisi gibi temiz enerji kaynaklarına yoğun yatırım yapmış ve bu politika ile enerji üretiminde düşük karbon emisyonlu çözümleri teşvik etmeye çalışmıştır. Çin ise küresel enerji üretiminde lider bir güç olmanın ötesinde, yenilenebilir enerjiye yönelik yatırımlarını hızla artırarak bu alanda büyük bir ivme kazanmış, bu da hem akademik yayın sayısında hem de sektörel yeniliklerde kayda değer bir yükselişi beraberinde getirmiştir. İskoçya ve Hollanda gibi ülkeler de özellikle rüzgâr enerjisi alanında yenilikçi projelerle ön plana çıkmakta ve bu başarıları uluslararası işbirlikleriyle pekiştirmektedir. Bu eğilimler, yenilenebilir enerji konusundaki küresel akademik ve sektörel işbirliklerinin daha geniş kapsamlı bir enerji dönüşümü için temel oluşturduğunu göstermektedir. Avustralya Ulusal Üniversitesi’nin en fazla makale üreten kuruluş olması, Avustralya’nın yenilenebilir enerji politikalarına verdiği önem ve bu alandaki araştırmalara sağladığı güçlü desteği yansıtmaktadır. İngiltere’deki Coll Cork ve Exeter Üniversiteleri gibi kurumların da makale üretiminde öne çıkması, sürdürülebilir enerji politikaları ve ülkenin karbon nötrlüğü hedeflerine yönelik akademik katkılarını ve enerji dönüşüm stratejilerindeki öncülüğünü işaret etmektedir. ABD’deki Kaliforniya, Berkeley, Princeton ve Harvard Üniversiteleri ise güçlü akademik altyapıları ve uluslararası işbirlikleri ile yenilenebilir enerji araştırmalarında öne çıkmaktadır. Benzer şekilde, Kanada’daki Queens Üniversitesi ise ülkenin enerji politikalarının sürdürülebilirlik odaklı yapısını destekleyen bir akademik merkez olarak dikkat çekmektedir. Bu dağılım aynı zamanda bu kurumların uluslararası işbirliklerini teşvik eden yapıları, geniş araştırma kaynaklarına erişimleri ve yenilenebilir enerji konusundaki küresel farkındalıkla uyumlu çalışmalar yürüttüklerini göstermektedir. Kısacası, bu üniversitelerin sadece kendi ülkelerinde değil, küresel enerji dönüşümüne katkı sağlayan bilgi üretiminde de önemli bir role sahip oldukları söylenebilir. “Yenilenebilir enerji” gibi geniş kapsamlı bir anahtar kelimenin yaygın kullanımı, disiplinin henüz spesifik alt başlıklara tam anlamıyla ayrılmadığını gösterebilir. Bu bağlamda, yenilenebilir enerjinin küresel iklim politikalarına etkisi, enerji geçişi süreçlerinde ülkeler arası işbirliği ve enerji kaynaklarına erişim adaleti gibi konuların gelecekte daha fazla ilgi görebileceği vurgulanabilir. En çok atıf alan çalışmaların deniz kaynaklı enerjiye odaklanması, deniz politikaları ve yenilenebilir enerji ilişkisine dair derinleşme ihtiyacını belirtebilir. Robin Pelc’in 2002 yılında yayımlanan ve okyanuslardan elde edilen yenilenebilir enerji kaynaklarını ele alan çalışması, hem akademik hem de pratik düzeyde büyük bir yankı uyandırmış ve bu alanda öncü bir referans haline gelmiştir. Makale, okyanus enerjisinin yenilenebilir enerji sistemlerindeki potansiyelini ekonomik ve çevresel açılardan değerlendirirken, deniz ortamının korunmasını temel bir öncelik olarak vurgulamaktadır. Bu çalışmanın yüksek atıf alması, küresel enerji dönüşümü ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından deniz temelli enerji kaynaklarının taşıdığı stratejik önemin vurgulamasından kaynaklanabilir. Okyanus enerjisinin fosil yakıtlara olan bağımlılığı azaltma potansiyeli, küresel iklim değişikliğiyle mücadelede yeni çözümler sunma kapasitesiyle birleşerek çalışmayı daha geniş bir etki alanına taşımıştır. Ayrıca, yenilenebilir enerji teknolojilerinde çevresel hassasiyetle ekonomik fizibilite arasındaki dengenin sağlanması gerektiği vurgusu, bu alandaki diğer araştırmalara ilham verebilir. “Deniz Politikası” gibi dergilerin ön planda olması, Uluslararası İlişkiler disiplini içinde deniz alanlarının yenilenebilir enerji ile kesiştiği niş bir araştırma alanının geliştiğini göstermektedir. Bu nişlik, deniz ve enerji bağlantıları, açık deniz rüzgâr türbinleri ve dalga enerjisi gibi deniz alanlarının enerji üretimi için kullanımı, deniz taşımacılığının enerji verimliliği ve karbon salınımını azaltmaya yönelik politikaları gibi çeşitli boyutlarla izah edilebilir. Ayrıca, deniz alanlarının stratejik önemi, enerji kaynaklarına erişim ve uluslararası deniz hukukunun enerji politikalarına etkisi gibi konular bu niş alanın temel unsurlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, bu alanın yalnızca yenilenebilir enerji politikalarına değil, aynı zamanda diplomasi ve ekonomik entegras-

yon süreçlerine de katkı sağladığı söylenebilir. Gelecekte, yenilenebilir enerji çalışmalarının tematik açıdan genişlemesi ve farklı yenilenebilir enerji kaynaklarının uluslararası iş birliği, enerji çatışmaları veya ekonomik etkiler bağlamında daha spesifik biçimde ele alınması faydalı olabilir. Özellikle 2007 sonrası hızlı artış dikkate alındığında, çalışmaların küresel krizler, Paris İklim Anlaşması gibi uluslararası politik süreçlere nasıl entegre edildiği araştırılabilir.

Yenilenebilir enerji çalışmalarının Uluslararası İlişkiler disiplininde yansımalarını bibliyometrik bir analiz ile değerlendirilerek belirli bölgelerde veya ülkelerdeki yenilenebilir enerji çalışmalarının Uluslararası İlişkilerle etkileri saptanmıştır. Bu etkiler; sosyal, ekonomik, politik veya çevresel gibi çeşitli perspektiflerden ele alınmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda örnekleme dair mevcut politikaların ve düzenlemelerin iyileştirilmesi ve özellikle, yenilenebilir enerji projelerinin teşvik edilmesi amacıyla düzenleme değişiklikleri yapılması üzerine odaklanılabilir. Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerji üzerine çalışan araştırmacıların ve profesyonellerin daha çok gelişim göstermeleri amacıyla eğitim programlarına yönelik çalışmalar geliştirmesi olasıdır. Daha verimli ve sürdürülebilir enerji üretimi için potansiyel yeni teknoloji veya metodoloji içeren yenilenebilir enerji teknolojileri geliştirilmelidir. Yenilenebilir enerji projelerinin toplumsal ve ekonomik etkileri değerlendirilmeli ve bu projelerin yerel ekonomilere, istihdama ve topluluklara olan etkileri analiz edilmelidir. Yenilenebilir enerji projelerindeki ülkeler, üniversiteler ve yazarlar arası işbirliklerini ve bu işbirliklerinin etkilerini değerlendirdiğimizde daha fazla işbirliğinin gerçekleştirilmesi gerektiği önem taşımaktadır. Bu çalışmanın gerçekleştirildiği tarih itibarıyla gelecekteki araştırmacılara daha geniş ve güncel bir literatür sunmak için en son gelişmeleri ve eğilimleri içeren güncellenmiş bir bibliyometrik analiz yapılabilir.

Bu çalışma, Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerji üzerine gerçekleştirilmesi düşünülen çalışmalara temel oluşturabilecek araştırma önerilerini özetlemektedir. Uluslararası İlişkiler disiplininde yenilenebilir enerji dünyasında yeni bir paradigmanın gelişimini ve mevcut teorilerin ilerlemesini anlamak için çeşitli teorik, kavramsal ve ampirik araştırma fırsatları bulunmaktadır. Söz konusu alanda bir bilgi kümesinin ortaya çıkması ve bu bilgi birikiminde daha sonra yapılan değişiklikler, ek ampirik araştırma fırsatları yaratmaktadır. Bu makale, bu bilgi birikimini ilerletmeyi amaçlayan, gelecekteki araştırma çalışmaları için öneriler sunarak yenilenebilir enerjinin Uluslararası İlişkiler disiplinindeki yansımalarını anlamamıza yardımcı olabilecek akademik bir çalışmadır.

Kaynakça

- Aleixandre-Tudó, J. L., Castelló-Cogollos, L., Aleixandre, J. L. and Aleixandre-Benavent, R. (2019). Renewable energies: Worldwide trends in research, funding and international collaboration. *Renewable energy*, 139, 268-278. doi: <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.02.079>
- Barry, J., Ellis, G. and Robinson, C. (2008). Cool rationalities and hot air: A rhetorical approach to understanding debates on renewable energy. *Global environmental politics*, 8(2), 67-98. doi: <https://doi.org/10.1162/glep.2008.8.2.67>
- Bennett, N. J., Blythe, J., White, C. S. and Campero, C. (2021). Blue growth and blue justice: Ten risks and solutions for the ocean economy. *Marine Policy*, 125, 104387. doi: <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2020.104387>
- Bonilla, C. A., Merigó, J. M. and Torres-Abad, C. (2015). Economics in Latin America: A bibliometric analysis. *Scientometrics*, 105, 1239-1252. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s11192-015-1747-7>
- Brzozowska-Rup, K. and Nowakowska, M. (2022). Bibliometric studies on renewable energy- Poland compared to other EU countries. *Energies*, 15(13), 4577. doi: <https://doi.org/10.3390/en15134577>
- Chou, C. H., Ngo, S. L. and Tran, P. P. (2023). Renewable energy integration for sustainable economic growth: Insights and challenges via bibliometric analysis. *Sustainability*, 15(20), 15030. doi: <https://doi.org/10.3390/su152015030>
- Chomiak-Orsa, I., Greńczuk, A., Łuczak, K. and Piwoni-Krzeszowska, E. (2023). AI in Accelerating the Creation of Renewable Energy Sources. Bibliometric Analysis. In *European Conference on Artificial Intelligence* (pp. 155-162). Cham: Springer Nature Switzerland. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-50485-3_14
- Dong, K., Dong, X. and Jiang, Q. (2020). How renewable energy consumption lower global CO2 emissions? Evidence from countries with different income levels. *The World Economy*, 43(6), 1665-1698. doi: <https://doi.org/10.1111/twec.12898>
- Donthu, N., Gremler, D. D., Kumar, S. and Pattnaik, D. (2020). Mapping of Journal of Service Research themes: A 22-year Review. *Journal of Service Research*, 25(2), 187-193. doi: <https://doi.org/10.1177/1094670520977672>
- Donthu, N., Kumar, S. and Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis. *Journal of business research*, 109, 1-14. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.039>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. and Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 133, 285-296. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Glanzel, W. (2003). *Bibliometrics as a research field a course on theory and application of bibliometric indicators*. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/242406991_Bibliometrics_as_a_research_field_A_course_on_theory_and_application_of_bibliometric_indicators
- Godin, B. (2006). On the origins of bibliometrics. *Scientometrics*, 68(1), 109-133. doi: <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0086-0>
- Goldstein, J. S. and Pevehouse, J. C. (2022). *International Relations*. Free Books. Erişim adresi: https://books.google.com/books/about/Uluslararası%C4%B1_%C4%B0li%C5%9Fkiler.html?id=Hj8vEQAAQBAJ
- Gu, D., Li, J., Li, X. and Liang, C. (2017). Visualizing the knowledge structure and evolution of big data research in healthcare informatics. *International Journal of Medical Informatics*, 98, 22-32. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2016.11.006>
- Huda, M. S. (2024). Renewable energy diplomacy and transitions: An environmental peacebuilding approach. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 50, 100815. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2024.100815>
- International Energy Agency. (2009). *World energy outlook* (p. 17). Paris: OECD/IEA. doi: <https://doi.org/10.1787/weo-2009-tr>
- Jiang, Y. and Liu, X. (2023). A bibliometric analysis and disruptive innovation evaluation for the field of energy security. *Sustainability*, 15(2), 969. doi: <https://doi.org/10.3390/su15020969>
- Jiménez-Islas, D., Pérez-Romero, M. E., Álvarez-García, J. and del Río-Rama, M. D. L. C. (2024). Mapping Scientific Knowledge of Renewable Energy and Tourism. *Sustainability*, 16(15), 6356. doi: <https://doi.org/10.3390/su16156356>
- Joița, D., Panait, M., Dobrotă, C. E., Diniță, A., Neacșa, A. and Naghi, L. E. (2023). The European dilemma—Energy security or green transition. *Energies*, 16(9), 3849. doi: <https://doi.org/10.3390/en16093849>
- Keohane, R. O. and Nye Jr, J. S. (1973). Power and interdependence. *Survival*, 15(4), 158-165. doi: <https://doi.org/10.1080/00396337308441409>

- Kristia, K. and Rabbi, M. F. (2023). Exploring the synergy of renewable energy in the circular economy framework: a bibliometric study. *Sustainability*, 15(17), 13165. doi: <https://doi.org/10.3390/su151713165>
- Kut, P. and Pietrucha-Urbanik, K. (2023). Bibliometric Analysis of Renewable Energy Research on the Example of the Two European Countries: Insights, Challenges, and Future Prospects. *Energies*, 17(1), 176. doi: <https://doi.org/10.3390/en17010176>
- Kutan, A.M., Paramati, S.R., Ummalla, M. and Zakari, A. (2018). Financing renewable energy projects in major emerging market economies: Evidence from a sustainable economic development perspective. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54 (8), 1761-1777. doi: <https://doi.org/10.1080/1540496X.2017.1363036>
- Lester, S. E., Costello, C., Halpern, B. S., Gaines, S. D., White, C. and Barth, J. A. (2013). Evaluating tradeoffs among ecosystem services to inform marine spatial planning. *Marine Policy*, 38, 80-89. doi: <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2012.05.022>
- Lewis, J. I. (2014). The rise of renewable energy protectionism: emerging trade conflicts and implications for low carbon development. *Global Environmental Politics*, 14(4), 10-35. doi: https://doi.org/10.1162/GLEP_a_00255
- Liao, H., Tang, M., Luo, L., Li, C., Chiclana, F. and Zeng, X. J. (2018). A bibliometric analysis and visualization of medical big data research. *Sustainability*, 10(1), 166. doi: <https://doi.org/10.3390/su10010166>
- Muhmad, S. N., Cheema, S., Mohamad Ariff, A., Nik Him, N. F. and Muhmad, S. N. (2024). Systematic literature review and bibliometric analysis of green finance and renewable energy development. *Sustainable Development*. doi: <https://doi.org/10.1002/sd.3093>
- Osareh, F. (1996). Bibliometrics, citation analysis and co-citation analysis: A Review of literature I, 46(3), 149-158. doi: <https://doi.org/10.1515/libr.1996.46.3.149>
- Pelc, R. and Fujita, R.M. (2002) Renewable Energy from the Ocean. *Marine Policy*, 26 (6), 471-479. doi: [https://doi.org/10.1016/S0308-597X\(02\)00045-3](https://doi.org/10.1016/S0308-597X(02)00045-3)
- Phulwani, P. R., Kumar, D. and Goyal, P. (2020). A systematic literature Review and bibliometric analysis of recycling behavior. *Journal of global marketing*, 33(5), 354-376. doi: <https://doi.org/10.1080/08911762.2020.1765444>
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348-349. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/236031787_Statistical_Bibliography_or_Bibliometrics
- Qiu, W. and Jones, P. J. (2013). The emerging policy landscape for marine spatial planning in Europe. *Marine Policy*, 39, 182-190. doi: <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2012.10.010>
- Rakipoğlu, M. (2023). İklim Değişikliği ve Körfez: Yansımaları, Eylemleri ve Rekabet. *Akademik Hassasiyetler*, 10 (23), 381-398. doi: <https://doi.org/10.58884/akademik-hassasiyetler.1346885>
- Sanak-Kosmowska, K. and Wiktor, J. W. (2021). The morphology and differentiation of the content of international debate on renewable energy. A bibliometric analysis of web of science, Scopus, and twitter. *Energies*, 14(21), 7094. doi: <https://doi.org/10.3390/en14217094>
- Senyapar, H. N. D. (2023). Renewable Energy Literature in Turkey: Mapping Analysis of the Field and Future Study Suggestions on Overlooked Issues. *International Journal of Renewable Energy Research (IJRER)*, 13(1), 221-235. doi: <https://doi.org/10.20508/ijrer.v13i1.13810.g8677>
- Sharma, P. and Sengar, A. (2024). Trends and insights in renewable energy research: a comprehensive bibliometric analysis (2000–2023). *International Journal of Energy Sector Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJESM-05-2024-0020>
- Şenyapar, H. N. D., Çetinkaya, Ü. ve Bayındır, R. (2024). Renewable Energy Incentives and Future Impacts for Türkiye: Comparative Bibliometric Analysis. *Journal of Polytechnic*, 27(1). doi: <https://doi.org/10.2339/politeknik.1336391>
- Tamala, J. K., Maramag, E. I., Simeon, K. A. and Ignacio, J. J. (2022). A bibliometric analysis of sustainable oil and gas production research using VOSviewer. *Cleaner Engineering and Technology*, 7, 100437. doi: <https://doi.org/10.1016/j.clet.2022.100437>
- Telli, A., Erat, S., and Demir, B. (2021). Comparison of energy transition of Turkey and Germany: energy policy, strengths/weaknesses and targets. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 23, 413-427. doi: <https://doi.org/10.1007/s10098-020-01950-8>

- Vakulchuk, R., Overland, I., and Scholten, D. (2020). Renewable energy and geopolitics: A review. *Renewable and sustainable energy reviews*, 122, 109547. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.109547>
- Verma, S. and Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of business research*, 118, 253-261. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.057>
- Walker, G. and Cass, N. (2007). Carbon reduction, 'the public' and renewable energy: engaging with socio-technical configurations. *Area*, 39(4), 458-469. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2007.00772.x>
- Yang, F. and Li, J. (2024). A Review of Renewable Energy Investment in Belt and Road Initiative Countries: A Bibliometric Analysis Perspective. *Energies*, 17(19), 4900. doi: <https://doi.org/10.3390/en17194900>

Extended Abstract

Purpose: The aim of the study is to create a bibliometric map of the evolution trend of articles on renewable energy in the “Web of Science” database in the discipline of International Relations, in the “Social Sciences Citation Index” and “Emerging Sources Citation Index” indexes, and to share the contribution of knowledge. In line with the stated purpose, this study presents a bibliometric analysis that considers renewable energy research in the field of International Relations from a broad perspective. Data obtained by bibliometric analysis methods; it aims to offer alternative perspectives to researchers and decision makers by illuminating the keywords, important issues and starting points in the literature. Another aim of the study is to offer a perspective that will help us understand the reflections of renewable energy in the discipline of International Relations and evaluate the contributions of different service units and individuals.

Design and Methodology: In this study, articles obtained from the Web of Science database on renewable energy in the discipline of International Relations were examined with bibliometric analysis, a quantitative research method. Bibliometrics technique is a research field that draws a scientific road map for researchers by analyzing academic literature and publication performances. Articles obtained from the indexes in the WoS database on renewable energy in the discipline of International Relations were examined within the framework of the following research questions:

- What is the distribution of articles by years?
- What are the publication and citation times of articles over the years?
- What is the distribution and collaboration of these articles according to countries and universities?
- What is the co-occurrence network analysis of the most used keywords in the articles and their change over time?
- What is the co-authorship analysis of authors with high relationship power in articles?
- Which are the most cited authors, articles and sources according to the study's sample?

By scanning the concept of “renewable energy” in the WoS database, the field of International Relations was selected and 320 English articles written between 1981- 2023 were obtained. These articles were analyzed in the WoS database and processed in the VOSviewer program. Via VOSviewer; analysis of years of publications, changes in citation and publication times over the years, countries and collaborations, universities and collaborations, most used keywords, co-authors, most cited authors, most cited articles and most cited sources were made using the bibliometric mapping method. Due to the nature of the study, informed consent or ethics committee approval was not required.

Findings: In line with the data obtained from the WoS database on 26.11.2023, a total of 320 articles published in English in 72 sources by 713 authors of 461 universities in 61 countries between 1981- 2023 were accessed. While the first study on sampling was carried out in 1981, the most publications were reached in 2022 with 37 articles. The distribution of publications fluctuates over the years. When the change in the number of publications and citations by year is examined, it is seen that the number of publications fluctuates over the years, while the interest in the concept has increased in recent years. While no study was cited until 2007, the fact that the number of citations has increased significantly as of 2007 shows that much more work has been carried out in this field. It was determined that the most articles were written by USA-based authors and the institution that produced the most articles was the Australian National University. The fact that the most commonly used keyword is “renewable energy” is as expected, considering the subject the study focuses on. The most prolific researchers on sampling are Anne Marie O’hagan and Glen Wright. When the number of citations of authors who have studies on renewable energy in the discipline of International Relations is examined, Rod M. Fujita and Robin Pelc rank first with 376 citations. When the most cited authors are examined, Rod M. Fujita and Robin Pelc come first with 376 citations. It was concluded that Robin Pelc’s study in 2002 was the most cited article. According to the results of the analysis, the most cited source is “Marine Policy” with 2718 citations.

Research Limitations: The most critical limitation of the study is that the analysis conducted on the studies listed in the WOS Core Collection did not include databases such as Scopus and Pedmed internationally, and in Turkey, databases such as YÖK National Thesis Center, TÜBİTAK, ULAKBİM, and sources that are not in online circulation. In order to ensure that the studies obtained as a result of the analysis truly represent the literature in the focus of the research, the study data were filtered as Social Science Citation Index (SSCI) and Emerging Sources Citation Index (ESCI). Although publications in the SSCI and ESCI indexes were analyzed in this study, it is considered a limitation that not every study listed in these indexes can be directly specific to the field of International Relations. In particular, among the most cited studies, publications that did not directly contribute to the field of IR and whose authors’ field of expertise were Basic Sciences were identified. Since the bibliometric analysis method does not provide the opportunity to directly evaluate studies in terms of content, this may have had an impact on the analysis results. Therefore, it is recommended to eliminate such limitations in future studies with manual content analysis or additional classifications made by field experts. While only English articles were evaluated in the study, publications in other languages were excluded. The data of the study was obtained from the Web of Science database on 26.11.2023, and studies carried out after this date were excluded from the study.

Implications (Theoretical, Practical and Social): By evaluating the reflections of renewable energy studies in the discipline of International Relations with a bibliometric analysis, the effects of renewable energy studies in certain regions or countries on International Relations were determined. These effects; it has been discussed from various perspectives such as social, economic, political or environmental. As a result of the findings, it is possible to focus on improving existing policies and regulations regarding the sample and, in particular, making regulatory changes to encourage renewable energy projects. It is possible that researchers and professionals working on renewable energy in the discipline of International Relations will develop studies on training programs in order to further develop. Renewable energy technologies that include potential new technology or methodology for more efficient and sustainable energy production should be developed. The social and economic impacts of renewable energy projects should be evaluated and their impact on local economies, employment and communities should be analyzed. When we evaluate the collaborations between countries, universities and authors in renewable energy projects and the effects of these collaborations, it is important that more collaboration should be realized. An updated bibliometric analysis that includes the latest developments and trends can be performed to provide future researchers with a broader and more up-to-date literature as of the date of this study.

Value: This article is designed to understand the course of change and global effects of renewable energy studies in the discipline of International Relations. Various theoretical, conceptual and empirical research opportunities exist in the discipline of International Relations to understand the development of a new paradigm in the world of renewable energy and the advancement of existing theories. The emergence of a body of knowledge in the field in question and subsequent modifications to that body of knowledge create opportunities for additional empirical research. This article; It is an academic study that aims to advance this knowledge and can help us understand the reflections of renewable energy in the discipline of International Relations by providing suggestions for future research studies. The findings and recommendations of this article contribute to the collective body of knowledge on the impact of renewable energy on global cooperation and sustainability in the discipline of International Relations by examining the most prolific authors.

The Role of Moral Disengagement in the Effect of Compulsory Organizational Citizenship Behavior on Employee Creativity*

İlkay ERASLAN¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 3 Haziran 2024, **Kabul Tarihi/Accepted:** 26 Nisan 2025
Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Abstract

Employee creativity, where individuals solve a problem by associating what they have learned throughout their lives and creating a new and original idea or product, is seen as an important element for developing innovation and competition in organizations. Determining the factors affecting employee creativity is important for institutions to renew their strategies and increase their competitiveness. In this context, in the research prepared, the mediating role of moral disengagement (MD) in the effect of perceived Compulsory Organizational Citizenship Behavior (CCB) on employees' creativity was reviewed. All the data was provided from the scales used in the research in which 428 employees operating in the aviation industry participated. Smart PLS 4 was used and analyzes were performed using structural equation modeling-path analysis methods. According to research findings, CCB has a negative effect on employee creativity, while CCB as a positive effect on moral disengagement. However, moral disengagement has a mediating role in the effect of CCB on employee creativity. In organizations, performing organizational citizenship behavior on a voluntary basis can prevent unethical behavior in employees, the negative effects of CCB behavior can decrease, employee creativity can increase, and accordingly, the innovation and competitive development of the organization can be achieved. The research creates value by developing an alternative solution to employee creativity.

Keywords: Organizational Citizenship Behavior, Compulsory Organizational Citizenship Behavior, Employee Creativity, Moral Disengagement

* Makalede yer alan araştırma, İstanbul Beykent Üniversitesi Etik Kurulu'nun onayıyla gerçekleştirilmiştir (Onay Tarihi: 27.11.2023; Onay No: 2023/10). The research included in the article was carried out with the approval of the Ethics Committee of Istanbul Beykent University (Approval Date: 27.11.2023; Approval No: 2023/10).

1 İstanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü ORCID: 0000-0002-1550-3693

Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Çalışan Yaratıcılığına Etkisinde Ahlaki Çözülmenin Rolü

Öz

Bireylerin hayatı boyunca öğrendiklerini ilişkilendirerek bir problemi çözmesi ve yeni ve özgün bir fikir veya ürün ortaya çıkaran çalışan yaratıcılığı, örgütlerde yeniliğin ve rekabetin gelişmesi için önemli bir unsur olarak görülmektedir. Çalışan yaratıcılığını etkileyen unsurların belirlenmesi, örgütlerin stratejilerini geliştirmesi ve rekabet gücünü arttırmaları açısından önemlidir. Bu kapsamda hazırlanan araştırmada, algılanan zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışanların yaratıcılığı üzerinde etkisinde ahlaki çözülmenin aracı rolü incelenmiştir. Veriler havacılık sektöründe faaliyet gösteren 428 çalışanın katıldığı araştırmada kullanılan ölçekler ile sağlanmıştır. Smart PLS 4 kullanılmış olup, yapısal eşitlik modellemesi-yol analizi yöntemleriyle analizler yapılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışı çalışan yaratıcılığı üzerinde negatif etkisi varken, zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışı ahlaki çözülme üzerinde pozitif etkisi vardır. Bununla birlikte zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan yaratıcılığına etkisinde ahlaki çözülmenin aracı rolü bulunmaktadır. Örgütlerde, örgütsel vatandaşlık davranışının gönüllülük esasına göre yapılması çalışanlarda etik olmayan davranışların önüne geçebilir, zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının olumsuz etkileri azalabilir, çalışan yaratıcılığı artarak ve buna bağlı olarak örgütün yenilik ve rekabet gelişimi sağlanabilir. Araştırma, çalışanların yaratıcılığına alternatif bir çözüm geliştirerek değer yaratır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Çalışan Yaratıcılığı, Ahlaki Çözülme

JEL Kodu: M10, M19

Introduction

Working is a determined and valuable activity done by people to meet their psychological and physical desires and to be successful. When some employees perceive the job as an obligation, differences in feelings may occur. Individual job performance is defined as the performance of a particular purpose, function or performance in organizations. It emerges as a concept related to the execution or realization of the task (Akgül, 2019, p.8). Organizational citizenship behavior (OCB) considered to be beneficial and valuable for the organization. If organizational citizenship behavior is seen in all employees throughout the organization, organizational effectiveness increases (Hayat, Batool, Hayat and Hayat 2019, p.551-552). OCB can be both an incentive and a pressure factor for employees in order to relieve the workload of managers and colleagues. Studies indicate that organizational citizenship behavior is carried out due to felt pressures. It can be thought that employees mostly show OCB due to pressure from managers, colleagues, and sometimes third parties such as customers and suppliers, rather than their own desire (Topçu, Beğenirbaş and Turgut 2017, p. 507). Extra-role behaviors that employees display voluntarily are accepted as normal by managers and even colleagues over time, and these extra-role behaviors, which start with feelings of good will and helpfulness, begin to be routinely expected from employees. In particular, employers and managers have come to expect and demand from all employees the OCB's that some employees purposefully display. In a sense, the works that the employees do beyond their duties, which are based on good will, such as helpfulness, sportsmanship and participation in policy-making, which they show with good will and voluntarily, become compulsory organizational citizenship behavior (CCB) by being included in their job descriptions (Wang, Liang and Yu, 2024, p. 7134).

Employees see CCB as a behavior that they are forced to adopt due to pressure from the business. As a compulsory requirement, CCB can harm the organization by negatively affecting employee behavior, which also negatively affects the performance of the organization. In deed CCB negatively affect employee's innovative work behaviors and knowledge sharing because managers impose jobs on employees by forcing them to do so (Meng, Chenchu, Liang and Li, 2021, p. 1961). Once the jobs are assigned, the behavior of the employees differs, causing CCB with an extra role. In this case, employees appear to be working under pressure from management due to the compulsory working process in the organization. According to the moral disengagement theory, an employee may cause moral disengagement if his moral interest and the organization's interest are threatened. This situation can create unethical behavior. Unethical situations in an organization can also affect the creativity of employees (Wang et al., 2024, p. 7135; Abukheit, Khattak, Shaya and Ramanathan, 2023, p. 5).

When the literature is examined, it is found that there are studies on the negative effects of CCBs on innovative work behaviours of employees in different sectors. In recent years, the aviation sector has become an intensely competitive and constantly growing sector. This growth creates both opportunities and challenges for managers and employees in the sector. In this sector, where competition is increasing rapidly, it is becoming more and more challenging for employees to show and maintain high performance. In studies conducted for different sectors, it is stated that CCB may affect the psychology of employees and cause them to exhibit negative attitudes and behaviours within the organisation (Peng and Zhao, 2012, s. 80). MD occurs when individuals who experience job stress have a negative psychological experience due to this situation. Individuals show high motivation to correct this situation by exhibiting retaliatory behaviours to express their discomfort with this process. (He et. al., 2019, p. 261). Research suggests that unethical behaviour can diminish the self-concept of creative people, making them more likely to use it as an excuse to engage in unethical behaviour (Mai, Ellis and Welsh, 2015, s. 80-82). Qin et. al., (2019), MD mediates the positive relationship between CCB and employee silence. However, it is seen that studies have not established a sufficient relationship between moral disengagement, CCB and employee creativity.

The aim of the study is to evaluate the Effect of CCB on employee creativity in the aviation industry in a cause and effect relationship. It was also aimed to measure the effect of the mediating role of MD on employee creativity. For this purpose, a survey was conducted for employees. Ethics committee permission was obtained for the research (date 21.12.2023 and decision number 131667). A data collection tool consisting of the scales of the studies in the current and international literature and the scales of the factors related to the framework of the research was created. Thus, the effects of CCB on employee creativity in the aviation industry were evaluated in a cause-effect relationship. A research scale suitable for evaluating the impact of the Role of Moral Disengagement on Employee Creativity was created. This study attempts to shed light on this dilemma by analysing employee creativity. Considering its importance for both the individual and the organisation, the question of the role of moral disengagement in the effect of compulsory organizational citizenship behavior on employee creativity was sought.

Literature Review

Employee Creativity

Creativity is solving a problem and creating a new and original idea or product by associating what one has learned throughout life (Elmi, 2022, p. 40). Employee creativity occurs due to the impact of their characteristics and the organization's characteristics (Akgül, 2019, p. 8). Research focuses on employees' personality traits as well as individual abilities to define employees' creativity (Jain and Jain, 2017, p. 296). Negative emotions that negatively affect employees' creativity are emotions such as anger, contempt, guilt, dissatisfaction and sadness (Abukheit et al., 2023, p. 5). Creativity is seen as an important concept for developing innovation and competition in businesses (Çetin, 2023, p. 1155). Research using different theories asserts that creativity benefits organizations (Zheng, Qin, Liu and Liao, 2019, p. 653). It is important to create working environments that will reveal and develop the creativity of employees in organizations. Each employee can design different, unique and beneficial ideas and be creative in their field of expertise (Amabile, Conti, Coon, Lazenby and Herron, 1996, p. 1154). In order to improve creativity in organizations, all employees should be enabled to create new ideas and present these ideas without hesitation; what can be done to prevent the level of creativity from decreasing as time goes by should be evaluated and employees should be given authority and allowed to work by making their own decisions within certain limits (Zorlu and Tetik, 2018, p. 302). Communication for employees should be improved, messages that will cause emotional reactions such as anxiety and concern should be avoided, employees should be provided with a work environment free from danger, and employees should be believed and trusted in achieving success. The most suitable environment for the development of creativity is to ensure the individual freedom of the employee and his ability to realize himself in the social sphere, regardless of his position (Wong and Pang, 2003, p. 551).

Compulsory Organizational Citizenship Behavior

Definitions of organizational citizenship behavior (OCB) include the definition of voluntary behavior of employees. It can increase the efficiency of the organisation even if it is not specified by a written rule or remuneration system within the organisation (Zeng and Ye, 2016, p. 199). OCB is an additional role behavior. It depends on individual preference and is not recognized by organizational processes; but it contributes positively to organizational performance (Topçu et. al., 2017, p. 507). OCB is useful and valuable for the organization. In the study conducted, OCB was previously defined as an employee's additional role behavior within the organization. Later, researchers stated that OCB is a voluntary behavior. It is also within the scope of their regular work and supports the psychological and social lives of employees. (Hayat et al., 2019, p. 551-552). Compulsory organizational citizenship behavior (CCB) is used to refer to employees who do not voluntarily comply with mandatory requests from their manager, employees, or outsiders (Meng et. al.,

2021, p. 1961). CCB is a form of non-voluntary citizenship behavior in which organizations challenge their employees to put in extra effort (Wang et al., 2024, p. 7134). The concept of CCB is a reconsideration of OCB. Examines the negative effects of additional role behavior in organizations (Hayat et al., 2019, p. 553). CCB can affect the psychology of the employee and cause her to display negative attitudes and behavior in the organization (Peng and Zhao, 2012, p. 80). Research indicates that CCB will create a lot of work pressure on employees (Tepper, Hoobler, Duffy and Ensley, 2004, p. 460). Employees forced to adopt CCB see their own resources being depleted. Sieber's (1974) scarcity hypothesis shows that since time and energy are limited, CCB that forces employees doing work outside of their duties costs them more (Chen, Xu, Sparrow and Cooper, 2023, p. 6642).

Moral Disengagement

Moral disengagement (MD) is explained as the general tendency for people to evoke cognitions that cancel out the self-regulatory that guide their moral behaviors. MD can occur in routines. People engage in such activities that are against their own interests every day. It may occur when a person feels worthless. MD involves freeing oneself. This mechanism causes people to move away from the self-sanctions common to bad behavior, thus acting against their emotions and acting against their morals (Naz, 2020, p. 22). It seems that research focuses on three factors that may cause MD. The first of these is that an individual experiencing resource problems may damage resources; second, may engage in immoral behavior to benefit others; Thirdly, if the individual believes that others deserve abuse, he may engage in unethical behavior towards them (Huang, Wellman, Ashford, Lee and Wang, 2017, p. 38). Individuals may behave immorally when they feel that the ethical element is not valuable to their managers (Dang, Umphress and Mitchell, 2017, p. 1450-1455).

Individuals develop internal moral standards to judge their behavior as well as the behavior of other individuals. The cognitive process in which these standards develop is described as self-regulation. Self-control comes into play in the individual's behavior that does not comply with moral standards, resulting in criticism, condemnation, and feelings of guilt. However, compliance with moral standards is characterized as positive self-evaluation. According to this result, self-evaluation varies according to environmental conditions (Ağırbaş, 2019, p. 6). On the other hand, Bandura (1999) states that in some cases, individuals' self-control mechanisms will be disabled. It is stated that when self-evaluation processes are active, individuals tend to condemn themselves and exhibit correct behavior. At the same time it is also stated that the opposite situation will lead to moral dissolution (Erdem, 2021, p. 49).

Moral Disengagement (MD) theory is a theory developed by Bandura. The theory, which has its roots in the social learning paradigm, explains the cognitive processes by which individuals acquire, organize and integrate information, thus affecting their subsequent behavioral expressions (Bandura, 1986, p.52). Bandura's theory of moral disengagement; It was developed to explain how normal, honest people engage in harmful behavior without holding themselves accountable, feeling uncomfortable, or experiencing remorse (Karaca and Aksoy, 2024, p. 136). The tenets of moral disengagement theory expounded by Bandura provide an analytical lens to examine the cognitive restructuring that individuals undergo when faced with ethical dilemmas, potentially influencing their commitment to or deviation from prescribed organizational citizenship behaviors. Moral self-regulation elements that stop individuals' immoral behaviors and desire for revenge can be disabled. Bandura et. al. (1996) explained this cognitive state, which occurs through a specific mechanism, as 'Moral Depression'. These; "cognitive and reorganization of unethical behavior (moral justification, implicit labeling, and advantageous comparison); (2) concealment or distort the results; and (3) devaluation of the target (dehumanization and attribution of crime)" (He, Peng, Zhao and Estay, 2019, p. 262).

This is an important theory for empirical research in disciplines such as organizational behavior, as in many fields. Individual tendencies towards MD; aggression, irregularity and unethical behavior (Moore, 2015, p. 199). Moore, Mayer, Chiang, Crossley, Karlesky and Birtch (2014) explained in their study that the relationship between ethical leaders and employees' unethical behavior resulting from MD is the moral identity of the employees. According to this study, whether leaders contribute to the formation of ethical behavior in the organization depends on the degree of importance of being moral for the employee. Research indicates that MD is the element that expresses the cognitive justification and eliminates situations that discourage individuals from escaping from unethical behavior while avoiding the criminal element (Bandura, 1996, p. 30-40). MD occurs when individuals experiencing work stress experience a negative psychological experience due to this situation. Individuals show high motivation to correct this situation by exhibiting retaliatory behavior to indicate the discomfort they experience with this process (He et. al., 2019, p. 261).

Hypothesis Development

CCB are stated in their negative aspects in organizational citizenship behaviors. Organizational citizenship behavior is in four groups according to the level of voluntariness: altruistic, responsible, reciprocal and obligatory. According to research, CCBs are seen as the norm in processes where change in the environment is widespread (Yıldız and Yıldız, 2016 p. 20).

Gadot (2006) states in her research that managers impose jobs on employees by forcing them to do so. Once the jobs are assigned, the behavior of the employees differs, causing compulsory citizenship behavior with an extra role. In this case, employees appear to be working under pressure from management due to the compulsory working process in the organization (Nisar et. al., 2014, p. 235). Sun et al., (2020); Khademi et al., (2015); Youn et al., (2017); Hardiyono et al., (2020) addressed the nursing profession in the health sector and stated that the fact that their profession is focused on human life causes intense stress on them. Yıldız et al., (2021); Boztilki et al., (2021) and Lucchini et al., (2020) stated that this situation increased even more especially during the COVID-19 period and that they consciously performed these compulsory behaviors to save the lives of patients. Yıldız, Yıldız and Özbilgin (2022) stated that CCBs can develop some cognitive solutions to overcome the negativities they experience due to the fact that CCBs are compulsory unlike the duties of nurses. According to Bandura's (1999) social cognitive theory, it is normal for people to exhibit different negative behaviors such as anger to stimuli from the external environment. The first hypothesis of the research is given below:

H₁: *Compulsory organizational citizenship behavior has a positive effect on moral disengagement.*

Studies covering the subject of job performance touch upon the positive impact of organizational citizenship behavior. While job performance measures the employee's ability to perform assigned tasks, organizational citizenship behavior refers to the employee's participation in voluntary work (Yıldız, Yıldız, and Özbilgin, 2022, p. 2). Employees view compulsory organizational citizenship behavior as a concession behavior that they adopt due to organizational pressure. As a compulsory requirement, Compulsory organizational citizenship behavior can harm the organization by negatively affecting employee behavior, which also negatively affects the performance of the organization (Wang et al., 2024, p. 7135). In their research on academics, Abukhait et al. (2023); state that compulsory citizenship behaviors negatively affect academicians' innovative work behaviors and knowledge sharing. He et al., (2020) in their research on production sector employees, stated that compulsory organizational citizenship behavior has a negative effect on employee creativity. The second research hypothesis developed based on the above explanations is as follows:

H₂: *Compulsory organizational citizenship behavior has a negative effect on employee creativity.*

According to the MD theory, an employee may cause MD if his moral interest and the organization's interest are threatened. This situation can create unethical behavior (Naz, 2020, p. 22). Unethical situations in an organization can also affect the creativity of employees. MD is one of the most important reasons for employee unethical behavior (Harris and He, 2019, p. 59). Studies indicate that creativity is more likely to be negatively affected due to MD (Qin, Dust, DiRenzo and Wang, 2019, p. 10-18). Qin, Dust, DiRenzo, and Wang, (2019) indicate creative regions, leader-follower components, and a moral state for structural disconnection fragments and show that relaxation growths are higher in the disconnection associated with negative intensity. Given our arguments above, we posit that:

H₃: *Moral disengagement has a negative effect on employee creativity.*

The concept of CCB is a reconsideration of Organizational Citizenship Behavior. It examines the negative side of extra-role behavior in organizations (Hayat et al., 2019, p. 553). CCB can affect the psychology of the employee and cause him to display negative attitudes and behavior in the organization (Peng and Zhao, 2012, p. 80). Tepper, Hoobler, Duffy and Ensley, (2004) indicate that CCB create a lot of work pressure on employees. Employees who are forced to engage in CCB see their resources being depleted. In the study of Qin et. al., (2019), MD mediates the positive relationship between CCB and employee silence. Zheng et al., (2019) in their research on employees in the banking sector, stated that MD has a mediating role in the effects of creativity and moral identity on workplace deviant behaviour. Given our three hypothesis's literature above, we posit that:

H₄: *Moral disengagement has a mediating role in the effect of compulsory organizational citizenship behavior on employee creativity.*

The research model created based on the research hypotheses developed by the relevant literature is shown in Figure 1:

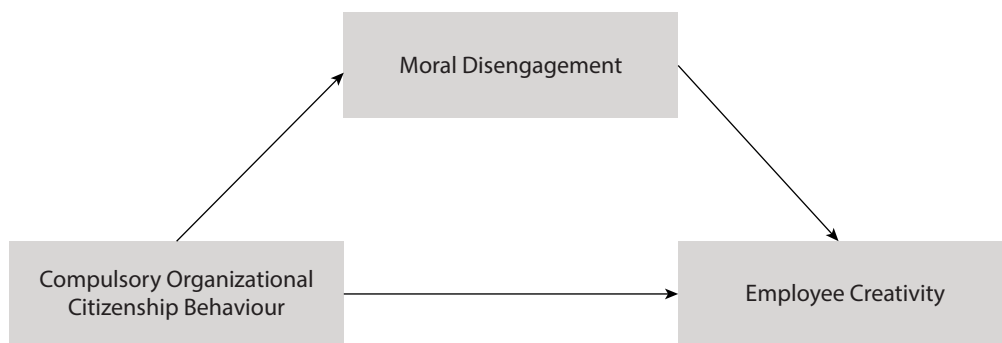


Figure 1. Theoretical Model of the Study

Methodology

The date range of the research was January 2024-April 2024, and the research group was informed that participation in the research was voluntary.

Sample Selection

Employees working in the aviation sector in Türkiye were taken as the population of the research. For determining the minimum sample size, the Cochran (1977) formula was employed, which is widely accepted for large populations (Bartlett, Kotrlik, & Higgins, 2001, p. 43). Based on a 5% significance level, the minimum required sample size was calculated as 385. In this regard, online survey links were distributed to 700 participants selected through the convenience sampling method. A total of 459 responses were received, corresponding to a response rate of 65.57%. After excluding 31 incomplete or invalid questionnaires, the final sample comprised 428 participants.

In addition to meeting the Cochran criterion, the sample size of 428 is also statistically adequate for the application of PLS-SEM, which is particularly suitable for exploratory models and allows for greater flexibility in sample requirements. Hair, Ringle, and Sarstedt (2011) suggest that PLS-SEM can produce robust and reliable estimates even with relatively small to medium sample sizes, especially when the sample exceeds 200 cases and the model has moderate complexity. Furthermore, a sample size exceeding 400 observations provides sufficient statistical power for detecting medium effect sizes in models with multiple latent constructs (Hair et al., 2021). Demographic characteristics are included in Table 1.

Table 1

Demographic Characteristics of Sample			
		f (±sd)	% (Min-Max)
Gender	Female	171	40.0
	Male	257	60.0
Age (years)		(33.107±7.720)	(23-63)
Marital Status	Married	231	54.0
	Sigle	197	46.0
Education	High School	38	8.9
	Associate degree	64	15.0
	Bachelor's degree	258	60.3
	Postgraduate	68	15.9
Sector	Public	155	36.2
	Private	273	63.8
Company Experience (years)		(6.421±5.645)	(2-7)
Sector Experience (years)		(8.579±6.678)	(2-7)

60% of the participants were male and the mean age was 33.107±7.720 years. 54% of the participants were married and 60.3% were high school graduates. 63.8% of the participants are private aviation sector employees. The average number of years of experience in the organization is 6.421±5.645. The average number of years of experience in the aviation sector is 8.579±6.678.

Data Collection Tools

The survey form prepared to obtain data has four parts: Demographic Information Form, Compulsory Organizational Citizenship Behavior Scale, Moral Disengagement Scale and Employee Creativity Scale.

Demographic Information Form: The questions in the form obtained participants' age, gender, marital status, education, sector, current workplace experience and sectoral experience.

Compulsory Organizational Citizenship Behavior Scale: The scale developed by Vigoda-Gadot (2007) was adapted into Turkish by Şeşen and Soran (2013) and the validity and reliability study were conducted by Seren and Baydın (2013). The scale, which includes 5 items, is a 5-point Likert-type scale. Scoring ranges from 1-strongly disagree to 5-strongly agree. A higher total score indicates that compulsory organizational citizenship behavior has increased. In the validity and reliability study studied by Seren & Baydın (2013), Cronbach Alpha is 0.88. The scale includes questions such as "In this organization, managers pressure employees to engage in extra activities beyond their official duties" and "In this organization, there is social pressure to work extra hours beyond the official workload without any official reward".

Moral Disengagement Scale: The scale developed by Moore, Detert, Klebe Treviño, Baker, and Mayer (2012) was adapted into Turkish by Erbaş and Şahin Perçin (2017). The scale consists of 7 items. A 5-point Likert-type scale was used. Scoring ranging from 1-strongly disagree to 5-strongly agree was used. Higher total scores indicate increased moral disengagement. Erbaş and Şahin Perçin (2017) research was considered for the reliability of the scale. Cronbach's alpha value is 0.78 in this study. The scale includes questions such as "I do not see any problem in taking something temporarily even without the owner's permission so that I can do my job" and "If others exaggerate themselves, there is no harm in exaggerating myself".

Employee Creativity Scale: The scale developed by Muñoz-Doyague, González-Álvarez, and Nieto (2008) and its Turkish adaptation was used in the study conducted by Zorlu and Tetik (2018). The scale consists of 7 items. A 5-point Likert-type scale was used, ranging from 1-strongly disagree to 5-strongly agree. Higher total scores indicate an increase in employee creativity. Zorlu and Tetik (2018) research was taken into consideration for the reliability of the scale. The Cronbach Alpha value was calculated. The reliability of the scale is 0.87. The scale includes questions such as "I am a pioneer among my colleagues and coworkers in trying a new idea and method." and "I solve problems that others have difficulty solving".

Data Analysis

Data analysis was conducted using the SmartPLS 4 software, employing a two-stage approach that included the evaluation of the measurement model (intrinsic model) and the structural model (extrinsic model). In the assessment of the measurement model, indicator reliability and internal consistency reliability were examined to ensure the robustness of the constructs. Convergent validity was assessed through the Average Variance Extracted (AVE), while discriminant validity was evaluated using the Fornell-Larcker criterion and cross-loadings. Descriptive statistics were also reported to provide an overview of the sample characteristics and variable distributions. In the structural model phase, the study hypotheses were tested by estimating the path coefficients and their statistical significance. A bootstrapping procedure with 5000 resamples was applied to obtain robust t-values and to compute confidence intervals for the path coefficients. Model fit was evaluated using the Normed Fit Index (NFI), in conjunction with the Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), to assess the adequacy of the model's representation of the empirical data. All statistical tests were conducted at a 95% confidence level ($p = 0,05$).

Findings

Measurement Model

Indicator reliability, internal consistency reliability, convergent validity and discriminant validity are the most frequently used methods in the evaluation of the measurement model (Henseler, Hubona, and Ray, 2016). In this direction, Cronbach alpha, Composite reliability (CR) and rho_A coefficients were evaluated

along with factor loadings. (Ringle, Sarstedt, and Straub, 2012; Özgül, 2023). As reported by Hair, Hult, Ringle and Sarstedt (2021), obtaining values greater than 0.70 for factor loadings, Cronbach's alpha, CR values and rho_A coefficients indicates that the measurement model is reliable. As presented in Table 2, the measurement model comprised three latent constructs. The standardized factor loadings, composite reliability (CR) values, Cronbach's alpha coefficients, and rho_A estimates for all constructs exceeded the recommended threshold of 0,70. These results indicate that the measurement model demonstrates satisfactory indicator reliability and internal consistency, thereby confirming its overall reliability.

After examining the reliability of the measurement model, the average variance extracted (AVE) value was checked the convergent validity. Henseler et al. (2016) state that convergent validity is achieved if the AVE value is above 0.50. CR values must be higher than AVE for all constructs. As seen in Table 2, AVE values for all constructs are greater than 0.5 and all CR values are larger than AVE. According to the results, convergent validity ensured.

Table 2

Results of the Measurement Model

Construct	Item	Factor Loading	p	Cronbach Alpha	rho_A	CR	AVE	VIF
Compulsory Organisational Citizenship Behaviour (CPCB)	CPCB1	0.760	0.000	0.870	0.875	0.906	0.658	2.132
	CPCB2	0.828	0.000					2.949
	CPCB3	0.823	0.000					2.435
	CPCB4	0.839	0.000					2.453
	CPCB5	0.804	0.000					2.071
Moral Disengagement (MLDE)	MLDE1	0.707	0.000	0.865	0.868	0.896	0.553	1.610
	MLDE2	0.805	0.000					2.254
	MLDE3	0.766	0.000					2.788
	MLDE4	0.770	0.000					2.518
	MLDE5	0.737	0.000					1.986
	MLDE6	0.712	0.000					1.991
	MLDE7	0.701	0.000					1.704
Employee Creativity (EMCR)	EMCR1	0.736	0.000	0.924	0.926	0.935	0.567	2.091
	EMCR2	0.792	0.000					2.827
	EMCR3	0.784	0.000					2.535
	EMCR4	0.775	0.000					2.090
	EMCR5	0.740	0.000					2.172
	EMCR6	0.712	0.000					2.579
	EMCR7	0.750	0.000					2.470
	EMCR8	0.764	0.000					2.330
	EMCR9	0.765	0.000					2.335
	EMCR10	0.727	0.000					1.850
	EMCR11	0.734	0.000					1.864

In order to test the discriminant validity, 3 main criteria proposed by Leguina (2015) were evaluated in Table 3: Cross-loading matrix, Fornell-Larcker criterion and heterotrait-monotrait ratio (HTMT). Firstly, the

cross-loading matrix of the factors was obtained as shown in Table 3. In this matrix, the value of the relevant item for the loading factor should be higher than the cross-loadings. The values for the factors on which the items are loaded are marked in bold and these values indicate that the cross-loading rule for discriminant validity is met.

Table 3

Cross-Loading Matrix

	COCB	MLDE	EMCR
COCB1	0.760	0.166	-0.252
COCB2	0.828	0.217	-0.214
COCB3	0.823	0.215	-0.303
COCB4	0.839	0.163	-0.289
COCB5	0.804	0.211	-0.322
MLDE1	0.196	0.707	-0.333
MLDE2	0.249	0.805	-0.32
MLDE3	0.153	0.766	-0.319
MLDE4	0.156	0.770	-0.253
MLDE5	0.155	0.737	-0.296
MLDE6	0.168	0.712	-0.310
MLDE7	0.158	0.701	-0.258
EMCR1	-0.283	-0.231	0.737
EMCR2	-0.286	-0.301	0.792
EMCR3	-0.227	-0.283	0.784
EMCR4	-0.241	-0.328	0.775
EMCR5	-0.332	-0.264	0.741
EMCR6	-0.239	-0.217	0.713
EMCR7	-0.255	-0.271	0.750
EMCR8	-0.223	-0.370	0.763
EMCR9	-0.232	-0.276	0.765
EMCR10	-0.279	-0.385	0.727
EMCR11	-0.249	-0.371	0.734

Fornell and Larcker (1981) criterion was used in the second step of discriminant validity. According to this criterion, the square root of the AVE should be greater than the correlations between all constructs in the model. In Table 4 the square roots of the AVEs appear to be larger than the corresponding correlations between structures in a row and column. Fornell-Larcker criterion met.

Table 4

Fornell-Larcker Criterion

	COCB	MLDE	EMCR
COCB	0.811		
MLDE	0.241	0.743	
EMCR	-0.345	-0.405	0.753

The square root of AVE is in bold.

Lastly, heterotrait-monotrait (HTMT) method used to evaluate discriminant validity. In order to ensure discriminant validity, the HTMT value must be lower than 0.90 (Henseler, Ringle and Sarstedt, 2015). The HTMT values of all constructs in the measurement model are lower than 0.90 as seen in Table 5. Therefore, the discriminant validity of the constructs was achieved.

Table 5

Heterotrait-Monotrait Rate (HTMT)

	COCB	MLDE	EMCR
COCB			
MLDE	0.272		
EMCR	0.78	0.441	

All analyzes performed to evaluate the measurement model confirm the convergent and discriminant validity of the model along with its reliability. Descriptive statistics are included in Table 6.

Table 6

Descriptive Statistics

	$\bar{X} \pm sd$	Range	Skewness	Kurtosis
COCB	2.355 $\pm$ 0.569	1.00-4.20	0.382	1.309
MLDE	2.231 $\pm$ 0.463	1.00-3.43	-0.480	1.084
EMCR	4.101 $\pm$ 0.519	2.45-5.00	-0.699	0.635

According to Tabachnick, Fidell, and Ullman (2013), skewness and kurtosis values must be within ± 1.50 . Research variables are normally distributed accordingly. The study variables show normal distribution. Standard deviation and mean values are given in Table 6. In the light of these results, the structural model was evaluated for hypotheses.

Structural Model

Standardised Root Mean Square Residual (SRMR) and Normed Fit Index (NFI) values were used to evaluate the model fit. According to Henseler et al. (2014), in their study for good fit, SRMR values must be less than 0.08. Lohmöller (1989) is considered, for good fit, an NFI value greater than 0.80. (Dikili, 2024). For the structural model, SRMR value is 0.064<0.080. In Table 7, NFI value is 0.812>0.80 as shown. These values consider a good fit. In addition, Chin (1998) states that the R^2 value must be at least 0.10 for a model fit.

Regarding the endogenous variables, MLDE had an R^2 value of 0.158 and EMCR had an R^2 value of 0.229, both R^2 values exceeded the recommended threshold score and indicated that the research model adequately represented the collected data. Similarly, the Stone-Geisser Q^2 calculation showed a value of 0.081 for MLDE and 0.126 for EMCR, both values are greater than zero, indicating a satisfactory predictive power of the structural model (Henseler, Ringle, & Sinkovics, 2009). The values stated in Table 7 show that structural model fit is good.

Table 7

Determination Coefficients (R^2 ve Q^2) ve Model Fit (SRMR ve NFI)

Endogenous Latent Factors	R^2	Q^2
MLDE	0.158	0.081
EMCR	0.229	0.126
Model Fit	SRMR	NFI
	0.064	0.812

Finally, when assessing the structural model to determine the path coefficient and associated t-value for both direct and mediating relationships, 5000 resampling procedures on the model were used for t values corresponding to the path coefficient (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021). For the research, 4 hypotheses were tested. They are shown in Table 8 and Figure 2.

Table 8

Structural Model Results

	Hypothesis	β	sd	t	p	Confidence Interval (BC)		Result
						LL	UL	
H1	COCB $\rightarrow$ MLDE	0.241	0.070	3.445	0.001	-0.359	-0.157	Accepted
H2	COCB $\rightarrow$ EMCR	-0.262	0.051	5.158	0.000	0.092	0.369	Accepted
H3	MLDE $\rightarrow$ EMCR	-0.342	0.051	6.718	0.000	-0.436	-0.238	Accepted
H4	COCB $\rightarrow$ MLDE $\rightarrow$ EMCR	-0.103	0.038	3.000	0.003	-0.140	-0.033	Accepted

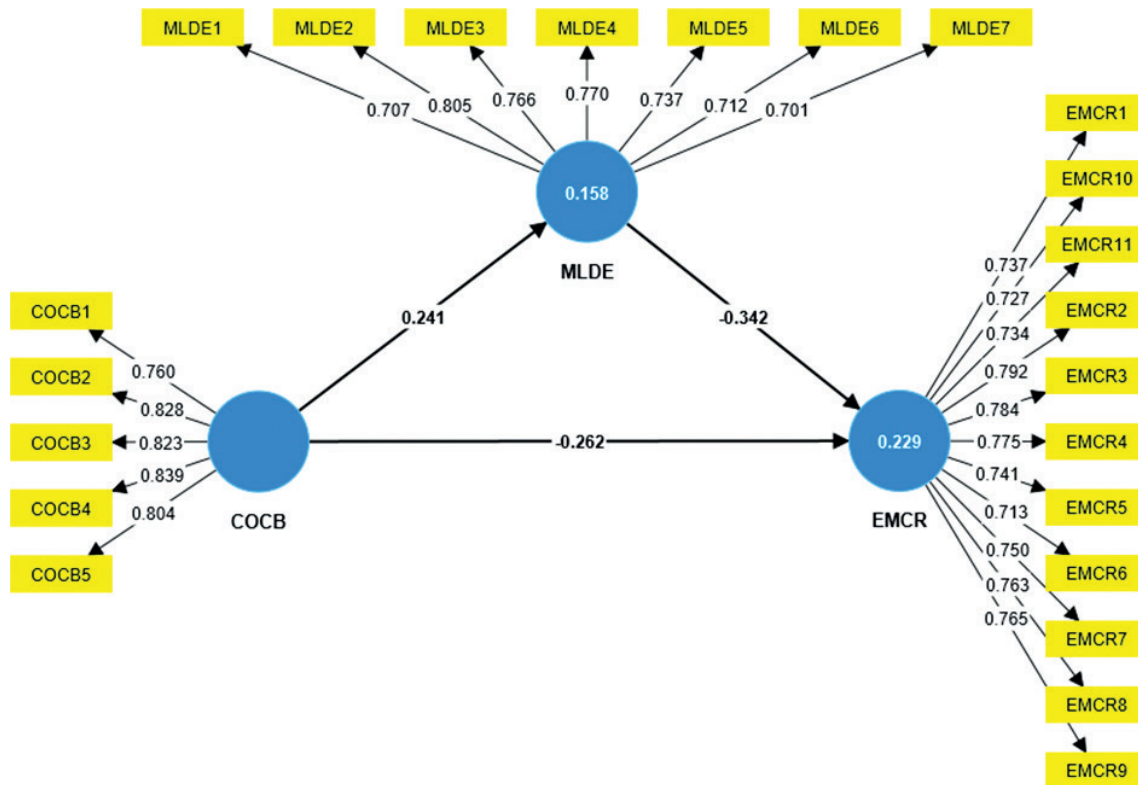


Figure 2. Structural Measurement Model

In Table 7 and Figure 2, there is a positive and significant effect of compulsory organization citizenship behaviour on moral disengagement (COCB $\rightarrow$ MLDE, $\beta=0.241$, $t=3.445$, $p=0.001$). However, compulsory organization citizenship behaviour has a negative and important effect on employee creativity (COCB $\rightarrow$ EMCR, $\beta=-0.262$, $t=5.158$ and $p=0.000$). On the other hand, moral disengagement has a negative and significant effect on employee creativity (MLDE $\rightarrow$ EMCR, $\beta=-0.342$, $t=6.718$ and $p=0.000$). In this situation, H1, H2 and H3 hypotheses of the study were accepted.

Looking at the mediating role model test results, moral disengagement has a mediating role in the effect of compulsory organizational citizenship behaviour on employee creativity (COCB $\rightarrow$ MLDE $\rightarrow$ EMCR, $\beta=-0.108$, $t=3.000$ and $p=0.003$). According to this result, H4 hypothesis was accepted.

Discussion and Conclusion

In this research, the perceptions of personnel working in the aviation sector throughout Türkiye regarding compulsory organizational citizenship behavior (CCB), moral disengagement (MD) and employee creativity were examined, and the causal effects among the variables were tested. In the research CCB had a positive and important effect on moral disengagement. According to research, CCB is seen as the norm in processes where change in the environment is widespread (Yıldız and Yıldız, 2016 p. 20). Gadot (2006) states in her research that managers impose jobs on employees by forcing them to do so. Once the jobs are assigned, the behavior of the employees differs, causing CCB to play extra role. In this case, employees appear to be working under pressure from management due to the compulsory working process in the organization (Nisar et al., 2014, p. 235). He et al., (2019) studied 293 employees in 17 production enterprises and found that employees experienced compulsive emotions caused by CCB. The results of this research appear to be consistent with the results of studies in the literature.

In this research, it was found that CCB had a negative and significant effect on employee creativity. Creativity is one of the most sought-after features of businesses, and the human factor is very important for sustainable competitive edge today (Zheng et al., 2019, p. 653). It is important to come up with creative ideas for organizations to survive in the developing and changing world conditions and to find a good place for themselves in this environment. Organizational Citizenship Behavior is an element that must be done voluntarily and separates the concept of citizenship from employees' task performance (Zorlu and Tetik, 2018, p. 302). Extra-role behaviors that employees display voluntarily are accepted as normal by managers and even colleagues over time, and these extra-role behaviors, which start with feelings of good will and helpfulness, begin to be routinely expected from employees. Work that employees do beyond their duties, based on good will, such as helpfulness, sportsmanship and participation in policy-making, which they show with good-will and voluntarily; become CCB by being included in their job descriptions. This situation may cause employees to lose their motivation and work-related creativity. Wang et.al. (2024) stated that; Employees feel that CCB is a concession behavior that they adopt due to the pressure of the organization. His study mentioned that, as a compulsory requirement, CCB can harm the organization by negatively affecting employee behavior, which also negatively affects the organization's performance. Abukhait et al. (2023), in their research on academics, state that CCB negatively affects academicians' innovative work behaviors and knowledge sharing. The results of this research appear to be consistent with the results of studies in the literature.

This study found that moral disengagement (MD) has a negative effect on employee creativity. Bandura's theory of moral disengagement was developed to explain how normal, honest people engage in harmful behavior without holding themselves accountable, feeling uncomfortable, or experiencing remorse. MD is the ineffectiveness of moral self-regulation restating the situation that will enable individuals to rationalize and justify behaviors that are inconsistent with their moral standards (Samnani, Salamon and Singh, 2014, p. 237). Unethical situations in an organization can also affect the creativity of employees. One of the most important reasons for employee unethical behavior is MD (Harris and He, 2019, p. 59). Studies indicate that creativity is more likely to be negatively affected due to moral disconnection (Qin et al., 20019, p. 10-18). Qin et al., (2020) state in their study that the relationship between creative thinking and moral disengagement is positive. The results of this research are consistent with the research results in the literature.

The study also found that MD has a mediating role in the effect of CCB on employee creativity. CCB within the organization is expected to shape employee creativity. At this point, the effect of perceived CCB on employee creativity is expected to be shaped through MD. There is no research similar to the current findings in the literature. In the study of Qin, Dust, DiRenzo, and Wang (2019), MD mediates the positive relationship between CCB and employee silence. According to the mediator effect model in the study of Qin, Dust, DiRenzo and Wang (2019), there are separate significant relationships between the independent variable, mediator variable, and dependent variables. This situation brings to mind the mediating role.

In the literature, CCB and the Impact of MD on employee creativity have been studied separately. However, there are no studies investigating the role of MD in the effect of CCB on Employee Creativity. Therefore, the results of the study will be beneficial to the literature. Since employee creativity has positive consequences for employees and the institution, it has been revealed that MD is an efficient factor in the negative impact of CCB on employee creativity and will have a negative impact on employees. The research provides value by developing an alternative proposal to the concept of creativity in employees.

In conclusion, the current research sheds light on the complex relationships between CCB, perceived MD, and employee creativity. Findings highlight the negative impact of perceived CCB on employee creativity and highlight the importance of addressing workplace pressures. However, it suggests that MD may act as a mediating factor that enhances the impact of CCB on employee creativity. This shows that organizations should increase the well-being and productivity of employees by supporting their voluntary behavior, which is within the scope of their regular work and positively affecting their psychological and social lives, and by encouraging a more supportive working environment without creating too much work pressure on employees.

The findings of this research should be evaluated considering that it is limited to the sample in which the research was conducted. It appears to be the most important theoretical finding of this study that will benefit the literature on CCB, MD and employee creativity. The data obtained from this study will help managers and researchers address their needs with an evidence-based approach. Moral rupture organizations as a result of their mediating role; A work environment should be developed that makes employees feel that they are valued. Thus, strategies can be developed to reduce the negative effects on perceived CCB. In organizations, performing organizational citizenship behavior on a voluntary basis can prevent unethical behavior in employees, the negative effects of compulsory organizational citizenship behavior can decrease, employee creativity can increase, and accordingly, the innovation and competitive development of the organization can be achieved.

This study contributes to the growing body of literature on Compulsory Citizenship Behavior (CCB) by investigating its impact on employee creativity and the mediating role of Moral Disengagement (MD). The findings highlight that CCB exerts a negative influence on employee creativity, and this relationship is significantly mediated by MD. Employees who perceive high levels of CCB experience psychological depletion, which subsequently reduces their creative potential. These results are consistent with previous research indicating that excessive work pressure associated with CCB negatively impacts employee well-being and performance (Peng and Zhao, 2012; Tepper et al., 2004).

However, our study contrasts with some prior findings that suggest no direct link between CCB and creativity. For example, Wang et al. (2024) found that CCB did not significantly affect creativity, whereas our study demonstrates that the relationship is contingent upon MD as a mediating factor. This discrepancy underscores the importance of considering psychological mechanisms when assessing the effects of CCB on workplace behavior. Similarly, while Zheng et al. (2019) established MD as a mediator between creativity and workplace deviant behaviors, our findings extend this by showing MD's role in linking CCB to employee creativity, providing a novel contribution to the literature.

Our research emphasizes the necessity for organizations to minimize compulsory forms of organizational citizenship behavior and create environments that foster voluntary engagement. Employers should focus on policies that enhance employees' intrinsic motivation and psychological well-being rather than exerting undue social and organizational pressure. Providing supportive leadership, ensuring fair workload distribution, and offering recognition for discretionary efforts can help mitigate the adverse effects of CCB. This study sheds light on the complex interplay between CCB, MD, and employee creativity. By establishing MD as a key mediator in this relationship, our findings provide a new perspective on the unintended consequences of excessive work expectations. Future research should explore additional moderating variables, such as organizational justice and job autonomy, to further elucidate the conditions under which CCB affects creativity. Given that creativity is a critical driver of innovation and organizational success, reducing the negative consequences of CCB should be a priority for managers and policymakers.

The limitation of the work is that it was studied on a sample of 428 people working in the aviation industry. Future research can include larger and different samples (such as industry, and education sector). In addition, in studies to be conducted by researchers and managers, different variables such as employee performance and service quality, which are expressed as concrete outputs for businesses and organizations, can be included in the research model.

References

- Abukhait, R., Khattak, M. N., Shaya N. and Ramanathan, U. (2023). The underlying mechanism between compulsory citizenship behaviors and employee innovative work behaviors and knowledge sharing: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, (14)1-18. Doi: 10.3389/fpsyg.2023.1128499
- Ağırbaş, Z. B. (2019). Nevrotik kişilik özelliğinin kariyerizm eğilimi üzerindeki etkisinde ahlaki çözülmenin aracı etkisi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Akgül, İ. (2019). Bilgi paylaşımının çalışan yaratıcılığı ve yenilik yapma davranışı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolü: Bilişim teknolojileri çalışanları üzerine bir araştırma. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39, 1154-1184. Retrieved from <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256995>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs: Prentice Hall
- Bandura, A. (1990). Selective activation and disengagement of moral control. *Journal of Social Issues*, 46(1), 27-46. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1991-01014-001>
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personal. Soc. Psychol. Rev.* 3, 193-209. doi: 10.1207/s15327957pspr0303_3
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V. and Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364-374. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1996-06400-013>
- Bartlett, J. E., Kotrlık, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50. <https://www.opalco.com/wp-content/uploads/2014/10/Reading-Sample-Size1.pdf>
- Bartlett, J.M., Kotrlık, J.W. and Higgins, C.C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1),43-50. Retrieved from <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1588649>
- Boztilki, M., Guler, Ç. U., Demir, S., and Senkal, A. (2021). "Compulsory citizenship behavior and perceived stress level in the pandemic process: a research on healthcare professionals" in Handbook of Research on Representing Health and Medicine in Modern Media. ed. G. San (Hershey, PA: IGI Global), 330-351.
- Chen, P., Xu, Y. and Sparrow, P. (2023). Compulsory citizenship behaviour and work-family conflict: A moderated mediation model. *Current Psychology*, 42, 6641-6652. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01973-4>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/311766005_The_Partial_Least_Squares_Approach_to_Structural_Equation_Modeling
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. John Wiley and Sons
- Çetin, Z. (2023). Tekstil sektörü çalışanlarında güç mesafesinin işe yabancılaşmaya etkisinde etik iklimin rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1153-1172. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/81609/1339947>
- Dang, C. T., Umphress, E. E., and Mitchell, M. S. (2017). Leader social accounts of subordinates' unethical behavior: Examining observer reactions to leader social accounts with moral disengagement language. *Journal of Applied Psychology*, 102(10), 1448-1461. Retrieved from <https://www.apa.org/pubs/journals/apl>
- Dikili, E. (2024). The Moderator role of organizational support in the relationship between job stress and presenteeism among healthcare workers. *Aurum Journal of Health Sciences*, 6(1), 11-32. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ajhs>
- Elmi, H.H. (2022). Yönetici davranışları ve çalışan yaratıcılığı arasındaki ilişki. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- Erbaş, E., and Şahin Perçin, N. (2017). Ahlaki çözülme (moral disengagement) ölçeği Türkçe geçerlemesi ve kişi-çevre uyumu ilişkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 177-190. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi>
- Erdem, A. T. (2021). A Tipi kişilik özelliğinin kariyerizm eğilimi üzerine etkisinde ahlaki çözülme eğiliminin aracı rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(45), 47-62. <https://doi.org/10.52642/susbed.897803>

- Fornell, C., and Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/home/mrj>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. New York City: Sage Publications
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hardiyono, H., Aiyul, I., Ifah, F., Wahdaniah, W., and Reni, F. (2020). Effect covid-19: burnout on nurse. *Espacios* 41, 11–18. doi: 10.48082/espacios-a20v41n42p02
- Harris, L. C., and He, H. (2019). Retail employee pilferage: A study of moral disengagement. *Journal of Business Research*, 99(6), 57-68. Retrieved from https://www.internationaljournalssrg.org/IJEMS/index.html?gad_source=1&gclid=EAIaI-QobChMI14Ty7J_lhgMVZKFBR26bwMhEAAAYASAAEgI9YPD_BwE
- Hayat, Z., Batool, I., Hayat, S. and Amin, U.(2019). Emotional instability, employees work outcomes among academia: Compulsory citizenship behavior and leadership style as moderators. *Review of Economics and Development Studies*, 5(3), 551-562. Doi:10.26710/reads.v5i3.573
- He, P., Peng, Z., Zhao, H. and Estay, C. (2019). How and when compulsory citizenship behavior leads to employee silence: A moderated mediation model based on moral disengagement and supervisor–subordinate guanxi views. *Journal of Business Ethics*, (155), 259–274. doi: 10.1007/s10551-017-3550-2
- He, P., Zhou, Q., Zhao, H., Jiang, C. And Wu, Y.C. (2020). Compulsory citizenship behavior and employee creativity: Creative self-efficacy as a mediator and negative affect as a moderator. *Frontiers in Psychology*, (11), 1-16. doi: 10.3389/fpsyg.2020.01640
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W. and Calantone, R. J. (2014). Common beliefs and reality about PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2), 182-209. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/home/orm>
- Henseler, J., Hubona, G., and Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*. 116(1), 2-20. Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0263-5577>
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135. Retrieved from <https://link.springer.com/journal/11747>
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *New challenges to International Marketing*, 20, 277-319. Retrieved from [https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/S1474-7979\(2009\)20](https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/S1474-7979(2009)20)
- Huang, G. H., Wellman, N., Ashford, S. J., Lee, C., and Wang, L. (2017). Deviance and exit: The organizational costs of job insecurity and moral disengagement. *Journal of Applied Psychology*, 102(1), 26-42. Retrieved from <https://www.apa.org/pubs/journals/apl>
- Jain, R., and Jain, C. (2016). Employee vreativity: A conceptual framework. *Management and Labour Studies*, 41(4), 294-313. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/overview-metric/MLS>
- Karaca, N. and Aksoy, A. (2024). Algılanan toksik liderliğin fırsatçı sessizlik üzerine etkisinde örgütsel politikanın ve ahlaki çözülmenin aracılık rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 27(1), 134-151. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.1419081>
- Khademi, M., Mohammadi, E., and Vanaki, Z. (2015). Resources–tasks imbalance: Experiences of nurses from factors influencing workload to increase. *Iran. J. Nurs. Midwifery Res.* 20, 476–483. doi: 10.4103/1735-9066.160994
- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research an Method Education*, 38, 220-221. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/toc/cwse20/current>
- Lohmöller, J.B. (1989). *Latent variable path modeling with partial least squares*. Physica: Heidelberg
- Lucchini, A., Iozzo, P., and Bambi, S. (2020). Nursing workload in the COVID-19 era. *Intensive Crit. Care Nurs.* 61:102929. doi: 10.1016/j.iccn.2020.102929
- Mai, K. M., Ellis, A. P., and Welsh, D. T. (2015). The gray side of creativity: Exploring the role of activation in the link between creative personality and unethical behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 60(9), 76-85. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-experimental-social-psychology>

- Meng, X., Chenchen, N., Liang, F. and Li, Y.O. (2021). Research on the influence of paradoxical leadership on compulsory organizational citizenship behavior. *Psychology Research and Behavior Management*, 14:, 1959-1970. Doi: [10.2147/PRBM.S318275](https://doi.org/10.2147/PRBM.S318275)
- Moore, C. (2015). Moral disengagement. *Current Opinion in Psychology*, 6,199-204. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.07.018>
- Moore, C., Detert, J. R., Klebe Treviño, L., Baker, V. L. and Mayer, D. M. (2012). Why employees do bad things: Moral disengagement and unethical organizational behavior. *Personnel Psychology*, 65(1), 1-48. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/17446570>
- Moore, C., Mayer D.M., Chiang, F.F.T, Crossley, C.D., Karlesky M. and Birtch, T.A. (2014). Leaders matter morally: the role of ethical leadership in shaping employee moral cognition and misconduct. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2574219>
- Muñoz-Doyague, M. F., González-Álvarez, N., and Nieto, M. (2008). An examination of individual factors and employees' creativity: The case of Spain. *Creativity Research Journal*, 20(1), 21-33. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/journals/hcrj20>
- Naz, F. (2020). Impact of cronyism on deviant workplace behavior and employee creativity: Mediating role of moral disengagement and moderating role of power distance. *Capital University of Science and Technology*, Master Thesis.
- Nisar, Q.A., Marwa, A., Ahmad, U. and Ahmad, S. (2014). Impact of perceived organizational support on organizational citizenship behavior: empirical evidence from Pakistan. *International Journal of Research (IJR)*. 1(5),231-240. Retrieved from <https://ijrjournal.com/index.php/ijr>
- Özgül, B. (2023). A Study on the moderating role of self-efficacy in the relationship between perceived organizational support and work-Life balance. *OPUS– Journal of Society Research*, 20(54), 502-515. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/opusjsr>
- Peng, Z. L., and Zhao, H. D. (2012). Does organization citizenship behavior really benefit the organization? Study on the compulsory citizenship behavior in China. *Nankai Business Review International*, 3(1), 75-92. Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/2040-8749>
- Qin, X., Dust, S. B., DiRenzo, M. S. and Wang, S. (2019). Negative creativity in leader-follower relations: A daily investigation of leaders' creative mindset, moral disengagement, and abusive supervision. *Journal of Business and Psychology*, 35(2), 1-18. Retrieved from <https://link.springer.com/journal/10869>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M. and Straub, D. W. (2012). Editor's comments: A critical look at the use of PLS-SEM in "MIS Quarterly". *MIS Quarterly*, 36(1), iii-xiv. Retrieved from <https://misq.umn.edu/>
- Samnani, A. K., Salamon, S. D. and Singh, P. (2014). Negative affect and counterproductive workplace behavior: The moderating role of moral disengagement and gender. *Journal of Business Ethics*, 119, 235-244. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1635-0>
- Seren, A.K. and Baydın, N. (2013). Validity and reliability study of compulsory citizenship behavior scale in Turkish: A study on nurses. *Journal of Health and Nursing Management*, 4(1), 43-49. Retrieved from <https://shydergisi.org/en/jvi.aspx>
- Sun, J., Li, Q., Wu, X., Wang, X., and Liu, D. (2020). Nurse-performed ultrasound: A new weapon against COVID-19. *Crit. Care* 24, 1–2. doi: 10.1186/s13054-020-03160-6
- Şeşen, H. and Soran, S. (2013). Örgütsel vatandaşlıktan zorunlu vatandaşlığa: Zorunlu vatandaşlık davranışının bazı faktörlerle ilişkisi. *21. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*. 407-410
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., and Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson
- Tepper B. J., Hoobler J., Duffy M. K. and Ensley M. D. (2004). Moderators of the relationship between coworkers' organizational citizenship behavior and fellow employees' attitudes. *Journal Of Applied Psychology*. 89 (3) :455–465. doi: [10.1037/0021-9010.89.3.455](https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.3.455)
- Topcu, M. K., Beğenirbaş, M. and Turgut, E. (2017). Örgütsel Sinizm, Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve İş Tatmini-nin Bireysel İş Performansına Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik İmalat Sanayide Bir Uygulama. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 24(2), 505-522. <https://doi.org/10.18657/yonveek.335261>
- Vigoda-Gadot, E. (2006). Compulsory citizenship behavior: Theorizing some dark sides of the good soldier syndrome in organizations. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 36(1), 77-93. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14685914>

- Wang, CH., Liang, HL. and Yu, YC. (2024). How does workplace bullying lead to employee compulsory citizenship behavior and affect spouse well-being? Anger as the mediating role. *Curr Psychol* 43, 7131–714. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04923-4>
- Wong, S. and Pang, L. (2003). Motivators to creativity in the hotel industry, perspectives of managers and supervisors, *Tourism Management*, 24, 551-559. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/journal/tourism-management>
- Yildiz, B., and Elibol, E. (2021). Turnover intention linking compulsory citizenship behaviours to social loafing in nurses: a mediation analysis. *J. Nurs. Manag.* 29, 653–663. doi: 10.1111/jonm.13200
- Yıldız, B., Yıldız, H. and Özbilgin, M. (2022). How do compulsory citizenship behaviors affect moral disengagement in organizations? Significance of anger toward the organization during the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 13, 1038860. doi: 10.3389/fpsyg.2022.1038860, 1-16.
- Yıldız, H. and Yıldız, B. (2016). The Effects of ethical leadership, servant leadership and leader-member exchange on compulsory citizenship behaviors. *International Business Research*, (9)2, 19-33. Retrieved from <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr>
- Youn, H., Kim, J. H., and Song, H. (2017). The leading causes and consequences of citizenship pressure in the hotel industry. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 29, 1541–1559. doi: 10.1108/IJCHM-09-2015-0472
- Zeng, Z. and Ye, M. (2016). The Influence of Organizational Justice on Employees Compulsory Citizenship Behavior: The Mediation Effect of Psychological Security. *Open Journal of Social Sciences*, 4, 199-204. doi: 10.4236/jss.2016.42025.
- Zheng, X., Qin, X., Liu, X. and Liao, H. (2019). Will creative employees always make trouble? Investigating the roles of moral identity and moral disengagement. *Journal of Business Ethics* (157), 653–672. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3683-3>
- Zorlu, K., and Tetik, F. (2018). Girişimci liderlik davranışının çalışan yaratıcılığına etkisi (The effect of entrepreneurial leadership behavior on employee creativity). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 297-307. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed>

Kapsamlı Özet

Amaç: Çalışmak, insanların psikolojik ve fiziksel isteklerini karşılamak ve başarılı olmak için yaptıkları kararlı ve değerli bir faaliyettir. Bazı çalışanlar işi bir zorunluluk olarak algıladığında duygu farklılıkları ortaya çıkabilmektedir. Bireysel iş performansı, örgütlerde belirli bir amacın, işlevin veya performansın yerine getirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Görevin yürütülmesi veya gerçekleştirilmesi ile ilgili bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Bireylerin hayatı boyunca öğrendiklerini ilişkilendirerek bir problemi çözmesi ve yeni ve özgün bir fikir veya ürün ortaya çıkaran çalışan yaratıcılığı, örgütlerde yeniliğin ve rekabetin gelişmesi için önemli bir unsur olarak görülmektedir. Çalışan yaratıcılığını etkileyen unsurların belirlenmesi, örgütlerin stratejilerini geliştirmesi ve rekabet gücünü arttırmaları açısından önemlidir. Bu noktadan hareketle hazırlanan araştırmada, algılanan zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışanların yaratıcılığı üzerinde etkisinde ahlaki çözülmenin aracı rolü incelenmiştir.

Tasarım ve Yöntem: Araştırmanın evreni, Türkiye genelindeki havacılık sektörü çalışanlarından oluşmaktadır. Ulaşılması gereken minimum örneklem sayısının belirlenmesinde, evren sayısının tespit edilememesinden dolayı Cochran (1977) örneklem hesaplaması kullanılmıştır (Bartlett, Kotrlik ve Higgins, 2001). %5 anlamlılık düzeyi için yapılan hesaplamada ulaşılması gereken minimum örneklem sayısı 385 olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda online olarak hazırlanan anket formu linkleri basit rastgele örneklem tekniği çerçevesinde seçilen 700 katılımcıya ulaştırılmıştır. %65,57'lik dönüş oranı ile 459 katılımcıdan anket alınmıştır. Ancak, 31 katılımcının yanıtlarının analiz için uygun olmadığı belirlendiği için araştırma örnekleme 428 katılımcıdan oluşmuştur.

Araştırma verilerinin toplanması için hazırlanan anket formu dört ana bölümden oluşmaktadır:

Demografik Bilgi Formu: Araştırmacı tarafından hazırlanan formda 7 madde yer almaktadır. Bu maddeler ile katılımcılara ilişkin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışılan sektör, mevcut iş yerindeki tecrübe yıl sayısı ve sektörel tecrübe yıl sayısına ilişkin bilgilere ulaşılmıştır.

Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği: Vigoda-Gadot (2007) tarafından geliştirilen ölçek, Şeşen ve Soran (2013) tarafından Türkçeye uyarlanmış, geçerlik ve güvenilirlik çalışması ise Seren ve Baydın (2013) tarafından yapılmıştır. 5 maddenin yer aldığı ölçek 5'li likert'dir.

Ahlaki Çözülme Ölçeği: Moore, Detert, Klebe Treviño, Baker ve Mayer (2012) tarafından geliştirilen ölçek, Erbaş ve Şahin Perçin (2017) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. 7 maddenin yer aldığı ölçek 5'li likert tipte kullanılmıştır.

Çalışan Yaratıcılığı Ölçeği: Muñoz-Doyague, González-Álvarez ve Nieto (2008) tarafından geliştirilen ölçeğin Zorlu ve Tetik (2018) tarafından yapılan çalışmadaki Türkçe uyarlaması kullanılmıştır. 11 maddenin yer aldığı ölçek 5'li likert tipte kullanılmıştır.

Araştırma verileri Smart PLS 4 kullanılarak kısmi en küçük kareler yöntemi ile analiz edilmiştir. Analizler ölçüm/içsel ve yapısal/dışsal model olmak üzere iki aşamada yapılmıştır. Ölçüm modeli, indikatör güvenilirliği, iç tutarlılık güvenilirliği, yakınsak geçerlik ve ayırt edici geçerlik incelenerek değerlendirilmiştir. Bununla birlikte elde edilen faktör yapıları için betimleyici istatistikler sunulmuştur. Yapısal modelde ise araştırma hipotezleri test edilmiştir. Bu basamakta yol katsayısı değerlerine karşılık gelen t değerlerini oluşturmak için tam model üzerinde 5000 yeniden örnekleme prosedürü kullanılmıştır. Model uyumu, iyi model uyumu-na işaret eden Standartlaştırılmış Ortalama Karekök (SRMR) ve Normlaştırılmış Düzeltme İndeksi (NFI) değerlerine göre değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular %95 güven aralığında ve %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında test edilen hipotezler aşağıda yer almaktadır:

H₁: Zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının ahlaki çözülme üzerinde pozitif etkisi vardır.

H₂: Zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan yaratıcılığı üzerinde negatif etkisi vardır.

H₃: Ahlaki çözülmenin çalışan yaratıcılığı üzerinde negatif etkisi vardır.

H₄: Zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan yaratıcılığına etkisinde ahlaki çözülmenin aracı rolü vardır.

Bulgular: Katılımcıların %60'ı erkek ve yaş ortalaması 33,107±7,720'dir. %54 ile çoğunluk evli iken, %60,3 ile çoğunluk lise mezunudur. Katılımcıların %63,8'i özel havacılık sektörü çalışanıdır. İşletmedeki tecrübe yılının ortalaması 6,421±5,645 ve havacılık sektörü tecrübesinin ortalaması 8,579±6,678'dir.

Ölçüm modelinin değerlendirilmesinde, indikatör güvenilirliği, iç tutarlılık güvenilirliği, yakınsak geçerlilik ve ayırt edici geçerlilik en sık kullanılan yöntemlerdir (Henseler, Hubona ve Ray, 2016). Bu doğrultuda ilk aşamada faktör yükleri, kompozit güvenilirlik (CR), Cronbach alfa ve rho_A katsayıları incelenmiştir (Ringle, Sarstedt ve Straub, 2012). Hair vd. (2021) tarafından aktarıldığı üzere, 0,70'ten büyük faktör yükleri, CR değerleri, Cronbach alfa ve rho_A katsayıları ölçüm modelinin güvenilir olduğunu göstermektedir. Çalışmada 3 faktörden oluşan ölçüm modelindeki, tüm faktör yükleri, CR değerleri, Cronbach alfa ve rho_A katsayıları 0,70'ten büyüktür ve bu sonuçlar ölçüm modelinin güvenilirliğinin sağlandığına işaret etmektedir.

Ölçüm modelinin güvenilirliğinin incelenmesinin ardından yakınsak geçerliği test etmek üzere çıkarılan ortalama varyans (AVE) değeri kontrol edilmiştir. Henseler vd. (2016) tüm yapılar için AVE değerinin 0,50 üzerinde olması ve CR değerlerinin tüm yapılar için AVE'den yüksek olması durumunda yakınsak geçerliğin sağlandığını belirtmektedir. Tüm yapılar için AVE değerleri 0,5'ten büyüktür ve tüm CR değerleri AVE'den küçüktür. Bu sonuçlara göre yakınsak geçerlik sağlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının ahlaki çözülme üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır (COCB → MLDE, $\beta=0,241$, $t=3,445$ ve $p=0,001$). Bununla birlikte zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan yaratıcılığı üzerinde negatif ve anlamlı etkisi vardır (COCB → EMCR, $\beta=-0,262$, $t=5,158$ ve $p=0,000$). Diğer taraftan ahlaki çözülmenin çalışan yaratıcılığı üzerinde negatif ve anlamlı etkisi vardır (MLDE → EMCR, $\beta=-0,342$, $t=6,718$ ve $p=0,000$). Elde edilen bu doğrusal etki sonuçlarına göre araştırmanın H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Aracı rol modeli test sonuçlarına göre zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan yaratıcılığına etkisinde ahlaki çözülmenin aracı rolü bulunmaktadır (COCB→MLDE→EMCR, $\beta=-0,108$, $t=3,000$ ve $p=0,003$). Bu sonuca göre H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Sınırlılıklar: Bu araştırmanın bulguları, araştırmanın yapıldığı örneklemeyle sınırlı olduğu dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçme araçlarıyla ölçülen büyüklükler de araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Öte yandan zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışan yaratıcılığı ve ahlaki çözülme değişkenlerinin araştırmada kullanılan değişkenler olarak dahil edilmesi araştırma modelinin bir sınırlılığıdır.

Öneriler (Teorik, Uygulama ve Sosyal): Bu araştırmanın en önemli teorik bulgusunun zorunlu örgütsel vatandaşlık davranışı, ahlaki çözülme ve çalışan yaratıcılığına ilişkin mevcut literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırmanın bulgularının yönetici ve araştırmacıların ihtiyaçlarını kanıta dayalı bir yaklaşımla ele almalarına yardımcı olacaktır.

Gelecek araştırmalar daha büyük ve farklı örneklemeleri (sanayi, eğitim sektörü gibi) kapsayabilir. Ayrıca araştırmacılar ve yöneticiler tarafından yapılacak çalışmalarda işletmeler ve kuruluşlar için somut çıktılar olarak ifade edilen çalışan performansı ve hizmet kalitesi gibi farklı değişkenler de araştırma modeline dahil edilebilir.

Özgün Değer: Literatürde Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Ahlaki Çözülmenin Çalışan Yaratıcılığına Etkisi ayrı ayrı ele alınmıştır. Ancak Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Çalışan Yaratıcılığı üzerindeki etkisinde Ahlaki Çözülmenin rolü ele alınmamıştır. Bu bakımdan mevcut araştırmadan elde edilen bulgular literatürdeki boşluğu doldurmakta ve mevcut araştırmanın değerini ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışan yaratıcılığının hem birey hem de örgüt açısından olumlu sonuçları dikkate alındığında zorunlu vatandaşlık davranışının çalışan yaratıcılığını olumsuz etkilemesinde ahlaki çözülmenin önemli bir faktör olduğu görülerek, olumsuz etkileri artırabileceği ortaya çıkmıştır. Araştırma çalışan yaratıcılığına alternatif bir çözüm geliştirerek değer yaratmaktadır.

Animelerde Kadın Temsililiğine Dair Bir İnceleme: Naruto Shippuden Örneği*

Kadir BENDAŞ¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 06.06.2024 Kabul Tarihi/Accepted: 28.02.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Tarihsel süreç içerisinde kadın ve erkeğe toplumsal olarak birtakım roller yüklenmiştir. Kadın ve erkeğe yüklenen bu roller günümüz modern toplumlarında da devam ettirilmekte ve bu iki cinsten kendilerine yüklenen farklı cinsiyet rollerine uygun bir şekilde davranışlarda bulunmaları beklenmektedir. Kadın ve erkek arasında biyolojik farktan kaynaklanan durum cinsiyet şeklinde ifade edilmektedir. Fakat toplumun sosyal ve kültürel olarak bu iki cinse yüklemiş olduğu kalıp yargılar ve roller ise toplumsal cinsiyet olarak adlandırılmaktadır. Özellikle kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapılan kadın temsilleri kadını bu bağlamda metalaştırmakta ve bir cinsel obje halinde sunmaktadır. Günümüzde kadın temsili konusunda yaşanan tartışmaların odağında kadının sunuş biçimi nedeniyle medya yer almaktadır. Yapılan bu çalışmada özellikle son dönemde yaşanan dijitalleşmeyle izleyici sayısını dünya çapında artıran anime dizilerinde kadın karakterlerin sunum şekilleri incelenmiştir. Yapılan incelemeyle anime dizilerde kadın karakterlerin cinsel bir obje olarak sunulduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda tüm dünyada çok popüler bir anime dizi olan Naruto Shippuden örnek anime dizi olarak ele alınmış ve Naruto Shippuden’de yer alan cinsiyetçi sahneler göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. 21 dakikalık toplam 500 bölümden oluşan Naruto Shippuden de örneklem olarak derinlemesine inceleme yapılabilmesi amacıyla amaçlı örneklem yöntemi ile ilgili bölümler ele alınmıştır. Yapılan analizler sonucunda Naruto Shippuden’de kadın temsili kadının medyanın genelinde temsil ediliş şekilleriyle benzerlikler taşıdığı ve kadın anime karakterlerin de cinsiyetçi kalıplar içerisinde sunulduğu ve kadın karakterlerin cinsel kimlikleriyle ön plana çıkarıldıkları anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Göstergebilimsel Analiz, Anime, Kadın, Naruto Shippuden.

* 1-3 Aralık 2022 tarihinde gerçekleştirilen 3. Uluslararası Küresel Dünyada Kadın Kongresinde sunulan ve özet kitapçığına basılan özet bildiriden türetilmiştir. It is derived from the summary paper presented at the 3rd International Global Congress of Women in the World held on 1-3 December 2022 and published in the abstract booklet.

1 Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, bendaskadir@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3145-8703>

A Review of Female Representation in Animes: Naruto Shippuden Example

Abstract

Throughout the historical process, certain social roles have been assigned to men and women. These roles assigned to men and women continue in today's modern societies, and these two genders are expected to behave in accordance with the different gender roles assigned to them. The situation resulting from the biological difference between men and women is expressed as gender. However, the stereotypes and roles that society has socially and culturally assigned to these two genders are called gender. Representations of women, especially through mass media, commodify women in this context and present them as a sexual object. Today, the media is at the center of discussions about women's representation due to the way women are presented. In this study, the presentation of female characters in anime series, which has increased the number of viewers worldwide, especially with the recent digitalization, has been examined. The aim of the analysis was to reveal that female characters are presented as sexual objects in anime series. In this context, Naruto Shippuden, a very popular anime series all over the world, was taken as an example anime series and the sexist scenes in Naruto Shippuden were analyzed using semiotic analysis method. In Naruto Shippuden, which consists of a total of 500 episodes of 21 minutes, the sections related to the purposeful sampling method were taken into consideration in order to conduct an in-depth analysis as a sample. As a result of the analysis, it was understood that the representation of women in Naruto Shippuden is similar to the way women are represented in the media in general, and that female anime characters are also presented in sexist stereotypes and that female characters are highlighted with their sexual identities.

Keywords: Gender, Semiotic Analysis, Anime, Women, Naruto Shippuden.

Giriş

Yeryüzünde yaşamaya başladığı ilk andan itibaren insan ırkı içgüdüsel olarak sürekli bir rekabet halinde olmuştur. Evrimsel olarak bakıldığında insanların sadece tek bir türden ibaret olmadığı, farklı insan türlerinin de geçmiş tarihlerde yaşadığı ifade edilmektedir. Fakat farklı insan türlerinin kendi aralarında gerçekleştirmiş olduğu mücadeleler günümüzdeki insan ırkı hariç diğer tüm insan ırklarının yok olmasına neden olmuştur. Yani aslında insan ilk andan itibaren rekabetçi özelliğe sahip bir canlı karakteristiğine sahip olmuştur. Bu özelliğinden dolayı da kendisinden güçsüz olan varlıklara karşı acımasızlıklar gerçekleştirebilmektedir. Toplumsal yapıya bakıldığında insan gruplarının bir araya gelmesiyle oluşan yapılarda da güçsüz olanın kendinden daha güçsüz olana karşı üstünlük kurma çabası içerisinde olduğu görülmektedir. Bu duruma en uygun örnek olarak kadın/erkek ilişkisi gösterilebilir.

Erkek cinsiyetine sahip olan bireyler toplumsal yapı içerisinde kendi lehine olan düzenlemeler ile çok daha ayrıcalıklı bir konumda bulunmaktadır. Günümüzde dünya nüfusunun neredeyse yarısı erkek, yarısı da kadınlardan oluşuyorken erkeklerin kadınlara oranlar çok daha aktif konumlarda olduğu görülmektedir. Çoğu ülkenin iktidarında erkekler yer almakta, patronlar erkeklerden oluşmakta ve karar verici pozisyonların büyük çoğunluğunda erkekler yer almaktadır. Geri kalmış ve gelişmemiş çoğu ülkede kadınlara söz hakkı dahi verilmemekte ve kadınlar çocuk yapmak, yemek yapmak, ev işleriyle ilgilenmek ve erkeğine hizmet etme sorumluluğu ile yüklenmiştir.

Toplumsal yapıda ikincilleştirilen kadın bu ataerkil yapıda medyada da kendisine verilen rollerle yine ataerkil sisteme hizmet eden bir figüre dönüştürülmektedir. Özellikle cinsiyetçilik bağlamında değerlendirildiğinde kadının görselliği ile öne plana çıkartılarak popüler kültürün tüketimi artırıcı bir aracıya ya da objesine dönüştürüldüğü ifade edilebilir. Bu çalışmada uzun yıllardır Japonya'da çok popüler olan fakat son yıllarda internet ve dijital teknolojilerdeki gelişmelerin sağladığı olanaklar ile tüm dünyaya yayılan anime dizilerindeki cinsiyetçilik ele alınacaktır ve kadının anime dizilerdeki sunum şekli Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes'ın göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle Naruto Shippuden anime dizisi örneğinde analiz edilecektir.

Kavramsal Çerçeve

Cinsiyetçilik

İnsanlar iki farklı cins olarak yaratılmışlardır. Bu iki cinsiyet farkı insanların biyolojik yapısından kaynaklanmaktadır. Yani biyolojik özellikler bakımından insanlar kadın ve erkek olarak iki farklı cinse ayrılmaktadır. Bu biyolojik farklılıklar doğuştan itibaren kişinin değişmez bir özelliği olarak meydana gelmekte ve kişinin fiziksel özellikleri de cinsiyetine göre şekillenmektedir. Dişi ve erkek üreme sistemlerindeki farklılıktan kaynaklanan farklı özel biyolojik kategorilerdir. İnsanlar bu özellikleri ile hayvan ve bitki türlerinin çoğu ile bu ayrımı paylaşmaktadır (Connel, 2019, s. 109). Hood'a göre (2019, s. 122-123) cinsiyet kavramı insanların kendilerini nasıl tanımladığı, başkalarına karşı nasıl davranacaklarını ve başkalarının da onlara karşı nasıl davranması gerektiğini belirleyen ana bileşenlerden birisi olmaktadır. Bunlardan dolayı da zihin cinsiyet konusunda çok fazla meşgul olmaktadır. Kişinin biyolojik cinsiyeti ve onun anlamları içinde bulundukları sosyal ilişkiler ve tarihsel bağlam içerisinde somut ifade kazanmaktadır. Bu bağlamda tarihsel ve sosyal koşulların biyolojik cinsiyetin tanımını ve karakterini şekillendirdiği görülmektedir. (Messerschmidt, 2019, s. 184).

Erkek ve kadını birbirinden ayıran biyolojik özelliklere genel anlamıyla cinsiyet denmektedir. Cinsiyet kavramının yanı sıra bir de toplumsal cinsiyet kavramı bulunmaktadır ve bu kavram biyolojik özelliklerden farklı olarak sonradan kadın ve erkeğe toplum tarafından verilen yani verili olan birtakım özellikleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramı temelde erkek ve kadına toplum tarafından yüklenen görev ve sorumlulukları ifade etmektedir. Yani toplumsal cinsiyet ile erkek ve kadına biçilen görev ve

sorumluluklar doğuştan biyolojik bir özellik olarak gelmez. Sonradan, hatta bebeğin cinsiyeti daha anne karnında oluşmaya başladığı andan itibaren toplum tarafından bu görev ve sorumluluklar bireye yüklenmeye başlanır.

Giddens'a göre (2012, s. 505) toplumsal cinsiyet toplumsal olarak kurulmuş olan erillik ve dişilik kavramları ile ilgili olan bir durumdur ve bireylerin biyolojik cinsiyetlerinin doğrudan bir sonucu olmak zorunda değildir. Fakat bu durum her ne kadar böyle olsa da cinsiyetin bedendeki işaretlerin kadın ve erkeğin hayatın akışı içerisinde konumlandırılmasına yol açar. İnsanlar henüz doğmadan önce cinsiyetlerine göre toplumsal cinsiyet bağlamında belirli renk kodlarına maruz bırakılır ve bu durum sistematik olarak toplumsal cinsiyet kodlarına uygun olarak devam eder. Örneğin çocukların odaları maviye boyanarak oyuncak uçak veya arabalarla doldurulur ya da pembeye boyanarak çiçeklerle dolu bir oda haline getirilir. Çocukların ya süslü elbiseleri olan Barbie bebeklerle oynaması sağlanır ya da şort giydirilerek futbol oynamaya teşvik edilir. (Chanter, 2019, s. 14). Bu bağlamda değerlendirildiğinde bedenin sadece anatomik bir yapıdan ibaret olmadığı, aynı zamanda anlama sahip sembolik bir yapı olduğu ifade edilebilir. "Bedenin taşıdığı anlam en temelde kişinin toplumsal cinsiyetiyle ilgilidir, toplumsal cinsiyet ise tüm diğer anlamları mümkün kılan anlamdır." (Holmes, 2011, s. 104).

Ataerkil toplum yapısı içerisinde kadınlık tabiiyet ve egemenlik ilişkileri çerçevesinde kurulmaktadır. Bu düzlemde kadın ilk olarak bedeniyle kadın olmaktadır. "Kadının bedeni, ataerkil normlara göre oluşturulurken, kadın, bedeninin ve bedensel etkinliklerinin ataerkil mekanizmalarla denetlenmesiyle kadın haline gelir. (Yaman, 2013, s. 246). Kadının cinsiyetçilik bağlamında toplumsa erkek karşısında ötekileştirildiği ve erkeğe nazaran ikincil bir varlık olarak görüldüğü ifade edilebilir. Geleneksel toplum yapısı içinde kadın çocuklara bakan, onların ihtiyaçları ile ilgilenen, çalışan erkeğine yemek yapan ve ev işleri ile ilgilenen görev ve sorumluluklar ile yüklenmiştir. Erkeğe göre daha yumuşak, naif ve duygusal olarak konumlandırılmıştır. Son dönemlerdeki görsel medya ve internet teknolojilerindeki gelişmeler ise kadının kapitalizmin popüler kültürü içerisinde bir tüketim malzemesine dönüştürülmesine neden olmuştur. Kadın, vücudu ön plana çıkartılarak arzu edilen bir obje haline getirilmiştir.

Medyada Cinsiyetçilik

Kadın ve erkek arasında kadın aleyhine cinsiyete dayalı ayrımcılık toplumun neredeyse her alanında görülmektedir. Fakat bu ayrımcılığın en belirgin ve yoğun görüldüğü alanların başında medya sektörü gelmektedir. Gerçekliği istediği yönde eğip bükebilme ve kendi isteği doğrultusunda kurgusal bir gerçeklik yaratabilme gücü sayesinde medya binlerce, hatta milyonlarca insanı aynı anda etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, medya ürettiği yeni gerçekliklerle toplumsal yapıda kadın kimliğini ikincilleştiren temsiliyet sistemleri ve anlamlandırma pratikleri ile erkek egemen söylemin yeniden üretiminde etkin bir rol oynamaktadır. Medya milyonlarca kişiye aynı anda ulaşabilme ve onların davranışları üzerinde etki göstermesi bakımından gerçekliğin yeniden üretimi bağlamında çok önemli bir propaganda aracı olmaktadır. Hatta medyanın bazı dönemlerde gücü o denli artmaktadır ki demokrasilerde kimi zaman en büyük güç konumuna geldiği ifade edilmektedir. Laughey'e göre (2010, s. 42) medya bu özelliğinden dolayı çok güçlü bir ikna, tanıtım ve propaganda kaynağı olmaktadır.

Medya erişiminin kolay olması ve içinde barındırdığı bilgi potansiyeli sayesinde kitleleri kendisine bağımlı kılmaktadır. Böylece kitleler üzerindeki etkisini artırabilmektedir. Bu düzlemde bakıldığında medyanın böyle bir süreç ile toplumdaki eşitsiz güç ilişkilerini yansıtan ve bunları yeniden üreten, aynı zamanda da toplumun kültürel, siyasal, sosyal ve ekonomik dinamiklerini dönüştüren bir işlev gördüğü ifade edilebilir. Böyle bir sürece toplumsal cinsiyet penceresinden bakıldığında medyanın topluma yansıyan ya da toplumdan aldığı cinsiyetçi söylemi yeniden üreterek, toplumdaki kadın ve erkeğe ilişkin yüklenen anlamların yeniden oluşmasını ve yerleşmesini sağladığı ifade edilebilir (Kaylı, 2014, s. 6340-6341).

Medya insanların potansiyel olarak kendilerini erkek ya da kadın olarak anlamasını üç şekilde çarpıtarak vermektedir: Bunlardan ilki idealin tekrarlanmasıdır. Medya kadın ve erkeğin gerçek olmayan ideallerini sürekli olarak tekrar eder. İkincisi de estetikdir. Medya kadınlar ve erkeklerin (özellikle kadınların) normal fiziksel özelliklerini ve fonksiyonlarını çirkin ve düzeltilmesi gereken şeyler olarak algılamamızı sağlar ve ideal üzerinden bir güzellik yaratır. Üçüncüsü ise şiddetin kanıksanmasıdır. Medya yaptığı yayınlar ile kadına şiddetin meşrulaşmasına ve kanıksanmasına katkıda bulunur (Wood, 2009, s. 275). Medyada cinsiyetçilik kendisini birçok farklı şekilde gösterebilmektedir. Bunlar kısaca şu şekilde özetlenebilir:

- Cinsiyetçilik temelinde temsil: medyada sunulan kadın ve erkek rolleri genellikle cinsiyete dayalı klişelere göre verilmektedir. Bu temsiliyetlerde kadınlar genellikle anne, ev kadını veya cinsel obje şeklinde sunulur. Erkekler ise daha baskın karakter şeklinde kahraman, iş adamı veya güçlü bir figür olarak sunulmaktadır.
- Cinsiyetçi dil şeklinde temsil: Medyada sunulan erkek ve kadın rollerinde genellikle cinsiyetçi bir dil kullanılmaktadır. Örneğin “kadın işi”, “erkek işi” gibi ifadeler cinsiyete yönelik ayrımcılığı dil üzerinden yansıtır.
- İçerik olarak cinsiyetçilik: Medyada üretilen içerikler ile cinsiyete dayalı şiddet ve cinsel istismar normalleştirilir. Bu düzlemde şiddet içerikli dizi ve filmler, programlar kadına yönelik gerçekleştirilen şiddeti normalleştirebilir.

Medyada özellikle magazin, spor, müzik ve sohbet programlarında kadın cinselliği ana öğe olarak kullanılmaktadır (Uslu, 2000, s. 81). Kapitalist toplumsal yaşamın gelişmesiyle popüler kültürün yaygınlaşması ve özellikle de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile ortaya çıkan çeşitli medya organları kadın bedenini cinsel bir meta haline getirerek popüler kültür ürünlerini pazarlamak için bir çeşit araç haline dönüştürmüştür. Bu şekilde kadın bedeni ticari kapitalizm tarafından bir arzu nesnesi şeklinde bilincinden yoksun bırakılarak parçalara ayrılmıştır.

Coward’a göre (1993, s. 85. Akt: İmançer, 2006, s. 47) önceleri kadınların davranış biçimleri yine kontrol altına alınmaktaydı. Kadınlara karşı bu kontrol mekanizması geçmişte sadece doğrudan aile, dini kurumlar ya da devlet tarafından işletilmekteydi. Bu durum günümüzde bu yapıların yanında kitle iletişim araçları ile gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Sinema, televizyon ve son dönemlerde de dijital medya yolu ile kitle iletişim araçları görsellik unsurunun arkasına gizlenerek kendilerini gerçekliğin bir yansıtıcısı olarak sunmaktadır. Toplumun neredeyse tamamını etkileme becerisine sahip olan bu araçlar yolu ile kadın bedeni egemen ideallere göre yansıtılmaktadır. Kadınlar erkeğe özgü normlardan farklılaştırılmış, belirlenmiş farklı bir cins olarak kültür tarafından imgeler aracılığı ile sloganlaştırılarak sunulmaktadır: “Çalışın, kendisini değiştirin! Daha iyi görünün! Daha erotik olun!. Bu ideala ulaşma komutunun aracılığı ile, toplumumuz kadın bedeni üzerine bir mesajı yüksek sesle ve açıkça yazar: Hareket etme!, arzu etme!, erkeklerin ilgisini bekle!” (Coward, 1993, s. 85. Akt: İmançer, 2006, s. 47). Sevilay Çelenke göre (2010, s. 235) toplumsal cinsiyet konusundaki en problemli alanlardan birisini kadının medyadaki genel sunumu oluşturmaktadır. Kadınlar medyada çoğu zaman sadece bedenleri ile var olabilmektedir. Medyada kadınlara bedenlerini teşhir etme suretiyle yer verilmekte ve bu görsel teşhirin yanında yer verilen haber metinleri bu teşhir malzemelerini kullanmanın bahanesinden öteye geçememekte ve bu cinsiyetçi durumu meşrulaştırma çabasına hizmet etmektedir. Bu açıdan bakıldığında kadınlar aleyhine medyada yer verilen hatalarla dolu temsiliyet şekillerinin toplumsal yaşamda kadınların aleyhinde devam eden eşitsizlikleri sona erdirmeye konusunda umut kırıcı bir tablo oluşturduğu görülmektedir.

Kadınların medyada temsiliyetine yönelik olarak Saktanber (2011, s. 191) kadınların medyada iki farklı bağlamda temsil edildiğini belirtmektedir. Kadınlar ya cinselliklerinden tamamen arındırılmış bir biçimde sunulmakta ya da cinselliklerinin dışında herhangi bir kimliği bulunmayan varlıklar olarak sunulmaktadır.

Medyada kadın bedeninin cinsel bir obje olarak kullanılmasının en önemli nedenlerinin başında ticari kaygılar gelmektedir. Daha çok tıklanmak, izlenmek, satmak veya izleyiciyi ekrana daha çok çekmek ve reytingleri gibi ticari kaygılar nedeniyle kadınlar bir tüketim malzemesi haline getirilmektedir. Kapitalist sistemin ekonomi politikası ve serbest rekabet ilkelerinin getirdiği etkiyle bu durum git gide artan bir şekilde devam

ederek çok acımasız bir hâl almaya başlamıştır. Bu yapı içerisinde kadın bedeninin sürekli bir biçimde kullanılması ve teşhir edilmesi normalleşmiş ve normal olarak kabul edilen bu durum karşısında herhangi bir teşhir söz konusu olmadığında ya da kadın cinselliği kullanılarak ön plana çıkarılmadığında talep görmeyi ya da görünür olmamayı kabul etmek zorunda bırakılmıştır (Küçük Durur ve Bendaş, 2018, s. 194).

Stratford (2011, s. 162) medyaya reyting sağladığı için kadınların yaşamlarının karikatüre edildiğini ve sansasyonel şekillerde gösterildiğini ifade etmektedir. Ona göre, “cinsiyete özgü kültür, kitle iletişim araçlarında, tüketim stratejileri doğrultusunda yeniden üretilir ve pazarlanır.”

Medyada kadın ve erkeğe yönelik üretilen belirli kalıp yargılar vardır ve bu kalıp yargılar medya tarafından tekrar tekrar üretilerek bilinçli veya bilinçsiz olarak yeniden dolaşıma sokulmaktadır. Toplum da medyadan aldığı bu iletileri benimseyerek bu kalıp yargılara göre hareket etmektedir (Polat, 2019, s. 81). Sistem bu şekilde kendi kendisini besleyerek kısır bir döngü oluşturmakta, bunun bir sonucu olarak da toplumsal cinsiyet bağlamında kadın aleyhine işleyen bir yapı oluşmaktadır.

Kadının medyada ve toplumsal yapıdaki temsilleri gücünü ataerkil düzenden beslenen eril düşünceden almaktadır. Medya ve eğitim kurumları bu noktada Bhasin (2014, s. 27) tarafından eleştirilmektedir. Bhasin'e göre, medya ve eğitim kurumları karar alma süreçlerinde erkeği daha güçlü, kadını doyumsuz bir tüketici, başkalarına muhtaç ve kıskanç olarak göstermektedir. Bu durumun da ataerkil ideolojinin daha da yayılmasına yol açtığını ifade etmektedir.

Manga ve Anime Diziler

Tanım olarak bakıldığında animenin Japonlar tarafından üretilen kısa veya uzun metrajlı animasyon sine- ma ya da televizyon yapımlarına verilen bir isim olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra animeler genellikle manga adı verilen Japon çizgi romanlarından uyarlanarak ekranlara animasyon şeklinde getirilmektedir. Her ne kadar animeler Japonlar tarafından üretilen bir içerik olarak bilinse de özellikle son yıllarda anime türüne özgü anlatım ve yapımların tekniklerini kullanan ve farklı ülkeler tarafından yapılan animasyonların da piyasaya çıkmaya başladığı ve bunların da anime olarak adlandırıldıkları görülmektedir. Fakat animelerin Japonya ile özdeşleşmesinin nedeni özellikle II. Dünya Savaşı sonrası yaşanan büyük travmanın etkisi ile değişime uğrayan Japon kültüründe popüler kültür ürünü olarak ön plana çıkmış olması ve modernitenin dolaylı veya dolaysız olarak işlenmiş olmasıdır (Akşit, 2017, s. 121). Animenin tanımı kolay gibi görünmektedir ve çaba harcamadan animenin ne olduğu bu düzlemde anlaşılabilir. Yaygın görüşe göre anime bir “Japon animasyonu”dur. Fakat bu animasyon belirli koşullar altında oluşan bir tür özelliği taşımaktadır (Denison, 2015, s. 1).

Animeler manga denilen çizgi romanlardan üretilmektedir ve mangalar genelde Japon çizgi romanı şeklinde bilinmektedir. Yani çizgi roman olarak görülen mangaların bir canlandırma ile izleyiciye sunulması ile Japon çizgi film kültürüne verilen ad olan animeleri ortaya çıkarmaktadır. Alicenap'a göre (2012, s. 6) manga ve anime diziler özünde birer hikâye anlatım biçimi olmaktadır ve Japonya'da doğup gelişen bu iki tür aslında tek bir ortak iletişim dili kullanmaktadır.

Japon çizgi romanlarının çizgi filme dönüştürülmesi ile oluşturulan animelerin popülerliği dünya çapında her geçen gün daha da artmaktadır. Öyle ki animeler internet ortamında dünya genelinde dakikada ortalama 600 kez indirilmektedir (Richmond, 2009, s. V). Anime izleyicileri sanıldığı gibi sadece küçük yaşta- ki izleyiciler tarafından değil her yaştan insanlar tarafından ilgiyle izlenmektedir. Özellikle ergen gençler arasında oldukça popülerdir ve bu popülerliğini de gittikçe artırmaktadır.

Anime dizilerin türetilmiş olduğu mangalar genellikle ergenlik dönemindeki gençler arasında popüler bir çizgi roman olmaktadır. Son zamanlarda yapılan bir çalışmaya göre çizgi roman okuyucularının yüzde 60'a yakın bir kısmı sadece Japon mangalarını okumayı tercih ettiğini ifade etmiştir (Brenner, 2007, s. 12).

Animeler çizgi film olarak görülse de aslında animeleri Amerikan tarzı bilindik çizgi filmlerden ayıran belli başlı bazı özellikler bulunmaktadır. Bunu “From Animation to Anime” adlı çalışmasında Lamarre genel hatlarıyla betimlemiştir. Buna göre geleneksel animasyonda iki tür hareket vardır: Hareketleri çizmek ve çizimleri hareketlendirmek. Geleneksel animasyonda hareketlerin çizimi “full animation” denen Disney tarzını oluşturmaktadır. Çizimlerin hareketlendirilmesi ise “sınırlı animasyon” tekniği olarak ifade edilmektedir ve animelerde sıklıkla bu tekniğin kullanıldığı görülmektedir. Animeleri diğerlerinden ayrı kılan özellikler sınırlı animasyon tarzı ile geliştirilmiştir. Bu teknik sınırlı kaynaklarla çizimlere hareket katmak için kullanılmış olduğundan dolayı tekniğe sınırlı animasyon tekniği denmiştir. Bu teknik ile animatörler zaman ve para tasarrufu da sağlayabilmektedir (Lamarre, 2002, s. 335-336).

II. Dünya Savaşı sırasında ABD tarafından atılan iki adet nükleer bomba ile binlerce insanını kaybeden ve büyük bir toplumsal travma yaşayan Japonya bu savaşın sona ermesinden sonra özellikle teknoloji alanında çok büyük gelişmeler göstermiş ve dünya çapında markalar yaratmayı başarmıştır. Modernleşmeyi kendisine şiar edinmiş ülke kendi kültürünü de koruyarak, modernleşmiş ve birçok ülkeye de örnek olmuştur. Dünya çapında yaratmış olduğu markalar ile Japonlar yumuşak güç anlamında çok güçlü bir konuma gelmiştir. Nye’e (2005, s. 1-2) göre, Japonya savaştan sonra fiziki olmayan ve ideolojik olarak gücü temsil eden yumuşak gücünü artırmış ve hem video oyunları hem de animasyon tarzı çizgi filmler dünya çapında Japonların yumuşak gücü olarak ön plana çıkmıştır. Japon animasyon filmleri, film yapımcılarını ve gençleri dünyanın dört bir yanında etkisi altına almıştır.

Anime Dizilerde Kadın Temsili

Günümüz dünyasının ataerkil yapısı içerisinde kadının yeri genellikle bazı kalıp yargılar kullanılarak belirlenmektedir. Her ne kadar nüfus bakımından dünya üzerinde erkeklerle kadınların oranı neredeyse birbirinin aynı olsa da toplum erkek egemen yapı doğrultusunda görünmez bir ayrıcalık kurallar bütünü ile kuşatılmıştır. Günümüz medyası da bu görünmez kurallar doğrultusunda üretim yapmakta ve yayınlarında erkek egemen söyleme ve yapıya hizmet etmektedir. Japon kültürünün ürünleri olan animelerde de durum değişmemektedir.

Mangalardan uyarılma şeklinde televizyon ve internet aracılığıyla izleyiciye sunulan animeler hitap ettikleri kitlelere göre farklı türlere ayrılmışlardır ve bunlara farklı isimler verilmiştir. Genç erkeklerle yönelik olan ve daha çok fantastik macera hikayelerinin anlatıldığı animelere shōnen denmektedir. İçerisinde daha çok cinsellik ve şiddet barındıran türe ise seinen denmiştir. Ergenlik çağındaki liseli genç kızlara yönelik anime türüne shōjo denirken, yetişkin kadınların gündelik yaşamlarını anlatan türe ise josei adı verilmiştir (Arslan, 2019, s. 385).

Japonların kültürel bir ürünü olarak ortaya çıkan ve tüm dünyaya Japon kültürünü tanıtan bir işleve de sahip olan animelerde kadın temsiliyeti çeşitli şekillerde yer bulmaktadır. Japon kültüründe kadının konumlanışına bakıldığında kadının aslında tarihsel olarak Japon kültüründe önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Örneğin Izawa’ya göre (2000) Japonların ilk dönemlerinde kadınlar büyük bir edebi şahsiyet olarak ön plana çıkabilmekte ya da imparatoriçe olarak ülkeyi yönetebilmekteydi. Fakat sonraki dönemlerde neredeyse gezegendeki diğer tüm toplumlarda olduğu gibi kadınlar ikinci plana atılmış ve görünür olmaktan uzaklaştırılmıştır. Bu bağlamda Japonya’da da kadınlar ataerkil düzenin kadına biçmiş olduğu kalıp yargılar içerisine hapsedilmiştir.

Kadınların animelerde temsiliyeti kadının ataerkil yapı içerisindeki temsiliyetinin bir yansıması olarak görünür olmaktadır. Animelerde kadınlar daha çok erkek düşkünü, erkeğin sevgisine ihtiyaç duyan ve onun sevgisiyle kendine güveni artan, “ideal” güzellik ölçütlerine uygun şekillerde temsiliyet kazanmaktadır. Bu kalıp yargılar haricinde kadının daha çok vücudu ile bir cinsel obje olarak sunulduğu animeler de sayıca çok fazladır ve bunlar genellikle yetişkinlere yönelik olmaktadır. Fakat kadının cinsel bir obje olarak gösteril-

mesi sadece yetişkinlere yönelik olan animelerde değil her yaştan izleyicinin severek izlediği animelerde de yer bulmaktadır. Örneğin bu çalışma kapsamında incelenen Naruto Shippuden animesi her yaştan bireyin izlediği animeler içerisinde yer almaktadır ve buna rağmen kadınların cinsel kimlikleri ile ön plana çıkartıldıkları sahne sayısı oldukça fazladır.

Izawa (2000) kadınların animelerdeki temsiliyetini belirli kategoriler altında toplamıştır. Bunlar kısaca şu şekildedir:

- Eşitsiz İlişki: Genellikle 1970'lerin animelerindeki temsiliyet biçimidir. Kadınlar utangaç, zayıf, uysal ve alçakgönüllü olarak tasvir edilirken, erkek karakterler güçlü, huysuz ve havalı olarak tasvir edilmektedir.
- Dengeli İlişki: Bu temsiliyet biçiminde daha doğal ve dengeli bir kadın erkek temsiliyeti vardır fakat kadının doğal ve dengeli bir konuma ulaşmasına erkek karakter yardımcı olmaktadır.
- İstikrarlı, Eşit İlişki: Genellikle erkek daha güçlü gösterilmesine rağmen kadın daha akıllı bir şekilde temsil edilmektedir. Fakat kadın her ne kadar zeki ve güçlü olarak gösteriliyorsa da eğer cinsellikle ilgili sorunları çözüyor ve karakterin bazı cinsel noktalarına vurgu yapıyorsa kadının bir cinsel obje olarak gösterildiği düşünülebilir.
- Başlangıçta Eşitsiz İlişki: Burada erkeği yücelten süper kadın karakterler sunulmaktadır.

Son yıllarda akademisyenler ve araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda manga ve animelerin toplumsal yapıda var olan cinsiyetçi kalıp yargıları güçlendirdiği sonucuna varılmıştır ayrıca Japon animeleri uzun yıllardır cinsiyet ve cinsellik tartışmalarının da odak noktasında yer almıştır (En ve Ting, 2020).

Yöntem

Çalışmada yöntem olarak göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Göstergebilim anlamın nasıl yaratıldığı ve metinlere nasıl aktarıldığıyla ilgilenen bir analiz yöntemi olmaktadır. Metinlerde yer alan göstergeler ve bu göstergeleri oluşturan gösteren/gösterilen bağlantıları üzerinde çalışmaktadır (Türkoğlu, 2015: 19). Göstergebilim; objeler, dil, görseller ve diğer iletişim şekillerini anlamlandırmak ve açıklamak için kullanılmaktadır. Göstergebilimde farklı araştırmacıların farklı yaklaşımları bulunmaktadır. Örneğin Saussure'e göre göstergebilimsel bir çözümleme gösterge, gösteren ve gösterilen boyutlarını içermektedir. Bu açıdan gösterge bir bütünü belirtmek üzere kullanılmaktayken kavram yerine gösterilen ve ses imgesi yerine de gösteren imgesi kullanılmaktadır (1998, s. 111). Saussure için gösterge anlamı olan fiziksel bir nesne olmaktadır. O zaman doğadaki her nesnenin bir göstergesi bulunur demek yanlış olmamaktadır. "Gösteren, gösterenin algıladığını imgesidir – kağıt üzerindeki işaretlerdir, havadaki seslerdir. Gösterilen, gösterenin göndermede bulunduğu zihinsel kavramdır. Bu zihinsel kavram, aynı dili paylaşan aynı kültürün üyelerinin tümü için ortaktır." (Fiske, 2015, s.127).

İletişim alanında göstergebilimsel çalışmalarıyla ön plana çıkan Roland Barthes ise göstergeleri anlamlandırmayı düz anlam ve yan anlam olmak üzere iki düzeyde ele almaktadır. Roland Barthes göstergebilimin temel ilke ve özellikleri konusunda Saussure'dan büyük oranda etkilenmiştir. Bununla birlikte göstergebilimsel açıdan önem arz eden düz anlam/yan anlam ayrımını ise kendisi ortaya atmıştır. Barthes'a göre düz anlam anlamın birinci düzeyi olmaktadır. Bu düzeyde gösteren ile gösterilen birleşerek göstergeyi oluşturmaktadır. yan anlam ise anlamın ikinci düzeyi olmaktadır. Burada da düz anlamı oluşturan gösterge başka bir gösterenin göstereni haline gelerek tekrar bir gösterilen ile birleşir ve farklı bir gösterge oluşur. Örneğin "gül" göstergesinin düz anlamı bitki ve çiçek iken aynı gösterenin yan anlamı aşk olmaktadır (Çam, 2015, s. 297).

"Dilin bir işaretler sistemi olması ve bu işaretler sistemine sadece kelimelerin veya ifadelerin değil, görsel öğelerin de dahil edilmesi göstergebilimsel analiz yöntemini iletişim disiplini açısından önemli bir yöntem haline getirmektedir." (Aydınlioğlu ve Susur, 2021, s. 1737). Anime dizilerde metinler kadar görseller de ön plana çıkmaktadır. Hatta animelerin temel karakteristik özelliğini dilsel öğeler kadar görseller de oluşturmaktadır.

bu bağlamda verilmek istenen mesajlar genellikle bir görsel mesajlar yoluyla verilebilmektedir. Bu açıdan çalışmada analiz yöntemi olarak göstergebilimsel yöntem kullanılmıştır. Ayrıca çalışmada analiz tablosunun oluşturulmasında Aydınlioğlu ve Susur'un "Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Reklam İlişkisi Bağlamında Göstergebilimsel Bir Analiz" (2021) isimli çalışmasından faydalanılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Toplumun çok büyük bir kesimi tarafından izlenen animeler birer kültürel üretim olmaları sebebiyle verdikleri mesajlar ile insanların düşüncelerini etkileyebilmekte ve bu düzlemde toplumsal yapıda uzun dönemli etkilere yol açabilmektedir. Bu çalışmanın amacı animelerde kadın karakterlerin hangi temsiliyet şekillerinde sunulduğunu toplumsal cinsiyet bağlamında ortaya çıkarmak olmaktadır. Animelerin özellikle son yıllarda Türkiye'de de popüler bir hale gelmesi ve verdiği mesajlar ile gençleri etkileyebilme potansiyeli bu alanda akademik çalışmalar yapılmasını gerekli kılmaktadır. Literatüre bakıldığında toplumsal cinsiyet bağlamında bu konuyu inceleyen çalışmaların yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Animeler hakkında Türkiye'de yapılan az sayıda çalışma daha çok kültürel değerler üzerinden tartışılmaktadır. Örneğin Alicenap (2012) *Japon Çizgi film(anime) Sanatı, Hayao Miyazaki Çözümlemesi ve Türkiye Örneği* isimli doktora çalışmasında Türkiye'de anime üretiminin neden başarılı olamadığını sorgulayarak Japon anime ustası Hayao Miyazaki üzerinden animelerde yer alan kültürel öğeleri analiz etmektedir. Arslan (2019) ise *Sevimli Kuyucu Ay Savaşçısı Animesinde Kadın Kahramanların Temsili Üzerine Bir Değerlendirme* isimli çalışmasında Ay Savaşçısı anime dizisini betimsel bir şekilde ele alarak Japon animelerinde kadın karakterlerin cinsiyetçi kalıplarda sunulup sunulmadığını incelemiştir. Bu çalışmada ise diğer çalışmalardan farklı olarak Naruto Shippuden örneğinde cinsiyetçi olmadığını iddia eden ve her yaştan insanın izlediği bir anime dizisi içerisinde kadının cinsiyetçi kalıplarla sunulup sunulmadığı incelenmektedir. Kadının cinsel bir metaya indirgenmesine yönelik olarak literatürde çok sayıda çalışma yer almaktadır. Fakat animede kadın temsili konusunda özellikle ülkemizde çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu açıdan yapılan bu çalışma ile literatüre katkıda bulunmak da amaçlanmaktadır.

Araştırmanın amacı kapsamında şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- S1: Animelerde kadın karakterler hangi özellikleri ile ön plana çıkartılmaktadır?
- S2: Animelerde cinsiyetçilik yapılmakta mıdır?
- S3: Animelerdeki kadın temsili ile gerçek hayatta medyadaki kadın temsili birbirine benzemekte midir?

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

21'er dakikalık toplam 500 bölümden oluşan Naruto Shippuden de örneklem olarak amaçsal örneklem yöntemi ile ilgili bölümler ele alınmıştır. İlgili anime <https://www.turkanime.co> internet sitesinden altyazılı olarak izlenmiş ve örnek sahneler buradan elde edilmiştir. Naruto anime dizisi; Naruto (220 bölüm), Naruto Shippuden (500 bölüm) ve Baruto: Next Generations (277+)' olarak toplam 997 bölümden oluşmaktadır. Bunların hepsini izlemek çok fazla zaman gerektirdiği için çalışma sadece 500 bölümlük Naruto Shippuden ile sınırlandırılmıştır.

Bulgular



Fotoğraf 1: Naruto Shippuden 34. Bölüm

Tablo 1

Fotoğraf 1'in gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Nesne	Mini etek	Cinsellik ve çekicilik
Nesne	Fileli çorap	Cinsellik ve çekicilik
Nesne	Fileli üst kıyafet	Cinsellik ve çekicilik
Doğa	Dükkan kepenkleri	Sakin ve ıssız bir ortam
İnsan	Kadın vücudu	Arzu nesnesi

Bu sahnede hikâye içerisinde uzun bir aradan sonra gösterilen Haruno Sakura adındaki kadın karakterin büyümüş olduğunu göstermek için özellikle cinsel bölgeleri yakın çekimde gösterilmektedir. Cinsel bölgeleri yakın çekimde verilen kadın karakterin çocukluktan çıktığı ve cinsel bölgelerinin gelişerek artık erkekler için çekici bir hale geldiği vurgulanmakta ve kadın karakter bu şekilde erkeklerin bakışlarına ve arzularına sunulan bir nesne haline getirilmektedir. Ayrıca kadın vücudu parça parça gösterilmekte ve kadın kişiliğinden yoksun bırakılarak ötekileştirilmektedir. Kadının özellikle cinsel bölgelerinin parça parça ve yakın çekimden verilmesi eril bakışa hizmet etmektedir.



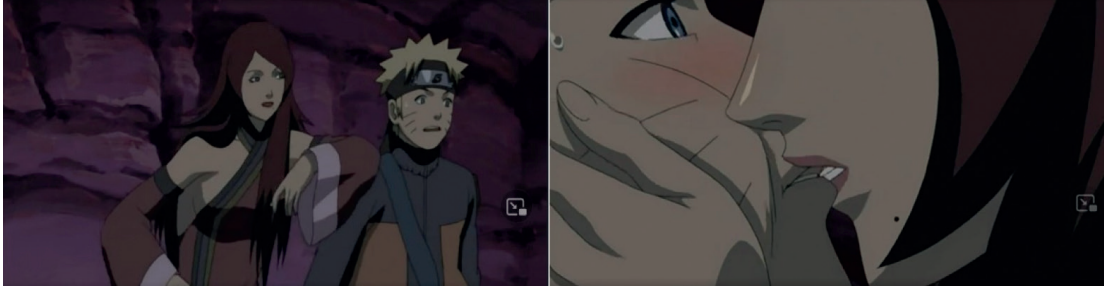
Fotoğraf 2: Naruto Shippuden 36. Bölüm

Tablo 2

Fotoğraf 2'nin gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Doğa	Havuz	Yüzme alanı
Doğa	Buhar	Jeotermal su buharı
Nesne	Çit	Bölgeleri ayırmak için engel
Nesne	Havlu	Kurulanmak ve vücudu sarmak
İnsan	Kadın vücudu	Arzu nesnesi
İnsan	Bacak	Cinsellik ve çekicilik

Bu sahnede kadınlar termal bir havuzda eğlenirken gösterilmektedir. Yan tarafta bulunan erkekler havuzunda erkekler arasında cinsel konular konuşulmaktadır. Erkeklerin konuştuğu cinsel içerikli söylemler devam ederken ekrana kadınların çıplak bedenleri verilmektedir. Bu şekilde cinsellik ve kadın bedeni bir arada gösterilerek kadınların cinsellikleri ön plana çıkartılmakta ve kadın vücudu seyirci için seyirlik erotik bir nesne olarak sunulmaktadır. Ayrıca yine bazı kadınların vücudu parça halinde verilmekte ve vücutları adeta birer obje olarak eril bakışa sergilenmektedir.



Fotoğraf 3: Naruto Shippuden 60. Bölüm

Tablo 3

Fotoğraf 3'ün gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Doğa	Karanlık mağara	İssızlık ve sakinlik
Nesne	Elbise	Cinsellik ve çekicilik
İnsan	Arkası kadın dönük erkek	Kadına yüz vermeyen erkek
İnsan	Erkeğe yaslanan kadın	Erkeği baştan çıkarmaya çalışan kadın
İnsan	Öpüşen erkek ve kadın	Cinsellik
İnsan	Yüzü kızarmış erkek	Utanan erkek
İnsan	Erkeği yanaklarından tutan kadın	Şeytani kadın

Bu sahnede kadın karakter hem tenini gösteren açık ve erotik kıyafetler içerisinde cinselliği ön plana çıkartılarak sunulmuş hem de karşısındaki erkeği cinselliğini ve çekiciliğini kullanarak etkilemeye çalışıp bu sayede de onu etkisiz hale getirmeye çalışan bir karakter şeklinde gösterilmiştir. Kadının burada hem cinselliği ön plana çıkartılmış ve erkeği cinselliğini kullanarak alt edebileceği şeklinde mesajlar verilmiş hem de yapmış olduğu bu davranış nedeniyle şeytani bir varlık gibi sunulmuştur.



Fotoğraf 4: Naruto Shippuden 116. Bölüm

Tablo 4

Fotoğraf 4'ün gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Doğa	Taşlarla örülü bir oda	İssızlık ve sakinlik
Nesne	Erkeğin kıyafeti	Güç ve çekicilik
Nesne	Kısa şort	Cinsellik ve çekicilik
Nesne	Göbeği açık bırakan kıyafet	Cinsellik ve çekicilik
İnsan	Oturan erkek	Güç ve otorite
İnsan	Ayakta duran kadın	Erkeğe itaat eden kadın

Bu sahnede oturan erkek karakterin karşısında duran kadın karakterin vücudu parça parça verilmekte ve özellikle cinsel bölgeler yakın çekime alınmaktadır. Erkek güçlü ve otoriter şekilde verilmişken kadın karakter bu sahnede erkek düşkünü, duygusal ve kırılgan olarak sunulmuştur. Erkeğe duyduğu aşk nedeniyle kadın cinsel olarak ön plana çıkartılmış buna karşın erkek kadına karşı otoriter bir şekilde davranarak onu söylemsel olarak da alçaltmış ve kadın bu sahnede cinselliği ile erkeği elde etmeye çalışan bir karakter olarak ön plana çıkartılmıştır. Ayrıca kadın karakter burada eril gözün izlediği bir nesne olarak sunulmuştur.



Fotoğraf 5: Naruto Shippuden 126. Bölüm

Tablo 5

Fotoğraf 5'in gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Nesne	Kadının kıyafeti	Çekicilik
İnsan	Kadına bakan erkek	Cinselliğe vurgu yapan erkek
İnsan	Erkeğe bakan kadın	Cinselliğe indirgenen kadın
İnsan	Yüzü kızarmış kadın	Utanan kadın
Dilsel	Erkek: O küçük göğüslü Tsunade şimdi gelip koca göğüslü Hokage oldu	Kadının cinselliği ile ön plana çıkartılması
İnsan	Kadının göğüsleri	Cinsellik

Bu sahnede Jiraiya isimli erkek karakter sevdiği kadın olan Tsunade karşısında cinsiyetçi bir şekilde konuşmaktadır. Jiraiya “O küçük göğüslü Tsunade şimdi gelip koca göğüslü bir Hokage oldu” demektedir. Dizide Hokage olmak köyün en üst idarecisi konumunda bulunmak anlamına gelmektedir ve Hokage'den daha üst rütbeli bir kişi bulunmamaktadır. Buna rağmen erkek karakter kadın ile cinsiyetçi bir dil ile konuşturulmaktadır. Kadının en büyük yönetici olması erkek karakter tarafından cinsiyetçi bir şekilde dile getirilerek kadın küçük düşürülmekte ve konu cinsel organlara indirgenmektedir. Ön plana kadının cinselliği çıkartılmakta ve izleyici yapılan yakın çekimin de etkisi ile kadının göğüslerine odaklanmaktadır.



Fotoğraf 6: Naruto Shippuden 129. Bölüm

Tablo 6

Fotoğraf 6'nın gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Nesne	Masa	Üzerine yiyecek içecek konulan yer
Nesne	Koltuk	Oturulacak alan
Nesne	İçecek/Alkol	Çakırkeyf veya sarhoş olunacak içecek
Nesne	Kadının kıyafeti	Cinsellik ve çekicilik
İnsan	Arkasına yaslanan erkek	Güç ve otorite
İnsan	İçecek/alkol dolduran kadın	Erkeğine hizmet eden kadın
İnsan	Kadının vücudu	Cinsellik

Bu sahnede erotik denecek seviyede açık bir kıyafet giyen ve cinsel bölgeleri yapılan çekimler ile dikkat çeken bir kadın, dizide kadınlara düşkünlüğü ile bilinen Jiraiya adlı karaktere hizmet etmekte ve onu eğlendirmeye çalışmaktadır. Kadının cinsel bölgeleri yakın çekimde verilerek kadın bedeni parçalara ayrılmakta ve kadın ötekileştirilerek cinsel bir metaya indirgenmektedir. Ayrıca kadın karakter hem cinselliği ile ön plana çıkartılmakta hem de görevi, canı sıkılmış olan erkeği bu yolla eğlendirmek olarak sunulmaktadır.



Fotoğraf 7: Naruto Shippuden 161. Bölüm

Tablo 7

Fotoğraf 7'nin gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Doğa	Renkli ışıklar	Gösteri
Nesne	Direk	Striptiz yapılan bir direk
Nesne	Bikini	Çıplaklık/Çekicilik
Nesne	Kadının elbisesi	Cinsellik ve çekicilik
İnsan	Dans eden kadın	Erotik gösteri
İnsan	Göz Kırpan Kadın	Cinsellik ve baştan çıkarma
İnsan	Öne eğilen kadın	Cinsellik ve çekicilik
İnsan	Sevinen erkek	Amacına ulaşan erkek
İnsan	Gözleri büyüyen erkek	Heyecanlanan erkek
İnsan	Kadın bedeni	Cinsellik ve çekicilik

Bu sahnede çocuk yaştaki Konohamaru isimli erkek karakter karşısındaki erkeği alt edebilmek için bir dönüşüm tekniği kullanmaktadır. Bu dönüşüm tekniği ile kendisini çıplak bir kadına çevirmektedir. Bu bağlamda kadına cinsel bir güç atfedilmekte ve kadınları cinsellikleri sayesinde erkekleri alt edebilecekleri bir konuma sokmakta ve aslında bu şekilde kadını vücuduyla ve cinselliği, güzelliğiyle var olabilecek, bu şekilde başarılı olabilecek bir temsiliyet içerisinde sunmaktadır.



Fotoğraf 8: Naruto Shippuden 282. Bölüm

Tablo 8

Fotoğraf 8'in gösterge analiz tablosu

Gösterge	Gösteren/Düz Anlam	Gösterilen/Yan Anlam
Nesne	Gözlük	Daha iyi görmeye yarayan aksesuar
Nesne	Kadının elbisesi	Çekicilik
İnsan	Yüzü kızaran erkek	Utanan erkek
İnsan	Büyük göğüslü kadın	Cinsellik ve çekicilik
İnsan	Bağırarak erkek	Kardeşine kızan erkek
Dilsel	Bee: "Olamaz! Meme"	Kadının büyük göğüslerine cinsellik vurgusu
Dilsel	Raikage: "Benim yanımda Hokage'nin memelerine nasıl bakarsın!"	Ben yokken karşındaki kadını büyük göğüsleri nedeniyle cinselliği indirgeyebilirsin vurgusu

Bu sahnede Bee isimli erkek karakter Hokage (En üst yönetici) olan kadın karakter Tsunade ile karşılaşmakta ve dikkatini çeken ilk şey kadının göğüsleri olmaktadır. Bee karakteri kızarak "Olamaz! Meme!" demektedir. Sonrasında kadın karakterin göğüs kısmı yakın çekimde gösterilmektedir. Kadın kendi bilgisi ve gücüyle en üst yönetici seviyesine ulaşmışken bu sahnede kadın karakter cinselliği üzerinden kişiliğinden kopartılmış ve ötekileştirilmiştir. Kadın karaktere konuşma fırsatı bile verilmemiş ve Bee isimli karakterin abisi olan diğer karakter Raikage "Benim yanımda Hokage'nin memelerine nasıl bakarsın" diyerek kardeşine kızmıştır. Burada kadının göğüslerine bakılmasına ve cinselliğe indirgenmesine kızılmamış "abinin yanında bakma ama abin yokken bakabilirsin" mesajı verilmiştir. Ayrıca kadın karakter bu konuda konuşturulmamıştır.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu çalışma ile anime dizilerde yer alan kadın karakterlerin toplumsal cinsiyet bağlamında animelerde cinsel bir obje olarak sunulduklarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu düzlemde çalışmada öncelikle cinsiyetçiliğin ne olduğu temel hatlarıyla anlatılmıştır. Daha sonra medyada kadın sunumunun ne şekillerde tezahür ettiği incelenmiş ve animelerde kadın temsili konusuna değinilmiştir. Son olarak ise Naruto Shippuden örneğinde kadın karakterlerin bu animede sunuş biçimleri göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmiştir. Göstergebilimsel çözümleme yapılırken Sassure'un gösterge – gösteren ve gösterilen yapısının yanında Roland Barthes'ın düz anlam – yan anlam formülasyonundan faydalanılmıştır. Yapılan incelemeler

neticesinde öncelikle anime diziden alınan kesitlere yönelik göstergeler belirlenmiştir. Göstergelerin ortaya konmasından sonra bu göstergelerin gösteren/düz anlamları bulunmuştur. En son ise bu gösteren/düz anlamların insan zihninde yaptığı çağrışımlar ile ortaya çıkan ve verilmek istenen asıl mesajları içerisinde barındıran gösterilen/yan anlamlar ortaya konmuştur.

Yapılan göstergebilimsel analiz sonucunda Naruto Shippuden anime dizisinde kadın karakterlerin cinsel bir obje olarak sunuldukları ortaya konmuştur. Anime dizide kadın karakterlerin cinsel bölgelerine yakın çekimler yapılarak izleyicinin dikkatinin bu doğrultuda kadının cinsel bölgelerine kaydırıldığı görülmüştür. Ayrıca kadın karakterler mevki olarak ne kadar güçlü ve yüksek konumda olurlarsa olsunlar hem karaktere yüklenen fiziksel özellikler hem de erkek karakterlerin söylemleri ile kadınların cinsellikleri ile ön plana çıkartıldığı ve erkek tarafından söylem ile taciz edildiği bir konuma yerleştirildikleri görülmüştür. Bazı sahnelerde de kadın karakterler erkek düşkünü olarak sunulmuş ve erkeği kendilerine aşık edebilmek için cinselliklerini kullandıkları bir temsiliyet içerisinde verilmiştir. Bir sahnede canı sıkılan bir erkeği açık bir şekilde cinselliği çağrıştıran bir kıyafet içerisinde kadın bir karakterin eğlendirmek istediği ve cinselliğini kullandığı görülmüştür.

Tüm bunlara bakıldığında Naruto Shippuden animesinde kadın karakterlerin ataerkil bir bakış açısıyla sunulduğu ve genellikle cinsel bir obje şeklinde sunulduğu sonucuna varılmıştır. Naruto Shippuden animesi aslında her yaşta insana hitap eden bir animedir ve içerik olarak içerisinde seksist sahneler barındırmaktadır. Bu nedenle çocuklar tarafından da izlenmektedir. Fakat bu şekilde her yaşta ve özellikle çocuklara da hitap eden bir animede kadının bu şekilde cinsel bir obje şeklinde sunulması düşündürücüdür ve çocukların ruh sağlığı açısından sakıncalıdır.

Günümüzün iletişim çağında ve dijital ortamında çocuklar artık neredeyse ilkokula başlamadan telefon ve tabletle tanışmakta ve internete kendi başlarına girerek istedikleri içeriklere kolayca ulaşabilmekte ve istedikleri içerikleri izleyebilmektedir. Her ne kadar ebeveynleri tarafından cinsel içerikli ve sakıncalı uygulamalar güvenlik paketleri ile engellense de yukarıda incelenen animede olduğu gibi çoğu içerikte kadın cinsel bir meta şeklinde sunulmaktadır. Bu da kadının toplumsal cinsiyet kalıpları içerisinde sunulmasını insanların daha çocuk yaşta normalleştirmesine yol açmaktadır. Bu şekilde normalleşen içerikler de kadının toplumsal yaşam içerisinde ikincil bir yaşam sürmesine neden olmaktadır. Aslında burada ahlaki olarak iki problem bulunmaktadır. Bunlardan birincisi kadının cinsel bir obje yerine konularak kendi kişiliğinden uzaklaştırılarak ötekileştirilmesi ve bir arzu nesnesi şeklinde temsil edilmesi, ikincisi ise küçük yaşta çocukların çizgi film olarak da gösterilen ve çok fazla izlenilen bu içeriklere maruz kalıyor olmasıdır. Bu iki problem de toplumsal bir sorundur ve bunları düzeltmek toplumsal eğitim ile gerçekleştirilecek olgulardır. Bu içeriklerin düzeltilebilmesi için öncelikle kadının toplumsal yaşamdaki yerine dair algıların değişmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Akşit, O. O. (2017). Japon anime sinemasında modernite eleştirisi: Fantezi ve bilim kurgu animeleri üzerine bir inceleme. *Journal of Academic Social Science*, 5(55), 120-133. doi: 10.16992/ASOS.12774
- Alicenap, Ç. T. (2012). Japon çizgi film (anime) sanatı, Hayao Miyazaki çözümlemesi ve Türkiye örneği (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Arslan, E. (2019). Sevimli koruyucu Ay savaşçısı animesinde kadın kahramanların temsili üzerine bir değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 12(1), 384-404. doi: 10.18094/josc.456864
- Aydınoğlu, Ö., & Susur, M. (2021). Sürdürülebilirlik ve kurumsal reklam ilişkisi bağlamında göstergebilimsel bir analiz. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1727-1763. <https://doi.org/10.18094/josc.936904>
- Bhasin, K. (2014). Toplumsal cinsiyet: Bize yüklenen roller (K. Ay Ve Z. Sarıhacıoğlu, Çev.). İstanbul: Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları.
- Brenner, R. E. (2007). *Understanding Manga and Anime*. California: Greenwood Publishing Group.

- Çam, Ş. (2015). *Medya çalışmalarında göstergebilim çözümlemeleri*. B. Yıldırım (Ed.), İletişim araştırmalarında yöntemler içinde. Konya: Literatürk.
- Çelenk, S. (2010). Kadınların medyada temsili ve etik sorunlar. Televizyon haberciliğinde etik, 229-236. Erişim adresi: https://www.academia.edu/6835097/Kad%C4%B1nlar%C4%B1n_medyada_temsili_ve_etik_sorunlar
- Chanter, T. (2019). *Toplumsal cinsiyet* (M. Erguvan, Çev.). Ankara: Fol Yayınları.
- Connell, R. W. (2019). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar: Toplum, Kişi Ve Cinsel Politika* (C. Soydemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Denison, R. (2015). *Anime: A critical introduction*. Bloomsbury Academic.
- En, G. and Ting, Y. (2020). *Gender, manga and anime*. In J. Coates, L. Fraser, and M. Pendleton (Eds.), *The Routledge Companion to Gender and Japanese Culture*. London: Routledge.
- Fiske, J. (2015). *İletişim çalışmalarına giriş*. (S. İrfan, Çev.) Ankara: Pharmakon.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji* (İ. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Holmes, M. (2013). *İnterseks: Tehlikeli bir farklılık* (B. Günay, Çev.). Cogito, 99-122. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hood, B. (2019). *Benlik yanılması: Sosyal beyin kimliği nasıl oluşturur*. (E. Özdemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İmançer, D. (2006). *Cinsiyet rolü temsili: Medya kültürü, feminizm, televizyon ve serialler*. D. İmançer (Ed.), *Medya ve Kadın*. içinde. İstanbul: Ebabil Yayıncılık.
- Izawa, E. (2000). Erişim Adresi: <https://www.mit.edu/~rei/manga-gender.html>
- Kaylı, D. Ş. (2014). Türkiye’de yazılı basında parlamentodaki siyasi partilerin kadın politikalarındaki temsili: 2011 Genel seçimleri üzerine bir inceleme. *Journal of Yasar University*, 9(36), 6261-6380. doi: 10.19168/jyu.42837.
- Küçük Durur, E. ve Bendaş, K. (2018). Kültürel tüketim ürünü olarak kadın bedeni: Video klipler örneği. *The Journal of Academic Science*, 6(79), 188-207. doi: 10.16992/ASOS.14200
- Lamarre, T. (2002). From animation to anime: Drawing movements and moving drawings, Japanforum(14).Erişimadresi:http://www.lamarremediaken.com/Site/Animation_Technics_files/From%20animation%20to%20anime.pdf
- Laughy, D. (2002). *Medya çalışmaları-teoriler ve yaklaşımlar*. (A. Toprak, Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Masserschmidt, J. W. (2019). *Hegemonik erkeklik: Formülasyon, yeniden formülasyon ve genişletme*. (Eleştirel Erkeklik İncelemeleri İnisiyatifi, Çev.). İstanbul: Özyeğin Üniversitesi Yayınları.
- Nye, J. S. (2004). Soft Power: The means to success in world politic. Erişim adresi: <http://users.tnok.com/~tumble/jpp/japor.html>.
- Polat, H. (2019). Medyada kadın ve temsil biçimi: Tv dizileri üzerinden bir tartışma. *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 77-96. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/51167/656945>
- Richmond, S. (2009). *The rough guide to anime*. London: Rough Guides.
- Saktanber, A. (2011). *Türkiye’de medyada kadın: Serbest, müsait kadın veya iyi eş, fedakâr Anne*. Ş. Tekeli (Ed.), 1980’ler Türkiye’inde kadın bakış açısından kadınlar içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Saussure, F. D. (1998). *Genel dilbilim dersleri*. (B. Vardar, Çev.) İstanbul: Multilingual.
- Stratford, T. (2011). *Kadınlar ve basın*. A. Belsey & R. Chadwick (Ed.), *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar* (N. Türkoğlu, Çev.), içinde. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Türkoğlu, N. (2015). *İletişim bilimlerinden kültürel çalışmalara toplumsal iletişim tanımlar, kavramlar, tartışmalar*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Uslu, Z. K. (2000). *Televizyon ve kadın*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Wood, J. T. (2009). *Gendered lives: Communication, gender and culture*. Wadsworth Cengage Learning.
- Yaman, M. (2013). *Ataerkil kapitalist tahakküm altında kadın emeği, bedeni*. İstanbul: SAV Yayınları.

Extended Abstract

Purpose: In this study, the presentation of female characters in anime series, which has increased the number of viewers worldwide, especially with the recent digitalization, has been examined. The aim of the analysis was to reveal that female characters are presented as sexual objects in anime series.

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

Q1: What characteristics of female characters are highlighted in anime?

Q2: Is there sexism in anime?

Q3: Is the representation of women in anime similar to the representation of women in the media in real life?

Design and Methodology: The qualitative research method was used in the study. With the qualitative method, verbal, written or visual materials are examined in detail to reveal the meanings, patterns and themes of the data. Unlike quantitative analysis, qualitative analysis deals with data such as text, speech, picture or video instead of numerical data. In this context, the semiotic analysis method, which is one of the qualitative research techniques widely used in the field of social sciences, was used in the study. With semiotic analysis, images, objects, the language used and other forms of communication are given meaning and tried to be explained. The analysis methods of Ferdinand de Saussure and Roland Barthes, who are pioneers in the field of semiotics, were used in the study. In this context, the visuals analyzed in the study were examined with Ferdinand de Saussure's conceptualizations of sign, signifier and signified and Roland Barthes' denotation and connotation. According to Ferdinand de Saussure, the sign is a sign linguistically and consists of the signifier and signified components. The signifier is a physical form. This can be a word, image or symbol. Finally, the signified is the meaning that the signifier visualizes in the mind. The relational structure between the signifier and the signified reveals the meaning of the signified. Roland Barthes, who used the analysis method in the study, was greatly influenced by Saussure while presenting his own idea. For this reason, the conceptualizations of denotation and connotation in Barthes are very similar to Saussure's concepts of signifier and signified. According to Barthes, denotation is the most basic and superficial definition of a sign, symbol or visual. Connotation is the meaning formed on the different values that the symbol, visual or sign gains culturally, ideologically or socially. In other words, while a white dove represents only a white dove in its denotation, it can represent peace and hope in its connotation. Cultural values gain importance in these representations and associations.

Findings: In Naruto Shippuden anime, which consists of a total of 500 episodes of 21 minutes, the episodes related to the purposive sampling method were used as samples. As a result of the investigations, it has been revealed that female characters in the Naruto Shippuden anime series are presented as sexual objects. It has been observed that in the anime series, close-ups are made to the sexual parts of the female characters, thus shifting the audience's attention to the women's sexual parts. In addition, no matter how powerful and high the female characters are in terms of position, it has been observed that women are highlighted with their sexuality, both by the physical characteristics attributed to the character and by the discourses of the male characters, and they are placed in a position where they are harassed by men through discourse. In some scenes, female characters are presented as man-lovers and are depicted as using their sexuality to make men fall in love with them. Considering all these, it is concluded that female characters in the Naruto Shippuden anime are presented from a patriarchal perspective and are generally presented as a sexual object. Naruto Shippuden anime is actually an anime that appeals to people of all ages and does not contain sexist scenes. For this reason, it is also watched by children. However, in an anime that appeals to all ages and especially children, presenting women as a sexual object in this way is thought-provoking and harmful to children's mental health.

Research Limitations: In Naruto Shippuden, which consists of a total of 500 episodes of 21 minutes each, the episodes related to the purposive sampling method were used as examples. The relevant anime was watched with subtitles on the website <https://www.turkanime.co> and sample scenes were obtained from there. Naruto anime series; It consists of a total of 997 episodes: Naruto (220 episodes), Naruto Shippuden (500 episodes) and Baruto: Next Generations (277+). Watching all of these requires a lot of time, and the work is limited to only 500 episodes of Naruto Shippuden.

Implications: In today's communication age and digital environment, children are now introduced to phones and tablets almost before they start primary school, and they can easily access and watch the content they want by accessing the internet on their own. Although sexually explicit and objectionable applications are blocked by parents with security packages, women are presented as a sexual commodity in most content, as in the anime reviewed above. This causes people to normalize the presentation of women within gender stereotypes at a very young age. Contents that become normalized in this way cause women to live a secondary life in social life. Actually, there are two moral problems here. The first of these is that women are alienated from their own personality by being treated as a sexual object and are represented as an object of desire, and the second is that young children are exposed to these contents, which are also shown as cartoons and watched a lot. Both of these problems are social problems and fixing them is something that can be achieved through social education. In order to correct these contents, perceptions about the place of women in social life must first change. Women, who receive the value they deserve in social life and who are placed in a more equal position rather than being seen as a second-class being, will slowly come to the position they deserve in the media.

Originality: There are many studies in the literature regarding gender. Especially in recent years, with the effect of increased digitalization, women have become able to make their voices heard much more. This has led to an increase in orientation towards gender issues. However, unfortunately, there are not many studies on anime, whose audience has increased rapidly in recent years, especially in Turkey. It is thought that this study, semiotic examining female characters in anime, will make a significant contribution to the literature and will guide those who are considering doing new studies on this subject.

Sağlık Kurumları Yöneticilerinin İnsan Sermayesi ile İlgili Farkındalıklarının Belirlenmesi*

Gülhan GÖK¹ Nazmiye EKİNCİ²

Başvuru Tarihi/Submitted: 12.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 24.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Sağlık kurumları, 7/24 sağlık sunan, farklı meslek grubundan birçok profesyonelin yoğun bir tempoda bir arada çalıştığı emek yoğun bir yapıya sahip olan matriks organizasyonlardır. Bu araştırmanın amacı, sağlık kurumları yöneticilerinin kurum başarısı, etkinliği, verimliliği ve performansı için önemli bileşenlerinden olan ve sağlık hizmetlerinin en önemli kaynaklarından “insan sermayesi” ile ilgili farkındalıklarını ortaya koymaktır. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden deneyimlerin derinlemesine sorgulandığı olgubilim deseninden yararlanılmıştır. Araştırmanın katılımcılarının belirlenmesinde, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Sağlık kurumlarının farklı düzeylerinde (alt/orta/üst düzey) görevli 13 sağlık kurumları yöneticisiyle 18.12.2023-17.01.2024 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş, toplam altı tema ve 68 kod belirlenmiştir. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların insan sermayesinin öneminin farkında oldukları, yapısal sermayeden daha fazla insan sermayesine önem verdikleri ve buna uygun stratejiler uyguladıkları (sağlık personeli ödüllendirme, teknolojik taleplerini karşılanmaya çalışma, eğitim uygulamaları, işe uygun personelin seçilmesi, kariyer hedefi belirleme, takım çalışmasını destekleme vb.) tespit edilmiştir. Ayrıca, araştırmaya katılan sağlık kurumları yöneticilerinin bir kısmının insan sermayesine ilişkin farkındalıklarına dair izleyecekleri stratejiler için bütçe sorunları ile karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Sermayesi, Yönetim, Sağlık Kurumları Yöneticileri, Sağlık Yönetimi, Sağlık Kurumları Yönetimi.

* Makalede yer alan araştırma, Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu’nun onayıyla gerçekleştirilmiştir (Onay Tarihi: 21.09.2023; Onay No: 4975). The research included in the article was carried out with the approval of the Amasya University Social Sciences Ethics Committee (Approval Date: 21.09.2023; Approval No: 4975).

1 Amasya Üniversitesi, Sabuncuoğlu Şerefeddin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, gulhan.gok@amasya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4462-2541

2 Kafkas Üniversitesi, Kağızman Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sağlık Yönetimi Bölümü, nazmiye.ekinci@kafkas.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7007-4123

Determining the Awareness of Healthcare Institutions Managers Regarding Human Capital

Abstract

Healthcare institutions are matrix organizations that provide healthcare 24/7 and have a labor-intensive structure where many professionals from different professional groups work together at an intensive pace. The aim of this research is to reveal the awareness of healthcare institution managers about “human capital”, which is an important component of institutional success, effectiveness, efficiency and performance and one of the most important resources of healthcare services. The phenomenological design, in which experiences are questioned in depth, was used in the research. In determining the participants of the research, the maximum variation sampling method (a purposeful sampling method) was used. Semi-structured interviews were conducted with 13 healthcare institution managers working at different levels (lower/middle/upper level) of healthcare institutions between 18.12.2023-17.01.2024. The data obtained from the research were analyzed using the content analysis method, and a total of six themes and 68 codes were determined. As a result of the research, it was determined that the participants were aware of the importance of human capital, gave more importance to human capital than structural capital and implemented strategies accordingly (rewarding health personnel, trying to meet technological demands, training practices, selecting personnel suitable for the job, determining career goals, supporting teamwork, etc.). In addition, it was concluded that some of the managers of health institutions participating in the research encountered budget problems for the strategies they would follow regarding their awareness of human capital.

Keywords: Human Capital, Management, Health Institutions Managers, Healthcare Management, Health Institutions Management.

JEL Kodu: M0, M1, I1, I0

Giriş

İnsan kaynaklarının organizasyonlar için önemi, uzun zaman önce anlaşılmış ve çeşitli araştırmalarla vurgulanmıştır. İnsan kaynaklarının öneminin anlaşılması sonucunda uzmanlar bu kaynakların “varlıklar”, dolayısıyla “insan sermayesi” terimi şeklinde ifade edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Anderson, 2005; Aktaran: Amagada, 2020, s. 8). Eğitim, öğretim ve sağlık hizmetlerinin kalitesinin bir tahmini (ölçüsü, değerlendirmesi) olan insan sermayesinin çalışanların niteliklerinin bir göstergesi olduğu kanıtlanmıştır (Suhonen ve Paasivaara, 2011; Aktaran: Yu vd., 2016, s.348).

Sağlık hizmetlerinin emek yoğun olması nedeniyle pek çok işin başarılması sağlık personelinin sahip olduğu bilgi, deneyim ve yetenekle yakından ilgilidir. Entelektüel sermaye kavramının bir parçası olan insan sermayesi çalışanın bilgi, yetenek ve deneyimlerini ifade etmektedir. İnsan sermayesi; taklit edilememesi, kişiden kişiye farklılık göstermesi, yaratıcılığın temeli olması gibi nedenlerden dolayı günümüzde rekabet üstünlüğü elde etmek, sürdürülebilirlik ve rakiplerden farklılaşmak için stratejik bir öneme sahiptir (Ağır ve Gönülölmez, 2019, s. 60). İnsan sermayesi, sağlık hizmetlerinin en önemli varlığıdır (Halder, 2018, s. 659). İnsan sermayesi ile sağlık arasındaki ilişkilerin incelenmesi nispeten yeni ve genişleyen araştırma alanlarından biridir (OECD, 2010, s. 17). Önceki çalışmalar, insan sermayesinin kişisel ve kurumsal performansın önemli bir belirleyicisi olduğunu doğrulamıştır ve daha yakın zamanda hemşirelerin sağlık hizmeti ortamındaki performanslarına ilişkin algılarını anlamak için uygulanmıştır (Yu vd., 2016, s. 348).

Alanyazında entelektüel sermaye, sosyal sermaye konularıyla veya bunların alt bileşeni şeklinde “insan sermayesi”ne ilişkin birçok çalışma mevcuttur (bkz. Akgün ve Günay, 2021; Yavuz, Toker ve Görener, 2019: 86; Özdemir ve Balkan, 2010: 115; Ülker, 2022). Ancak sağlık alanında entelektüel sermaye (bunun bir bileşeni olarak insan sermayesi) ve sosyal sermaye konusuna ilişkin çalışmalar sınırlıdır (bkz. Özgün, 2019). Ayrıca bu çalışmaların da büyük bir kısmının hemşireler özelinde gerçekleştirildiği görülmektedir (bkz. Cordeiro vd., 2017; Bartel vd., 2014; Suhonen ve Paasivaara, 2011). Alanyazında sağlık kurumları yöneticilerini evren ve örneklem seçerek entelektüel, sosyal sermaye veya insan sermayesi ile ilgili araştırmalarına dâhil eden oldukça sınırlı sayıda çalışma mevcuttur ve bu çalışmalar genelde özel hastanelerde görevli yöneticilerle gerçekleştirilmiştir (bkz. Deniz, Çimen, Atan ve Kaya, 2017, s. 34).

Tüm organizasyonlarda -özellikle hizmet organizasyonlarında- insan sermayesine daha fazla değer verilmesi ve yatırım yapılması gerektiği söylenilebilir. İnsan sermayesine gereken değerin verilmesinin ise kurum yöneticilerinin bu konudaki farkındalığı ile yakından ilgili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle bu araştırmada topluma hizmet sunan kurumlardan biri olan sağlık kurumlarındaki yöneticilerin insan sermayesi ile ilgili farkındalıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırma kapsamında hazırlanan araştırma soruları şunlardır:

1. Sağlık kurumlarındaki personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerinin yöneticiler tarafından önemsenme durumu nedir?
2. Sağlık kurumlarındaki personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerinden yöneticilerin faydalanma şekilleri nasıldır?
3. Sağlık kurumu yöneticileri personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerini ortaya çıkarmaya yönelik neler yapmaktadır?
4. Sağlık kurumu yöneticileri personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerinin kurumda kalmasına yönelik neler yapmaktadır?
5. Sağlık kurumu yöneticileri personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerinin kurumdaki devamlılığı için neler yapmaktadır?
6. Sağlık kurumu yöneticilerinin personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerinden faydalanabilmek için kurum tarafından destekleme yöntemlerine yönelik görüşleri nelerdir?

Araştırma, sağlık kurumlarında insan sermayesine verilen değerin belirlenmesi, insan sermayesiyle ilgili stratejilerin ortaya çıkarılması ve insan sermayesi ile ilgili farkındalığın keşfedilmesi bakımından önemlidir. Çalışma, bu açıdan özgünlük taşımaktadır. Ayrıca alanyazında sağlık alanında sağlık yöneticilerinin insan sermayesine ilişkin farkındalıklarına yönelik olarak hazırlanmış “nitel bir çalışmaya” rastlanamamıştır. Nitel çalışmalar, nicel araştırmalara oranla bir konuyu daha derinlemesine ve detaylıca inceleyen araştırmalar olduğundan, katılımcılara konuya ilişkin açık uçlu sorular yönelterek istedikleri yanıtları vermelerinde olanak verdiğinden günümüzde nitel araştırmalar oldukça önemli araştırmalar olarak kabul edilmektedir.

Yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda çalışmada öncelikle insan sermayesi kavramı detaylıca açıklanmış, sonrasında çalışmada sırasıyla araştırmanın yöntemine, bulgularına, konuya ilişkin alanyazında sağlık alanında yer alan çalışmalara, tartışma, sonuç ve öneriler bölümlerine yer verilmiştir.

İnsan Sermayesi

İnsan sermayesi, iş dinamikleri içinde yer alan tüm süreçlere ait kapasite, beceri, deneyim ve bilgiyi içeren bir kavramdır ve alanyazında entelektüel sermayenin bileşenlerinden biri olarak ifade edilmektedir. Bu unsurlar; yaratıcılığı, yenilikçiliği ve organizasyonel büyümeyi teşvik etmek amacıyla organizasyonlar tarafından sağlanan eğitim, öğretim ve deneyimlere yapılan yatırımlar yoluyla geliştirilmektedir (Cordeiro vd., 2017, s. 2).

İnsan sermayesi, tecrübe, eğitim, genetik katılım ve iş hayatına ve hayata yönelik tutumların birleşimidir (Bontis, 1998, s. 65; Akt.: Akgün ve Günay, 2021, s. 341). Bir kuruluş bağlamında insan sermayesi, çalışanların birikimli bilgi ve deneyimlerine dayanarak en iyi çözümleri üretme konusundaki yeteneğini ifade etmektedir. İşletmelerin değerleri, kültürü ve felsefesi; bilgi, uzmanlık (beceri) ve yenilik yapma yeteneğinin birleşiminden oluşan insan sermayesinin bir parçasıdır (Bontis vd., 2000; Akt.: Rakhmatto ve Hidayah: 2022: 315).

İşletmeler insan sermayesi sayesinde önemli faydalar elde edebilirler (Deniz, Çimen, Atan ve Kaya, 2017: 35). İnsan sermayesi örgütlerin daha etkin ve verimli olmasına ve örgütsel hedeflere ulaşmasına da yardımcı olmaktadır (Awan ve Sarfraz, 2013). İnsan sermayesi, işletmelerin performansını artıran en önemli unsurlardan biridir (Deniz, Çimen, Atan ve Kaya, 2017: 34). İnsan sermayesi, çalışanların beceri, deneyim ve bilgilerinin birleşimine bakarak işletme değerine katkıda bulunur (Halder, 2018, s. 660). Dolayısıyla, insan sermayesi bir kuruluşun ya da işletmenin başarısının oldukça önemli olan bir bileşenlerinden biridir (Aktaran: Rakhmatto ve Hidayah: 2022, s. 315).

Araştırma Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın desenine, çalışma grubuna, verilerin toplanma sürecine ve analizine yönelik bilgilere yer verilmiştir.

Araştırma Deseni

Araştırmada nitel araştırma yönteminin bir deseni olan olgu bilim olarak da ifade edilen fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Bu desende araştırmacı(lar) ön yargılarından uzak bir şekilde önceden belirlemiş oldukları soruları katılımcılara yöneltir. Katılımcıların deneyimlerine ilişkin bir bilgi edinilmeye çalışılır (Baş ve Akturan, 2017, s. 25). Bu bağlamda fenomenolojik yaklaşımda bireysel evren araştırılır. Yani bu yaklaşımın temelini bireyin deneyimleri oluşturur. Bu araştırmada da sağlık kurumu yöneticilerinin deneyimleri doğrultusunda insan sermayesine ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılması amaçlandığı için fenomenoloji deseni kullanılmıştır.

Araştırmanın Çalışma Grubu

Sağlık kurumlarında üst, orta ve alt düzey olmak üzere üç düzeyde yöneticiler bulunmaktadır. Bu yönetsel düzeylere bağlı olarak yöneticilerin görevleri, yetkileri, sorumlulukları ve eylemleri de farklılık göstermektedir. Bu araştırmada da üst, orta ve alt düzey yöneticilerle görüşmeler yapılarak her yönetsel düzeydeki yöneticilerin insan sermayesi ilgili görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışma grubuna hem özel hem de kamu sağlık kurumlarında görev yapan yöneticiler dahil edilmiştir. Bu bağlamda araştırmada sağlık kurumu yöneticilerinin insan sermayesi ile ilgili görüşleri farklı yönetsel düzeylerden ve farklı sağlık kurumlarından katılımcıların görüşleri doğrultusunda belirlenmeye çalışılmıştır. Bu sayede daha kapsamlı bir bilgi elde edinilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada sağlık kurumu yöneticilerinin insan sermayesi ile ilgili görüşleri, farklı sağlık kurumlarından farklı düzeylerdeki yöneticilerin görüşleri doğrultusunda belirlenmeye çalışıldığı için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Bu örneklemede araştırılan olguya ilişkin çeşitlilikten türeyen deneyimler elde edilerek (Merriam, 2018, s.78) daha kapsamlı bilgiye ulaşılabilmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda örnekleme türüne uygun olarak üç alt, altı orta ve dört üst düzey yönetici bu araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Katılımcıların yönetsel düzeylere göre dengeli bir şekilde seçim yapılmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca kamu ve özel sağlık kurumu yöneticilerinin insan sermayesi ile ilgili görüşleri farklılık gösterebileceği için araştırmaya hem özel hem de kamu sağlık kurumlarından yöneticiler dahil edilmiştir. Katılımcıların bu kriterlere göre dağılımları Tablo 1’de sunulmuştur:

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Yönetsel Düzeyi	Sağlık Kurumu Türü
Y1	Kadın	42	Lisans	Alt Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y2	Kadın	37	Lisans	Orta Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y3	Erkek	70	Doktora	Üst Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y4	Kadın	38	Yüksek Lisans	Alt Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y5	Kadın	36	Doktora	Orta Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y6	Kadın	36	Lisans	Üst Düzey Yönetici	Özel Hastane
Y7	Erkek	44	Lisans	Orta Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y8	Erkek	62	Lisans	Üst Düzey Yönetici	Özel Hastane
Y9	Erkek	48	Lisans	Orta Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y10	Kadın	26	Lisans	Alt Düzey Yönetici	Özel Hastane
Y11	Erkek	58	Lisans	Üst Düzey Yönetici	Özel Hastane
Y12	Kadın	37	Doktora	Orta Düzey Yönetici	Kamu Hastanesi
Y13	Kadın	29	Lisans	Orta Düzey Yönetici	Özel Hastane

Amaçlı örneklemede örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde ise doygunluk ve aşırılık ölçütü dikkate alınmaktadır. Bu ölçüte göre yeni katılımcılardan farklı görüşlerin elde edilmediği durumda veri toplama süreci sonlandırılmaktadır (Merriam, 2018, s.79). Bu araştırmada katılımcı görüşlerindeki farklılıkların ortadan kalktığı ve katılımcı görüşlerinin doygunluğa ulaştığı noktada veri toplama süreci sonlandırılmıştır. Toplamda 13 katılımcı ile araştırmanın veri toplama süreci tamamlanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada nitel veri toplama araçlarından biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, katılımcılara yöneltilen sorular esnek, katılımcılardan spesifik veriler elde edilmeye çalışılır, önceden belirlenmiş soru ayrıntıları yoktur. Bu sayede katılımcıların konu ile ilgili kendi görüşlerini ifade etmeleri ve araştırmacı(lar) tarafından konu ile ilgili farklı sorular so-

olarak konunun açılması sağlanır (Merriam, 2018, s. 87- 88). Bu kapsamda görüşme formunda öncelikle katılımcıları tanımlamaya yönelik beş demografik soruya yer verilmiştir. Katılımcıların insan sermayesi ile ilgili görüşlerini ortaya çıkarabilmek amacıyla ise on bir açık uçlu soru belirlenmiştir. Bu sorular personelin bilgi, yetenek ve deneyimlerinden yararlanma, ortaya çıkarma, personelin bilgi, yetenek ve deneyimlerinin kurumda kalıcılığını sağlamaya yönelik neler yapıldığını ortaya çıkarma ile ilgilidir. Bu soruların belirlenmesi sürecinde öncelikle araştırmacı(lar) tarafından entelektüel sermaye ile ilgili alan yazında yer alan çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmalardan hangilerinin sağlık kurumlarında yürütüldükleri değerlendirilmiştir. Diğer hizmet alanlarında yürütülen çalışmalarla sağlık hizmetleri alanında yürütülen çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmalarda yer alan insan sermayesiyle ilgili unsurlar ve dikkat edilmesi gereken hususlar belirlenmiştir. Bu süreçler sonunda görüşme soruları oluşturulmuştur. Görüşme soruları öncelikle konu ile ilgili bilgi sahibi olan bir uzmanla değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda belirlenmiş olan görüşme sorularından ikisi görüşme formundan çıkarılmıştır. Daha sonra görüşme soruları anlaşılabilirlik açısından değerlendirilmiştir. Bu kapsamda bir Türkçe uzmanının görüşüne başvurularak görüşme formuna son şekli verilmiştir. Katılımcılara beşi demografik olmak üzere toplam on dört soru yöneltilmiştir. Araştırmada oluşturulan bu soruların dışında, bazı katılımcıların görüşleri hakkında daha detaylı bilgi alabilmek amacıyla, ek sorular sorulmuştur.

Veri Toplama Süreci

Araştırma verileri 18.12.2023-17.01.2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmaya katılacak kişiler öncelikle araştırma hakkında bilgilendirilmiş, araştırmaya katılmayı kabul eden kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada sağlık kurumu yöneticilerinin insan sermayesi ile ilgili görüşleri hakkında daha fazla bilgi elde edebilmek için farklı sağlık kurumlarından yöneticilerle görüşülmüştür. Farklı sağlık kurumlarından yöneticilerle görüşmeler yapıldığı için uzak mesafelerdeki katılımcılarla telefonla görüşme gerçekleştirilmiştir. Yakın mesafedeki katılımcılarla ise yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeler daha sonra analiz edebilmek amacıyla katılımcılara da bilgi verilerek ve katılımcıların onayları alınarak ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerin süreleri 11 dakika ile 40 dakika aralığında değişmektedir. Görüşmelerin deşifreleri 53 sayfadan oluşmaktadır.

Verilerin Analizi

Veriler içerik analizi yöntemiyle araştırmacılar tarafından birbirlerinden bağımsız olarak analiz edilmiştir. İçerik analizi yazılı ya da sözlü materyallerden, metinlerden, kavramlardan anlam çıkarmaya yarayan bir analiz tekniğidir. Bu teknikle yansız, sistematik, yinelenebilir ve değerli çıkarımlar yapılabilir (Metin ve Ünal, 2022, s. 276). İçerik analizinin takip edilen süreçlere göre üç temel tekniği bulunmaktadır. Bu araştırmada tematik-yapılandırıcı içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Bu teknikte öncelikle metin incelenerek önemli yerler belirlenmektedir. Daha sonra tematik üst kategoriler oluşturulmakta ve belirlenen temalara göre kodlar tespit edilmektedir. Sonraki süreçte üst temaya yerleştirilen tüm benzer veriler birleştirilmektedir. Son olarak metinde veri kaybı olmaması açısından belirlenen temalara ve kodlara göre tüm içerik yeniden kodlanmaktadır (Gökçe, 2019, s. 139). Bu bağlamda görüşmelere ait deşifreler birçok kez okunarak dikkat çekici ifadeler belirlenmiş ve not edilmiştir. Araştırma kapsamında kullanılabileceği düşünülen her türlü veri parçasının not edildiği bu tarz kodlama, açık kodlama olarak adlandırılmaktadır (Merriam, 2018, s. 170). Daha sonra belirlenen kodlarla ilgili temalar oluşturulmuştur. Bu temaların altında yer alan kodlar benzerliklerine göre gruplanmıştır. Araştırmacılar tarafından belirlenen kodlar karşılaştırılmış, aynı ve farklı kodlar belirlenmiştir. Bu kodlardan gereksiz olduğu düşünülen kodlar çıkarılmıştır. Bu şekilde kodlama güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır. Elde edilen kodlardan birbiri ile ilişkili olanlar bir araya getirilerek gruplandırılmıştır. Gruplarda yer alan kodlar doğrultusunda temalar oluşturulmuştur. Toplamda altı tema ve 68 kod (1. Tema: 20 Kod; 2. Tema: 15 Kod; 3. Tema: 9 Kod; 4. Tema: 9 Kod; 5. Tema: 6 Kod; 6. Tema: 9 Kod) belirlenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla oluşturulan kodlarla ve temalarla ilgili olarak bazı katılımcıların görüşlerine bulgular bölümünde yer verilmiştir.

İnanılrlık ve Etik

Araştırma kapsamında belirlenen kodların güvenilirliğini artırmak amacıyla görüşme deşifreleri araştırmacılar tarafından ayrı ayrı belirlenmiştir. Daha sonra bu kodlar araştırmacılar tarafından birleştirilerek değerlendirilmiştir ve ortak kodlar oluşturulmuştur. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla ise katılımcıların bazılarına ait ifadeler bulgular bölümünde yer verilmiştir. Ayrıca görüşmeler sırasında katılımcıların ifadeleri geri bildirimde bulunularak teyit edilmiştir. Araştırmaya katılımın sağlanmasında gönüllülük esas alınmıştır. Katılımcılarla görüşme soruları görüşme öncesinde paylaşılmıştır. Katılımcılar araştırma hakkında bilgilendirilmiştir. Daha sonra araştırmaya katılmayı kabul eden kişilerle görüşme zamanı planlanarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar “Y1”, “Y2”, “Y3”, ...”Y13” şeklinde kodlanmıştır.

Araştırmada veri toplama sürecine başlanmadan önce bir üniversitenin ilgili Sosyal Bilimler Etik Kurulundan 11.10.2023 tarih ve 156457 sayılı karar ile onay etik kurul izni alınmıştır.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılım sağlayan sağlık kurumu yöneticilerinin görüşleri doğrultusunda oluşturulan kodlara alt temalara ve temalara yer verilmiştir.

İnsan Sermayesinin Sağlık Kurumlarındaki Önemi

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda ortaya çıkan “insan sermayesinin sağlık kurumlarındaki önemi” adlı temanın alt temalarına, bunlara bağlı kodlara ve bu kodların sıklıklarına Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. İnsan Sermayesinin Öneme Yönelik İfadelerin Dağılımı

Alt Temalar	Kodlar	n
Hasta için Önemi	Kaliteli hizmet alınması	3
	Uygun tedavi verilmesi	2
	Problemlerin çözülmesi	2
	Hızlı hizmet verilmesi	2
	Yaşam Süresinin uzaması	1
	Hasta güvenliğinin sağlanması	1
Kurum için Önemi	Kurumsal gelişimin sağlanması	3
	Kurumsal yönetimin aksamaması ve iyi yönetim	3
	Kurumsal iletişimin sağlanması	1
	Kurumsal imaj	1
	Değişime uyum sağlanması	1
	Doğru karar alınması	1
	İşlerin düzgün ilerlemesi	1
	Hataların düzeltilebilmesi	1
	Proaktif olunması	1
	Rekabet üstünlüğü elde edilebilmesi	1
Personel için Önemi	Mesleki gelişimin sağlanması	2
	Etkili iletişim kurulabilmesi	1
	Liyakata uygun ilerlenmesi	1
	Kariyer hedeflerine ulaşılması	1
Önem verilmiyor		1

Tablo 2’de araştırmaya katılan sağlık kurumları yöneticilerinin insan sermayesinin sağlık kurumları için önemi hakkındaki düşüncelerine yönelik sonuçlar yer almaktadır. Buna göre, katılımcıların insan sermayesinin önemine ilişkin: hasta için önemi, kurum için önemi, personel için önemi ve insan sermayesine önem verilmemesi stratejilerini takip ettikleri tespit edilmiştir. Tablo 2’de yer alan bulguların dağılımlarına bakıldığında insan sermayesinin önemiyle ilgili olarak en fazla hasta için önemli olduğunu değindikleri anlaşılmaktadır. Bununla birlikte kurum için önemiyle ilgili de pek çok hususun ifade edildiği görülmektedir. Katılımcıların insan sermayesinin personelin kendisi için sağladığı öneme ise fazla değinmedikleri görülmektedir.

Katılımcılar tarafından insan sermayesinin hastaların kaliteli hizmet alması (3 kişi), sağlık kurumunun kurumsal gelişimi (3 kişi) ve yönetimin aksamaması (3 kişi) ve personelin mesleki gelişiminin sağlanması (2 kişi) bakımından önemli olduğunu daha fazla ifade ettikleri tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan sağlık kurumları yöneticilerinden birinin ise sağlık kurumlarında insan sermayesine önem verilmediğini düşündüğü belirlenmiştir.

İnsan sermayesinin önemiyle ilgili kodların belirlenmesine ilişkin bazı katılımcılara ait görüşler şu şekildedir:

Y2: “...Uygun tedavinin verilmesi için kişilerin de donanımlı olması, yeterli bilgiye sahip olması gerektiğini düşünüyorum.”

Y7: “...Gerek hastalarla görüşmeleri olsun, gerekse de iletişim olsun, bunlar çok çok önemli.”

Y8: “Çalıştığım kurum şehir hastanesi gibi büyük bir yapıya sahip olduğu için bilginin çok fazla önemli olduğunu, kurulduğu süreçte de birebir gözlemlemiş olduk. Neden? Çünkü bu yapıyla ilk defa karşılaşan yöneticilerimiz oldu. Çok küçük hastanelerden geldiler. Oradaki yönetim süreçleriyle büyük yapıların yönetim süreçlerinin farklılık gösterdiğini, aynı yapıyı oturtamadığımızı, daha farklı modelde yeni yaklaşımları diğer hastaneler, şehir hastaneleri, onların önemi görüldü.”

Y12: “... şu olayı nasıl çözeriz, ne yapmamız lazım? Onlar bilgiyi ortaya koyuyorlar. Ben tecrübeyi. O şekilde böyle etkili bir yönetim biçimi oluşturmaya çalışıyoruz.”

İnsan Sermayesinden Yararlanma Stratejileri

Araştırmanın amacı doğrultusunda, araştırmaya katılan sağlık kurumları yöneticilerinin sorumlu oldukları personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerinden nasıl faydalandıkları ile ilgili bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgiler “insan sermayesinden yararlanma stratejileri” adlı temanın belirlenmesinde kullanılmıştır. Bu temaya ait alt temalara, bunlara bağlı kodlara ve bu kodların sıklıklarına Tablo 3’te yer verilmiştir.

Tablo 3. İnsan Sermayesinden Yararlanmaya Yönelik İfadelerin Dağılımı

Alt Temalar	Kodlar	n
Eğitim Uygulamaları	Hizmet içi Eğitim Verme	8
	Güncel Alanyazını Takip Etme	2
	İşbaşı Eğitim Uygulaması	3
İşe Uygun Personel Seçimi	Personelin Deneyimlerini Sorma	4
	Personelin Eğitim Durumunu Sorma	2
	Personelin Yapabileceklerini Sorma	1
	Personelin Çalışma Alanını Sorma	1
Kariyer Hedefi Belirleme	Kademeli İlerleme Sağlama	5
	Performans Düzeyine Göre Terfi Ettirme	2
	Basit İşlerden Başlatma	1
Problem Çözme	Vaka Tartışması Yapma	4
	Hasta Vizitleri Düzenleme	2
	Aktardığı Sorun içi Çözüm Önerileri Alma	1
Takım Çalışmasını Destekleme	Ekip Ruhu Oluşturma	5
	Görüş Alma	5

Tablo 3’te sağlık kurumu yöneticilerinin sahip oldukları insan sermayesinden faydalanmak amacıyla hangi yöntemleri kullandıklarına ve hangi stratejilere başvurduklarına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen görüşmelerin içerik analizinde araştırmaya katılım sağlayan sağlık kurumu yöneticilerinin eğitim uygulamaları, işe uygun personelin seçilmesi, kariyer hedefi belirleme, takım çalışmasını destekleme ve problem çözme stratejilerini takip ettikleri tespit edilmiştir. Bu stratejiler doğrultusunda yöneticilerin yarısından fazlasının (8 kişi) personele eğitim verdirdiği, önemli bir kısmının (5 kişi) personelin deneyimleriyle ilgili bilgi aldığı ve personel için kariyer hedefi oluşturarak kademeli ilerleme sağladığı, ekip ruhu oluşturduğu ve personelinin görüşlerine başvurduğu belirlenmiştir. Bazı yöneticilerin ise problem çözümüyle ilişkili bazı stratejilerden faydalandıkları anlaşılmıştır. Bu stratejiler arasında ise en fazla vaka tartışmaları yaptırmaya yönelik stratejiler kullandıkları saptanmıştır.

İnsan sermayesinden yararlanma stratejilerine yönelik bazı katılımcılara ait görüşler aşağıdaki gibidir:

Y1: “...Hasta üstünde vaka sunumuna benzer değişik bir vaka görürsek eğer bunları konuşup tartışıyoruz. Yeni, güncel literatürü tarıyoruz.”

Y10: “...kendilerini gösteriyorlar zaten ve hastane içerisinde yükselen, daha önemli yetenek üstlenecek yetenekli arkadaşların hemen pozisyonlarını değiştirebiliyoruz.”

Y11: “Yeni başlayanların ilk önce eğitimini sorgulamakla başlıyoruz. Ondan sonra deneyimlerini sorgulayarak başlıyoruz. Daha önce nerelerde çalıştınız, ne yaptınız? Onun deneyimlerini öğrendikten sonra, ona en uygun ve ondan en iyi şekilde nasıl faydalanabileceksek onu bir planlıyoruz.”

Y13: ...“Ekip çalışmasında görev alması, bir sorun aktarmış ise çözümü için de bir öneri istenir.”

İnsan Sermayesini Keşfetmeye Yönelik Stratejiler

Sağlık personelinin bilgi, deneyim ve yeteneklerinden faydalanılabilmesi için bu niteliklerin öncelikle ortaya çıkarılması/keşfedilmesi gereklidir. Bu nedenle sağlık kurumu yöneticilerinin insan sermayesini keşfetmeye ilişkin hangi stratejileri uyguladıkları belirlenmek istenmiştir. Tablo 4'te katılımcıların görüşleri doğrultusunda ortaya çıkan “insan sermayesini keşfetmeye yönelik stratejiler” adlı temanın alt temalarına, bunlara bağlı kodlara ve bu kodların sıklıklarına yer verilmiştir.

Tablo 4. İnsan Sermayesini Keşfetmeye Yönelik İfadelerin Dağılımı

Alt Temalar	Kodlar	n
Görev Verme Süreci	Sorumluluk Verme/Görevlendirme	11
	Teşvik Etme	3
Değerlendirme Süreci	Gözlem Yapma	7
	Eksikleri Tespit Etme	3
	Performans Değerlendirme	3
	Kontrol Etme/Geri Bildirim Verme	2
Diğer	Mülakat Yapma	3
	Farklılıkları Belirleme	2
	İlgi Alanını Ortaya Çıkarma	1

Bu araştırma ile katılımcıların sorumlu oldukları personelin sahip oldukları bilgi, beceri ve yetenekleri keşfetmeye yönelik izlemiş oldukları stratejiler belirlenmiştir. Yapılan analizlerde katılımcıların büyük çoğunluğunun (11 kişi) öncelikle personele sorumluluk verdiğini ya da bir işle ilgili görevlendirme yaptığını ifade ettikleri saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların yarısının personeli gözlemleyerek, birkaç katılımcının (3 kişi) personelin eksiklerini tespit ederek, personelin performansını değerlendirerek onların bilgi, yetenek ve deneyimlerinin farkına varmaya çalıştığı belirlenmiştir. Bazı katılımcıların ise personelle görüşme yaparak, personeli teşvik ederek ve personelin yaptıklarını kontrol ederek personel hakkında bir bilgi sahibi olmaya çalıştıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan bazı yöneticilerin (2 kişi) ise personelin farklılıklarını belirlediğini ve ilgi alanlarını ortaya çıkardığını ifade ettikleri saptanmıştır.

İnsan sermayesini keşfetmeye yönelik izlenen stratejilerle ilgili bazı katılımcılara ait görüşler aşağıdaki gibidir:

Y3: “...birtakım pratik görevler verip o görevlerin geri dönüşünü gözlemek önemli. Başka kurumlardan gelen personelin ne kadar beceriye sahip olduğu, o bilgilerini mevcut kurumda uygulayıp uygulayamadığı...”

Y4: “...Daha zor vakaları veriyoruz. Atıyorum, en basit verdiğimiz vakadan başlıyor. Orayı başardı, doktordan tepki almadı, bir tık daha zor vaka veriyoruz. Onda da sıkıntı yaşamazsa daha zor vakaya veriyoruz.”

Y7: “...Görevlendirme yapıp, yapabilmesine bakma da oluyor.”

Y8: “...hangi alanlarda daha yetkin uzman olduğuna bakıyorum, bunu değerlendirerek, o alanda ona, şey, nasıl diyeyim, iş vererek o şekilde yönlendirmeye çalışıyorsun.”

İnsan Sermayesini Elde Tutmaya Yönelik Stratejiler

Araştırma kapsamında sağlık kurumları yöneticilerinin insan sermayesinin kurumda kalmasına yönelik çeşitli stratejiler kullandıkları belirlenmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda belirlenen “insan sermayesini elde tutmaya yönelik stratejiler” temasına ait alt temalar, kodlar ve bu kodların dağılımları Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. İnsan Sermayesini Elde Tutmaya Yönelik İfadelerin Dağılımı

Alt Temalar	Kodlar	n
Bireyle İlişkili	Ödüllendirme	12
	Takdir Etme/Övme	6
	Motive Etme	4
	Sosyal Faaliyetler Düzenleme	3
Kurumla İlişkili	Talepleri Dikkate Alma	4
	Aidiyet Duygusu Oluşturma	4
	Kariyer Fırsatı Sunma	4
	Çalışma Şartlarını İyileştirme	3
	Kurumsal Adalet Algısı Oluşturma	2

Sağlık kurumları yöneticilerinin personelin bilgi, yetenek ve deneyimlerinden yararlanmaya devam edebilmesi için mevcut insan sermayesini korumaları gerektiği düşüncesiyle araştırmada insan sermayesinin kurumda kalmaya devam etmesi için benimsedikleri stratejilerin neler olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların neredeyse tamamının (12 kişi) personelin ödüllendirilmesi yönünde bir strateji uyguladığı saptanmıştır. Personelin ödüllendirilmesini takdir etme/övme ile ilgili stratejilerin takip ettiği belirlenmiştir. Bu stratejilerle birlikte katılımcıların bazılarının personeli motive etme (4 kişi), personelin taleplerini dikkate alma (4 kişi), personelde aidiyet duygusu oluşturma (4 kişi), personele kariyer fırsatı sunma (4 kişi) gibi stratejileri de kullandığı anlaşılmıştır.

İnsan sermayesini elde tutmaya yönelik stratejiler ile ilgili kodlara ilişkin bazı katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

Y1: “...Yani, motive ediyorum, tebrik ediyorum.”

Y2: “...onu ödüllendiriyor bir şekilde. Ya da istekleri, çalışma şekli, sürekli bir esneklik değil ama bir kere de olsa, bir esneklik göstererek onu ön plana çıkartabiliyoruz.

Y5: “...Ben onları takdir ediyorum... Kişisel motivasyonunu artırmaya çalışıyorum.

Y7: “...ben plaket almıştım. O bile, beni çok mutlu etti, motive etti... yemek yemeye gidelim ve bunu olumlu sonuçlandırdık, geçen yıl yapmıştık.”

Y8: “...Hem sözel hem de maddi kaynaklı hem de ee üst düzey görevler varsa bir üste atlama ya da sorumluluk verme, bulunduğu yerden daha iyi yere geçebilme imkânlarını...”

İnsan Sermayesinin Sürdürülebilirliğini Sağlamaya Yönelik Stratejiler

Araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda katılımcıların insan sermayesinin sağlık kurumlarında sürdürülmesiyle ilgili hangi stratejileri kullandıkları belirlenmek istenmiştir. Bu doğrultuda “insan sermayesinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik stratejiler” teması oluşturulmuştur. Bu temanın alt temaları, kodları ve kodların dağılımları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. İnsan Sermayesinin Sürdürülebilirliğini Sağlamaya Yönelik İfadelerin Dağılımı

Alt Temalar	Kodlar	n
İnsan Sermayesini Yayma	Paylaşım Kültürü Oluşturma	12
	Usta-Çırak İlişkisi Kurdurma	8
	Rotasyon Uygulama	2
İnsan Sermayesini Kaybetmeme	Personeli Kaybetmemeye Çalışma	2
	Liderlik Etme	1
	Sözleşme Yapma	1

Sağlık kurumları yöneticilerinin bir personelin kurumdan ayrılması durumunda ayrılan personelin bilgi, yetenek ve tecrübelerinden faydalanmaya yönelik çeşitli stratejiler geliştirdikleri belirlenmiştir. Bu araştırma kapsamında Tablo 6’da görüldüğü gibi katılımcılar tarafından en fazla başvuru alan stratejinin (12 kişi) personel arasında paylaşım kültürü oluşturulması şeklinde olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte katılımcıların yarısından fazlasının (8 kişi) usta-çırak ilişkisi yoluyla daha fazla bilgi, deneyim ve yeteneğe sahip olan personelle bilgi, beceri ve deneyim bakımından daha yetersiz olan personelin birlikte çalışmalarını sağlamaya ilişkin bir strateji uyguladığı belirlenmiştir. En az tercih edilen stratejiler arasında ise personele rotasyon uygulama, personeli kaybetmemeye çalışma ve personelin bilgi, yetenek ve tecrübesini diğer personele aktarabilmesi için daha fazla kurumda kalmasına yönelik personelle sözleşme yapma stratejilerinin olduğu tespit edilmiştir.

İnsan sermayesinin kurumda kalmasına yönelik kullanılan stratejilerle ilgili bazı katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

Y1: “Usta çırak sistemiyle yetiştirmeye çalışıyoruz zaten. Şimdi yeni geleni, deneyimli arkadaşın yanında çalıştırıyoruz ki, aktarılсын diye ...”

Y8: “...bir işi bir kişiye veririm, onun uzmanlık alanıdır ama yanında bir yedek kişi de hep yetiştiririm, onunla birlikte yapmasını sağlarım ki o bilgiyi biz kaybetmeyelim onun devamlılığı sağlanabilsin ...”

Y9: “Usta çırak ilişkisi gibi. Klinik sorumlu hemşiresi, yeni gelene tabii ki bir şeyler öğretiyor ...”

Y10: “...çeşitli birimlerde çalışıyor arkadaşlar. O birimde, diyelim ki altı yedi kişi daha var. Tabii ki, o birimin içinde, kendi içinde, bir, diğerleriyle paylaşma söz konusu olur. O konuda teşvik de ediyoruz. Ve bu arkadaşlar bilgilerini paylaşıyorlar ...”

Y12: “...onunla sözleşmeyi uzattım bu bir. İkincisi, oradaki aldığı eğitimin her bir nüshasını kuruma vereceğini söyledim ama o çok efektif olmuyor. Ben onla beş yıllık sözleşme yaptım...”

İnsan Sermayesini Yapısal Kaynaklarla Desteklemeye Yönelik Stratejiler

Araştırmada insan sermayesinden daha iyi bir şekilde faydalanabilmek için sağlık kurumlarının yapısal kaynaklarının neler olduğu ve personelin bu konuda desteklenmesine yönelik hangi stratejilerin kullanıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla oluşturulan temaya ait alt temalar, kodlar ve alt kodlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. İnsan Sermayesini Yapısal Kaynaklarla Desteklemeye Yönelik İfadelerin Dağılımı

Alt Temalar	Kodlar	n
Teknolojik Destek Verme	Teknolojik Talepleri Karşılama	9
	Son Teknolojik Gelişmelere Uygun Ekipman Sağlama	2
Ar-Ge Desteği Verme	Kongre/Seminer/Konferans Katılımını Sağlama	4
	Araştırma Çalışmalarını Destekleme	3
	Sertifikasyon İmkânı Sağlama	2
Diğer	Esnek Mesai Uygulama	4
	Ergonomik Çalışma Ortamı Sağlama	2
	Fiziki Alan Desteği Sağlama	1
Destek Verememe	Bütçe Sorunları	3

Araştırmada sağlık kurumlarında görev yapan personelin bilgisini, deneyimini ve yeteneğini ortaya koymasına için yöneticiler tarafından en fazla kullanılan stratejinin teknolojik taleplerin karşılanması ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca bazı katılımcılar tarafından personelin kongre, seminer ve konferans gibi bilimsel etkinliklere katılmalarına destek verildiği (4 kişi), esnek mesai uygulamasının benimsendiği (4 kişi) ve personelin araştırma çalışmalarının desteklendiği (3 kişi) tespit edilmiştir. Bazı sağlık kurumu yöneticilerinin ise kurumlarında son teknolojinin takip edildiğini, personelin bazı durumlarda sertifika almalarına olanak sağlandığını, ergonomik çalışma koşullarının oluşturulduğunu ve fiziki alan imkânı sunulduğunu ifade ettikleri saptanmıştır. Katılımcıların birkaçının (3 kişi) ise bütçe sorunları yaşadıklarını bu nedenle yapısal kaynak imkanlarının sınırlı olduğunu belirttiği tespit edilmiştir.

İnsan sermayesinin yapısal kaynaklarla desteklenmesine yönelik stratejilerle ilgili katılımcılara ait bazı ifadeler aşağıdaki gibidir:

Y7: “..., ücreti de kurum tarafından karşılanan kurslara katılım sağlıyoruz. ...kurslar, seminerlere vesaire katılarak karşılığında onlar da sertifika alıyor...”

Y9: “...Bizim ar-ge bölümümüz var. Ar-ge de bilimsel çalışma da var. Bunları destekliyoruz. Ne tür destekler dersiniz? Mesela talebi yüzde 80, yüzde 85 karşılıyoruz.”

Y12: “...özellikle son dönemde, bütün işletmeler bu maliyetlerle boğuşuyor. Yani işletmelerin işi çok zor... O maliyet de bizim frene basmamıza sebebiyet veriyor.”

Y13: “...bilimsel çalışmalar desteklenir, toplantı, eğitim vb. etkinlikler için kurum fiziki alanları kullanıma sunulabilir.”

Araştırma kapsamında sağlık kurumu yöneticilerinin yapısal kaynaklar ya da insan sermayesinden hangisini daha önemli buldukları da araştırılmıştır. Bu amaçla yöneltilen soruya verilen cevaplar doğrultusunda Tablo 8’de yer alan bulgular elde edilmiştir.

Tablo 8. Yapısal Sermaye ve İnsan Sermayesini Önemseme Durumu

Sermaye Türüne göre Önemseme Durumu	n
İnsan Sermayesini Önemseme Durumu	8
Yapısal Sermayeyi Önemseme Durumu	0
Her ikisini de Önemseme Durumu	5

Tablo 8’de sağlık kurumu yöneticilerinin insan sermayesini daha fazla önemsedikleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (8 kişi) insan sermayesinin yapısal sermayeden daha önemli olduğunu belirttiği, yarısına yakınının (5 kişi) ise hem insan sermayesini hem de yapısal sermayeyi önemli buldukları tespit edilmiştir. Hiçbir katılımcı sadece yapısal sermayenin önemli olduğunu belirtmemiştir.

Alanyazında Yer Alan Çalışmalar

Aşağıda alanyazında sağlık alanında insan sermayesine ilişkin olarak son zamanlarda yapılan bazı çalışmalarla (entelektüel sermayenin bir unsuru veya bileşeni olarak insan sermayesini inceleyenler dâhil) ilgili detaylara yer verilmiştir:

Rakhmatto ve Hidayah (2022, s. 313), yaptıkları bir çalışmada hastanelerde insan sermayesinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisinde ara değişken olarak çalışan performansının aracı değişken olma durumunu belirlemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda çalışmada Temanggung Bölge Genel Hastanesinde çalışan 100 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmada yapısal eşitlik modellemesi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda insan sermayesinin Temanggung Hastanesi’ndeki hizmet kalitesi ile personelin performansını bir şekilde etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca çalışan performansının Temanggung Hastanesindeki insan sermayesinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiği sonucuna da ulaşılmıştır.

Deniz ve Yüksel’in (2018, s. 311) yaptıkları bir çalışmada özel sağlık kurumlarında insan sermayesi kavramının inovasyona etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda çalışmada İstanbul, Bursa ve Kocaeli’deki özel hastanelerde çalışan 103 yöneticiye anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, yenilikçilikle insan sermayesi istatistiksel bakımdan anlamlı, orta düzeyli ve pozitif yönlü ilişkinin mevcut olduğu sonucuna varılmıştır.

Cordeiro vd. (2017, s. 1) yaptıkları bir çalışmada, hastane hemşirelik yönetiminde insan sermayesi bileşenlerinin nasıl kullanıldığını analiz etmeyi amaçlamışlardır. Bu kapsamda çalışmada 12 yönetici hemşireyle 2014-2015’te görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, hemşirelerin personel yönetiminde kullandıkları insan sermayesi bileşenlerinin neler olduğu (işe alım sürecinde, alanda uzmanlık eğitimi ve önceden mesleki deneyim gerektiğinde; terfi stratejileriyle yetenekleri elde tutarken; destek ve eğitim yoluyla profesyonellerin kapasitelerinin geliştirilmesinde; süreçleri ve sonuç değerlendirmesini oluşturmak için kolektif çalışma yapılması şeklinde) belirlenmiştir.

Deniz vd. (2017) yaptıkları bir çalışmada insan sermayesinin örgütsel performans üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu kapsamda çalışmada İstanbul'da faaliyet gösteren özel sağlık kuruluşlarında Kasım 2016-Ocak 2017 tarihleri arasında çalışan sağlık kurumları yöneticileriyle görüşme yapılmıştır. Örgütsel performansla insan sermayesi arasında pozitif ancak düşük bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Çalışmada yöneticilerin insan sermayesine ilişkin farkındalıklarının yeterli olmadığı sonucuna varılmış olup ileride yapılacak insan sermayesine ilişkin çalışmalarla bu farkındalıkların artırılması önerilmiştir.

Tartışma

Alanyazında sağlık kurumları yöneticilerini evren ve örneklem seçerek insan sermayesi ile ilgili araştırmalarına dâhil eden oldukça sınırlı miktarda çalışma olduğu görülmektedir. Bu bakımdan çalışmanın bu bölümü için tartışılan çalışmalar sınırlıdır.

Sağlık kurumları yöneticilerinin insan sermayesiyle ilgili farkındalıklarına ilişkin olarak nitel araştırma yöntemiyle hazırlanan bu araştırmanın sonucunda araştırmaya katılan sağlık kurumları yöneticilerinin sağlık kurumlarında insan sermayesinin öneminin farkında oldukları, dolayısıyla insan sermayesine önem verdikleri ve buna uygun stratejiler ve yaklaşımlar benimsedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin çok az bir kısmı sağlık kurumlarında insan sermayesine önem verilmediğini düşünmektedir. Deniz vd. (2017) tarafından yürütülen bir çalışmanın sonucunda yöneticilerin insan sermayesine ilişkin farkındalıklarının yeterli olmadığı sonucu ile bu araştırmanın sonuçları farklılık arz etmektedir. Yaklaşık yedi sekiz yıl arayla yapılan bu iki çalışmada farklı sonuçlara ulaşılmış olmasında, Deniz vd.'nin (2017) çalışmasının tamamen özel sektör sağlık kurumlarında görev yapan yöneticilerle yürütülmüş olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonucunda araştırmaya katılan sağlık kurumları yöneticilerinin sağlık kurumlarında insan sermayesinin öneminin farkında oldukları, insan sermayesine yapısal sermayeden daha fazla değer verdikleri ve buna uygun olarak personelin ödüllendirilmesi, övme/takdir etme vb. stratejiler ve yaklaşımlar benimsedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, insan sermayesinin önemini ve yönetilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Amagada (2020, s. 7), yaptığı bir çalışmada Nijerya Rivers Eyaleti, Port Harcourt'taki özel hastanelerin insan sermayesi yönetimi ile varlıklarını devam ettirebilmeleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın evrenini Port Harcourt'taki 10 özel hastanenin 143 idari personeli oluşturmuştur. Anket yöntemiyle 105 kişilik örnekleme ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucunda Nijerya Rivers State'deki Port Harcourt'taki özel hastanelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ile insan sermayesi yönetimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Amagada, 2020: 7). Elde edilen sonuçlar bakımından bu iki çalışma ise benzerlik göstermektedir.

Gök (2024) ise bir çalışmada sağlık kurumlarında entelektüel sermaye konulu tezlerin bibliyometrik bir analizini yapmıştır. Bu çalışmada incelenen konu olan insan sermayesi, entelektüel sermayenin bileşenlerinden biri olarak kabul edilebildiğinden araştırmanın tartışma bölümünde bu çalışmanın sonuçlarına yer verilmiştir. Gök'ün (2024) çalışmasının sonucunda sağlık kurumlarında entelektüel sermaye ile ilgili çalışmaların artırılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırma ile Gök'ün(2024) çalışması, sağlık kurumlarına ilişkin olarak insan sermayesini de kapsayan biçimde yapılmaları ve iki çalışma da konuya ilişkin araştırmaların sınırlı olduğunun vurgulanması bakımından benzerlik göstermektedir.

Sonuç

Bu araştırma, sağlık kurumları yöneticilerinin insan sermayesi ile ilgili farkındalıklarının değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda sağlık kurumlarında alt, orta ve üst düzey toplam 13 yönetici ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Katılımcıların insan sermayesinin önemine ilişkin: hasta için önemi, kurum için önemi, personel için önemi ve insan sermayesine önem verilmemesi stratejilerini takip ettikleri tespit edilmiştir. Bu stratejiler doğrultusunda insan sermayesinin hasta için önemi bakımından yöneticilerin en çok kaliteli hizmet alınmasına fayda sağladığını düşündükleri belirlenmiştir. İnsan sermayesinin kurum için önemi bakımından yöneticiler en çok kurumsal gelişimin sağlanmasına ve kurumsal yönetimin aksamaması (iyi bir yönetim) için fayda sağladığını düşünmektedir. İnsan sermayesinin personel için önemi bakımından yöneticiler insan sermayesinin en çok mesleki gelişimin sağlanmasına fayda sağladığını düşünmektedir.

Katılımcıların sahip oldukları insan sermayesinden faydalanmak amacıyla hangi yöntemleri kullandıkları ve hangi stratejilere başvurdıkları incelendiğinde eğitim uygulamaları, işe uygun personelin seçilmesi, kariyer hedefi belirleme, takım çalışmasını destekleme ve problem çözme stratejilerinin takip edildiği belirlenmiştir. Bu stratejiler doğrultusunda sağlık kurumları yöneticilerinin yarısından fazlasının personele eğitim verdirdiği ve yarısına yakınının personelin deneyimleriyle ilgili bilgi aldığı, personel için kariyer hedefi oluşturarak kademeli ilerleme sağladığı, ekip ruhu oluşturduğu ve personelinin görüşlerine başvurduğu saptanmıştır. Bazı yöneticilerin ise problem çözümüyle ilişkili bazı stratejilerden faydalandıkları anlaşılmıştır. Bu stratejiler arasında araştırmaya katılım sağlayan sağlık kurumu yöneticilerinin vaka tartışmaları yaptırmaya yönelik stratejiler de kullandıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların sorumlu oldukları personelin sahip olduğu bilgi, beceri ve yetenekleri keşfetmeye yönelik izlemiş oldukları stratejiler incelendiğinde, katılımcıların önemli bir çoğunluğu öncelikle personeline sorumluluk verdiğini ya da bir işle ilgili görevlendirme yaptığını ifade ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların yarısının personeli gözlemlediği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların personelin bilgi, yetenek ve deneyimlerinden yararlanmaya devam edebilmesi için mevcut insan sermayesini korumaları gerektiği düşüncesiyle araştırmada insan sermayesinin kurumda kalmaya devam etmesi için benimsedikleri stratejiler incelendiğinde en fazla kullanılan stratejinin personelin ödüllendirilmesi olduğu saptanmıştır. Personelin ödüllendirilmesini takdir etme/övme ile ilgili stratejilerin takip ettiği belirlenmiştir. Bu stratejilerle birlikte motive etme, personelin taleplerini dikkate alma, personelde aidiyet duygusu oluşturma, personele kariyer fırsatı sunma gibi stratejilerin de kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sağlık kurumlarındaki yöneticileri, personelin bilgi, yetenek ve tecrübelerinden kişi kurumdan ayrılrsa bile faydalanmaya devam edebilmeleri için de çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Bu kapsamda katılımcıların en fazla başvurdıkları stratejinin “personel arasında paylaşım kültürü oluşturulması” olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların büyük bir bölümü usta-çırak ilişkisi yoluyla daha fazla bilgi, deneyim ve yeteneğe sahip olan personelle bilgi, beceri ve deneyim bakımından daha yetersiz olan personelin birlikte çalışmalarını sağlamaya ilişkin bir strateji uyguladığı tespit edilmiştir. Katılımcıların yarısına yakını ise ekip çalışması gereği personel arasında bir aktarımın gerçekleştiğini ifade etmişlerdir. En az tercih edilen stratejiler arasında ise rotasyon uygulanması, personeli kaybetmeme ve personelle sözleşme yapma stratejileri yer almaktadır.

Sağlık kurumlarındaki personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerini ortaya koyabilmesi için sağlık kurumunun yapısal kaynakları tarafından desteklenmesine ilişkin katılımcıların kullandıkları stratejilerin ortaya çıkarılması da bu araştırmada amaçlanmıştır. Bu kapsamda, sağlık personelinin büyük bir kısmının teknolojik taleplerinin karşılanmaya çalışıldığı görülmüştür. Ayrıca esnek mesai uygulamasının benimsendiği, kongreler/seminerlere/konferanslara katılımlarının ve araştırma çalışmalarının desteklendiği anlaşılmıştır. Bazı sağlık kurumu yöneticilerinin ise kurumlarında son teknolojinin takip edildiğini, personelin bazı durumlarda sertifika almalarına olanak sağlandığını, ergonomik çalışma koşullarının oluşturulduğunu ve fiziki alan imkânı sunulduğunu ifade ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların bir kısmının ise bütçe sorunları nedeniyle herhangi bir şey yapamadıkları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan sağlık kurumu yöneticilerinin büyük bir kısmının insan sermayesini yapısal sermayeden daha fazla önemsedikleri tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada hiçbir katılımcı tek başına yapısal sermayenin önemli olduğunu belirtmemiştir.

Yukarıda belirtilen sonuçlardan hareketle bu araştırmaya katılım sağlayan sağlık kurumları yöneticilerinin insan sermayesinin önemine ilişkin farkındalıklarının yüksek olduğu görülmektedir. Personel arasında paylaşım kültürü oluşturularak usta çırak ilişkisi yoluyla ya da ödüllendirme vb. yöntemlerle personelin motivasyonunu artırdıkları ve böylelikle kurumda çalışmaya devam etmelerinin sağlanması gibi stratejiler uygulanmaktadır. Bununla birlikte, sağlık kurumları yöneticilerinin personelin bilgi, deneyim ve yeteneklerini ortaya koyabilmesi için sağlık kurumunun yapısal kaynaklarıyla onları desteklemeye çalıştıkları ancak bazen bütçe sorunlarıyla da karşı karşıya kaldıkları söylenebilir. Bu noktada sağlık kurumlarının insan sermayesi için ayırdıkları bütçelerini biraz daha artırmaları önerilebilir. Ayrıca, sağlık kurumlarında insan sermayesi konusuna ilişkin alanyazında sınırlı çalışma yer aldığından, konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın nitel bir araştırma şeklinde yapıldığı ve nitel araştırma sonuçlarının genellenemediği gerçeğinden hareketle (araştırmanın sınırlılığı), konuya ilişkin nicel araştırmaların yapılarak literatürün genişletilmesi önerilebilir.

Kaynakça

- Akgün, A. İ. ve B. Günay (2021). Entelektüel sermaye etkinliğinin önceliklendirilmesinde çok kriterli karar verme modellerinin kullanılması: bir sağlık hizmetleri sektörü örneği, *Sosyoekonomi*, 29(47), 337-365. doi: 10.17233/sosyoekonomi.2021.01.17
- Amagada, C. O., Gabriel, J. M. ve Asawo, S. P. (2020). Human capital management and survival of private hospital in Port Harcourt, Rivers State, Nigeria, *Academic Scholars Publishing League (ASPL) International Journal of Management*, 8(3), 7-19. doi: <https://arcnjournals.org/images/ASPL-IJMS-8/3/>
- Awan, M.A.S. ve Sarfraz, N. (2013). The impact of human capital on company performance and the mediating effect of employee's satisfaction. *IOSR Journal of Business and Management*, 8(2), 76-82. doi: 10.9790/487X-0827682
- Bartel, A. P., Beaulieu, N. D., Phibbs, C. S. ve Stone, P. W. (2014). Human capital and productivity in a team environment: evidence from the healthcare sector. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 231-259. doi: 10.1257/app.6.2.231
- Baş, T. Ve Akturan, U. (2017). *Nitel araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models, *Management Decision*, 36(2), 63-76. doi: 10.1093/oso/9780195138665.003.0036
- Cordeiro, A.L.A.O., Fernandes, J.D., Maurício, M.D.A.L.L.D., Silva, R.M.O., Barros, C.S.M.A. ve Romano, C.M.C. (2017). Human capital in the nursing management of hospitals. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 51, e03232. doi: 10.1590/s1980-220x2016030203232
- Gök, G. (2024). Sağlık Kurumlarında Yürütülen Entelektüel Sermaye ile İlgili Çalışmaların İçerik Analizi ile İncelenmesi. *Turkish Studies - Economy*, 19(1), 171-186. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.72827>
- Gökçe, O. (2019). *Klasik ve Nitel İçerik Analizi Felsefe, Yöntem, Uygulama*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

- Halder, N. (2018). Investing in human capital: exploring causes, consequences and solutions to nurses' dissatisfaction, *Journal of Research in Nursing*, 23(8), 659-675. doi: 10.1177/1744987118807251
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma (Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- OECD IRDES Centre for Educational Research and Innovation. (2010). *Social capital, human capital and health what is the evidence?* Erişim adresi: <https://www.oecd.org/innovation/research/45760738.pdf>.
- Özdemir, L. ve Balkan, O. (2010). Entelektüel sermaye unsurlarının işletmelere sağladığı katkılar, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 115-121. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/150937>
- Özgün, A. H. (2019). *Sosyal sermaye, entelektüel sermaye, inovasyon ve performans ilişkisi: sağlık kurumları üzerine bir araştırma*. [Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sağır, M. ve Gönülölmez, A. (2019). Yapısal sermaye ve insan sermayesinin işletme performansına etkileri: örgütsel çevikliğin aracılık rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 58-77. doi: 10.20875/makusobed.476375
- Suhonen M. ve Paasivaara L. (2011). Factors of human capital related to project success in health care work units. *Journal of Nursing Management*, 19 (2), 246–253. doi: 10.1111/j.1365-2834.2011.01215.x
- Rakhmatto E. C. ve Hidayah, N. (2022). The Effect of Human Capital on Service Quality with Employee Performance as Intervening Variables in Hospital (Study at the Temanggung Regency General Hospital), *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(4), 313-326. doi: <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i4.3739>
- Ülker, F. (2022). *Spiritüel liderliğin insan sermayesi üzerindeki etkisi; istanbul ili hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalarda çalışan beyaz yakalıları üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Yu, H.-Y., Tang, F.-I., Chen I.-J., Yin T. J. C., Chen C.-C. ve Yu S. (2016). Inactive nurses in Taiwan: human capital, intention to return to hospital nursing, and incentives for returning, *Journal of Nursing Management*, 24, 347–356. doi: 10.1111/jonm.12328.

Extended Abstract

Purpose: Healthcare institutions are matrix organizational structures that provide 24/7 healthcare and hotel services, have high functional dependency, where many professionals from different professional groups work together, and where the work done is quite complex. Professionals working in healthcare institutions work at a very intense pace and work in an environment where there are many risks such as infection, injury, violence, etc. Therefore, healthcare institutions, the majority of whose employees are women, are labor-intensive organizations with high staff turnover and a high need for a qualified workforce. It should not be forgotten that one of the most important resources of all businesses, including healthcare institutions, is the human factor and the “human capital”, which refers to the sum of the knowledge, skills, experience and social qualities associated with it and contribute to the ability of people to do business in a way that produces economic value. In this context, this study aims to investigate the awareness of healthcare institution managers regarding “human capital”, which is an important component of institutional success, effectiveness, efficiency and performance, and one of the most important resources of healthcare services by adopting a qualitative approach. In addition, the following sub-objectives were aimed to be achieved as a result of the study: 1) To determine the importance that managers attach to the knowledge, experience and skills of the personnel in health institutions; 2) To determine the ways in which managers benefit from the knowledge, experience and skills of the personnel in health institutions; 3) To determine what health institution managers do to reveal the knowledge, experience and skills of the personnel; 4) To determine what health

institution managers do to ensure that the knowledge, experience and skills of the personnel remain in the institution; 5) To determine what health institution managers do to ensure that the knowledge, experience and skills of the personnel continue in the institution; 6) To determine the methods by which health institution managers are supported by the institution in order to benefit from the knowledge, experience and skills of the personnel.

Design and Methodology: In the study, interviews were conducted with a total of 13 health institution managers working at different levels (lower / middle / upper level) of health institutions using the purposive sampling method between 18.12.2023 and 17.01.2024. In-depth interview technique was used as the data collection tool in this study. After the literature review on the subject, the necessary ethics committee permission for the relevant research was obtained from the a University Social Sciences Ethics Committee with the decision numbered 156457 dated 11.10.2023.

Findings: The data obtained from the research were analyzed. As a result of the analysis of the data, a total of six themes were determined as “the importance of human capital in health institutions, strategies for utilizing human capital, strategies for discovering human capital, strategies for retaining human capital, strategies for ensuring the sustainability of human capital, strategies for supporting human capital with structural resources”. In addition, 68 codes were determined in the research. As a result of the research, it was determined that the managers of the health institutions participating in the research were aware of the importance of human capital. In addition, it was determined that the managers of the health institutions participating in the research gave more importance to human capital than to structural capital and adopted various strategies and approaches accordingly. In this context, it was determined that the majority of the managers of the health institutions participating in the research followed a strategy of rewarding health personnel and tried to meet their technological demands. Apart from these, it was concluded that the managers of the health institutions participating in the research gave responsibility to the personnel and observed the personnel in order to discover the knowledge, skills and abilities of the personnel they were responsible for. In order to benefit from the human capital that the participants have, it has been determined that the managers of the health institutions participating in the research follow strategies such as training practices, selecting suitable personnel for the job, determining career goals, supporting teamwork and problem solving. Apart from these, it has been determined that the managers of the health institutions participating in the research apply strategies such as supporting the participation of the personnel in congresses/seminars/conferences and research studies, providing opportunities for the personnel to receive certificates, following the latest technology, making the work environment ergonomic, etc. It has been concluded that some of the managers of the health institutions participating in the research (%21.4) encounter budget problems in the strategies they will follow regarding their awareness of human capital (21.4%).

Research Limitations: This research is limited to the responses received from 13 healthcare institution managers. This study was conducted as a qualitative research and the results of the qualitative research cannot be generalized, which is a limitation of the research.

Implications (Theoretical, Practical and Social): It can be said that health institution managers try to support their staff with the structural resources of the health institution so that they can demonstrate their knowledge, experience and skills, but sometimes they also face budget problems. At this point, it can be

suggested that health institutions increase their budgets allocated for human capital a little more. In addition, since there are limited studies in the literature on human capital in health institutions, it is thought that further studies on the subject will contribute to the field.

Originality/Value: There are a very limited number of studies in the literature that include health institution managers in their research on intellectual, social capital or human capital by selecting the universe and sample, and these studies have generally been conducted with managers working in private hospitals. In this study, the awareness of health institution managers working in private and public hospitals regarding human capital was investigated. The study is original in this respect. In addition, no “qualitative study” prepared for the awareness of health managers regarding human capital in the field of health could be found in the literature.

Sağlık Çalışanlarının Yapay Zekâ Uygulamalarına Yönelik Tutum Analizi* **

Eda YILMAZ ALARÇİN¹ Handan ŞİRİN²

Başvuru Tarihi/Submitted: 06.08.2024 **Kabul Tarihi/Accepted:** 03.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Günümüzde teknolojiyle beraber sağlık alanında tanı, tedavi ve bakımda önemli ilerlemeler kaydedilmektedir. Yapay zekâ ve robot teknolojileri sağlık çalışanları için destek sağlamakta ve kolaylaştırıcı çözümler sunmaktadır. Bu çözümler sayesinde sağlık hizmetlerinde bakım kalitesinin artması sağlanmaktadır. Sağlık alanında verinin karmaşıklığının ve miktarının artması, yapay zekânın bu alanda daha yaygın bir şekilde kullanılacağını işaret etmektedir. Yapay zekâ, sağlık sektöründe tıbbi karar verme süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, sağlık çalışanlarının yapay zekâ teknolojilerine yönelik tutumları, bu teknolojilerin etkili bir şekilde benimsenmesini etkileyebilmektedir. Yapılan araştırmayla birlikte sağlık çalışanlarının yapay zekâ uygulamalarına yönelik tutumlarının değerlendirilerek, yapay zekâyâ ilişkin tutumlarının demografik özelliklere ve bilişim teknolojileri kullanımına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmış ve 386 değerlendirilebilir anket formu elde edilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler SPSS 21 programı aracılığıyla yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; katılımcıların cinsiyetleri, çalışma durumları, çalışılan sektör, bilişim teknolojileri kullanım düzeyleri, bilişim teknolojileri kullanım süreleri, kullanılan teknolojik cihaz olarak bilgisayar ve kindle (e-kitap okuyucu) kullanımları, bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanımları ile yapay zekâyâ yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Derin Öğrenme, Makine Öğrenimi, Sağlık Çalışanları, Yapay Zekâ, Yapay Zekâ Uygulamaları

* Makalede yer alan araştırma, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun onayıyla gerçekleştirilmiştir (Onay Tarihi: 23.01.2024; Onay No: 892761). The research included in the article was carried out with the approval of the Ethics Committee of Istanbul University Cerrahpaşa Ethics Committee (Approval Date: 27.11.2023; Approval No: 892761).

** Bu çalışma Doç. Dr. Eda YILMAZ ALARÇİN danışmanlığında Handan ŞİRİN tarafından hazırlanan "Sağlık Çalışanlarının Yapay Zekâ Uygulamalarına Yönelik Tutum Analizi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1 İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, eyilmaz@iuc.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6100-1272

2 İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Yüksek Lisans Programı, handan.cetinkaya@gmail.com, ORCID 0000-0002-2377-0177

Attitude Analysis of Health Employees on Artificial Intelligence Applications

Abstract

Nowadays, significant advancements have been made in the field of healthcare in diagnosis, treatment, and care alongside technology. Artificial intelligence and robotics provide support for healthcare professionals and offer facilitative solutions. These solutions contribute to enhancing the quality of care in healthcare services. The increasing complexity and volume of data in the healthcare field indicate that artificial intelligence will be more widely used in this area. Artificial intelligence plays a significant role in medical decision-making processes in the healthcare sector. However, the attitudes of healthcare professionals towards artificial intelligence technologies can affect their effective adoption. The research aims to evaluate the attitudes of healthcare professionals in artificial intelligence applications and determine whether these attitudes vary according to demographic characteristics and the use of information technologies. A quantitative research method was applied in the study. A survey was used as the data collection method, and 386 assessable survey forms were obtained. The data collected during the research were analyzed utilizing the SPSS 21 software program. The analysis revealed significant differences between participants' attitudes toward artificial intelligence and factors such as their gender, employment status, industry of employment, level of information technology use, duration of information technology usage, use of technological devices like computers and Kindle (e-book readers) and their use of information technology for connecting to social networks.

Keywords: Deep Learning, Machine Learning, Healthcare Professionals, Artificial Intelligence, Artificial Intelligence Applications

JEL Kodu: I10, O30,O31

Giriş

21. yüzyılın en önemli teknolojik gelişmelerinden biri olan yapay zekâ (YZ), toplumu, ekonomiyi ve devletleri birçok yönden etkilemektedir. Pricewaterhouse Coopers (PwC) tarafından hazırlanan rapora göre, YZ teknolojilerinin 2030 yılında 15 trilyon dolarlık bir ekosistem yaratması beklenmektedir (PWC, 2018). Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2019 yılında YZ'yi "insan benzeri bilişsel işlevleri yerine getiren makineler ve tanımlı hedefler kümesi için gerçek veya sanal ortamları etkileyen tahminler, öneriler veya kararlar verebilen makine tabanlı bir sistem" olarak tanımlamaktadır (OECD, 2019). British Broadcasting Corporation (BBC) ile söyleşisinde Massachusetts Institute of Technology (MIT) bilgisayar bilimleri laboratuvar yöneticilerinden Edward Fredkin YZ hakkında, "Tarihte üç büyük olay vardır. Bunlardan ilki kâinatın oluşumudur. İkincisi yaşamın başlangıcının olmasıdır. Üçüncüsü de YZ'nin ortaya çıkışıdır" ifadesini kullanmıştır (Pirim, 2006).

YZ gibi dijital teknolojiler, sağlık kuruluşlarına yardım etmede kritik öneme sahiptir. Örneğin, tüm dünyaya yayılan yeni tip koronavirüsü (Covid-19) küresel sistemi durma noktasına getirmiştir. Virüs ile mücadelede en önemli araçlar ve yeni yüzyılın teknolojik avantajları; 3 boyutlu yazıcılar, insansız hava araçları, kuantum bilgisayarlar ve YZ teknolojileri olarak ifade edilmektedir (Uzun, 2020).

Narin ve diğ. (2021), Covid-19 hastalarını otomatik tahmin etmek için derin öğrenme yöntemlerinden faydalanmışlardır. En yüksek doğruluk oranı % 99,7 olarak elde edilmekle birlikte, derin öğrenme yöntemlerinin kullanımının radyologların klinik pratikte karar vermelerine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Agouri ve diğ. (2022) tarafından yapılan çalışma, meme kanserini tahmin etmede % 88 doğruluk oranında bir performans göstermiştir. Derin öğrenme yöntemleri kullanılarak, meme kanserini tahmin etmek için yapılan diğer çalışmalarda da olumlu sonuçlar elde edilmiştir (Zheng ve diğ., 2020; Witowski ve diğ., 2022; Rahaman ve diğ., 2023).

Çiftçi (2022) tarafından yapılan çalışmada; derin öğrenme yöntemiyle, 6053 akciğer görüntüsünden faydalanarak hastaların kanser olup olmadığı, kanser ise iyi huylu mu kötü huylu mu olduğu belirlenmiştir. DeneySEL sonuçların, % 96 oranında yüksek doğruluk gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Özdet ve İçer (2022)'in yaptıkları çalışmada ise BT görüntüleri kullanılarak akciğerde tümörlerin tespit edilmesi yüksek başarı oranıyla test edilmiştir.

Derin öğrenme yöntemleri, meme ultrason görüntülerinin analizinde radyologların teşhis kapasitesini ikinci bir görüş ile geliştirme konusunda yardımcı olabilmektedir (Shia ve Chen, 2021). Literatürde meme ultrason görüntüleri kullanılarak yapılan diğer çalışmalarda % 88,6 (Pacal, 2022), % 99,1 (Jabeen ve diğ., 2022), % 93 (Zakareya ve diğ., 2023) doğruluk oranları elde edilmiştir.

Tüketiciler üzerinde YZ ve robot kullanma isteği (tüketicilerin %55'i hekimlerin yerini YZ ve robotların alması konusunda istekli) giderek artmakta olup, bu artışta temel etken ise sağlık hizmetlerinden daha kolay faydalanma isteği olmaktadır. 2016 yılında YouGov araştırma şirketinin 12 ülkede 11.000'den fazla kişiyle yaptığı ankete göre; tüketicilerde sağlık ihtiyaçları için yeni teknolojilerle yeni yöntemler kullanma konusunda artan bir istek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (PWC, 2017). Sağlık hizmetlerinde verilerin karmaşıklığı ve yükselişi, YZ' nin sahada giderek daha fazla uygulanacağı anlamına gelmektedir. Sağlık hizmetleri alanlarında YZ'ye yönelik en büyük zorluk, teknolojilerin yararlı olacak kadar yeterli olup olmayacağı değil, günlük klinik uygulamalarda benimsenmesini sağlamaktır (Davenport ve Kalakota, 2019).

Literatürde sağlık çalışanları ile diğer meslek grupları ya da tıp öğrencileri arasında karşılaştırma yapan çalışmalar da mevcuttur (Al-Qerem ve diğerleri, 2023; Hadithy, Lawati, Al-Zadjali, ve Sinawi, 2023). Bu araştırma, Türkiye'de sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik tutumlarını inceleyen ender çalışmalardandır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, bilişim teknolojileri kullanım düzeyinin YZ'ye yönelik pozitif tutum üzerinde etkisi olduğu görülmektedir (Martin ve diğ., 2020; Vua ve Lim, 2022; Kaya ve diğ., 2022; Schepman ve Rodway, 2023). Çalışmalarda genel olarak yeterli dijital beceriye sahip olduklarına inanan

bireylerin YZ teknolojilerini benimseme olasılıklarının daha yüksek olduğu vurgulanmıştır. Ancak bu çalışmada YZ ve bilişim teknolojileri kullanımı birçok açıdan ele alınarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda yer alan tek çalışmadır. Bu çalışmada sağlık çalışanlarının YZ uygulamalarına yönelik tutumları değerlendirilerek, YZ'ye ilişkin tutumlarının demografik özelliklere ve bilişim teknolojileri kullanımına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma, literatürde konu hakkında yapılmış yeterli düzeyde ve güncel çalışma olmamasından dolayı alan yazına katkı sağlaması bakımından önemli olarak değerlendirilebilir. Çalışmada öncelikle YZ ve sağlık kurumlarında YZ uygulamaları hakkında bilgiler sunulacak, daha sonra araştırmanın yöntemi ve elde edilen bulgular detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

Yapay Zekâ

Toplumun birçok kesiminden insanların günlük yaşamına dahil olan YZ, hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021). YZ; son zamanlarda toplum, ekonomi ve kamu sektörlerinde büyük bir önem kazanan, çok sayıda yenilik ve imkan sağlayan, farklı bilim dallarını bir araya getiren çalışma alanı olarak ifade edilmektedir (Boyd ve Wilson, 2017). Temelde, kökleri; mantık, istatistik, bilişsel psikoloji, karar teorisi, sinirbilim, dilbilim, sibernetik ve bilgisayar mühendisliğine dayanmaktadır (Howard, 2019).

Genel olarak YZ, algılayabilen, kavrayabilen, hareket edebilen ve öğrenebilen sistemlerin veya makinelerin geliştirilmesini ifade etmektedir (Subin, 2021). Başka bir tanıma göre YZ, insanlar kadar zeki olan bilgisayarların veya makinelerin geliştirilmesiyle ilgilenen bir bilgisayar bilimi olarak tanımlanmaktadır (Shirkin, 2020). McCarthy (2004, s.2), YZ'yi "akıllı makineler üretme bilimi ve mühendisliği" şeklinde tanımlamaktadır. McKinney (2020) de YZ'yi; bir makinenin algılama, akıl yürütme, öğrenme, çevre ile etkileşim, problem çözme ve yaratıcılığı kullanma gibi insan zihniyle ilişkilendirilen bilişsel işlevleri yerine getirme yeteneği olarak ifade etmektedir. YZ ile insan zekâsını bir bilgisayar veya makineye aktarmanın hedefi; insan gibi düşünebilme, anlam çıkarabilme, genelleme yapabilme ve geçmiş deneyimlerden öğrenebilme yetilerini modellemek şeklinde belirtilmektedir (Yılmaz, 2020). İnsan benzeri ve akılcı düşünme ve davranma yeteneğine ve canlıların zeki olarak kabul görmüş davranışlarına sahip bilgisayar sistemleri YZ teknolojisinin temelini oluşturmaktadır (Atalay ve Çelik, 2017). YZ'nin bilgisayarların insan davranışlarını modellemelerini mümkün kılan yöntemlerin kullanımı olması (Çelik, Arslan, Tunç, ve Yıldız, 2021) yaklaşımından hareketle Dhamija ve Bag (2020) kavramı, insan faaliyetlerini orijinal olarak taklit edebilen makinelerin sağladığı üretim süreci şeklinde ifade etmekte; Diaz-Pernas, Martinez-Zarzuela, Anton-Rodriguez ve Gonzalez-Ortega, (2021) de makinelerin veya bilgisayar sistemlerinin insan zekâsı süreçlerini taklit etme yeteneği şeklinde tanımlamaktadırlar.

Yapay bir varlığın düşünmesinin veya zekâyâ sahip olmasının ne anlama geldiğine dair felsefi soru yerine, Alan Turing; 1950 yılında YZ'yi bir bilgisayarda uygulamaya çalışarak deneysel bir YZ testi geliştirmiştir. Turing testi, işlemsel bir testtir; başka bir ifadeyle, varlığın zeki olup olmadığını belirlemenin somut bir yolunu sağlamaktadır. Testin uygulanması sırasında; bir odada sorular soran (sorgulayıcı) bir insan, ikinci bir odada başka bir insan ve üçüncü bir odada yapay bir varlık bulunmaktadır. Sorgulayıcı insanın, hem diğer insanla hem de yapay varlıkla yalnızca terminal gibi metinsel bir cihazla iletişim kurmasına izin verilmektedir. Sorgulayıcıdan, sorulara verilen cevaplara dayanarak diğer insanı yapay varlıktan ayırması istenmektedir. Sorgulayıcı bunu yapamazsa Turing testi geçmekte ve yapay varlığın zeki olduğu söylenmektedir (Neapolitan ve Jiang, 2018). Bunun yanı sıra testi geçen yapay varlığın, insan benzeri bir entelektüelliğe sahip olduğu ve mekanik olmayan, mantıklı işler yapabildiği de ifade edilmektedir (Verma ve Datta, 2014). Sorgulayıcının yönelteceği sorular, testin temel sınama ölçütlerini oluşturmaktadır. Bu sorular; matematik, bilim, sanat, aritmetik ile ilgili sorgulamaların yanında, "Bugün kendini nasıl hissediyorsun?" gibi daha basit sorgulamaları da içerebilmektedir. Turing Testi ortaya çıktığından beri YZ'nin gelişiminde ulaşılması gereken bir hedef olarak görülmüştür ve dolayısıyla programcıların geliştirmeye çalıştığı özellikleri yönlendirmiştir (Avaner, 2018).

YZ, bilgisayarların insanların ve hayvanların yapabileceği düşünme görevlerini yerine getirebilmesini sağlamakla ilgilidir. YZ sayesinde bilgisayarlar, birçok sorunu çözmede (aritmetik, sıralama, arama vb) insanüstü yeteneklere sahip olacak şekilde programlanabilmektedirler (Millington ve Funge, 2009). YZ'nin amacı; insanlar gibi düşünebilen ve algılama, akıl yürütme, öğrenme, planlama, tahmin etme vb. dâhil olmak üzere insan davranışlarını taklit edebilen bir makine geliştirmektir (Xu ve diğerleri, 2021). Öğrenmek, öğrendiğini uygulamak, uygulama sonuçlarından öğrenmek şeklindeki YZ mantığı; işletmelere sağlıklı büyüme açısından gerekli fırsatları sunmaktadır (Demirdöğmez, 2022).

Sağlık Hizmetlerinde Yapay Zekâ

Dünyanın dört bir yanındaki sağlık sistemleri; erişim eksikliği, yüksek maliyetler, israf ve yaşlı nüfus gibi büyük sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Covid-19 gibi salgın hastalıklar, sağlık sistemleri üzerinde baskı oluşturarak koruyucu ekipman eksikliklerine, yetersiz veya hatalı teşhis testlerine, hekimlerin aşırı çalışmalarına ve bilgi alışverişi eksikliklerine neden olmaktadır (Shaheen, 2021).

Sağlık hizmetlerinde veri erişimin artması ve büyük veri analitik yöntemlerinin hızlı ilerlemesi, YZ'nin bu alanda başarılı uygulamalar gerçekleştirilmesine olanak tanımıştır. Klinik soruların rehberliğinde kullanılan gelişmiş YZ teknikleri, geniş veri setlerinde gizli kalmış klinik olarak önemli bilgileri ortaya çıkararak, klinik karar alma süreçlerini desteklemektedir (Jiang, Jiang, Zhi, ve Dong, 2017). YZ uygulamalarının 2026 yılında ABD'nin yıllık sağlık bakım maliyetlerini 150 milyar ABD doları azaltabileceği tahmin edilmektedir. Bu maliyet düşüşlerinin büyük bir kısmının; sağlık hizmeti modelinin reaktif bir yaklaşımdan proaktif bir yaklaşıma, hastalık tedavisinden ziyade sağlık yönetimine (insanları sürekli izleme ve koçluk yoluyla sağlıklı kalmasına yardımcı olma ve daha erken teşhis, kişiye özel tedaviler ve daha etkili takipler) odaklanan bir yaklaşıma dönüştürülmesinden kaynaklanacağı ifade edilmektedir. Bunun daha az hastaneye yatış, daha az hekim ziyareti ve daha az tedavi ile sonuçlanması beklenmektedir (Bohr ve Memarzadeh, 2020).

Sağlık Hizmetlerinde Yapay Zekânın Uygulama Alanları

Sağlık hizmetlerinde YZ uygulama alanları; “radyolojide YZ”, “onkolojide YZ”, “mobil sağlıkta YZ”, “ilaç keşfi ve geliştirilmesinde YZ”, “sağlık eğitiminde YZ” başlıkları çerçevesinde incelenmiştir.

Radyolojide Yapay Zekâ

Radyologlar; hastalıkları teşhis etmek, hastalıkların nedenlerini belirlemek ve bir hastalığın seyri sırasında hastalığın gidişatını izlemek için bir dizi görüntü kullanmaktadırlar (Yu, Beam, ve Kohane, 2018). YZ algoritmaları; görüntü tanıma görevlerinde dikkate değer bir ilerleme göstermişlerdir. Tarihsel olarak radyoloji pratiğinde, eğitimli hekimler; hastalıkların tespiti, tanımlanması ve izlenmesi için tıbbi görüntüleri görsel olarak değerlendirmişlerdir. Bu tür değerlendirmeler, genellikle eğitim ve deneyime dayalı olmakla birlikte, zaman zaman öznel olabilmektedirler. YZ yöntemlerinin; görüntüleme verilerindeki karmaşık kalıpları otomatik olarak tanımlama ve radyografik özelliklerin nitel yerine nicel değerlendirmelerini sağlamada çok başarılı olduğu düşünülmektedir. YZ, hekimlere yardımcı olan bir araç olarak klinik iş akışına entegre edildiğinde daha doğru ve tekrarlanabilir radyoloji değerlendirmeleri yapılabilir (Hosny, Parmar, Quackenbush, Schwartz ve Aerts, 2018).

IBM tarafından geliştirilen “Watson Imaging Clinical Review” programı, hastaların radyolojik görüntülemelerini değerlendirerek olası tanı listelerini hekime sunmaktadır. Bu program, hastanın önceki tıbbi görüntüleme sonuçlarını listeleyerek ön tanı oluşturma kabiliyetine sahiptir. Özellikle ABD’de her iki saniyede bir tıbbi görüntülerin radyologlar tarafından yorumlanması gerekliliği düşünüldüğünde, Watson bu zorlu süreçte hekimlere insanüstü bir destek sunmaktadır. Watson, hekimlerin iş yükünü hafifletirken, hızlı ve doğru teşhis süreçlerine de katkıda bulunmaktadır (Akalin, 2020).

Onkolojide Yapay Zekâ

Sağlık hizmetlerinin dijitalleştirilmesi hem sağlık hizmeti sağlayıcılarına hem de hastalara büyük verilere dayalı bilgilere erişim sağlayarak, klinik iş akışını önemli ölçüde değiştirmektedir. Deneyime dayalı tıp; kanıta dayalı ve hasta merkezli bir yaklaşıma dönüşmektedir (Shimizu ve Nakayama, 2020). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından 2020’de yayınlanan rapora göre; kanser, 183 ülkenin 112’sinde 70 yaş öncesi ölümlerin birinci veya ikinci önde gelen nedeni olarak görülmekte ve 23 ülkede üçüncü veya dördüncü sırada yer alan ölüm nedeni olarak ortaya çıkmaktadır (Sung ve diğerleri, 2021). Son 20 yılda kanser ölümlerinde azalmayla sonuçlanan kanser teşhisi ve yönetiminde yaşanan önemli gelişmelere rağmen, 2020’de kansere bağlı 10 milyon ölüm meydana gelmiştir (Farina, Nabhen, Dacoregio, Batalini ve Moraes, 2022). Onkolojide, diğer tıbbi alanlarda olduğu gibi, genel amaç; yaşam miktarını ve kalitesini artırmaktır (Kann, Hosny ve Aerts, 2022).

IBM Watson Onkoloji; doktorların, hastaları daha iyi tedavi etmesine yardımcı olan CURATE.AI geliştirmiştir (Londhe ve Bhasin, 2019). Bunun yanı sıra NVIDIA şirketi kanser araştırmalarını hızlandırmak için CANDLE (Cancer Distributed Learning Environment) adı verilen YZ platformunu oluşturmuştur (NVIDIA, 2016). Onkoloji alanında yapılan YZ tabanlı bir başka teknoloji ise; Google Sağlık ve iCAD tarafından geliştirilen ProFound AI’dir. Bu teknoloji, mamografi okuyan radyologlar için tespit ve iş akış verimliliğini iyileştirdiği klinik olarak kanıtlanmış bir çözüm olarak sunulmuştur (Imaging Technology News, 2023).

Mobil Sağlıkta Yapay Zekâ

Günümüzde mobil YZ uygulamaları yaygınlaşmaktadır. Akıllı telefonlardaki sağlık uygulamaları; hastaların günlük sağlık ölçümlerini kaydetmekle birlikte bu bilgiler hem hekimler tarafından takip edilmekte hem de Sağlık Bakanlığının veri tabanında depolanmaktadır. Bu sayede tedavi süreci daha kolay ve etkili bir şekilde yönetilebilmektedir (Aydın, 2020). DSÖ tarafından mobil sağlık veya mSağlık; cep telefonları, hasta izleme cihazları, kişisel dijital asistanlar (Personal Digital Assistants- PDAs) ve diğer kablosuz cihazlar gibi mobil cihazlar tarafından desteklenen tıbbi ve kamu sağlığı uygulamaları için kullanılan bir terim şeklinde tanımlanmaktadır. mSağlık uygulamaları, toplum ve klinik sağlık verilerinin toplanmasında mobil cihazların kullanımını, sağlık hizmeti bilgilerinin pratisyenlere, araştırmacılara ve hastalara iletilmesini, hastanın yaşam-sal belirtilerinin gerçek zamanlı izlenmesini ve onlara doğrudan bakım sağlanmasını içermektedir (WHO, 2015). Mobil sağlık uygulamaları; sağlıklı yaşam ve hastalık teşhisi, önleme ve yönetim konularında veri elde etmek için mobil cihazları kullanan yeni bir platform olarak ifade edilmektedir (Yang ve diğerleri, 2023).

Covid-19 salgınının başlangıcından itibaren, birçok ülkede mobil sağlık uygulamaları hızla yaygınlaşmıştır. Çin’de vatandaşların durumları mobil telefonlarına yüklenen barkod uygulaması aracılığıyla takip edilmiştir. Salgın yayıldıkça farklı ülkeler de çeşitli uygulamalar geliştirmişlerdir (Alkış ve Çoşkunçay, 2021). TraceTogether (Singapur), CovidWatch (ABD), PeduliLindungi (Endonezya) gibi mobil sağlık uygulamaları bu uygulamalara örnek verilebilir (Sarbadhikari ve Sarbadhikari, 2020). Türkiye’de hayata geçirilen Hayat Eve Sığar (HES) uygulaması ise; Covid-19 salgını genelinde bu hastalığın yayılmasını da engellemeyi amaçlayan bir uygulama olarak geliştirilmiştir (Oğuz, 2022). Bununla birlikte, Yesil Science tarafından Türkiye’de geliştirilen bir mobil uygulama FluAI antibiyotik direncinin engellenmesine yönelik bir çözüm sunmaktadır (Ergüven ve Ökten, 2022). YZ tabanlı mobil sağlık uygulaması Albert Health ise; ilaç takibi, sesli komut, kişiselleştirilmiş bildirimler gibi özelliklerle hastaların kronik hastalıklarını yönetmelerine yardımcı olmak amacıyla tasarlanmıştır (Çolakoğlu ve Yıldız, 2023).

İlaç Keşfi ve Geliştirilmesinde Yapay Zekâ

Genellikle bir ilaç keşif çabası, hastalığın ilerlemesiyle bağlantılı olan veya ilgi çekici biyolojik özelliklere sahip bir moleküle başlayan biyolojik bir hedefe odaklanmaktadır (Priyadharsini, Mallika, Karuppasamy

ve R, 2022). Hastalık biyolojisindeki ilerlemelere ve teknolojiadaki önemli gelişmelere rağmen, yeni ilaçların piyasaya sürülmesi zaman gerektiren ve maliyetli bir aşama olarak ilerlemektedir. Bu durum, büyük ölçüde klinik deneylerdeki yüksek başarısız oranlarına ve bu başarısızlıkların getirdiği önemli mali yükümlülüklerle bağlı olmaktadır (Schneider vd., 2020). Bununla birlikte umut vadeden ilaç adaylarının tanımlanması ile bu yeni ilaçların uygulanması arasında büyük bir uçurum bulunmaktadır (Parvathaneni, Awol, Kumari, Lan ve Lingam, 2023). Ancak, YZ'nın kullanımı; kanserden kalp hastalığına kadar çeşitli hastalıkları olan hastalar için ilaç keşfini, daha ucuz, daha hızlı ve daha etkili hale getirebilmektedir (Medikaynak, 2020). Insider Intelligence (2022)'nin "İlaç Keşfi ve Geliştirmede YZ (AI in Drug Discovery and Development)" raporuna göre; YZ, ilaç şirketleri için keşif ve geliştirme maliyetlerini % 70'e kadar azaltabilmektedir.

Günümüzde ilaç keşfi ve geliştirme süreçlerinde, klinik araştırmalardan bilimsel yayınlara kadar geniş bir yelpazede YZ, makine öğrenimi ve derin öğrenme tekniklerinden yararlanılmaktadır. Özellikle son yıllarda global ilaç şirketleri, sosyal medya platformlarında geçen ilaçlarla ilgili anahtar kelimeleri toplamakta, yan etkilerini veya beklenmeyen olumlu etkilerini tespit ederek ilaçların yeniden değerlendirilmesini sağlamaktadırlar (Güzel, 2021).

Oxford merkezli Exscientia şirketi; yeni ilaç adaylarının keşfi, tasarımı ve geliştirilmesinde YZ'yi kullanmaktadır. Exscientia şirketinin CEO (Chief Executive Officer)'su Andrew Hopkins'e göre; Exscientia yaklaşımı, dört buçuk yıl süren bir ilaç keşif süresini, bir yıla indirebilmekte ve sentezlenmesi gereken binlerce bileşik sayısını azaltabilmektedir (Mullard, 2017). Bunun yanı sıra, AstraZeneca ve BenevolentAI şirketleri; kronik böbrek hastalığı gibi hastalıklara karşı makine öğrenimi ve YZ teknolojilerinden faydalanıp, yeni ilaçlar keşfetmek için işbirliği yapmaktadırlar (AstraZeneca, 2019). Bu alanda çalışmalar yapan diğer şirketlerden; Atomwise şirketi, Ebola virüsünün tedavisi için YZ teknolojisinden yararlanarak ilaç geliştirmekte (AtomWise, 2015); Insilico Medicine ise büyük ilaç şirketleriyle işbirlikleri yaparak çeşitli kanserler, dermatolojik hastalıklar, diyabet, parkinson, alzheimer ve yaşlanmayla ilgili ilaç keşif programları yürütmektedir (Insilico Medicine, 2023). Deloitte'nin raporuna göre; beş ile on yıl içinde, YZ'yi ilaç keşfi için kullanan şirketlerin sayısının katlanarak artacağı ve yeni ilaçların standart hale geleceği beklenmektedir (Deloitte, 2019).

Tıp Eğitiminde Yapay Zekâ

Tıp eğitiminde sohbet robotlarının kullanımı, birçok eğitimci ve tıp uzmanı tarafından memnuniyetle karşılanan ve yeni ortaya çıkan bir eğilim olarak ifade edilmektedir. Özellikle, OpenAI şirketinin geniş bir dil modeli olan Chat Generative Pre-trained Transformer (ChatGPT)'in kullanımı, hem öğrencilere hem de eğitimcilere çeşitli faydalar sunmaktadır (Moritz vd., 2023). Gilson ve diğerleri, (2022) tarafından yapılan çalışmada; ChatGPT'nin United States Medical Licensing Examination (USMLE) olarak bilinen ABD tıbbi ruhsatlandırma sınavı kapsamındaki sorular karşısında performansı değerlendirilmiştir. ChatGPT, % 60 eşliğinin üzerinde performans göstermiştir. Bununla birlikte ChatGPT'nin üçüncü sınıftaki bir tıp öğrencisiyle karşılaştırılabilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Med-PaLM 2 ise, tıbbi soruları daha doğru ve güvenli bir şekilde yanıtlamak için Google'nin oluşturduğu YZ sistemi olarak tanımlanmaktadır (Gupta ve Waldron, 2023). Med-PaLM 2'nin uzman hekim düzeyinde performans sergilediği ve sistemin % 85 puan aldığı gözlemlenmiştir (Matias ve Corrado, 2023). Örneğin, "idrar kaçırma tedavi edilebilir mi?" sorusuna; "İnkontinans, kazara idrar veya dışkı kaybı anlamına gelir. Zayıf kaslar, sinir hasarı veya aşırı aktif mesane gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir. Bazı durumlarda idrar kaçırma ilaç kullanımı veya ameliyat gibi yöntemlerle tedavi edilebilir. Ancak çoğu durumda idrar kaçırma kontrol altına alınabilen ancak tedavi edilemeyen kronik bir durumdur. Tedavi, belirli yiyecek ve içeceklerden kaçınmak, mesane eğitimi ve emici ped veya giysiler kullanmak gibi yaşam tarzı değişikliklerini içerebilir. Eğer idrar kaçırma sorunu yaşıyorsanız, değerlendirme ve tedavi için bir hekime görünmeniz önemlidir." olarak yanıt vermektedir (Singhal ve diğerleri, 2023).

Yöntem

Bu çalışmanın amacı; sağlık çalışanlarının YZ'ye ilişkin tutum ve beklentilerini değerlendirerek, YZ'ye ilişkin beklentilerin demografik özelliklere ve bilişim teknolojileri kullanımına göre farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmektir.

Örnekleme Süreci

Araştırmanın ana kütlesi, Türkiye'de sağlık kuruluşlarında çalışan bireylerden oluşmaktadır. TÜİK tarafından yayınlanan, Tablo 1'de verilen verilere göre toplam sağlık personeli sayısı 770611 olarak belirtilmiştir (TÜİK, 2021). Ana kütleye ulaşım mümkün olmadığından örneklem belirlenip anket uygulanmıştır.

Tablo 1

Sağlık personeli sayısı

Sağlık Personeli Ünvanı	Sayı
Uzman Hekim	93.517
Pratisyen Hekim	53.035
Asistan Hekim	37.017
Diş Hekimi	39.851
Eczacı	37.211
Hemşire	232.442
Ebe	57.908
Diğer Sağlık Personeli	219.630
Toplam Personel	770611

770611 sağlık personelinin oluşan örneklem büyüklüğü hesaplamasında yararlanılan formül aşağıda gösterilmektedir.

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1) + t^2pq}$$

Bu formülde;

N= Evrendeki birey sayısı

n= Örnekleme alınacak birey sayısı

p= İncelenen olayın görüş sıklığı (olasılığı)

q= İncelenen olayın görülme sıklığı (1-q)

t= Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanlışma düzeyinde t tablosunda bulunan teorik değer

d= Olayın görülme sıklığına göre yapılmak istenen sapma olarak simgelenmiştir.

Yukarıdaki formül kullanılarak araştırmanın örneklem büyüklüğü % 95 güven aralığında ve % 5 örnekleme hatasına ($d = 0.05$) göre hesaplanmıştır. 0.05 hata için teorik t değeri, 1.96'dır ($t = 1.96$). Anakütle standart sapma veya varyanslarının bilinmesi çoğu kez mümkün olmadığından bunların tahmin edilmesi gerekmektedir. Böyle bir tahmini, oranlar üzerinden yapmak çok kolaydır. Çünkü bu oranlar hakkında hiçbir bilgi olmasa bile p ($1 - p$)'nin (maksimum binom varyansı) en yüksek olduğu $0.5 * 0.5 = 0.25$ değeri esas alınabilir ($q = 1 - p$) (Kurtuluş 2010). Böylelikle araştırmanın örneklem büyüklüğü;

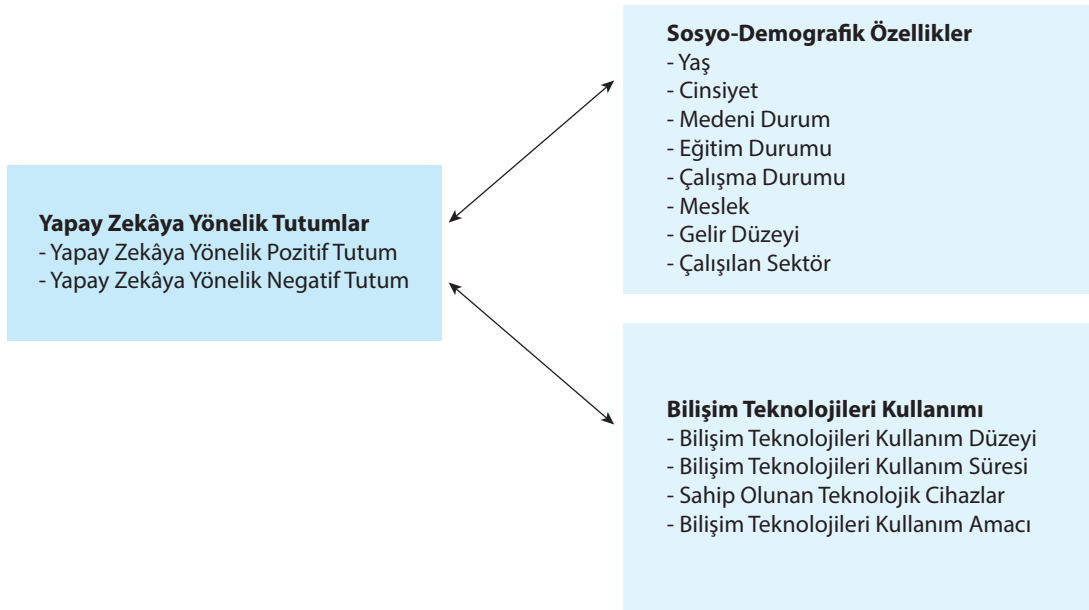
$$n = \frac{770611 * (1.96)^2 * 0.25}{(0.05)^2 * (770611 - 1) + (1.96)^2 * 0.25}$$

$n = 384$ olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın örneklemi, 770611 sağlık personeli arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Bu çerçevede bazı anketlerin geçersiz olabileceği varsayımıyla 391 gönüllü katılımcıya uygulanmış ve 386 değerlendirilebilir anket formu elde edilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik özelliklere ve bilişim teknolojileri kullanımı ile ilgili bölüme yer verilmiştir. İkinci kısımda sağlık çalışanlarının YZ uygulamalarına yönelik tutumlarını ölçebilmek amacıyla YZ'ye Yönelik Genel Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özellikleri ve bilişim teknolojilerini kullanımı ile alakalı 12 soru ifadesi bulunmaktadır. Araştırmada elde edilen veriler IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 21 sürümü istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Araştırmada ölçeklere ilişkin değerler “ortalama” ve “standart sapma” değerleri ile demografik değişkenlere ilişkin veriler ise “frekans dağılımları” aracılığıyla sunulmuştur. Ölçeğin güvenirliğini ölçmek için “alpha katsayısı (cronbach’s alpha)’ndan faydalanılmıştır. Ölçeğin geçerliliğini test etmek ve ölçekte yer alan değişkenleri belirlemek için “faktör analizi” yapılmış, değişkenlerin ortalamasını almak için “faktör ortalaması’ndan; değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu için “normallik testi’nden ve elde edilen faktörler arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını ölçmek için “bağımsız gruplar t testi” ve “tek yönlü varyans analizi”nden yararlanılmıştır.

Araştırmada yer alan YZ’ye yönelik genel tutum ölçeğinin güvenirliğini test etmek için Cronbach’s alfa katsayısı kullanılmıştır. Bu araştırmada 20 değişkenin güvenirliğinin ölçümü için alfa katsayısından yararlanılmıştır. YZ’ye yönelik tutum ölçeği için pozitif tutum için Cronbach’s alfa katsayısı 0,922; negatif tutum için 0,867 çıkmıştır. Bu sonuç araştırma ölçeğinin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Veri Toplama Araçları

Sağlık çalışanlarının YZ uygulamalarına yönelik tutumlarını sorgulayan ikinci bölümde ise Schepman ve Rodway (2020)’in geliştirdiği, Kaya ve diğerleri, (2022) ile Türkçe uyarlaması ve geçerlilik analizi yapılan “YZ’ye Yönelik Genel Tutum Ölçeği” uygulanmıştır. Ölçek YZ’ye ilişkin negatif tutum ve YZ’ye ilişkin pozitif tutum olarak iki boyuttan oluşmakta ve 20 soru içermektedir. YZ’ye ilişkin negatif tutumlar ters bir şekilde kodlanmaktadır. Ölçekteki ifadeler değerlendirilirken “5” algılanan en yüksek katılımı (kesinlikle katılıyorum), “1” algılanan en düşük katılımı (kesinlikle katılmıyorum) göstermektedir. Ölçeğin uyarlanmasına yönelik çalışmada Cronbach’s Alpha değerleri 0.82 ve 0.88 olarak belirlenmiştir. Cronbach’s alpha katsayısı sonuçlarına göre, pozitif tutum için güvenirlik değeri 0.77, negatif tutum için 0.83 olarak tespit edilmiştir.

Etik Standartlara Uygunluk

Araştırma kapsamında veri toplanmasına ilişkin başvuru yapılmış ve 23.01.2024 tarih 896148 sayılı karar ile etik kurul onayı alınmıştır. Etik kurul onayı sonrasında 28.01.2024 - 28.02.2024 tarihler arasında kolayda **örnekleme** yöntemiyle 391 katılımcıya ulaşılmış; değerlendirilebilir 386 anket formu elde edilmiştir.

Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2

Araştırmaya Katılanların Sosyo- Demografik Özellikleri

	Kategoriler	F	%
Cinsiyet	Kadın	293	75,9
	Erkek	93	24,1
Yaş	15-25	132	34,2
	26-35	172	44,6
	36 yaş ve üstü	82	21,2
Medeni Durum	Bekâr	238	61,7
	Evli	148	38,3
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	74	19,2
	Önlisans	100	25,9
	Lisans	112	29,0
	Lisansüstü	100	25,9
Çalışma Durumu	Çalışıyor	286	74,1
	Çalışmıyor	100	25,9
Meslek	Hekim	67	17,4
	Hemşire	49	12,7
	Sağlık Yöneticisi-Sağlık Memuru	129	33,4
	Sağlık Teknikeri ve Teknisyeni	64	16,6
	Diğer Sağlık Çalışanı	77	19,9
Gelir Durumu	0-11.400	71	18,4
	11.401-22.800	107	27,7
	22.801-34.200	102	26,4
	34.201 ve üzeri	106	27,5
Bilişim Teknolojileri Kullanım Düzeyi	Orta ve Altı	174	45,1
	İyi ve Üzeri	212	54,9
Bilişim Teknolojileri Kullanım Süresi	0-3 Saat	159	41,2
	4 ve üzeri	227	58,8

Sahip Olunan Teknolojik Cihazlar	Mobil Telefon	Evet	381	98,7
		Hayır	5	1,3
	Bilgisayar	Evet	295	76,4
		Hayır	91	23,6
	Akıllı Saat	Evet	129	33,4
		Hayır	257	66,6
	Mini Bilgisayar (Netbook)	Evet	25	6,5
		Hayır	361	93,5
	Tablet	Evet	116	30,1
		Hayır	270	69,9
	Kindle (E-Kitap Okuyucu)	Evet	13	3,4
		Hayır	373	96,6
Bilişim Teknolojileri Kullanım Amacı	Gündemi Takip Etmek	Evet	343	89,9
		Hayır	43	11,1
	Eğitim-Öğretim Amaçlı	Evet	321	83,2
		Hayır	65	16,8
	Araştırma Yapmak	Evet	314	81,3
		Hayır	72	18,7
	Sosyal Ağlara Bağlanmak	Evet	312	80,8
		Hayır	74	19,2
	İletişim Kurmak	Evet	337	87,3
		Hayır	49	12,7
	Çevrimiçi Alışveriş Yapmak	Evet	286	74,1
		Hayır	100	25,9
	Oyun Oynamak	Evet	112	29,0
		Hayır	274	71,0
	Video İzlemek/ Paylaşmak	Evet	263	68,1
		Hayır	123	31,9

Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum Ölçeğinin Ortalama, Standart Sapma, En Büyük ve En Küçük Değerleri

YZ'ye yönelik genel tutum ölçeğinde yer alan 20 ifadeye ilişkin ortalama, standart sapma, en büyük ve en küçük değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir. Tablo 2'ye göre YZ'ye yönelik genel tutum ölçeğine ilişkin en yüksek ortalamaya sahip üç ifade "YZ'nin birçok faydalı uygulaması vardır (3,951)"; "YZ bu ülke için yeni ekonomik fırsatlar sağlayabilir (3,880)"; "YZ heyecan vericidir (3,821)" ifadeleridir. Ortamaları en düşük üç ifade ise "Kuruluşlar yapay zekâyı etik olmayan bir şekilde kullanırlar (2,404)"; "Yapay zekânın tehlikeli olduğunu düşünüyorum (2,663)"; Yapay zekânın gelecekteki kullanımlarını düşündüğümde rahatsızlıktan ürperiyorum (2,718)" ifadeleridir.

Tablo 3

Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum Ölçeğinin Ortalama, Standart Sapma, En Büyük ve En Küçük Değerleri

İfade	Ort.	SS	En Büyük	En Küçük
Günlük yaşamımda yapay zekâlı sistemleri kullanmak ilgimi çekiyor.	3,658	0,941	1,00	5,00
Yapay zekânın birçok faydalı uygulaması vardır.	3,951	0,816	1,00	5,00
Yapay zekâ heyecan vericidir.	3,821	0,962	1,00	5,00
Yapay zekâ bu ülke için yeni ekonomik fırsatlar sağlayabilir.	3,881	0,895	1,00	5,00
Yapay zekâyı kendi işimde kullanmak isterim.	3,736	1,053	1,00	5,00
Yapay zekâya sahip bir yazılım/robot, birçok rutin işte, bir çalışandan daha iyi olacaktır.	3,090	1,133	1,00	5,00
Yapay zekânın yapabileceklerinden etkilendim.	3,756	0,941	1,00	5,00
Yapay zekanın insanların refahı üzerinde olumlu etkileri olabilir.	3,560	0,979	1,00	5,00
Yapay zekâlı sistemler insanların daha mutlu hissetmelerine yardımcı olabilir.	3,202	1,037	1,00	5,00
Yapay zekâlı sistemler insanlardan daha iyi performans gösterebilir.	3,259	1,069	1,00	5,00
Toplumsal büyük bir kısmı, yapay zekâyla dolu bir gelecekte faydalanacaktır.	3,718	0,892	1,00	5,00
Rutin işlemlerde, bir insan yerine yapay zekâlı bir sistemle etkileşime girmeyi tercih ederim.	2,863	1,126	1,00	5,00
Yapay zekânın tehlikeli olduğunu düşünüyorum. *	2,663	1,009	1,00	5,00
Kuruluşlar yapay zekâyı etik olmayan bir şekilde kullanırlar. *	2,404	0,941	1,00	5,00
Yapay zekâyı kötü niyetli buluyorum. *	3,202	0,906	1,00	5,00
Yapay zekâ insanları gözetlemek için kullanılır. *	2,824	1,059	1,00	5,00
Yapay zekânın gelecekteki kullanımlarını düşündüğümde rahatsızlıktan ürperiyorum. *	2,718	1,037	1,00	5,00
Yapay zekâ insanları kontrol altına alabilir. *	2,741	1,059	1,00	5,00
Yapay zekâlı sistemlerin birçok hata yaptığını düşünüyorum. *	2,873	0,851	1,00	5,00
Yapay zekâ giderek daha fazla kullanılırsa benim gibi insanlar zarar görecektir. *	3,145	1,032	1,00	5,00

*İfadeler ters kodlanmıştır.

Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum Ölçeği Faktör Analizi

Sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik genel tutumlarının değerlendirilmesine yönelik 20 ifadeden oluşan ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Kaiser- Meyer- Olkin örnekleme uygunluk ölçümü sonucu 0,911; Barlett testi anlamlılık değeri 0,000 çıkmıştır. Elde edilen sonuca göre, örneklem büyüklüğü yeterlidir. Analiz sonucunda iki faktör grubu elde edilmiştir. Bu faktörler toplam varyansın %54, 65'ini açıklamaktadır. Birinci faktör grubuna YZ'ye yönelik pozitif tutum; ikinci faktör grubuna YZ'ye yönelik negatif tutum adı verilmiştir. Tablo 4'te YZ uygulamalarına yönelik tutum ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 4

Yapay Zekâya Yönelik Genel Tutum Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER	Faktör 1	Faktör 2
3- Yapay zekâ heyecan vericidir.	,794	
7- Yapay zekânın yapabileceklerinden etkilendim.	,792	
2- Yapay zekânın birçok faydalı uygulaması vardır.	,783	
8- Yapay zekanın insanların refahı üzerinde olumlu etkileri olabilir.	,780	
5- Yapay zekâyı kendi işimde kullanmak isterim.	,776	
4- Yapay zekâ bu ülke için yeni ekonomik fırsatlar sağlayabilir.	,734	
1- Günlük yaşamımda yapay zekâlı sistemleri kullanmak ilgimi çekiyor.	,727	
11- Toplumun büyük bir kısmı, yapay zekâyla dolu bir gelecekte faydalananacaktır.	,722	
10- Yapay zekâlı sistemler insanlardan daha iyi performans gösterebilir.	,715	
6- Yapay zekâya sahip bir yazılım/robot, birçok rutin işte, bir çalışandan daha iyi olacaktır.	,708	
9- Yapay zekâlı sistemler insanların daha mutlu hissetmelerine yardımcı olabilir.	,702	
12- Rutin işlemlerde, bir insan yerine yapay zekâlı bir sistemle etkileşime girmeyi tercih ederim.	,572	
13- Yapay zekânın tehlikeli olduğunu düşünüyorum.		,791
15- Yapay zekâyı kötü niyetli buluyorum.		,785
17- Yapay zekânın gelecekteki kullanımlarını düşündüğümde rahatsızlıktan ürperiyorum.		,782
16- Yapay zekâ insanları gözetlemek için kullanılır.		,712
20- Yapay zekâ giderek daha fazla kullanılırsa benim gibi insanlar zarar görecektir.		,708
14- Kuruluşlar yapay zekâyı etik olmayan bir şekilde kullanırlar.		,667
18- Yapay zekâ insanları kontrol altına alabilir.		,647
19- Yapay zekâlı sistemlerin birçok hata yaptığını düşünüyorum.		,618
Değişimi Açıklama Yüzdesi (%)	33,52	21,12
Cronbach's Alfa Katsayısı	0,922	0,867

Faktör gruplarına ait normallik analizi sonuçları Tablo 5’de yer almaktadır. Verilerin normal dağılıp gösterip göstermediğini değerlendirmek için Shapiro – Wilk ve Kolmogorov – Smirnov testleri uygulanmıştır. Skewness ve Kurtosis sonuçlarının +1,5 ile – 1,5 arasında olması durumunda normal dağıldığı belirlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu analizler sonucunda, verilerin normal olarak dağıldığı belirlenmiştir.

Tablo 5

Yapay zekâya yönelik genel tutum ölçeğinin normallik analizi sonuçları

	Skewness	Kurtosis
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	-0,662	0,996
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	0,088	0,423

Sosyo- Demografik Özelliklere Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

YZ’ye yönelik genel tutum ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyete, çalışma durumuna, çalışılan sektöre, katılımcıların bilişim teknolojileri kullanım düzeyleri, bilişim teknolojileri kullanım süresi, sahip olunan teknolojik cihazlar (bilgisayar, e-kitap okuyucu) ve bilişim teknolojileri kullanım amaçlarına (sosyal ağlara bağlanmak) göre farklılık olup olmadığı “bağımsız gruplar t testi” ile değerlendirilmiştir. Hipotezler ile bu hipotezlere yönelik gerçekleştirilen analize ilişkin sonuçlar aşağıda verilmiştir.

H1₀: YZ’ye yönelik tutum ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre YZ’ye yönelik tutumları arasındaki farklılık incelendiğinde, Tablo 6’da görüldüğü üzere anlamlılık düzeyini gösteren p değeri incelendiğinde YZ’ye yönelik pozitif tutum faktörünün 0,05’ten küçük; YZ’ye yönelik negatif tutum faktörünün ise 0,05’ten büyük olduğu görülmektedir. Bu değerlere göre kadın ve erkek katılımcılar ile YZ’ye yönelik negatif tutumlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı; ancak YZ’ye yönelik pozitif tutumlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Erkek katılımcıların YZ’ye yönelik pozitif tutumları kadın katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Tablo 6

Cinsiyete Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Cinsiyet		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Kadın	3,469	0,483	0,488	Eşit	-3,498	0,001
	Erkek	3,768					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Kadın	2,804	0,010	0,921	Eşit	-0,857	0,392
	Erkek	2,876					

H2₀: YZ’ye yönelik tutum ile çalışma durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Katılımcıların çalışma durumuna göre YZ’ye yönelik tutumları arasındaki farklılık incelendiğinde, Tablo 6’da görüldüğü üzere anlamlılık düzeyini gösteren p değeri incelendiğinde YZ’ye yönelik pozitif tutum faktörünün 0,05’ten küçük; YZ’ye yönelik negatif tutum faktörünün de 0,05’ten büyük olduğu görülmektedir. Bu değerlere göre çalışan ve çalışmayan katılımcılar ile YZ’ye yönelik negatif tutumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı; ancak YZ’ye yönelik pozitif tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışan katılımcıların YZ’ye yönelik pozitif tutumları çalışmayan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Tablo 7

Çalışma Durumuna Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Çalışma Durumu		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Çalışıyor	3,627	3,288	0,071	Eşit	4,007	0,000
	Çalışmıyor	3,295					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Çalışıyor	2,810	0,940	0,333	Eşit	-0,510	0,610
	Çalışmıyor	2,852					

H₃: YZ'ye yönelik tutum ile çalışılan sektör arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Katılımcıların çalıştıkları sektöre göre YZ'ye yönelik tutumları arasındaki farklılık incelendiğinde, Tablo 8'de görüldüğü üzere analiz sonuçları incelendiğinde YZ'ye yönelik pozitif tutum faktörünün p değerinin 0,05'ten küçük; YZ'ye yönelik negatif tutum faktörünün p değerinin ise 0,05'ten büyük olduğu tespit edilmiştir. Kamuda çalışan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları özel sektörde çalışan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Tablo 8

Çalışılan Sektöre Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Çalışılan Sektör		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Kamu	3,804	7,788	0,006	Eşit Değil	4,538	0,000
	Özel	3,462					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Kamu	2,899	0,974	0,324	Eşit	1,174	0,241
	Özel	2,798					

H₄: YZ'ye yönelik tutum ile bilişim teknolojileri kullanım düzeyi arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Katılımcıların bilişim teknolojileri kullanım düzeyine göre YZ'ye yönelik tutumları arasındaki farklılık incelendiğinde, Tablo 9'da görüldüğü üzere anlamlılık düzeyini gösteren p değeri incelendiğinde YZ'ye yönelik pozitif tutum faktörü ve YZ'ye yönelik negatif tutum faktörünün 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Bu değerlere göre katılımcıların bilişim teknolojileri kullanım düzeyi ile YZ'ye yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bilişim teknolojileri kullanım düzeyi iyi ve üzeri olan katılımcıların YZ'ye yönelik olumlu tutumları, bilişim teknolojileri kullanım düzeyi orta ve altı olan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Tablo 9

Bilişim Teknolojileri Kullanım Düzeyine Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Bilişim Teknolojileri Kullanım Düzeyi		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Orta ve Altı	3,389	1,579	0,210	Eşit	-3,790	0,000
	İyi ve Üzeri	3,666					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Orta ve Altı	2,703	0,376	0,540	Eşit	-2,980	0,003
	İyi ve Üzeri	2,918					

H₅: YZ'ye yönelik tutum ile bilişim teknolojileri kullanım süresi arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

YZ'ye yönelik tutumların bilişim teknolojileri kullanım süresine göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için yapılan t testi sonucunda elde edilen analiz sonuçları incelendiğinde bilişim teknolojileri kullanım süresi ile YZ'ye yönelik pozitif tutum arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş; YZ'ye yönelik negatif tutum arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bilişim teknolojileri kullanım süresi 4 saat ve üzeri olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; bilişim teknolojileri kullanım süresi 0-3 saat olan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Tablo 10

Bilişim Teknolojileri Kullanım Süresine Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Bilişim Teknolojileri Kullanım Süresi		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	0-3 Saat	3,451	0,525	0,469	Eşit	-2,053	0,041
	4 Saat ve Üzeri	3,605					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	0-3 Saat	2,820	4,431	0,036	Eşit Değil	-0,030	0,976
	4 Saat ve Üzeri	2,822					

H₆: YZ'ye yönelik tutum ile sahip olunan teknolojik cihazlar (bilgisayar) arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

YZ'ye yönelik tutumların bilgisayar kullanımına göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için yapılan t testi sonucunda elde edilen analiz sonuçları incelendiğinde bilgisayar kullanımı ve YZ'ye yönelik pozitif tutum ile anlamlı farklılık tespit edilmiş; YZ'ye yönelik negatif tutum arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bilgisayar kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; bilgisayar kullanmayan katılımcılara göre daha yüksek olarak bulunmuştur.

Tablo 11

Sahip Olunan Teknolojik Cihazlara (Bilgisayar) Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Sahip Olunan Teknolojik Cihazlar-Bilgisayar		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Evet	3,594	0,187	0,665	Eşit	2,601	0,010
	Hayır	3,369					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Evet	2,822	0,044	0,834	Eşit	0,060	0,952
	Hayır	2,817					

H₇: YZ'ye yönelik tutum ile sahip olunan teknolojik cihazlar (bilgisayar) arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

YZ'ye yönelik tutumların kindle (e-kitap okuyucu) kullanımına göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için yapılan t testi sonucunda elde edilen analiz sonuçları incelendiğinde kindle (e-kitap okuyucu) kullanımı ile YZ'ye yönelik pozitif tutum arasında anlamlı farklılığın olmadığı; YZ'ye yönelik negatif tutum arasında anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Kindle (e-kitap okuyucu) kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik negatif tutumları, kindle (e-kitap okuyucu) kullanmayan katılımcılara oranla daha düşük elde edilmiştir.

Tablo 12

Sahip Olunan Teknolojik Cihazlara Kindle (E-Kitap Okuyucu) Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Sahip Olunan Teknolojik Cihazlar-Kindle (E-Kitap Okuyucu)		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Evet	3,776	0,116	0,734	Eşit	1,182	0,238
	Hayır	3,533					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Evet	3,221	0,000	0,989	Eşit	2,070	0,039
	Hayır	2,807					

H₈: YZ'ye yönelik tutum ile bilişim teknolojileri kullanım amacı (sosyal ağlara bağlanmak) arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Katılımcıların bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanımları ile YZ'ye yönelik tutumları arasındaki farklılık incelendiğinde, Tablo 11'de görüldüğü üzere analiz sonuçları incelendiğinde bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları arasında anlamlı farklılığın olduğu ($p < 0,05$); YZ'ye yönelik negatif tutumları arasında anlamlı farklılığın olmadığı ($p > 0,05$) görülmektedir. Bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları, bu amaçla kullanmayan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Tablo 13

Bilişim Teknolojilerini Kullanım Amacına (Sosyal Ağlara Bağlanmak) Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

Bilişim Teknolojileri Kullanım Amacı- Sosyal Ağlara Bağlanmak		Ort.	f	p	Varyans Eşitliği	t	p
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Evet	3,590	1,299	0,255	Eşit	2,696	0,007
	Hayır	3,338					
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Evet	2,821	1,712	0,192	Eşit	-0,041	0,967
	Hayır	2,824					

Eğitim durumu, meslekler, gelir durumu ile YZ'ye yönelik tutumları arasındaki farklılığı ölçmek için “tek yönlü varyans analizi” uygulanmıştır. Hipotezler ile hipotezlere yönelik yapılan analize ait sonuçlar aşağıda görülmektedir.

H₉: YZ'ye yönelik tutum ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

YZ'ye yönelik tutumların eğitim durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan analiz sonuçları incelendiğinde, YZ'ye yönelik pozitif tutum faktörünün eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği ($p<0,05$); YZ'ye yönelik negatif tutum faktörünün eğitim durumuna göre farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. YZ'ye yönelik pozitif tutum faktöründe veriler homojen dağılmadığı için Tamhane's T2 testi yapılmıştır. Gruplar arası farklılığı tespit etmek amacıyla yapılan Tamhane's T2 testi sonuçlarına göre lisansüstü eğitim durumuna sahip olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; ortaöğretim ve önli-sans eğitim durumuna sahip katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 14

Eğitim Durumuna Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

EĞİTİM DURUMU		N	Ort.	SS.	F	P	Post Hoc.
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Ortaöğretim ¹	74	3,316	0,843	7,222	0,000	Tamhane's T2 4>1,2
	Önlisans ²	100	3,412	0,730			
	Lisans ³	112	3,604	0,624			
	Lisansüstü ⁴	100	3,767	0,675			
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Orta Öğretim	74	2,826	0,703	1,788	0,149	-
	Önlisans	100	2,793	0,771			
	Lisans	112	2,729	0,686			
	Lisansüstü	100	2,950	0,675			

H₁₀: YZ'ye yönelik tutum ile meslekler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

YZ'ye yönelik tutumların mesleklere göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan analiz sonuçları incelendiğinde, YZ'ye yönelik pozitif tutum faktörünün mesleklere göre farklılık gösterdiği ($p<0,05$); YZ'ye yönelik negatif tutum faktörünün mesleklere göre farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. YZ'ye yönelik pozitif tutum faktöründe veriler homojen dağıldığı için Tukey testi yapılmıştır. Gruplar arası farklılığı tespit etmek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre mesleği hekim olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; mesleği sağlık yöneticisi-sağlık memuru olan katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 15

Mesleklere Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

MESLEK		N	Ort.	SS.	F	P	Post Hoc.
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	Hekim ¹	67	3,786	0,719	2,392	0,050	Tukey 1>3
	Hemşire ²	49	3,500	0,888			
	Sağlık Yöneticisi-Sağlık Memuru ³	129	3,465	0,744			
	Sağlık Teknikeri ve Teknisyeni ⁴	64	3,509	0,691			
	Diğer Sağlık Çalışanı ⁵	77	3,541	0,586			
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	Hekim	67	2,938	0,768	0,930	0,446	-
	Hemşire	49	2,781	0,798			
	Sağlık Yöneticisi-Sağlık Memuru	129	2,744	0,641			

H11₀: YZ'ye yönelik tutum ile gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

YZ'ye yönelik tutumların gelir durumuna ilişkin farklılık gösterip göstermediğine göre yapılan analiz sonuçları incelendiğinde, YZ'ye yönelik pozitif tutum faktörü ile gelir durumu arasında farklılık gösterdiği; YZ'ye yönelik negatif tutum faktörünün gelir durumuna göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. YZ'ye yönelik pozitif tutum faktöründe veriler homojen dağıldığı için Tukey testi yapılmıştır. Gruplar arası farklılığı tespit etmek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre gelir durumu 34.201 ve üzeri olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; gelir durumu 0-11.400 olan katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 16

Gelir Durumuna Göre Yapay Zekâya Yönelik Tutumlar

GELİR DURUMU		N	Ort.	SS.	F	P	Post Hoc.
Yapay Zekâya Yönelik Pozitif Tutum	0-11.400 ¹	71	3,333	0,729	3,037	0,029	Tukey 4>1
	11.401-22.800 ²	107	3,519	0,745			
	22.801-34.200 ³	102	3,591	0,628			
	34.201 ve üzeri ⁴	106	3,655	0,781			
Yapay Zekâya Yönelik Negatif Tutum	0-11.400	71	2,928	0,714	2,140	0,095	-
	11.401-22.800	107	2,685	0,737			
	22.801-34.200	102	2,835	0,706			
	34.201 ve üzeri	106	2,868	0,677			

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın ana kütlesi, Türkiye'de sağlık kuruluşlarında çalışan bireylerden oluşmaktadır. Anketler, araştırmaya katılmayı kabul eden kişilere internet ortamında doldurtulmuştur. Sağlık çalışanı olup, soruları eksiksiz cevaplayan tüm kişilerin cevapları kabul edilmiştir. Araştırmanın ana kütlesine ulaşmak maliyet ve zaman açısından çok zor olacağı için örnek kitle sınırlandırılmıştır. Bununla birlikte, internet erişimi olmayanların araştırmaya katılamaması da bu çalışmanın kısıtları arasında yer alabilir. Bu sebeple araştırmanın sonucunda elde edilen bulguların ana kütlenin tamamını temsil ettiği ileri sürülemez.

Tartışma

Bu çalışmada sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik tutumları değerlendirilerek, YZ'ye yönelik tutumlarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği ölçülmüştür. Ayrıca sağlık çalışanlarının bilişim teknolojileri kullanımlarına göre YZ'ye yönelik tutumlarının farklılık gösterip göstermediği de test edilmiştir.

YZ'ye yönelik tutumların cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde YZ'ye yönelik pozitif tutumun cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Erkek sağlık personelinin YZ'ye yönelik pozitif tutumlarının kadın sağlık personeline oranla yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu durum literatürdeki bulgularla da desteklenmektedir (Schepman ve Rodway, 2023; Karakuş, Yorulmazlar, Çetin, ve Özsoy, 2023; Bergdahl, Latikka, Celuch ve Savolainen, 2023; Serbaya, Khan, Surbaya ve Alzahrani, 2024). Bunun yanında Kaya ve diğerleri, (2022)'ye ait çalışmada kadınların YZ'ye ilişkin pozitif tutumları erkeklere oranla daha yüksek bulunmuştur. Cinsiyet değişkeni ile YZ'ye yönelik tutumlar arasında anlamlı farklılığın tespit edilmediği çalışmalar da mevcuttur (Kwak, Ahn ve Seo, 2022; Doğan, Doğan ve Çetinkayalı, 2023; Tan, Ceylan ve Öztürk, 2023; Kum, 2023).

YZ'ye yönelik tutumların eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde YZ'ye yönelik pozitif tutum açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Lisansüstü eğitim durumuna sahip olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; ortaöğretim ve önlisans eğitim durumuna sahip katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, eğitim durumunun YZ'ye yönelik pozitif tutum üzerinde etkisi olduğu görülmektedir (Zhang ve Dafoe, 2019; Bergdahl ve diğerleri, 2023). Eğitim durumuna göre YZ'ye yönelik tutumlar arasında anlamlı farklılıkların olmadığı çalışmalar da mevcuttur (Kaya, ve diğerleri, 2022; Schepman ve Rodway, 2023).

YZ'ye yönelik tutumların çalışma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde çalışan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları çalışmayan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir. Çalışan katılımcıların sağlık çalışanı olmasından kaynaklı olarak bilişim teknolojilerinden faydalananı olması YZ'ye yönelik pozitif tutumunun yüksek olmasının nedeni olabilir. Bu durum yapılacak başka çalışmalar aracılığıyla tartışılabilir.

YZ'ye yönelik tutumların mesleklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde YZ'ye yönelik pozitif tutumda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Mesleği hekim olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; mesleği sağlık yöneticisi-sağlık memuru olan katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır. Literatürde sağlık personellerinin kendi aralarında kıyaslama yapılarak YZ'ye yönelik tutumlarının incelendiği çalışmalar az sayıda mevcuttur. Serbaya ve diğerleri, (2024) tarafından yapılan çalışmada hemşirelerin farklı sağlık personellerine göre tutumlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

YZ'ye yönelik tutumların gelir düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde gelir düzeyi 34.201 ve üzeri olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; gelir düzeyi 0-11.400 olan katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç literatür tarafından da desteklenmektedir (Zhang ve Dafoe, 2019; Bergdahl ve diğerleri, 2023). YZ'ye yönelik tutumların çalışılan sektöre göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde kamuda çalışan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları özel sektörde çalışan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir. Kamu çalışanları, sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmak ve toplum sağlığını korumak gibi temel misyonları doğrultusunda YZ'nin potansiyel faydalarını daha iyi anlayabilirler. Bu, onları YZ'ye daha olumlu yaklaşıma yönlendirebilir. Bununla birlikte; kamu sağlık sistemlerinde kaynakların sınırlı olması durumunda, YZ'nin bu kaynakları daha etkin kullanma potansiyeli, çalışanların YZ'ye olan bakış açısını olumlu yönde etkileyebilir.

YZ'ye yönelik tutumların bilişim teknolojileri kullanım düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde YZ'ye ilişkin pozitif ve negatif tutum arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bilişim teknolojileri kullanım düzeyi iyi ve üzeri olan katılımcıların YZ'ye yönelik olumlu tutumları, bilişim teknolojileri kullanım düzeyi orta ve altı olan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir. Literatürde yer alan çalış-

malar incelendiğinde, bilişim teknolojileri kullanım düzeyinin YZ'ye yönelik pozitif tutum üzerinde etkisi olduğu görülmektedir (Martin ve diğerleri, 2020; Vua ve Lim, 2022; Kaya ve diğerleri, 2022; Schepman ve Rodway, 2023). Çalışmalarda genel olarak yeterli dijital beceriye sahip olduklarına inanan bireylerin YZ teknolojilerini benimseme olasılıklarının daha yüksek olduğu vurgulanmıştır. Bunun nedeni, insanların teknolojiyi bildikçe ve kendi teknolojik etkinliklerine inandıkça, YZ'ye daha fazla güvendikleri ve daha az korktukları için olabilir.

YZ'ye yönelik tutumların bilişim teknolojileri kullanım süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde YZ'ye yönelik pozitif tutum arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bilişim teknolojileri kullanım süresi 4 saat ve üzeri olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; bilişim teknolojileri kullanım süresi 0-3 saat olan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

YZ'ye yönelik tutumların bilgisayar kullanımına göre farklılık gösterip göstermediği ölçüldüğünde anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Bilgisayar kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; bilgisayar kullanmayan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir. Kindle (e-kitap okuyucu) kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik negatif tutumları arasında da anlamlı farklılığın olduğu da görülmektedir. Kindle (e-kitap okuyucu) kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik negatif tutumları, kindle (e-kitap okuyucu) kullanmayan katılımcılara oranla daha düşük elde edilmiştir. Bilgisayar kullanan katılımcıların pozitif tutumlarının yüksek çıkmasının; sağlık çalışanlarının, sağlık kuruluşlarında tanı ve teşhis için çoğunlukla bilgisayarı kullanıyor olmalarından ve diğer cihazları daha çok kişisel kullanım için tercih ediyor olmalarından kaynaklandığı ileri sürülebilir.

Katılımcıların bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanımına göre YZ'ye yönelik tutumları arasındaki farklılık incelendiğinde katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları arasında anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları, bu amaçla kullanmayan katılımcılara oranla daha yüksek elde edilmiştir.

Sağlık hizmetlerinde YZ'nin gelecekte; sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, giyilebilir teknoloji, nanoteknoloji, üç boyutlu baskı gibi birçok alanda kullanımının artacağı düşünülmektedir.

Dreesmann ve diğ. (2022); yara bakımı, ağrı, fiziksel veya mesleki terapi, diş tedavisi gibi çeşitli ortamlarda VR'dan yararlanmış olan 23 makaleyi incelemişlerdir. Yapılan inceleme ile VR'ın akut ağrı yönetimi için etkili bir araç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bunun yanı sıra, anatomi alanında AR uygulamalarının kullanılmaya başlandığı ve bu sayede kadavra eğitiminin yapılamadığı veya öğrencilerin tekrar bir konu üzerinde çalışmak istedikleri durumlarda çok faydalı olduğu belirtilmektedir. Ayrıca çocuklara diş fırçalama alışkanlığı gibi sağlık alışkanlıklarının kazandırılmasında da kullanılmaya başlanmıştır (Boşat ve diğ., 2020).

Zheng ve diğ. (2023)'in yaptıkları çalışmada derin öğrenme algoritmalarından yararlanarak bütünsel yara değerlendirmesi için kağıda benzeyen, pilsiz bir sensör geliştirmişlerdir. Geliştirilen sensör yamasıyla yaraların ilerlemesi ve ciddiyeti takip edilmiştir. Bununla birlikte, yara bakımı yönetimini kolaylaştırmak için acil klinik müdahaleyi tetikleyebilecek olumsuz olayların erken uyarısına olanak tanımaktadır.

Kour ve diğ. (2023) tarafından yapılan çalışmaya göre; rahim ağzı kanseri tedavisinde YZ ve nanoteknoloji kullanılmasının geleneksel yöntemlere göre karşılaştırıldığında etkili olabileceği gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra ameliyat sonrası hasta bakımı için nanoteknoloji ve YZ kullanılarak yapılan çalışmada, bu teknolojilerin müdahaleleri hızlandıracağı da tespit edilmiştir (Vecchio ve diğ., 2023).

Sağlık sektöründe üç boyutlu yazıcılardan; hastaya özel organ modeller geliştirmesi, ameliyat öncesi eğitim için cerrahi ortamı simüle eden senaryolar sunması ve hastaları etkili çözümler önerme konusunda eğitmesi beklenmektedir (Ma ve diğ., 2023).

Sonuç

Bu çalışmanın uygulama bölümünde sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik uygulamalara ilişkin tutumlarının tespiti amaçlanmıştır. Bu ana amaç çerçevesinde sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik uygulamalara ilişkin tutumlarının demografik özelliklere göre ve bilişim teknolojileri kullanımına göre farklılaşıp farklılaşmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. İstanbul'da çalışan sağlık çalışanlarının ana kütle olarak belirlendiği bu araştırmada, zaman ve maliyet kısıtları sebebiyle araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Beşli Likert Ölçeği kullanılarak oluşturulan anketler için toplam örneklem büyüklüğünden yola çıkılarak örnekleme alınacak kişi sayısına ulaşılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda; katılımcıların cinsiyetleri, çalışma durumları, çalışılan sektör, bilişim teknolojileri kullanım düzeyleri, bilişim teknolojileri kullanım süreleri, kullanılan teknolojik cihaz olarak bilgisayar ve kindle (e-kitap okuyucu) kullanımları, bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanımları ile YZ'ye yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

YZ'ye yönelik tutumların cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçüldüğünde erkek sağlık personelinin YZ'ye yönelik pozitif tutumlarının kadın sağlık personeline oranla yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu durum, erkeklerin YZ'ye daha fazla ilgi duyduğunu göstermektedir. Yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda da bu sonuç elde edilmiştir. Kadın katılımcıların YZ ile alakalı daha bilinçlendirilmesi için çeşitli eğitimler verilmesi önerilebilir.

Bilişim teknolojileri kullanım düzeyi iyi ve üzeri olan, bilişim teknolojileri kullanım süresi 4 saat ve üzeri olan, bilişim teknolojilerini sosyal ağlara bağlanmak amacıyla kullanan, sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik pozitif tutumlarının yüksek olmasının nedeni YZ'ye yönelik güncel gelişmeleri takip edebilme ve bilgi edinebilmelerinin daha kolay olması ve yeni teknolojilere daha fazla maruz kalmalarından kaynaklı olabilir.

Araştırma verileri nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılmış, Türkiye'de çalışan sağlık çalışanlarına ulaşılmıştır. Gelecek çalışmalarda nitel yöntemin kullanılması, çalışmanın Türkiye'nin bölgeleri bazında yapılması araştırmacılar ve sağlık çalışanları açısından yararlı olabilir. Bunun yanı sıra, teknolojilerdeki hızlı gelişme ve toplum üzerindeki derin etkileri göz önüne alındığında, YZ'ye yönelik tutumların düzenli olarak ölçülmesi gerekebilir.

Sağlık çalışanları, YZ'nin birçok faydalı uygulaması olduğunu, Türkiye için yeni ekonomik fırsatlar yaratacağını ve YZ'nin heyecan verici bir teknoloji olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca, mesleği hekim olan katılımcıların YZ'ye yönelik pozitif tutumları; mesleği sağlık yöneticisi-sağlık memuru olan katılımcılara oranla daha yüksek çıkmıştır. Sağlık hizmetlerinde YZ uygulamalarına bakıldığında çoğunlukla hastalıkların tanı ve teşhisini koyan kişilerin hekimlerin olmasından dolayı bu sonucun elde edilmesi çalışmanın teorik bölümlerinde yer alan bilgilerle çoğunlukla tutarlılık göstermiştir. Literatürde sağlık çalışanları ile diğer meslek grupları ya da tıp öğrencileri arasında karşılaştırma yapan çalışmalar da mevcuttur (Al-Qerem ve diğerleri, 2023; Hadithy, Lawati, Al-Zadjali, ve Sinawi, 2023). Sağlık çalışanlarının kendi aralarında kıyaslama yapılarak YZ'ye yönelik tutumlarına ilişkin araştırmaların yapılması önerilebilir. Bu araştırma, Türkiye'de sağlık çalışanlarının YZ'ye yönelik tutumlarını inceleyen ender çalışmalardandır. Gelecek araştırmalarda bu konuya ilişkin derinlemesine araştırmalar yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Agouri, H. E., Azizi, M., Attar, H. E., Khannoussi, M. E., Ibrahimi, A., Kabbaj, R., . . . Khannoussi, B. E., (2022). Assessment of Deep Learning Algorithms to Predict Histopathological Diagnosis of Breast Cancer: First Moroccan Prospective Study on an Private Dataset. *BMC Research Notes*, 15(66). <https://doi.org/10.1186/s13104-022-05936-1>
- Akalın, B. (2020). *Sağlık hizmetleri ve yönetiminde yapay zeka (1 bs.)*. İstanbul: Hiperlink.
- Alkış, N. ve Coşkunçay, D. F. (2021). Covid-19 salgınında hayat eve sığar (hes) uygulamasının kullanıcılar tarafından benimsenmesi: ampirik bir çalışma. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 14(4). <https://doi.org/10.17671/gazibtd.883789>
- Al-Qerem, W., Eberhardt, J., Jarab, A., Bawab, A. Q., Hammad, A., Alasmari, F., . . . Al-Beool, S. (2023). Exploring knowledge, attitudes, and practices towards artificial intelligence among health professions' students in Jordan. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 23. <https://doi.org/10.1186/s12911-023-02403-0>
- AstraZeneca. (2019). *Astrazeneca, yapay zekayla ilaç keşfini hızlandıracak*. Erişim adresi: <https://www.astrazeneca.com.tr/press-release/astrazeneca--yapay-zekayla-ilac-kefini-hzlandracak-.html#>
- Atalay, M. ve Çelik, E. (2017). Büyük veri analizinde yapay zeka ve makine öğrenmesi uygulamaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172. <https://doi.org/10.20875/makusobed.309727>
- AtomWise. (2015). *New ebola treatment using artificial intelligence*. Erişim adresi: <https://www.atomwise.com/2015/03/24/new-ebola-treatment-using-artificial-intelligence/>
- Avaner, E. B. (2018). Turing testi ışığında düşüncenin multidisipliner incelemesi III. *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 5(4), 183-192. Erişim adresi: https://jag.journalagent.com/tjob/pdfs/TJOB_5_4_183_192.pdf
- Aydın, N. (2020). Sağlıkta yeni bir dönem: mobil sağlık. *SmartJournal*, 6(38), 2438-2447. <http://dx.doi.org/10.31576/smryj.697>
- Bergdahl, J., Latikka, R., Celuch, M. ve Savolainen, L. (2023). Self-determination and attitudes toward artificial intelligence: cross-national and longitudinal perspectives. *Telematics and Informatics*, 82(1). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102013>
- Bohr, A. ve Memarzadeh, K. (2020). Current healthcare, big data, and machine Learning. A. Bohr, ve K. Memarzadeh (Ed.) *Artificial Intelligence in Healthcare* içinde (s. 1-24). Elsevier: Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818438-7.00001-0>
- Boşat, M., Önder, E. ve Arcagök, U., (2020). Augmented Reality Practices in Health Services: Literature Review. *Journal of Science and Technology*, 10(2), 67-72. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1366569>
- Boyd, M. ve Wilson, N. (2017). Rapid developments in artificial intelligence: how might the New Zealand government respond? *Policy Quarterly*, 13(4). <https://doi.org/10.26686/pq.v13i4.4619>
- Coşkun, F. ve Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay zekanın tarih içindeki gelişimi ve eğitimde kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3), 947-966. <https://doi.org/10.30964/auabfd.916220>
- Çelik, I. N., Arslan, F. K., Tunç, R. ve Yıldız, İ. (2021). İlaç keşif ve geliştirilmesinde yapay zekâ. *Ankara Eczacılık Fakültesi Dergisi*, 45(2), 400-427. <https://doi.org/10.33483/jfpau.878041>
- Çifçi, M. A., 2022. Derin öğrenme metodu kullanarak bt görüntülerinden akciğer kanseri teşhisi. Dokuz Eylül Üniversitesi Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi, 24(71), 487-500. <https://doi.org/10.21205/deufmd.2022247114>
- Çolakoglu, S. ve Yıldız, A. (2023). An analysis of the features, user reviews and potential of a mobile health application; albert health assistant. İzmir: 14. Tıp Bilişimi Kongresi. Erişim adresi: <https://albert.health/tr>
- Deloitte. (2019). *Intelligent drug discovery*. Diegam, Berkenlaan: Deloitte University EMEA CVBA. Erişim adresi: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/life-sciences-health-care/deloitte-ch-en-intelligent-drug-discovery.pdf>
- Demirdöğmez, M. (2022). Blockchain teknolojisi ve yapay zeka. E. B. Ceyhan, ve O. Yılmaz (Ed.) *Blockchain Teknolojisi-Güncel Teknolojilerle İlişkisi* içinde (s. 65-118). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Dhamija, P. ve Bag, S. (2020). Role of artificial intelligence in operations environment: a review and bibliometric analysis. *The TQM Journal*, 32(4), 869-896. <https://doi.org/10.1108/TQM-10-2019-0243>

- Díaz, P. I., Sampedro-Gómez, J., Sampedro-Gómez, J., Vicente-Palacios, V. ve Sanchez, P. L. (2019). Applications of artificial intelligence in cardiology. The future is already here. *Revista Española de Cardiología*, 72(12). <https://doi.org/10.1016/j.rec.2019.05.014>
- Diaz-Pernas, F. J., Martinez-Zarzuela, M., Anton-Rodriguez, M. ve Gonzalez-Ortega, D. (2021). A deep learning approach for brain tumor classification and segmentation using a multiscale convolutional neural network. *Healthcare*, 9(2), 153. <https://doi.org/10.3390/healthcare9020153>
- Doğan, P. K., Doğan, İ. ve Çetinkayalı, G. (2023). Spor bilimleri öğrencilerinin yapay zekaya yönelik tutumları ile iş bulma kaygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3407883>
- Dreesmann, N. J., Su, H. ve Thompson, H. J., (2022). A Systematic Review of Virtual Reality Therapeutics for Acute Pain Management. *Pain Management Nursing*, 23(5), 672-681. <https://doi.org/10.1016/j.pmn.2022.05.004>
- Ergüven, Ö. ve Ökten, S. (2022). Yapay zekânın mikrobiyolojide kullanımı. *Sağlık Bilimlerinde Yapay Zeka Dergisi*, 2(2), 1-12. <https://doi.org/10.52309/jaihs.v2i2.41>
- Farina, E., Nabhen, J. J., Dacoregio, M. I., Batalini, F. ve Moraes, F. Y. (2022). An overview of artificial intelligence in oncology. *Future Science OA*, 8(4). <https://doi.org/10.2144/fsoa-2021-0074>
- Güzel, M. (2021). Yapay zekânın ilaç geliştirme çalışmalarındaki rolü. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Platformu*(58), 28-31. Erişim adresi: <https://sdplatform.com/yapay-zekanin-ilac-gelistirme-calismalarindaki-rolu/>
- Gilson, A., Safranek, C., Huang, T., Socrates, V., Chi, L., Taylor, R. A. ve Chartash, D. (2022). How does chatgpt perform on the medical licensing exams? The implications of large language models for medical education and knowledge assessment. *medRxiv*. <https://doi.org/10.2196/45312>
- Gupta, A. ve Waldron, A. (2023). *A responsible path to generative ai in healthcare*. Erişim adresi: <https://cloud.google.com/blog/topics/healthcare-life-sciences/sharing-google-med-palm-2-medical-large-language-model>
- Hadithy, Z. A., Lawati, A. A., Al-Zadjali, R. ve Sinawi, H. A. (2023). Knowledge, attitudes, and perceptions of artificial intelligence in healthcare among medical students at Sultan Qaboos University. *Cureus*, 15(9). <https://doi.org/10.7759/cureus.44887>
- Hosny, A., Parmar, C., Quackenbush, J., Schwartz, L. H. ve Aerts, H. J. (2018). Artificial intelligence in radiology. *Nature Reviews Cancer*, 18(8), 500-510. <http://doi.org/10.1038/s41568-018-0016-5>
- Howard, J. (2019). Artificial intelligence: Implications for the Future of Work. *Am J Ind Med*, 62(11), 917-926. <https://doi.org/10.1002/ajim.23037>
- Imaging Technology News. (2023). *İCAD and Google health expand integration of google's ai technology with İCAD's profound breast health suite for 2d mammography for use as independent reader*. Erişim adresi: <https://www.itnonline.com/content/icad-and-google-health-expand-integration-google's-ai-technology-icad's-profound-breast>
- Insider Intelligence. (2022). *Big pharma is using AI and machine learning in drug. Discovery and development to save lives*. Erişim adresi: <https://www.emarketer.com/topics/industry/digital-health>
- Insilico Medicine. (2023). *Insilico medicine presents at future investment initiative conference in Riyadh*. Erişim adresi: <https://www.eurekalert.org/news-releases/1005417>
- Jabeen, K., Khan, M. A., Alhaisoni, M., Tariq, U., Zhang, Y.-D., Hamza, A., . . . Damaševičius, R. (2022). Breast cancer classification from ultrasound images using probability-based optimal deep learning feature fusion. *Sensors*, 22(3), 807. <https://doi.org/10.3390/s22030807>
- Jiang, F., Jiang, Y., Zhi, H. ve Dong, Y. (2017). Artificial intelligence in healthcare: Past, present and future. *Stroke and Vascular Neurology*, 2(4). <https://doi.org/10.1136/svn-2017-000101>
- Kann, B. H., Hosny, A. ve Aerts, H. J. (2022). Artificial intelligence for clinical oncology. *Cancer Cell*, 39(7), 916-927. <https://doi.org/10.1016/j.ccell.2021.04.002>
- Karakuş, O., Yorulmazlar, M. M., Çetin, A. ve Özsoy, D. (2023). Examining the attitudes of e-sports players towards artificial intelligence technologies. *International Journal of Recreation and Sport Science*, 7(1), 18-25. <https://doi.org/10.46463/ijrss.1361388>

- Kaya, F., Aydın, F., Schepman, A., Rodway, P., Yetişensoy, O. ve Kaya, M. D. (2022). The roles of personality traits, AI anxiety and demographic factors in attitudes toward artificial intelligence. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(2), 1-18. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2151730>
- Kour, S., Biswas, I., Sheoran, S. ve Arora, S. (2023). Artificial intelligence and nanotechnology for cervical cancer treatment: current status and future perspectives. *Journal of Drug Delivery Science and Technology*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.jddst.2023.104392>
- Kum, Ö. (2023). Grafik tasarım bölümü öğrencilerinin yapay zekaya yönelik tutumları (Tokat ili örneği). *Sosyal Bilimler Ekev Akademi Dergisi*(96), 172-181. <https://doi.org/10.17753/sosekev.1381995>
- Kurtuluş, K., 2010, *Araştırma yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Kwak, Y., Ahn, J.-W. ve Seo, Y. H. (2022). Influence of AI ethics awareness, attitude, anxiety and self-efficacy on nursing students' behavioral intentions. *BMC Nursing*, 21(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s12912-022-01048-0>
- Londhe, V. Y. ve Bhasin, B. (2019). Artificial intelligence and its potential in oncology. *Drug Discovery Today*, 24(1), 228-232. <http://doi.org/10.1016/j.drudis.2018.10.005>
- Ma, L., Yu, S., Xu, X., Amadi, S. M., Zhang, J. ve Wang, Z. (2023). Application of artificial intelligence in 3d printing physical organ models. *Mater Today Bio*.
- Martin, B. A., Jin, H. S., Wang, D., Nguyen, H., Zhan, K. ve Wang, Y. X. (2020). The influence of consumer anthropomorphism on attitudes towards artificial intelligence trip advisors . *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 108–111. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.004>
- Matias, Y. Ve Corrado, G. (2023). *Our latest health AI research updates*. Erişim adresi: <https://blog.google/technology/health/ai-llm-medpalm-research-thecheckup/>
- McCarthy, J. (2004). What Is Artificial Intelligence?
- McKinney, S. M., Sieniek, M., Godbole, V., Godwin, J., Antropova, N., Ashrafi, H., . . . Halling-Brown, M. (2020). International evaluation of an AI system for breast cancer screening. *Nature*(577), 89-94. <http://doi.org/10.1038/s41586-019-1799-6>
- Medikaynak. (2020). *İlaç geliştirmede yapay zeka kullanımı*. Erişim Adresi: medikaynak.com/n/ilac-gelistirmede-yapay-zeka-kullanimi
- Millington, I. ve Funge, J. (2009). *Artificial intelligence for games* (2 b.). Boca Raton: CRC Press.
- Moritz, S., Romeike, B., Stosch, C. ve Tolks, D. (2023). Generative AI (gAI) in medical education: Chat-GPT and co. *GMS Journal for Medical Education*, 40(4), 1-9. <http://doi.org/10.3205/zma001636>
- Mullard, A. (2017). The drug-maker's guide to the galaxy. *Nature*, 549, 445-447. <http://doi.org/10.1038/549445a>
- Neapolitan, R. E. ve Jiang, X. (2018). *Artificial intelligence with an introduction to machine learning* (2 bs.). New York: Chapman and Hall/CRC.
- Narin, A., Kaya, C. ve Pamuk, Z., (2021). Automatic detection of coronavirus disease (covid-19) using x-ray images and deep convolutional neural networks. *Patterns Analysis and Applications*, Cilt 24, 1207-1220. <http://doi.org/10.1007/s10044-021-00984-y>
- NVIDIA. (2016). *NVIDIA teams with national cancer institute, U.S. department of energy to create AI platform for accelerating cancer research*. Erişim adresi: <https://nvidianews.nvidia.com/news/nvidia-teams-with-national-cancer-institute-u-s-department-of-energy-to-create-ai-platform-for-accelerating-cancer-research>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *Recommendation of the council on artificial intelligence*. Erişim adresi: <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0449>
- Oğuz, S. C. (2022). E-Devlet Uygulamaları Kapsamında HES Kodu Uygulaması ve Kişisel Verilerin Korunması. *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 9(1), 21-28. <http://doi.org/10.5505/tjob.2022.59454>
- Özdet, B. Ve İçer, S., (2022). Akciğer bilgisayarlı tomografi görüntülerinde görüntü işleme uygulamaları ile tümörlerinin tespit edilmesi. *Bursa Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 27(1), 135-150. <https://doi.org/10.17482/uumfd.947619>

- Pacal, I., (2022). Deep learning approaches of breast cancer in ultrasound (us) images. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 12(4), 1917-1927. <https://doi.org/10.21597/jist.1183679>
- Parvathaneni, M., Awol, A. K., Kumari, M., Lan, K. ve Lingam, M. (2023). Application of artificial intelligence and machine learning in drug discovery and development. *Journal of Drug Delivery & Therapeutics*, 13(1), 151-158. <http://dx.doi.org/10.22270/jddt.v13i1.5867>
- Priyadharsini, M., Mallika, S. S., Karuppasamy, K. ve R, S. (2022). Drug discovery for alzheimer's disease using machine learning [Öz]. 2022 8th International Conference on Advanced Computing and Communication Systems (ICACCS) sunulan bildiri, Coimbatore, India. Erişim adresi: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9785277>
- Pricewaterhouse Coopers. (2017). What doctor? Why AI and robotics will define new health. Erişim adresi: <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/docs/what-doctor-why-ai-and-robotics-will-define-new-health.pdf>
- Pricewaterhouse Coopers. (2018). The macroeconomic impact of AI, 1-75. Erişim adresi: <https://www.pwc.co.uk/economic-services/assets/macroeconomic-impact-of-ai-technical-report-feb-18.pdf>
- Rahaman, M. M., Millar, E. K. A. ve Meijering, E., (2023). Breast cancer histopathology image-based gene expression prediction using spatial transcriptomics data and deep learning. *Scientific Reports*, 13. <http://doi.org/10.1038/s41598-023-40219-0>
- Sarbadhikari, S., ve Sarbadhikari, S. (2020). The global experience of digital health interventions in covid-19 management. *Journal of Public Health*, 64(6), 117. http://doi.org/10.4103/ijph.IJPH_457_20
- Schepman, A., ve Rodway, P. (2020). Initial validation of the general attitudes towards artificial intelligence scale. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100014>
- Schepman, A., ve Rodway, P. (2023). The general attitudes towards artificial intelligence scale (GAAIS): confirmatory validation and associations with personality, corporate distrust, and general trust. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(13), 2724-2741. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2085400>
- Schneider, P., Walters, W. P., Plowright, A. T., Sieroka, N., Listgarten, J., Jr, R. A., . . . Ko. (2020). Rethinking drug desing in the artificial intelligence Era. *Nature Reviews Drug Discovery*, 19, 353-364. <http://doi.org/10.1038/s41573-019-0050-3>
- Serbaya, S. H., Khan, A. A., Surbaya, S. H., ve Alzahrani, S. M. (2024). Knowledge, attitude and practice toward artificial intelligence among healthcare workers in private polyclinics in Jeddah, Saudi Arabia. *Advances in Medical Education and Practice*, 15, 269-280. <http://doi.org/10.2147/AMEPS448422>
- Shaheen, M. Y. (2021). Applications of artificial intelligence (AI) in healthcare: A review. *ScienceOpen Preprints*. <http://doi.org/10.14293/S2199-1006.1.SOR-PPVRY8K.v1>
- Shia, W.-C. ve Chen, D.-R., 2021. Classification of malignant tumors in breast ultrasound using a pretrained deep residual network model and support vector machine. *Computerized Medical Imaging and Graphics*, 87, 101829. <https://doi.org/10.1016/j.compmedimag.2020.101829>
- Shimizu, H., ve Nakayama, K. I. (2020). Artificial intelligence in oncology. *Cancer Science*, 111(5), 1452-1460. <https://doi.org/10.1111/cas.14377>
- Shirkin, R. (2020). *Artificial intelligence : the complete beginners' guide to artificial intelligence: step-by-step guide for beginners*. Amazon KDP Printing and Publishing.
- Singhal, K., Tu, T., Gottweis, J., Sayres, R., Wulczyn, E., Hou, L., . . . Green, B. (2023). Towards expert-level medical question answering with large language models. *Computation and Language*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.09617>
- Subin, L. (2021). Artificial intelligence and sustainable development in China. *Chinese Economy*, 54(4), 235-248. <http://doi.org/10.1080/10971475.2020.1857062>
- Sung, H., Ferlay, J., Siegel, R. L., Laversanne, M., Soerjomataram, I., Jemal, A., ve Bray, F. (2021). Global cancer statistics 2020: globocan estimates of incidence and mortality worldwide for 36 cancers in 185 countries. *CA: A Cancer Journal for Clinicians*, 71(3), 209-249. <http://doi.org/10.3322/caac.21660>
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6 bs.). Boston: Pearson Educaiton.

- Tan, Ç., Ceylan, Y., ve Öztürk, O. (2023). Öğretmenlerin yapay zekaya karşı tutumlarının incelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(67), 72-83. <http://doi.org/10.29228/SOBIDER.73772>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). *Bölgesel istatistikler*. <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/degiskenlerUzerindenSorgula.do>
- Vecchio, D. D., Stein, M. J., Dayan, E., Marte, J. ve Theodorou, S. (2023). Nanotechnology and Artificial Intelligence: An Emerging Paradigm for Postoperative Patient Care. *Aesthetic Surgery Journal*, 43(7), 748-757. <http://doi.org/10.1093/asj/sjad071>.
- Verma, V. K., ve Verma, S. (2022). Machine learning applications in healthcare sector: an overview. *Materials Today Proceedings*, 57(5), 2144-2147. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.12.101>
- Vua, H. T., ve Lim, J. (2022). Effects of country and individual factors on public acceptance of artificial intelligence and robotics technologies: a multilevel sem analysis of 28-country survey data. *Behaviour & Information Technology*, 41(7), 1515-1528. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1884288>
- WHO. (2015). *mHealth programmes are sponsored by government*. <https://www.who.int/data/gho/indicator-metadata-registry/imr-details/4774>
- Witowski, J., Heacock, L., Reig, B., Kang, S. K., Lewin, A., Pysarenko, K., . . . Moy, L. (2009). Improving breast cancer diagnostics with artificial intelligence for MRI. *Science Translational Medicine*, 14(664). <https://doi.org/10.1126/scitranslmed.abo4802>
- Xu, Y., Liu, X., Cao, X., Huang, C., Liu, E., Qian, S., . . . Zhan, J. (2021). Artificial intelligence: a powerful paradigm for scientific research. *The Innovation*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.xinn.2021.100179>
- Yilmaz, A. (2020). *Yapay zeka*. Kodlab.
- Yang, L., Wu, J., Mo, X., Chen, Y., Huang, S., Zhou, L., . . . Xie, X. (2023). Changes in Mobile Health Apps Usage Before and After the COVID-19 Outbreak in China: Semilongitudinal Survey. *JMIR Public Health Surveill*, 9. <http://doi.org/10.2196/40552>
- Yu, K.-H., Beam, A. L. ve Kohane, I. S. (2018). Artificial Intelligence in Healthcare. *Nature Biomedical Engineering*(2), 719-731. <http://doi.org/10.1038/s41551-018-0305-z>
- Zakareya, S., Izadkhah, H. ve Karimpour, J., (2023). A new deep-learning-based model for breast cancer diagnosis from medical images. *Diagnostics*, 13(11), 1944. <https://doi.org/10.3390/diagnostics13111944>
- Zeng, C., Guo, X., Wen, W., Shi, J., Long, J., Cai, Q., . . . Zheng, W., (2020). Evaluation of Pathogenetic Mutations in breast cancer predisposition genes in population-based studies conducted among Chinese women. *Breast Cancer Research and Treatment*. 181(2), 465-473. <http://doi.org/10.1007/s10549-020-05643-0>.
- Zhang, B., ve Dafoe, A. (2019, Ocak 19). *Artificial Intelligence: American Attitudes and Trends*. Erişim adresi: <https://ssrn.com/abstract=3312874>
- Zheng, X. T., Yang, Z., Sutarlie, L., Thangaveloo, M., Yu, Y., Salleh, N. A., . . . Tee, B. C. (2023). Battery-Free and AI-Enabled Multiplexed Sensor Patches for Wound Monitoring. *Science Advanced*, 9(24), 1-14. <https://doi.org/10.1126/sciadv.adg6670>.

Extended Abstract

Purpose: The research aims to evaluate the attitudes of healthcare professionals in artificial intelligence applications and determine whether these attitudes vary according to demographic characteristics and use of information technologies.

Design and Methodology: The study population consists of individuals working in healthcare institutions in Turkey. According to the data published by the Turkish Statistical Institute (TUIK), the total number of healthcare personnel is 770611 (TUIK, 2021). Since it was not possible to reach the population, a sample was determined and a survey was conducted. The sample of the study was selected from 770611 healthcare personnel using the convenience sampling method. The sample size for the population in question was

calculated as 384 with a 95% confidence interval and a 5% sampling error. In this context, assuming that some surveys may be invalid, it was applied to 391 volunteer participants and 386 evaluable survey forms were obtained. A quantitative research method was used in the study and a two-part survey form was used as a data collection tool. The first part, which questions demographic characteristics, and the second part, which questions the attitudes of healthcare professionals toward AI applications, were created as a result of the relevant literature review. The first part of the survey includes 12 questions related to the socio-demographic characteristics of the participants and the use of information technologies. The second section, which questions the attitudes of healthcare professionals towards AI applications, the “General Attitude Towards AI Scale”, which was developed by Schepman and Rodway (2020) and adapted into Turkish and validated by Kaya et al. (2022), was applied. The scale consists of two sub-dimensions, negative attitude towards AI and positive attitude towards AI, and contains 20 questions. Negative attitudes toward AI are reverse-coded. When evaluating the statements on the scale, “5” indicates the highest perceived agreement (strongly agree), and “1” indicates the lowest perceived agreement (strongly disagree). In the study to which the scale was adapted, it was determined that the Cronbach’s Alpha values were between 0.82 and 0.88; reliability values were 0.77 for positive attitude and 0.83 for negative attitude. The data obtained in the study were analyzed using the SPSS 21 program. In the study, the values related to the scales were presented through “mean” and “standard deviation” values, and the data related to demographic variables were presented through “frequency distributions”. “Alpha coefficient (Cronbach’s alpha) was used to measure the reliability of the scale. “Factor analysis” was performed to test the validity of the scale and to determine the variables in the scale, “factor average” was used to get the average of the variables; “normality test” was used for the suitability of the variables to a normal distribution and “independent groups t-test” and “one-way variance analysis” were used to measure whether the difference between the obtained factors was significant.

Findings: As a result of the analysis, there are significant differences between gender, education status, profession, income level, employment status, sector of employment, usage levels of information technologies, usage methods of information technologies, usage of computers and Kindle (e-book readers) as technological devices, usage of information technologies to connect to social networks and their attitudes towards AI.

Research Limitations: The study population consists of individuals working in health institutions in Turkey. The surveys were filled out online by individuals who agreed to participate in the study. The responses of all healthcare workers who answered the questions completely were accepted. The sample population was limited because it would be very difficult to reach the population of the study in terms of cost and time. However, the fact that those who do not have internet access cannot participate in the study may also be among the limitations of this study. For this reason, it cannot be claimed that the findings obtained as a result of the study represent the entire population.

Implications (Theoretical, Practical, and Social): When it is measured whether the attitudes towards AI differ according to the gender variable, it is concluded that the positive attitudes of male participants towards AI are higher than those of female participants. This result shows that men are more interested in AI. This result has been obtained in the vast majority of studies. It can be suggested that various trainings be provided to make female participants more aware of AI. The reason why healthcare professionals with a good or higher level of information technology usage, who use information technologies for 4 hours or more, and who use information technologies to connect to social networks have high positive attitudes towards AI may be since it is easier for them to follow current developments and obtain information about AI and that they are more exposed to new technologies. The research data was collected using the quantitative research method and healthcare professionals working in Turkey were reached. In future studies, using the qualitative method and conducting the study based on regions in Turkey may be beneficial for researchers and healthcare professionals. In addition, considering the rapid developments in technologies and their profound effects

on society, attitudes towards AI may need to be measured regularly. Healthcare workers think that AI has many beneficial applications, will create new economic opportunities for Turkey, and that AI is an exciting technology. In addition, the positive attitudes of participants who are physicians towards AI were higher than those who are health managers and health officers. When we look at AI applications in healthcare services, since physicians are the ones who mostly diagnose diseases, this result is mostly consistent with the information in the theoretical sections of the study. It is recommended that healthcare workers be compared among themselves and that research on their attitudes towards AI be conducted. It is recommended that in-depth research be conducted on this subject in future studies.

Originality/Value: The study can be considered important in terms of contributing to the literature, since there are no sufficient and up-to-date studies on the subject in the literature. There are studies in the literature that measure attitudes towards AI by comparing healthcare professionals with other professional groups or medical students, but there are few studies that examine the attitudes towards AI by comparing healthcare professionals among themselves. This study is one of the rare studies that examines the attitudes of healthcare professionals towards AI in Turkey.

The Role of Gamification in Maximizing Sales Team Performance*

Meriç Esat BEBİTOĞLU¹ Furkan Alp SARIÇAM²

Başvuru Tarihi/Submitted: 02.09.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 09.04.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Abstract

Games are enjoyable systems and processes that aim to win, are based on strategy, require communication, and provide pleasant times for participants. Business life strives to have these characteristics as well. This may be a key reason for the emergence of gamification as a prominent topic in the field of management science over recent decades. The literature contains numerous studies on gamification, which have been conducted on several different topics. These include employee engagement and performance, job satisfaction, training, human resources practices, and well-being. Nevertheless, there is a paucity of empirical research investigating the measurement of specific goals and outcomes, including remuneration. This study is based on an empirical investigation of the hypothesis that salespeople will be more successful in achieving goals over a period of time through the application of gamification strategies. The research, which is a case study, brings a different perspective to the employee's efforts to achieve the given goal and proposes a dynamic and contemporary approach to effective sales channel management. The case study was conducted with 104 sales representatives of a leading insurance company in Türkiye between January 2021-March 2022. The implementation of a gamified sales league, which entails the enhancement of product focus and the provision of immediate feedback, serves to create a competitive environment for sales representatives. As an important outcome; the sales league results in a significant increase in sales during a given period, with no additional benefit to the agents and sales representatives, while the company benefits from the enhanced performance of the sales team, which is driven by the competitive environment of the sales league.

Keywords: Gamification, remuneration, performance management, sales management, insurance.

JEL Codes: M1, M5, J3, O3

* Bu makale, Bahçeşehir Üniversitesinde Dr. Öğr. Üyesi Meriç Esat BEBİTOĞLU danışmanlığında, Furkan Alp SARIÇAM tarafından hazırlanan ve 2022 yılı Mayıs ayında sunulan "Effect of Game Design Elements on Sales Performance: Application in an Insurance Company's Non-Life Agency Channel Sales Department" başlıklı tezinden üretilmiştir. This article was produced from the thesis titled "Effect of Game Design Elements on Sales Performance: Application in an Insurance Company's Non-Life Agency Channel Sales Department" prepared by Furkan Alp SARIÇAM under the consultancy of Dr. Lecturer Meriç Esat BEBİTOĞLU at Bahçeşehir University and presented in May 2022.

1 İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi İdari Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, bebitoglu@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5013-913X

2 HDI Sigorta Anonim Şirketi, furkanalpsaricam@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7947-8303

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.



Satış Ekibi Performansının En Üst Düzeye Çıkarılmasında Oyunlaştırmanın Rolü

Öz

Oyunlar kazanmayı hedefleyen, stratejiye dayalı, iletişim gerektiren, katılımcılara keyifli zamanlar yaşatan eğlenceli sistem ve süreçlerdir. İş hayatı da bu özelliklere sahip olmak için çabalar. Oyunlaştırmanın son yıllarda yönetim biliminde en çok öne çıkan konulardan biri olmasının nedenlerinden biri de bu olabilir. Literatürde oyunlaştırma üzerine birçok farklı konuda yapılmış çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunlar arasında çalışan bağlılığı ve performansı, iş tatmini, eğitim, insan kaynakları uygulamaları ve refah yer almaktadır. Literatürde, ücretlendirme de dahil olmak üzere, belirli hedef ve sonuçların ölçümünü inceleyen ampirik araştırma sayısı oldukça azdır. Bu çalışma, satış personelinin, belirli bir süre içinde, oyunlaştırma stratejilerinin uygulanmasıyla hedeflere ulaşma konusunda daha fazla başarı elde edeceği hipotezine yönelik ampirik bir araştırmaya dayanmaktadır. Örnek olay analizi niteliğindeki araştırma verilen hedefin çalışan tarafından gerçekleştirilmesi çabalarına farklı bir bakış açısı getirerek etkin satış kanalı yönetimine de dinamik ve çağdaş bir yaklaşım önermektedir. Örnek olay analizi çalışması, Türkiye'nin önde gelen bir sigorta şirketinin 104 kişilik satış temsilcisi grubu ile Ocak 2021-Mart 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Ürün odağının geliştirilmesini ve anında geri bildirim sağlanmasını içeren oyunlaştırılmış bir satış liginin uygulanması, satış temsilcileri için rekabetçi bir ortam yaratmaya hizmet etmektedir. Önemli bir çıktı olarak satış ligi, acentelere ve satış temsilcilerine ek bir fayda sağlamadan belirli bir dönemde satışlarda önemli bir artışla sonuçlanırken, şirket, satış liginin rekabetçi ortamı tarafından yönlendirilen satış ekibinin artan performansından yararlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Oyunlaştırma, Ücretlendirme, Performans yönetimi, Satış yönetimi, Sigortacılık

JEL Kodları: M1, M5, J3, O3

Introduction

The digital gaming industry is currently experiencing a period of substantial growth. Projections indicate that by 2027, the industry's value will reach \$521 billion, with user numbers anticipated to reach 3.1 billion (Statista, 2022). According to a report by Reuters (2024), which drew on data from Newzoo, a prominent data platform specializing in market research and analysis within the gaming industry, by the conclusion of 2024, the projected number of users for 2027 had already been surpassed, reaching a total of 3.42 billion players. This substantial increase in user base has resulted in generated revenues amounting to \$187.7 billion. Consequently, businesses and brands in various sectors are recognizing the potential of incorporating gaming elements to enhance customer interaction, boost engagement, and cultivate loyalty (Deterding et al., 2011). Gamification has been demonstrated to provide businesses with a significant competitive advantage, which is the primary factor contributing to its proliferation across various industries such as banking, retail, and music streaming (Jacobides et.al, 2024). Gamification is poised to confer significant advantages in the development of digital and B2B businesses. One notable example is the insurance sector, which is undergoing a transformation through the integration of gamification principles into its digital framework. This integration not only enhances the user experience but also enables the adaptation to B2B models, facilitated by the emergence of agency-based structures. Gamification as a concept refers to the utilisation of game architecture principles and dynamics in non-game settings, including commercial realms, academic institutions, and medicinal practices. It encompasses the incorporation of game components, such as rewards, status symbols, competitive rankings, and challenges, with the objective of stimulating and engaging individuals in tasks that are typically perceived as uninteresting or uninspiring (Bawa 2023; Kapp, 2012).

Using gamification in the contemporary business ecosystem has garnered substantial interest in recent years, with proponents suggesting it may serve as an effective strategy to enhance employee engagement and performance (Aziz et al., 2017). Marache-Francisco and Brangier (2015), Du Vernet et al. (2016), and Swacha (2016) have noted that there are a variety of contexts in which gamification is currently being used, such as the work environment, the educational field, social settings, human-computer interaction, and corporate information systems. A comprehensive list of gamification studies on organizational behaviour and human resources practices is provided in Table 1, compiled by Kalafatoğlu (2020). As illustrated in Table 1, the majority of studies examined concentrate on the concepts of work engagement and motivation. It is believed that both concepts can contribute to the enhancement of sales performance. Gamification is effective in managing human capital in training, encouraging healthy choices, or recruitment and selection processes as given in literature review section. For example according to Cugelman (2013) gamification in health contexts aims to promote healthier behaviors and adherence to treatment regimens through motivational incentives and progress tracking. Rather than education and health practices Pečiūra and Žukauskaitė (2024) conducted a rigorous evaluation of the relationship between gamification and organizational socialization outcomes, as well as the impact of competition on organizational commitment. Even the usage of gamification in journalism has been highlighted by JA et.al. (2024) and usage of gamification for the sake of the society like being a good citizen is designed by governments and municipalities under the thema of 'gamification of citizenship' (Mills, 2025). However, it is rare for gamification to be adopted in remuneration systems that are understood in a strict sense. The issue identified in our study is that, despite a substantial body of research examining the use of gamification in business contexts, there is a paucity of rigorous studies that employ quantitative data, including employee performance metrics and remuneration. Our study is assumed to have these properties. On the other hand, Wozniak (2015) posits that certain solutions that are characteristic of gamification have simply become management practices, additionally emphasised that management boards are uncertain as to whether the introduction of this measure would be accepted by the employees. In addition to concepts such as healthcare, education, and language (vocabulary) development, distance learning, management is also one of the areas where gamification is used. Sales team management is considered to be within this scope. The present study examines the impact of gamification on sales performance, with a focus on the introduction of a gamified sales league to the sales representatives of a leading

company in Türkiye. The study encompasses not only the field of organizational behaviour and human resources practices, but also the remuneration of employees in numerical figures.

The limitations of gamification in organizations can be broadly categorised into two primary concerns: the potential for employee conflict and the possibility of long-term loss of motivation. Dale (2014) identifies the former as a significant challenge, noting that the intrinsic motivational pull of the game itself may foster internal tensions in gamified work environments. Furthermore, prolonged engagement with gamified tasks may result in a decline in intrinsic motivation, particularly if the tasks become less engaging over time. The utilisation of this methodology (Cardador et al., 2016; Seaborn and Fels, 2015) and a specific psychological profile that characterizes a player (Hamari et al., 2014) are also pertinent considerations. Given the prevalence of gamification as a consumer engagement tool among institutions and companies, this study was conducted with empirical research on the non-life agency channel of an insurance company in Türkiye. The subsequent sections will expound on the contributions of the study to the existing literature, the gaps it will fill, and the distinctions and commonalities between them. The analysis section will then proceed to discuss the application of the study in a real-world working environment and the results obtained. The conclusion and discussion section will address the limitations and future implications of the study and will explore the potential of gamification to enhance the performance of sales teams.

Literature Review

Gamification can be defined as the utilisation of game design elements in contexts that are not inherently game-like (Deterding et.al., 2011). De-Marcos et al. (2014) emphasised the importance of engaging people and solving problems. Gamification can be defined as the process of enhancing services with motivational affordances in order to elicit gameful experiences and, subsequently, behavioural outcomes. (Hamari et. al., 2014). Seaborn and Fels (2015), Woźniak (2015), Werbach and Hunter (2012) and Zichermann and Cunningham (2011) identified the structural elements that elicit interest in playing a game and render it appealing to individuals through the influence of familiar psychological mechanisms, such as:

- Points (feedback provided to players regarding their performance, expressed in numerical values)
- Badges (status symbols or achievements in the game, representing wins or losses. General performance feedback for users)
- Leaderboards (the basic comparison tools for the position of the player or user)
- Challenges (the tasks that a player should complete in the gamified experience)
- Rewards (extrinsic or intrinsic, according to the value)

In the literature, there are various studies on the application area of gamification in education, distance learning, word development and other education-based subjects. For example, gamification has proven to be particularly effective in English language teaching, helping to motivate learners, engage the in-classroom activities and improve language retention (Pădurean, 2024). Gamification offers a simple yet powerful approach to motivate students (Islam et.al., 2025). Also, Amirbayeva (2024) investigates the application of gamification as a supplementary tool in education, paying particular attention to how it can enhance reading, vocabulary, and writing skills in a course in Advanced English whereas Sun and Li (2025) expressed the idea of game-based learning and the bonding between psychology and academic performance. According to the findings of Sánchez (2025) study; gamification is a motivating approach in higher education. About training of employees Bitrián et.al. (2024) identified gamification strategies to increase success of e-training systems. Yıldız et. al. (2023) investigated the effect of gamification on pre-service social studies teachers' technology acceptance. According to the findings, gamification had significant effects on pre-service teachers' perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward use, facilitating conditions, technological complexity, perceived enjoyment, and behavioral intentions.

Apart from the educational and behavioral point of view a distinct approach is held by Konzack (2024) as Gamification and Industry 4.0. Gamified smart manufacturing investigates how the transformative shift of production and manufacturing opens up for gamified experiences in the work place. There are studies observed about finance and banking; Lai and Langley (2023) examine how digital gamification techniques, which incorporate video gaming elements into apps, are reshaping the logics and practices of intermediation that are core to FinTech economies and Viet Tam et. al. (2024) explores the influence of gamification on level of acceptance of digital banking by users.

In the literature of human-computer interaction (HCI), gamified business projects are typically analysed in the context of motivational theories of self-determination and goal-setting. HumanComputer Interaction (HCI) is a multidisciplinary field exhibiting increasing significance in the modern world, shaping our interactions with technology and transforming our daily lives. HCI plays a critical role in bridging the gap between human capabilities and technological break throughs (Stephanidis & Salvendy 2024). In contrast to other mammals, human beings are capable of self-improvement and self-control in their environment. These abilities are essential for human well-being and development.

Moreover, the application of gamification may be particularly beneficial for the Millennial generation who are supposed to be the current sales employees of the companies today. Although gamification has the potential to capture the attention of individuals across all demographic groups, when integrated with technology, Millennials may derive greater benefit, given their familiarity with video games. A recent study indicates that the mean age of the video gaming population is 34 years, with 39% of game purchasers being women and 61% being men (Kalafatoglu, 2020). The empirical and conceptual studies on gamification were reviewed by Kalafatoğlu (2020) and are summarised by the authors according to topics in Table 1.

Table 1

Conceptual and Empirical Studies that Examined Gamification

Conceptual Studies	Motivation	Perf. Man	Training	Work Engagement	Well-being	Innovation	Commun	Hr Man.
Armstrong and Landers (2018)			✓					
Bhattacharyya et al. (2018)				✓				
Cardador et al. (2017)		✓						
ChamorroPremuzic et al. (2017)								✓
Ergle D. (2015)				✓				
Johnson et al. (2016)					✓			
Kumar and Raghavendran (2015)				✓				
Marlow et al. (2016)			✓					
Oravec (2015)					✓			
Robson et al. (2016)				✓				
Saranghi and Shah (2015)				✓				
Trees (2015)				✓				✓
Woźniak (2015)								✓

Emprical studies	Motivation	Perf. Man	Training	Work Engagement	Well-being	Innovation	Commun	Hr Man.
Mekler et al. (2017)	✓	✓						
Liu et al. (2018)	✓	✓		✓				
Scheiner (2015)	✓							
Katzlinger (2017)								✓
Garcia et al. (2017)			✓					
Baxter et al. (2017)			✓					
Ergle D. (2016)				✓				
Cheng (2017)					✓			
Araujo and Pestana (2017)					✓			
Patricio, R. (2017)						✓		
Dulskaia et al. (2017)							✓	
Piras et al. (2017)							✓	
Vinichenko et al. (2016)								✓

Source: Kalafatoğlu (2020), complied by the authors.

According to Kalafatoğlu's (2020) compilation the majority of these studies represent examples of organizational behaviour and human resources practices, especially clustered on work engagement and motivation. The part of the study that gives a clue for our study is the existence of studies on performance management. At this juncture, the performance of the sales team is a subject of interest. According to Izmir (2025), contemporary purchasing decisions are evaluated with a broad strategic perspective, and these decisions are made with the help of expert teams or networks. In this context, sales centers are defined as dynamic and flexible structures where employees from different fields of expertise come together in line with a common goal. It can be said that there is an interdisciplinary approach in the functioning principle of sales centers. A critical aspect of sales center effectiveness involves striking a delicate balance between behavioral and result-oriented control systems. This balance enables sales center members to achieve short-term results while cultivating long-term relationships, a fundamental tenet of the relational marketing paradigm. The result-oriented nature of sales center employees, who often receive incentives such as commissions and bonuses, subjects them to more objective evaluation criteria (Izmir, 2025). The advent of gamification is predicted to emerge as a pivotal instrument in the management of sales and, naturally, the purchasing function within the sales center paradigm.

Similarly, Sharma et al. (2024) also examined the 20 most cited articles on the principles of gamification and their applicability in the business world. Rocha et. al. (2019) executed an empirical study to adopt the gamification to train sellers and professionals through a sales simulator game, as a strategy to minimize sales problems in organizations. Results indicated that the use of predictive gamification allowed mitigating future problems, in average, four months in advance of the arrival of the new products at the points of sale. Vardarlier and İnan (2017) put forth a proposal to enhance the performance of sales personnel through the implementation of gamification strategies. The integration of game dynamics with an analysis of player profiles and the identification of motivational sources was recommended as a potential approach. For example, Mueller (2024) investigates the potential of integrating gamification into development and operations (DevOps) practices to overcome common challenges such as lack of motivation, engagement,

and collaboration within software development and operations teams. Also, Elsalmy et. al. (2025) focused on identifying, assessing, and mitigating gamification risks in agile software enterprises.

A study that bears some resemblance to our study is Woźniak's (2020) Gamification for Sales Incentives. In this study, Woźniak examined the gamification setup that would be optimal for sales personnel, the type of reward that would satisfy them, and the potential outcomes of such rewards. However, the study did not involve the implementation or evaluation of an application. In contrast, our study involves the implementation of both a survey administered to sales personnel and an application that was executed within a specified timeframe.

While numerous applications that incorporate a gamified environment (Jacobides et.al., 2024) have been demonstrated to be beneficial (Kalafatoğlu, 2020), the specific advantages of game elements remain under investigation. Unfortunately, most gamification research studies cannot provide a complete study that will satisfy the academic and business community (Bizzi, 2023). Similarly, the impact of gamification initiatives within sales organizations on the performance of numerically supported roles has not been extensively researched (Sharma, 2024). A review of the literature reveals the existence of studies utilising gamification in the fields of education and health, but not in the management of sales channels and sales targets, which consist of business and real-life problems. The present study therefore aims to analyse the phenomenon of gamification as an alternative to the more traditional approach of setting sales targets and striving to meet them. In addition, the study presents a case study created in collaboration with a company to demonstrate how the implementation of a gamified sales league can improve sales performance. Our study offers an empirical basis for the improvement of sales performance. The distinction between our study and previous research is the utilisation of concrete data and observations to quantify and compare the bonuses and scoring systems that lead to increased employee income, particularly in terms of rewards. It is anticipated that the findings will make a valuable contribution to the extant literature in this field.

The Relationship Between Gamification Categories

Human-Computer Interaction (HCI) proficiently combines multiple disciplines to study how users interact with computers (Timbadiya, 2025). The field of gamification as an HCI (human-computer interaction) study is a relatively new area of research, particularly within the business sector. As is the case with many improvements in the business sector, the application of gamification varies according to its usage in the workplace. While consumer-company-related activities can be gamified in order to increase engagement, this kind of gamification is referred to as external gamification. Hence there are many studies about gamification concerning work engagement given in Table 1. Conversely, gamification can also be employed to facilitate habitual changes in users, as evidenced by the deployment of gamified apps by NGOs engaged in the fight against diabetes, which incorporate running apps. This form of gamification is what is known as behavioural change gamification. In their study Putranti et. al. (2024) tried to evaluate the impact of gamification on the performance of online transportation drivers via social values, motivation and participatory engagement. However, in this study, gamification is employed with the objective of enhancing the work performance of employees within companies. The concept of internal gamification is illustrated in Figure 1, which is drawn from the work of Werbach and Hunter (2012).

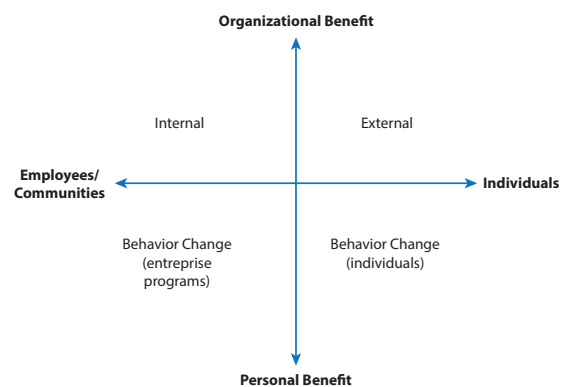


Figure 1. Relationship between different gamification categories, (Werbach and Hunter, 2012)

Three principal advantages of gamification can be identified as the incorporation of game properties like progress bars, badges, and leaderboards facilitates the engagement of employees in the gamified activity. Secondly, the introduction of a challenging environment in the game design can facilitate the generation of novel solutions to business problems. Thirdly, while the increased engagement of users and the introduction of a challenging environment provide motivation for the activity, this motivation can result in enhanced performance (Werbach and Hunter, 2012). Gamification has business to business (B2B) and business to consumer (B2C) practices. For example, Proulx et. al. (2025) questioned how can a B2B platform be used to foster collaboration and open innovation between multiple companies that are part of a manufacturing cluster using gamification. Our focus in this study is also related with business to business (B2B) gamification in insurance sector, but business to consumer (B2C) gamification tools are also available. In his study Patel (2025) discussed the impact of gamification on customer loyalty, specifically focusing on the neurobiological mechanisms, particularly the role of dopamine, within the brains reward system. For example, Starbucks, Duolingo and Nike Run Club offers badges and scoreboard ranks that gain social value over time, showcasing users' commitment and dedication (Lu and Ho, 2020; Jakobides et.al. 2024).

Gamification is defined as the package of a service that consists of providing feedback and interaction with a service system based on a set of rules (Huotari and Hamari, 2011). While defining gamification as the utilisation of game design elements in non-game contexts Deterding et.al. (2011) found this argument to be insufficient for the full range of gamification. A touchpad that can order a product in a place cannot be considered a gamified system, but it also provides feedback and interacts with the user. Furthermore, it undermines the gamification of service marketing and discards its use in social and experiential dimensions. Gamification techniques can be applied to a variety of marketing activities to help marketers create a more immersive and interactive experience for their customers, by leveraging elements such as points, badges, leaderboards, challenges, quizzes, sweepstakes, and rewards to encourage desired behaviors, foster engagement, and build a sense of community around a brand or product (Gupta et. al. 2024). In the field of gamification studies, the motivation to complete tasks assigned through the use of gamified exercises is a key area of analysis. Leaderboards, points, badges, and challenges are generally associated with a psychological need for satisfaction and intrinsic motivation factors (Mitchell et. al., 2020; Sailer et.al., 2017; Blohm and Leimeister, 2013; Mekler et.al., 2013; Peng et.al., 2012; Ryan et.al., 2006). For example, while accolades such as badges (e.g., golden medals or "10k runner") enhance performance by providing feedback on performance, they also enhance self-efficacy and encourage the desired behaviour associated with the task (Hamari, 2017).

The concept of immersion is defined by narrative stories, avatars, profiles, customization, and virtual identity. Since its start, HCI has moved from basic command-line interaction to modern platforms that use touch screens and voice command along with virtual reality (Tambidya, 2025). It has been demonstrated that immersion-related features are related to the psychological need for autonomy. The game's achievement-related features include the ability to earn badges, medals, trophies, virtual currency/coins, points, scores, experience points, status bars, progress, levels, leaderboards, rankings, high score lists, and increasingly difficult tasks. These features are typically associated with the psychological need for competence. Social-related features encompass team/cooperation, social competition, and social network features. However, while immersion-related features are only related to autonomy, other features have multiple relationships with self-determination (Xi and Hamari, 2020, 2019; Wee and Choong, 2019; Sailer et al., 2013; Aparicio et al., 2012).

The Creation of Gamification Programs Aligned with the Specific Requirements of an Enterprise.

According to Bawa (2023), the following considerations are essential for the design of gamification programs that align with the specific enterprise needs:

- It is of the utmost importance to gain an understanding of the target audience. This entails an analysis of their preferences, motivations, and needs. This information is vital for the development of a bespoke programme, which should consider factors including age, seniority, occupational role and work environment. The term “game mechanics” refers to the fundamental elements that contribute to the allure and appeal of gamification. Tondello et al. (2018) also underlines that these include the conferral of points, the bestowal of badges, and the establishment of leaderboards
- The creation of a transparent and structured progression path, delineating the necessary steps to attain the desired outcomes, is a crucial element in maintaining motivation and engagement. This entails the formulation of well-defined objectives and milestones, accompanied by regular feedback and acknowledgment of progress. It is recommended that appropriate incentives be provided to sustain favourable actions and encourage persistence in the desired direction. It is crucial to ensure that the rewards offered are aligned with the preferences and motivations of the target audience, and that they are tailored to the specific goals and objectives of the programme in question.

The evaluation of a gamification programme in terms of its efficacy allows for the identification of areas in need of enhancements and ensures that the programme is aligned with the organisational goals. This process entails the monitoring of key performance indicators, including engagement, efficiency, and return on investment (ROI), and the implementation of modifications to the programme as necessary.

Bawa (2023) and Aziz et al. (2017) have elucidated a multitude of advantages that can be realised through the implementation of gamification in an organisational context. These include:

- Increased employee engagement
- Improved supplier performance
- Improved customer engagement
- Increased collaboration

As the gamification effect on work performance is explained, gamification needs to affect the work performance and need to be tested with quantitative evaluation. The best way to analyze the quantitative evaluation, number of sales as a work performance metric is considered to be used in the article. Hypothesis 1 is formulated as follows.

H1: Gamified sales performance has a significant difference from non-gamified sales performance.

Hypothesis 2 is formulated as follows.

H2: Post-gamified sales performance has a significant difference from pre-gamified sales performance.

Method

The participants and the sample of the research were determined by the case study analysis method, in this context it was important to select a dynamic and agile company that has a significant share in the Turkish insurance market and is increasing its market share. In terms of insurance products, standard insurance products such as earthquake and disaster insurance, standard insurance products such as life insurance and home package were preferred, rather than insurance products that may vary according to the demographic characteristics, desires or special conditions of the customer.

It is considered that the use of the same incentives in the measurements taken before, during and after gamification is an important assumption to ensure the consistency of the numerical comparison. In other words, an attempt was made to show the significant difference that could be achieved with gamification under the same conditions. The reliability and validity of the data obtained were investigated by applying relevant tests.

Case Description and Specifies

Türkiye Sigorta, a prominent enterprise, has consented to participate in the research project, which entails the establishment of a league for its sales agency channel. In the 2020 agency channel sector ranking, the company was positioned seventh with a 5.45% market share⁴. Following the establishment of the company in 2020, the agency network underwent a strategic expansion, with the number of agencies increasing by up to 90%. As anticipated, the newly contracted agencies were initially reluctant to utilise the company's product for their customers. However, during this period, the channel was able to increase its market share to 7.03% and its position to 6th in the sector by the end of 2021. Furthermore, the portfolio of the agency channel of the company was predominantly motor third-party liability (MTPL). The figure above is provided because it is imperative to comprehend the agency channel size and dispersancy. Consequently, sales employees collaborate with them within a business-to-business model.

Participants and Sampling

In order to comprehend the alterations in the sales performance with a high degree of precision, insurance companies in Türkiye furnish real-time production, sales, and data for analysis purposes. Despite the presence of over 60 insurance companies in the Turkish market, the top five firms – with the capacity to employ over 100 sales personnel each – collectively account for a significant proportion of the market. The research was conducted with a sample of 104 sales agents between January 2021 and March 2022.

While the sample of the research is the consumers who want to buy insurance policies in Türkiye, the agents who try to reach them and the gamification method that will help the sales representatives consisting of 104 people connected to these agents to achieve their goals have been analysed. Considering the demographic characteristics of the sales representatives, it can be said that almost all of them are young people and we believe that they are familiar to the technology and gaming sector in their daily lives.

Measures and Instruments

The gamified sales league components modelling enables sales representatives to be challenged on a weekly basis to improve their agency selling penetration for a specific profitable product of the company. The league leaderboard provided a competitive environment, while the regional leaderboard table facilitated intergroup competition. The experience points, which were reset to zero at the conclusion of each weekly league, served as a feedback mechanism, in conjunction with the coloured background and ranking. The settings provided an activity cycle for the sales representatives. Initially, they requested a policy for the company from their agencies, with the understanding that each sale would improve their position in the league. In return, they observed their current position and were motivated to request additional policies from their agencies. Consequently, milestones (badges) reinforced the continuation of the activity cycle, as illustrated in Figure 2.

4 According to Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği statistics at: <https://www.tsb.org.tr/tr/istatistikler> direct indirect premium 2020-12

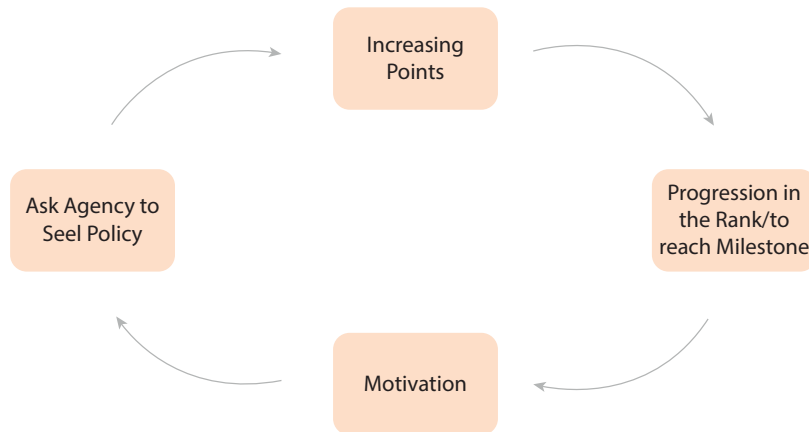


Figure 2. Star products sales league activity cycle

Consequently, in order to enhance the engagement of the products, a task-oriented and commitment-increasing solution was devised, comprising a design of PBL (Point, Badges, Leaderboard) based campaign for sales representatives, as detailed in Table 2. The game-designed campaign model is based on the premise that a specific level of policy should be instilled at a designated point in time for each agency within the company. The management team sought to implement a strategy that would enable all sales representatives to promote the company's non-motor products. The study used the company's primary business intelligence system, OBIEE as an evaluation instrument.

Table 2

Gamified Sales League Content Summary

Characteristics	Product	Calculation	Time (Day)	Elements	#of ISR	Prize
Gamified Sales League Dates						
Jun'21	BP	$(+1 \text{ BP} \times 0,7) + (1 \text{ BP} \times 0,3)$ per Agency	30	L,P,B,PB,R	69	300 YTL
Jul'21	HP-PA	$(+2 \text{ HP} + 1 \text{ PA}) \times 0,7 + (1 \text{ HP} + 1 \text{ PA}) \times 0,3$ per agency	31	L,P,B,PB,R	67	300 YTL
Aug'21	CH	$(+2 \text{ CH per Agency}) \times 0,5 + (+2 \text{ CH per New Agency}) \times 0,5$	31	L,P,B,PB,R	70	300 YTL
Sep'21	PA	$(+3 \text{ PA within Campaign}) \times 1$ per Agency	30	L,P,B,PB,R	72	300 YTL
17th-21st Jan'22	PA	$(5 \text{ PA}) \times 1$ per Agency	5	L,P,B,PB,R,BF	81	-
1st-7th Feb'22	HP	New Sales 2 HP per Agency	7	L,P,B,PB,R,BF	87	-
14th-25th Feb'22	DASK	New Sales 8 DASK per Agency	12	L,P,B,PB,R,BF	104	-
7th-19th Mar'22	DASK	New Sales 8 DASK per Agency	13	L,P,B,PB,R,BF	104	-
BP=Business Package CH=Complementary Health HP=Home Package PA=Personal Accident DASK=Turkish Catastrophe Insurance Pool			B=Badges L=Leaderboard P=Points PB=Progress Bar R=Rankings			

Gamification Design

Gamification can be a valuable tool for enhancing enterprise performance. However, it is crucial to design gamification programs that are tailored to the specific needs and objectives of the organization. The researched company, a market leader in the insurance sector, sought to enhance the engagement of its sales representatives in the agency channel through the implementation of basic game elements, without the introduction of additional incentives for agencies. The incorporation of competition between individuals and collaboration for regional rankings, basic points, badges and leaderboards with challenges serves to enhance the gaming experience.

In this context, the gamified sales leagues align with the components of the game elements hierarchy proposed by Werbach and Hunter (2012), as illustrated in Figure 3.

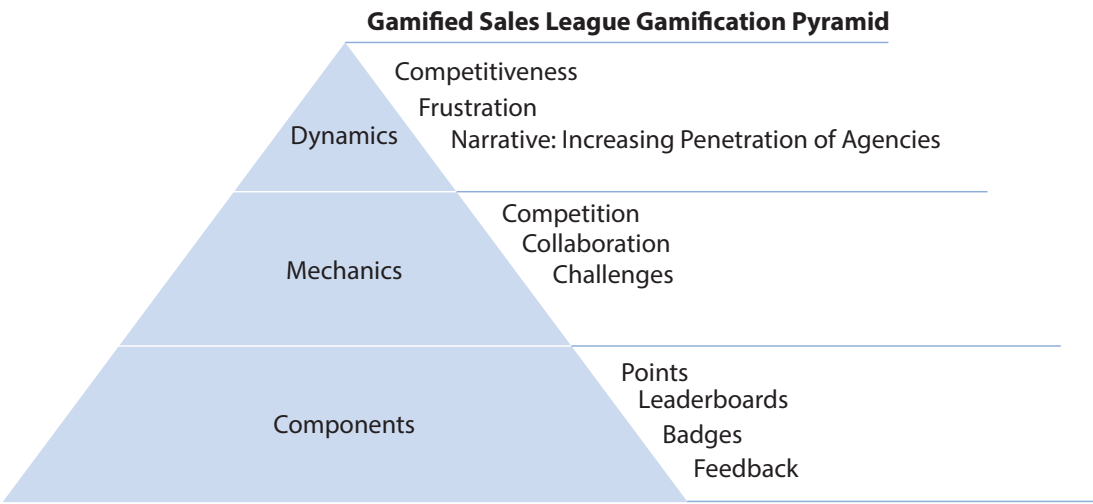


Figure 3. Gamified sales league in-game elements hierarchy

Upon the initial success of the sales league initiative, the channel management proceeded to plan and refine the 2022 iteration of the sales league. The introduction of milestones for each sales league represented a significant improvement in the sales league, as illustrated in Figure 4.



Figure 4. Star products sales league’s milestone announcement

Procedures for data collection

Milestones serve as a badge mechanism for sales representatives, while simultaneously presenting additional challenges for the top-ranked attendees. The first attendee of the milestone was announced among sales representatives. The name of the attendee was subsequently written on the online sales league milestone table, which was accessible to all users. This enabled users to view the name of the first sales representative to reach the milestone at any time, as well as the leaderboard's updated situation. The introduction of the new sales leagues also had an impact on the performance of sales representatives. In the previous league, the top performers exhibited a tendency to slow down their pace of sales after reaching a certain threshold. This presented a significant challenge to those teams that were not at the pinnacle of the league standings, who were also motivated to improve their performance.

In the previous attempts of the management in 2021, the channel management declared a product and established regulations governing the accumulation of sales points for representatives within the sales league as seen at Figure 5. The sales leagues incorporate some basic gamified elements. The sales league system is based on a rule-based point system, a feedback mechanism, points, rankings, a leaderboard, and badges.

13th to 47th

REGIONAL MANAGEMENT	SALES REPRESENTATIVE	TOTAL AGENCY	RANK	IP	PERCENTAGE	STARS	STAR PRODUCTS SALES	SINGLE POLICIES	SOD	SOD (TODAY)	STAR PRODUCTS SALES LEADER SHIP
ALPHA REGIONAL MANAGEMENT	1st Sales Representative	24	1	100	% 100	26	305	0	0	30.834	
BETA REGIONAL MANAGEMENT	2nd Sales Representative	27	1	100	% 100	27	313	0	0	30.998	
GAMMA REGIONAL MANAGEMENT	3rd Sales Representative	36	1	100	% 100	30	317	0	0	30.391	
DELTA REGIONAL MANAGEMENT	4th Sales Representative	48	4	87	% 87	42	497	0	0	35.879	
ETA REGIONAL MANAGEMENT	5th Sales Representative	30	5	86	% 86	35	272	0	0	25.536	
THETA REGIONAL MANAGEMENT	6th Sales Representative	40	6	85	% 85	34	428	0	0	34.343	
THETA REGIONAL MANAGEMENT	7th Sales Representative	24	7	83	% 83	30	227	0	0	24.228	
BETA REGIONAL MANAGEMENT	8th Sales Representative	47	8	82	% 82	39	481	0	0	37.075	
OMEGA REGIONAL MANAGEMENT	9th Sales Representative	35	9	82	% 82	29	409	0	0	38.124	
ALPHA REGIONAL MANAGEMENT	10th Sales Representative	28	10	82	% 82	23	240	0	0	27.694	
BETA REGIONAL MANAGEMENT	11th Sales Representative	50	11	82	% 82	43	579	0	0	37.898	
OMEGA REGIONAL MANAGEMENT	12th Sales Representative	38	12	76	% 76	30	391	0	0	37.053	

54th to 64th

THETA REGIONAL MANAGEMENT	48th Sales Representative	34	48	70	% 70	34	262	0	0	31.874
THETA REGIONAL MANAGEMENT	49th Sales Representative	37	49	70	% 70	26	325	0	0	37.669
ALPHA REGIONAL MANAGEMENT	50th Sales Representative	58	50	60	% 60	35	432	0	0	32.532
BETA REGIONAL MANAGEMENT	51st Sales Representative	30	51	60	% 60	18	260	0	0	26.534
THETA REGIONAL MANAGEMENT	52nd Sales Representative	42	52	59	% 59	35	315	0	0	34.753
THETA REGIONAL MANAGEMENT	53rd Sales Representative	32	53	59	% 59	19	238	0	0	24.120

ALPHA REGIONAL MANAGEMENT	65th Sales Representative	43	65	53	% 53	23	303	0	0	37.288
BETA REGIONAL MANAGEMENT	66th Sales Representative	49	66	53	% 53	26	381	0	0	38.570
THETA REGIONAL MANAGEMENT	67th Sales Representative	34	67	52	% 52	30	226	0	0	27.272
THETA REGIONAL MANAGEMENT	68th Sales Representative	25	68	52	% 52	13	184	0	0	20.499

Figure 5. Star products sales league's sales representatives' leaderboard

The leaderboard of the sales league is designed to provide an overview of the relative position of attendees in relation to their colleagues. The use of a coloured background for sales representatives according to their position provides a means of providing positional feedback to the sales representatives, which in turn allows them to identify areas for improvement in their performance. The implementation of a system of hourly data renewal has been shown to have an effect on the level of usage and acceptance of the leaderboard among sales representatives. Consequently, on a daily basis, sales representatives received an electronic communication regarding the semi-successful agencies that were on the verge of attaining success, with 1 or a few policies. The objective of this gamified campaign design was to enhance the focus of sales representatives on a specific product while simultaneously facilitating the formation of a portfolio and network between representatives and their agencies. It was anticipated that this approach would result in increased channel gross written premium and the number of policies, furthermore, it will enhance the agencies' utilisation of the screening tools within the company's system.

Data Analysis

In order to mitigate the impact of competitive pricing fluctuations and seasonal trends, weekly applied sales leagues were subjected to analysis using IBM SPSS 25. The data was gathered from the company and classified into three categories: pre-league, league, and post-league. Each category represents the same number of days. Furthermore, in January, management initiated the introduction of a conventional league, devoid of any gamification, for the sales representatives, preceding the implementation of the gamified sales league. Consequently, this period was also labeled as West-directorate campaign. In order to analyse the performance of sales representatives and to reduce the impact of the varying number of agencies on their activities, the gross written premium (GWP) and several variables related to the sale of policies were adopted as performance indicators. These indicators were calculated for each sales representative and for each agency, with the number of policies sold per agency and the number of GWP per agency being used as the basis for analysis.

The preliminary examination of the data retrieved from the company suggests that four terms demonstrate notable disparities as shown at Table 3.

Table 3

West-directorate sales channel figures before and after gamification

West-Directorate Region	Before Gamification	Campaign w/o Gamification	Gamification	After Gamification
Gross Written Premium (GWP) YTL	2.339	16.692	96.907	7.355
Policies sold/day	26	270	3.927	148

The average gross written premium (GWP) of the total channel for the pre-sales league term was 2,339 Turkish Lira (YTL), with an average of 26 policies sold per day. In the west-directorate campaign, the average gross written premium (GWP) of the channel was 16,692 Turkish Lira (YTL), with an average of 270 policies sold per day. In the sales league period, the average GWP of the channel was 96,907 YTL, with an average of 3,927 policies sold per day. In the period subsequent to the conclusion of the league, the mean gross written premium (GWP) of the channel was 7.355 Turkish Lira (YTL), with an average of 148 policies sold per day. Table 3 demonstrates that the traditional sales campaign was effective to some extent, but that gamification later increased sales figures even more. This point may indicate that sales is a motivational issue that needs to be managed.

The impact of the gamified sales league on sales performance can be evaluated in comparison with the company's own sales league, given the west-directorate campaign. The average GWP of the directorate per day was 12.936 YTL, with an average of 215 policies sold per day across the eight regions. The sales league, which was introduced by the company after the previous week's league, yielded an average gross written premium (GWP) of 56.593 Turkish Lira (YTL) and an average number of policies sold per day in the same eight regions, as illustrated in Figure 6.

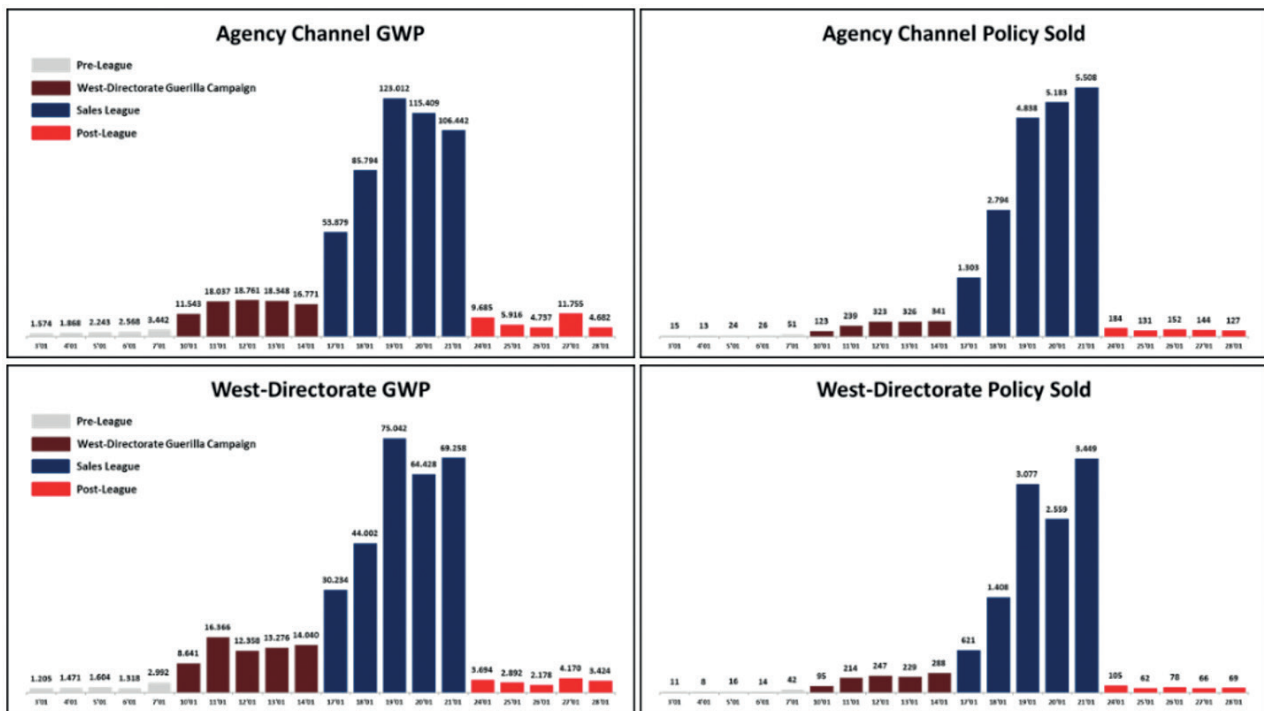


Figure 6. January 2022 sales league: personal accident policy sales trend

The application of the ANOVA test demonstrated a statistically significant discrepancy in the mean number of policies sold per agency and the mean GWP per agency of sales representatives across the specified time periods. The post-hoc analysis indicates that the sales league performance is significantly higher than that of other periods of the product performance. Following the conclusion of the sales league, the subsequent post-league period exhibits a markedly elevated mean value in comparison to the pre-league period with respect to both GWP and the number of policies sold per agency. In contrast, the mean value of the west directorate campaign period is found to be significantly higher than that of the post-league period with regard to GWP per agency, whereas the mean value of the policy sold per agency is not found to be statistically significant, as indicated in Table 4.

Table 4

Post-Hoc with Games-Howell for Jan. 2022 Sales League: Personal Accident

Multiple Comparisons (Games-Howell)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
GWP per Agency					
Pre-League					
Sales League	-129,03	7,1	0	-147,65	-110,41
Post-League	-6,52	2	0,01	-11,75	-1,29
West-Directorate Campaign	-20,6	4,12	0	-31,41	-9,79
Sales League					
Pre-League	129,03	7,1	0	110,41	147,65
Post-League	122,51	7,32	0	103,36	141,66
West-Directorate Campaign	108,43	8,16	0	87,19	129,67

Post-League					
Pre-League	6,52	2	0,01	1,29	11,75
Sales League	-122,51	7,32	0	-141,66	-103,36
West-Directorate Campaign	-14,08	4,49	0,01	-25,79	-2,37
West-Directorate Campaign					
Pre-League	20,6	4,12	0	9,79	31,41
Sales League	-108,43	8,16	0	-129,67	-87,19
Post-League	14,08	4,49	0,01	2,37	25,79
Number of Policies Sold per Agency					
Pre-League					
Sales League	-5,25	0,14	0	-5,6	-4,89
Post-League	-0,17	0,04	0	-0,28	-0,06
West-Directorate Campaign	-0,34	0,06	0	-0,5	-0,19
Sales League					
Pre-League	5,25	0,14	0	4,89	5,6
Post-League	5,08	0,14	0	4,71	5,45
West-Directorate Campaign	4,9	0,15	0	4,52	5,29
Post-League					
Pre-League	0,17	0,04	0	0,06	0,28
Sales League	-5,08	0,14	0	-5,45	-4,71
West-Directorate Campaign	-0,17	0,07	0,08	-0,36	0,01
West-Directorate Campaign					
Pre-League	0,34	0,06	0	0,19	0,5
Sales League	-4,9	0,15	0	-5,29	-4,52
Post-League	0,17	0,07	0,08	-0,01	0,36

*The mean difference is significant at the 0.05 level.

In February 2022, the initial results of the sales league demonstrated a distinction between the three periods, as evidenced by the data as given in Table 5.

Table 5

Home package policy sales figures before and after gamification

Home package policy sales	Before Gamification	Gamification	After Gamification
Gross Written Premium (GWP) YTL	141.716	393.781	173.114
Policies sold/day	248	930	281

In the three periods of home package sales, the pre-league sales average gross written premium was 141.716 (YTL), with an average of 248 policies sold per day. In the sales league period, the average gross written premium (GWP) was 393.781 YTL, while the average number of policies sold was 930 per day. In contrast, the post-league period exhibited a notable decline in performance, with an average GWP of 173.114 YTL and an average number of policies sold of 281 per day, as illustrated in Figure 7.

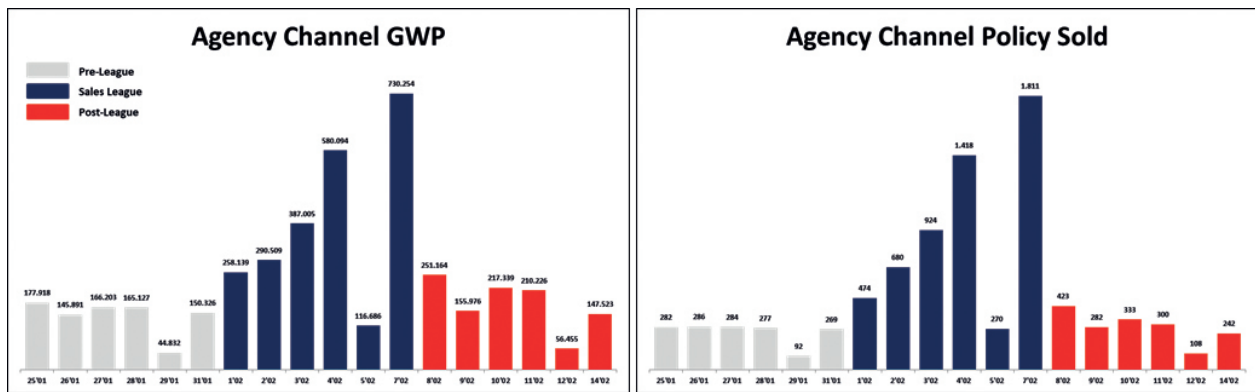


Figure 7. February 2022 sales league: home package sales trend

The results of the analysis of variance (ANOVA) indicate a statistically significant difference ($p < 0.01$) between the means of the three periods of the product in relation to both the variables of GWP and policy sold. The Post-Hoc analysis revealed that the sales league is significantly higher for the other periods of the product in the GWP per agency variable ($p < 0.01$). With regard to the number of policies sold per agency, the Sales league also exhibits a higher mean than the other means, and the mean difference is also statistically significant ($p < 0.01$) as shown in Table 6.

Table 6

Post-Hoc with Games-Howell for February 2022 Sales League: Home Package

Multiple Comparisons (Games-Howell)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
				Lower Bound	Upper Bound	
GWP per Agency						
Pre-League						
Sales League	-382,47	27,66	0	-448,14	-316,79	
Post-League	-53,46	19,78	0,02	-100,27	-6,65	
Sales League						
Pre-League	382,47	27,66	0	316,79	448,14	
Post-League	329,01	29,29	0	259,59	398,43	
Post-League						
Pre-League	53,46	19,78	0,02	6,65	100,27	
Sales League	-329,01	29,29	0	-398,43	-259,59	
Number of Policies Sold per Agency						
Pre-League						
Sales League	-1,12	0,06	0	-1,27	-0,97	
Post-League	-0,05	0,03	0,34	-0,12	0,03	
Sales League						
Pre-League	1,12	0,06	0	0,97	1,27	
Post-League	1,07	0,06	0	0,92	1,22	
Post-League						
Pre-League	0,05	0,03	0,34	-0,03	0,12	
Sales League	-1,07	0,06	0	-1,22	-0,92	

*The mean difference is significant at the 0.05 level.

In February 2022, the second sales league was classified into two dimensions: the pre-league and sales league periods. Due to the limited time available for the study, there was insufficient data to assess the effectiveness of the gamified sales league in the post-league sales period. The sales trend graphs of the channel for DASK at Table 7 illustrate the distinction between the league and other periods of sales for the products.

Table 7

Catastrophe (DASK) policy sales figures before and after gamification

DASK sales	Before Gamification	Gamification	After Gamification (5 days)
Gross Written Premium (GWP) YTL	308.963	615.535	378.131
Policies sold/day	1.616	3.311	2.017

In the pre-league period, the total channel average gross written premium (GWP) was 308.963 Turkish Lira (YTL), with an average of 1.616 policies sold per day. In the league period, the average GWP was 615.535 YTL, with an average of 3.311 policies sold per day. Although the data for the post-league period is incomplete, the five-day trend following the implementation of the sales league can be observed to be 378.131 YTL in average GWP and 2.017 policies per day, as illustrated in Figure 8.

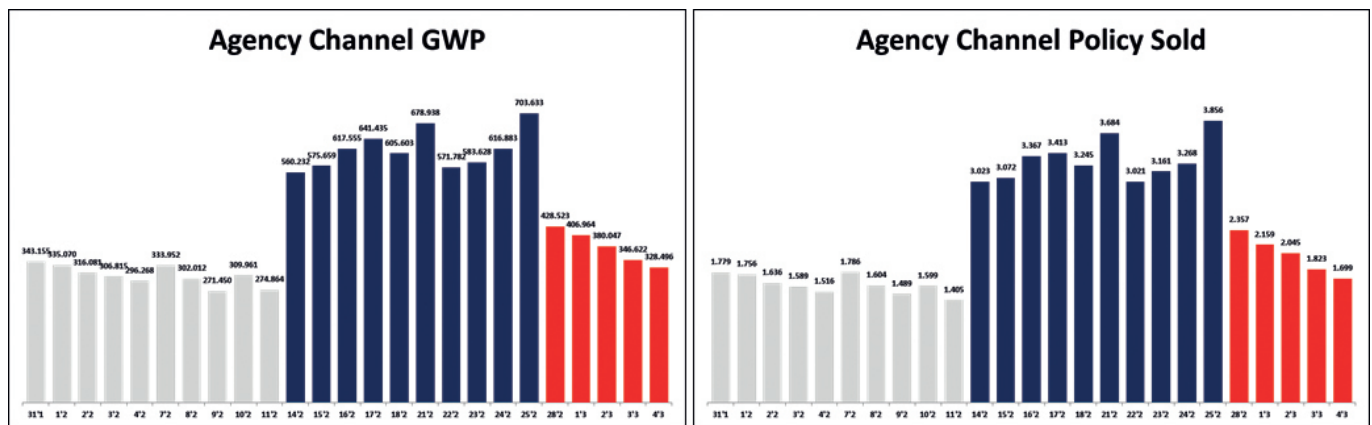


Figure 8. February 2022 sales league: DASK sales trend

The results of the Independent Sample T-test at Table 8 examine the GWP per agency and the number of policies sold per agency variables in two dimensions, namely the pre-league and league periods.

Table 8

Independent Sample T-test for Sales League: TCIP

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			t-test for Equality of Means			
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Interval of the Diff. (95% Confidence)	
								Lower	Upper
GWP per Agency									
Equal variances assumed	42,32	0,00	-9,62	200	0,00	-969,89	100,79	-1.168,63	-771,15
Equal variances not assumed			-9,8	150,76	0,00	-969,89	98,94	-1.165,37	-774,41
Policy Sold Per Agency									
Equal variances assumed	5,87	0,02	-18,26	194	0,00	-5,07	0,28	-5,62	-4,52
Equal var. not assumed			-18,26	180,02	0,00	-5,07	0,28	-5,62	-4,52

The pre-league period has a mean of 823 YTL for the GWP per agency variable, while the league period has a mean of 1.792,90 YTL. The results demonstrate a significant difference in the means of the two periods ($p \leq .01$). With regard to the number of policies sold per agency, the pre-league period yielded a mean of 4.45, while the league period yielded a mean of 9.51. The results indicate that there is a significant difference between the means of the two periods in the policy sold per agency variable ($p < 0.01$) at Table 8.

Discussion: Upon examination of the sales channel in methodology part, it was determined that the ratio of employee or agency engagement was insufficient for the channel management, given the implementation of a commissioned-based campaign for the agencies and quarterly paid bonus systems. In a competitive environment, sales representatives compete within their own organization, which has been shown to decrease the total group performance in previous studies (Aakvid et. al., 2017; Jung et.al., 2010). Therefore, the traditional top-down approach from management to execution levels to setting goals may not be enough to motivate salespeople to achieve those goals in today's contemporary business life. On the other hand, given goals which is set by the management may sometimes be regarded as implausible, abstract and unattainable.

Gamification may be more suitable for today's employees, especially young people, by setting goals in terms of sales channel management due to its game-based nature. At this point, it is debatable whether salesperson who are not so familiar with the philosophy of the game mindset would be subject to a similar effect. The question of how to sustain the motivation of agents who accrue higher sales figures and, as a result, receive greater bonuses through gamification with equivalent incentives remains an area for further research. Another pertinent question is how to ensure the continued relevance and engagement of agents in the gamification process, thereby averting the risk of it becoming an entrenched, routine activity. We believe that games have attracted the interest of almost everyone at a certain period of time in their lives, regardless of generations, so gamification is considered to have a potential of success in real life business practices. The question arises as to whether the gamification practices employed in such contexts are indeed complex, and whether they might even be considered boring by those who do not possess a strong interest in games.

However, the main importance of the gamified sales leagues is to focus the sales representatives on certain products in their portfolio. Furthermore, the goal orientation of sales representatives to master tasks and improve their agencies' portfolios, as well as to demonstrate their visibility in the league, could also promote higher results. From an organizational perspective, the benefits of gamification, resulting from task specificity, feedback, and goal commitment, may foster sales performance (Latham and Locke, 1991). Therefore, the sales league period may be explained by the significant difference in goal orientation. However, further studies are needed to clarify this effect.

Conclusion: The analysis indicates that post-league sales performance is higher than pre-league periods. The reason for the post-performance being higher than the previous period can be attributed to the adaptation of the attitude. Adopting a behaviour, such as increasing focus on a specific product, may be considered as the internalisation of an extrinsic motivation as intrinsic motivation (Deci and Vansteenkiste, 2004). Nevertheless, the impact of internalisation requires further research. It can thus be concluded that the introduction of gamified sales performance has led to a considerable improvement in performance levels, as demonstrated by the findings of the present study. The Goal Focus effect may be a contributing factor. Furthermore, the post-league period demonstrated superior performance compared to the pre-league period, which could be attributed to behavioural adaptation.

A statistical analysis of the company's sales trends for specific products reveals that Gamified Sales League consistently outperforms previous campaigns or production periods in terms of sales performance. This is evidenced by the fact that, despite changes in product content across all leagues, the number of units produced and sold has consistently increased during the league period. It is important to note that conditions of the incentive earnings were remained the same and major peripheral environment was routine whereas it is possible to say that the comparison between the terms are consistent. Upon completion of the DASK Sales leagues in February and March 2022, the result of the March year-to-date agency channel sector rankings demonstrated the impact of this significant improvement in the DASK product. In 2021, the company was positioned in the 6th ranking in both the March 2021 year-to-date and at the end of the year. Following the introduction of the gamified sales league to the channel in 2022, the company's position in the non-life agency channel sector was elevated to fourth place. To assess the impact of the sales league, it is notable that the company's growth rate quadrupled the sector's total growth. Consequently, its market share increased to 9,6% with a 3,2% increase⁵. Meanwhile, it is not possible to say that gamification is the solely reason for this improvement, but can be considered as a significant effect.

Upon analysis of the results, it was found that campaigns which exhibited a statistically significant increase in performance were those which achieved a higher sales number per agency for three different non-motor products in the sector. It can be argued that there were significant differences between the sales league period and the sales league period for the personal accident, DASK and Home Package products. The same comparisons were also found to be significant for the post-league period and the pre-league period. Consequently, the two hypotheses (H1 and H2) are accepted.

In the literature, there are studies using gamification in many fields such as education and health, but there is no study on the management of sales channel and sales targets consisting of business world and real-life problems. For this reason, research on sales targets (goals) management with gamification was conducted in a company where sales channel management is actively carried out. It is thought that presenting the tangible results of the research with a case analysis based on real life will contribute to the literature and business sector. Yet, there are no studies about evaluating the performance outputs of the sales employees with numbers and remunerations it was not possible to compare the results with other studies.

5 Retrieved from Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği statistics at: <https://www.tsb.org.tr/tr/istatistikler> Sales Channel Based Premium 2022-03 (last reached at 05.07.2024)

A further aspect of the findings is that channel management needs to be managed in a sustainable way, particularly in terms of motivation and the policies that are followed. The tables and figures demonstrate a clear correlation between the implementation of gamification strategies and the evolution of management techniques within sales channels. It is evident that these channels undergo a transformation in their management approach in response to the introduction of campaigns and gamification elements. The success of this evolution is contingent upon the implementation of appropriate policies, which are designed to provide achievable targets, advantages, and additional benefits. On the other hand, instead of setting targets at the beginning of the period and expecting them to be met at the end of the period in the classical way, by gamification working with targets becomes dynamic, exciting and easily internalised and accepted by sales representatives. Through this aspect, the study can provide contribution to literature and business life.

Limitations and Further Recommendations: It is important to note that our study is not without its own limitations and concerns. Although the company that the research was conducted is one of the leading insurance companies in Türkiye, it was not possible to conduct the research in other competitor companies. Currently, not all companies view gamification theory positively. In contrast, as the application was a novel phenomenon, all factors other than gamification were disabled in the evaluation process. It is postulated that the process of habituation to gamification will enhance the efficacy of this study if it is replicated in the future. The study did not include an analysis of a pre-existing case study. Instead, a new case study was developed in collaboration with the company. The fact that the DASK (Turkish Catastrophe Insurance Pool, DASK) insurance product is a standard product confers advantages such as certainty, simplicity and easy comparability in terms of the study. The rapid adoption of market changes, the price elasticity of products, and the bundling of products with other products may render the Personal Accident and Home contents sectors less homogeneous in terms of competition. DASK is a government-mandated product, and the government regulates the premium and coverage. Therefore, the substantial change in sales performance places the third campaign, the DASK campaign, at the core of the study. Therefore, one of the limitations of the study is that gamification has not been established in insurance products other than Personal Accident (PA) and Home Package products other than DASK.

In conducting the study on the effectiveness of the channel campaign, it was assumed that the routine sales process flow of the channel would remain constant, given the absence of any evidence to suggest otherwise. This included the absence of additional commission for agencies, bonus payments for sales representatives, and pricing strategies that differed from those observed in other channels. To enhance the reliability and generalizability of the findings, it is essential to identify and address potential limitations of the study. This includes the need to consider the impact of additional variables, such as the aforementioned factors, on the observed outcomes. Additionally, recommendations for future studies can be formulated based on the insights gained from this study.

While cultural differences can influence the sales approach of salespersons (Moberg and Leasher, 2011), the motivational perspective of the cultures can also vary (Deci, et al., 2001). To ascertain the impact of game design elements on insurance sales performance, it is necessary to examine life insurance and other branches of the non-life insurance sales channels, such as bancassurance. While the effect of the sales league on sales representatives is considered in this study, further analysis is required to determine the long-term impact of the sales league on intermediaries.

As in the previous studies, gamification triggers motivation to perform an activity, while task-challenge based activities increase product focus on sales. Further studies need to analyse the effect of game design elements and the effect of motivational factors (intrinsic/extrinsic or psychological need for satisfaction) as a trigger for sales improvements. However, motivation has been the dominant factor analysed in previous studies. There could be a relationship between the sales performance of the gamified sales league and self-efficacy (Elliot, 1999). Self-determination theory, goal-setting theory and self-efficacy theory are the main theories related to gamification used in the previous studies. Therefore, these theories should be considered

in further studies as the mediating or moderating factors of the theories for sales performance. While the results of the three sales leagues show the performance improvement in DASK, Home Package and Personal Accident insurance products such as MOD, MTPL, Health Products and Business Packages need to be analysed to test the incremental effect of the sales league would also continue in the different products.

This study, which was conducted to show how the implementation of a gamified sales league can improve sales performance, can be addressed in different sectors other than insurance companies.

References

- Aakvid, A., Hansen, F. and Torsvik, G. (2017). Productivity dynamics, performance feedback and group incentives in a sales organization. *Labour Economics*, 46, 110-117. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2016.12.003>
- Amirbayeva, D. (2024). Gamification as a supplementary tool in traditional classes [Working Paper No. 5074367]. SSRN. <https://ssrn.com/abstract=5074367>
- Aparicio, A., Vela, F. L., González-Sánchez, J. and Isla-Montes, J.-L. (2012). Analysis and application of gamification. *International Conference on Interacción Persona-Ordenador*. <https://doi.org/10.1145/2379636.2379653>
- Araújo, J. and Pestana, G. (2017). A framework for social well-being and skills management at the workplace. *International Journal of Information Management*, 37(6), 718-725. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.07.009>
- Armstrong, M. B. and Landers, R. N. (2018). Gamification of employee training and development. *International Journal of Training and Development*, 22(2), 162-169. <https://doi.org/10.1111/ijtd.12124>
- Aziz, A., Mushtaq, A. and Anwar, M. (2017, March). Usage of gamification in enterprise: A review. In *2017 international conference on communication, computing and digital systems (C-CODE)* (pp. 249-252). IEEE. doi: 10.1109/C-CODE.2017.7918937.
- Baxter, R. J., Holderness Jr, D. K. and Wood, D. A. (2017). The effects of gamification on corporate compliance training: A partial replication and field study of true office anti-corruption training programs. *Journal of Forensic Accounting Research*, 2(1), A20-A30. <https://doi.org/10.2308/jfar-51725>
- Bawa, S. S. . (2023). Implement Gamification to Improve Enterprise Performance. *International Journal of Intelligent Systems and Applications in Engineering*, 11(2), 784-788. Retrieved from <https://www.ijisae.org/index.php/IJISAE/article/view/2852>.
- Bhattacharyya, P., Jena, L. K. and Pradhan, S. (2018). Does meaningful gamification address gen Y needs? Exploring its influence on creating meaningful engagement for gen Y workers. *Human Resource Management International Digest*, 26(1), 11-13. <https://doi.org/10.1108/HRMID-08-2017-0138>.
- Bitrián, P., Buil, I., Catalán, S., & Merli, D. (2024). Gamification in workforce training: Improving employees' self-efficacy and information security and data protection behaviours. *Journal of Business Research*, 179, 114685.
- Bizzi, L. (2023). Why to gamify performance management? Consequences of user engagement in gamification, *Information and Management*, 60(3). <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103762>
- Blohm, I., & Leimeister, J. M. (2013). Gamification: Design of IT-based enhancing services for motivational support and behavioral change. *Business & Information Systems Engineering*, 5(4), 275-278. <https://doi.org/10.1007/s12599-013-0273-5>
- Cardador, M. T., Northcraft, G. B. and Whicker, J. (2017). A theory of work gamification: Something old, something new, something borrowed, something cool? *Human Resource Management Review*, 27(2), 353-365. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.09.014>
- Chamorro-Premuzic, T., Akhtar, R., Winsborough, D. and Sherman, R. A. (2017). The datafication of talent: How technology is advancing the science of human potential at work. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 18, 13-16. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2017.04.001>.
- Cheng, V. W. S. (2017, October). *Studying the effectiveness of game-based solutions in a wellbeing app*. Extended Abstracts Publication of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play (pp. 691-694). <https://doi.org/10.1145/3130859.3133231>
- Cugelman, B. (2013). Gamification: What it is and why it matters to digital health behavior change developers. *Serious Games*, 1(1), e3. <https://doi.org/10.2196/games.3139>

- Dale, S. (2014). Gamification: Making work fun, or making fun of work? *Business Information Review*, 31(2), 82-90. <https://doi.org/10.1177/0266382114538350>
- Deci, E. L., Ryan, R. M., Gagné, M., Leone, D. R., Usunov, J. and Kornazheva, B. P. (2001). Need satisfaction, motivation, and well-being in the work organizations of a former Eastern bloc country: A cross-cultural study of self-determination. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(8), 930-942. <https://doi.org/10.1177/0146167201278002>
- Deci, E. L. and Vansteenkiste, M. (2004). Self-determination theory and basic need satisfaction: Understanding human development in positive psychology. *Ricerche di Psicologia*, 27, 23-40. Retrieved from <https://kuleuven.limo.libis.be/>
- De-Marcos, L., Domínguez, A., Saenz-de-Navarrete, J. and Pagés, C. (2014). An empirical study comparing gamification and social networking on e-learning. *Computers and Education*, 75, 82-91. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.02.007>
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R. and Nacke, L. (2011, September). *From game design elements to gamefulness: defining "gamification"*. In Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments (pp. 9-15). <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Dulskaia, I., Bellini, F., Zabal, R., Pañella, O. G. and D'Ascenzo, F. (2017). *Gamification as an instrument for organizational behaviour change during the meeting: case study «ROBATIEMPOS»*. In Proceedings of the International Conference on Business Excellence (Vol. 11, No. 1, pp. 359-367). <https://doi.org/10.1515/picbe2017-0039>
- Du Vernet, A., Asquer, A. and Krachkovskaya, I. (2016). The gamification of education and business: A critical analysis and future research prospects. In F.-J. Olleros and M. Zegu (Eds.), *Research handbook on digital transformations* (pp. 335-353). Cheltenham: Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-52294_0_4
- Elliot, A. J. (1999). Approach and avoidance motivation and achievement goals. *Educational Psychologist*, 34(3), 169-189. https://doi.org/10.1207/s15326985ep3403_3
- Elsalmy, F. M., Sherief, N. H., Moez, W. M. A., & Ammar, H. H. (2025). Agile Gamification Risk Management Process: A Comprehensive Process for Identifying and Assessing Gamification Risks. *Computers*, 14(2), 76.
- Ergle, D. (2015). Fostering Employee Engagement Through Gamification: AirBaltic Forecaster Tool. *Management (18544223)*, 10(3). <https://doi.org/10.1515/eb-2016-0007>.
- Ērgle, D. (2016). AirBaltic case based analysis of potential for improving employee engagement levels in Latvia through gamification. *Economics and Business*, 28(1), 45-51. <https://doi.org/10.1515/eb-2016-0007>.
- García, O., Navarro, H., Rodríguez, A., Fernández, D. and Freixes, D. (2017, October). *Dealing with transformation in a VUCA world: A competence-based development project applying transmedia storytelling and gamification for an international corporation*. In European Conference on Games Based Learning (pp. 919-925). Academic Conferences International Limited. https://doi.org/10.1007/978-3-030-52294-0_4
- Gupta, S., Sahil/Nagina Gupta (Razi), & Paruthi, M. (2024). *Marketing and Gamification*.
- Hamari, J., and Tuunanen, J. (2014). Player Types: A Meta-synthesis. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 1 (2). <https://doi.org/10.26503/todigra.v1i2.13>
- Hamari, J. (2017). Do badges increase user activity? A field experiment on the effects of gamification. *Computers in human behavior*, 71, 469-478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.036>
- Huotari, K. and Hamari, J. (2011, May). *Gamification "from the perspective of service marketing*. In Proc. CHI 2011 Workshop Gamification. <https://doi.org/10.1145/2393132.2393137>
- Islam, F., Krishna, A., & Kumari, S. (2025). The Impact of Gamification in Research and Education: A Communication Review. *Gamification and Augmented Reality*, 3, 3.
- İzmir, O. (2024). Satış merkezi kavramı: Endüstriyel pazarda dinamik ilişkilerin yönetimi ve stratejik önemi [The concept of the sales center: Managing dynamic relationships and strategic importance in the industrial market]. In *Multidisiplinli Sosyal Bilim Araştırmaları I* [Multidisciplinary Social Science Research I] (1st ed., Chapter 5, pp. 149-120). Kalan Publishing.
- JA, J., & AH, K. (2024). Gamification in Journalism: Transforming News Consumption Through Interactive Experiences.
- Jacobides, M. G., Ma, M. D., Trantopoulos, K. and Vassalos, V. (2024). The business value of gamification. *California Management Review*, 66(2), 91-107. Retrieved from <https://cmr.berkeley.edu/2024/02/66-2-the-business-value-of-gamification/>
- Johnson, D., Deterding, S., Kuhn, K. A., Staneva, A., Stoyanov, S. and Hides, L. (2016). Gamification for health and wellbeing: A systematic review of the literature. *Internet Interventions*, 6, 89-106. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2016.10.002>.

- Jung, J., Schneider, C. and Valacich, J. (2010). Enhancing the Motivational Affordance of Information Systems: The Effects of Real-Time Performance Feedback and Goal Setting in Group Collaboration Environments. *Management Science*, 56(4), 724-742. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1090.1129>.
- Kalafatoğlu, Y. (2020). *Gamification in business: A review of the studies*. In *Eurasian Business Perspectives: Proceedings of the 26th and 27th Eurasia Business and Economics Society Conferences* (pp. 53-73). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-52294-0_4
- Kapp, K. M. (2012). What is gamification. *The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education*, 1-23.
- Katzlinger, E. (2017, October). *Gamification elements and online games in the recruiting process*. In *European Conference on Games Based Learning* (pp. 311-319). Academic Conferences International Limited. https://doi.org/10.1007/978-3-030-52294-0_4
- Konzack, L. (2024). *Gamification and Industry 4.0: Gamified Smart Manufacturing*. Taylor & Francis.
- Kumar, H. and Raghavendran, S. (2015). Gamification, the finer art: fostering creativity and employee engagement. *Journal of Business Strategy*, 36(6), 3-12. <https://doi.org/10.1108/JBS-10-2014-0119>.
- Lai, K. P., and Langley, P. (2024). Playful finance: Gamification and intermediation in FinTech economies. *Geoforum*, 151, 103848.
- Latham, G. P. and Locke, E. A. (1991, December). Self-regulation through goal setting. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 212-247. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90021-K](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90021-K).
- Liu, M., Huang, Y. and Zhang, D. (2018). Gamification's impact on manufacturing: Enhancing job motivation, satisfaction and operational performance with smartphone based gamified job design. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing and Service*, 28, 38-51. <https://doi.org/10.1002/hfm.20723>.
- Lu, H. P., and Ho, H. C. (2020). Exploring the impact of gamification on users' engagement for sustainable development: A case study in brand applications. *Sustainability*, 12(10), 4169.
- Marache-Francisco, C. and Brangier, E. (2015). Gamification and human-machine interaction: A synthesis. *Le travail humain*, 78(2), 165-189. <https://doi.org/10.3917/th.782.0165>.
- Marlow, S. L., Salas, E., Landon, L. B. and Presnell, B. (2016). Eliciting teamwork with game attributes: A systematic review and research agenda. *Computers in Human Behavior*, 55, 413-423. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.028>.
- Mekler, E. D., Brühlmann, F., Opwis, K. and Tuch, A. N. (2013). Disassembling gamification: the effects of points and meaning on user motivation and performance. In *CHI'13 extended abstracts on human factors in computing systems* (pp. 1137-1142). <https://doi.org/10.1145/2468356.2468559>.
- Mekler, E. D., Brühlmann, F., Tuch, A. N. and Opwis, K. (2017). Towards understanding the effects of individual gamification elements on intrinsic motivation and performance. *Computers in Human Behavior*, 71, 525-534. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.048>
- Mills, S. (2025). The gamification of citizenship. *Scottish Geographical Journal*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/14702541.2025.2454033>
- Mitchell, R., Schuster, L. and Jin, H. S. (2020). Gamification and the impact of extrinsic motivation on needs satisfaction: Making work fun? *Journal of Business Research*, 106, 323-330. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.022>.
- Moberg, C. R. and Leasher, M. (2011). Examining the differences in salesperson motivation among different cultures. *American Journal of Business*, 26(2), 145-160. <https://doi.org/10.1108/19355181111174525>
- Mueller, S. (2024). Leveraging Gamification for Improved Collaboration in DevOps. *Authorea Preprints*.
- Oravec, J. A. (2015). Gamification and multigamification in the workplace: Expanding the ludic dimensions of work and challenging the work/play dichotomy. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(3). <https://doi.org/10.5817/CP2015-3-6>.
- Pădurean, A. N. (2024). Digitalization and Gamification in ELT. A Pathway to Successful Teaching. *Journal for Freedom of Conscience (Jurnalul Libertății de Conștiință)*, 12(2), 248-261.
- Patel, M. S. (2025). Neuroscience of consumer gamification: The role of dopamine in customer loyalty. <https://doi.org/10.31234/osf.io/eqrjs>

- Patricio, R. (2017). A gamified approach for engaging teams in corporate innovation and entrepreneurship. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 14(2/3), 254–262. <https://doi.org/10.1108/WJSTSD-10-2016-0057>.
- Pečiūra, Ž., & Žukauskaitė, I. (2024). A Preliminary Investigation of the Relationship Between Gamification and Organizational Socialization Outcomes: Does Gamification Live Up to Its Expectations?. *SAGE open*, 14(1), 21582440231216524.
- Peng, W., Lin, J.-H. T., Pfeiffer, K. and Winn, B. (2012). Need Satisfaction Supportive Game Features as Motivational Determinants: An Experimental Study of a Self-Determination Theory Guided Exergame. *Media Psychology*, 15, 175-196. <https://doi.org/10.1080/15213269.2012.673850>.
- Piras, L., Paja, E., Giorgini, P., Mylopoulos, J., Cuel, R. and Ponte, D. (2017, May). *Gamification solutions for software acceptance: A comparative study of Requirements Engineering and Organizational Behavior techniques*. [Oral Paper] 11th International Conference on Research Challenges in Information Science (RCIS) (pp. 255-265). IEEE.
- Proulx, M., Gardoni, M., & Miroite, P. (2025). Leveraging Gamification to Foster Multiple Companies' Collaboration on a Platform. *Available at SSRN 5104649*.
- Putranti, H.R.D., Retnowati, R., Sihombing, A.A., & Danang, D. (2024). Performance Assessment through Work Gamification: Investigating Engagement. *South African Journal of Business Management*, 55(1), a4287. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v55i1.4287>
- Reuters. (2024, August 13). Newzoo tempers global game market forecast amid sluggish console sales. Reuters. <https://www.reuters.com/technology/newzoo-tempers-global-game-market-forecast-amid-sluggish-console-sales-2024-08-13>
- Rocha, E. M., Pereira, G. M., & Pacheco, D. A. D. J. (2020). The role of the predictive gamification to increase the sales performance: a novel business approach. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(5), 817-833.
- Robson, K., Plangger, K., Kietzmann, J. H., McCarthy, I., and Pitt, L. (2015). Is it all a game? Understanding the principles of gamification. *Business horizons*, 58(4), 411-420. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.03.005>.
- Robson, K., Plangger, K., Kietzmann, J. H., McCarthy, I. and Pitt, L. (2016). Game on: Engaging customers and employees through gamification. *Business Horizons*, 59(1), 29–36. Retrieved from <https://hbsp.harvard.edu/product/BH714-PDF-ENG>
- Rollins, M., Rutherford, B. and Nickell, D. (2014). The role of mentoring on outcome based sales performance: A qualitative study from the insurance industry. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 12(2), 119-132. Retrieved from <https://radar.brookes.ac.uk/radar/items/eb484c5c-b51b-4dbd-9c52-6d4b329e1c56/1/>
- Ryan, R. and Deci, E. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>.
- Ryan, R. M., Rigby, C. S. and Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and emotion*, 30, 344-360. <https://doi.org/10.1007/s11031-006-9051-8>.
- Sailer, M., Hense, J., Mandl, H. and Klevers, M. (2013). Psychological perspectives on motivation through gamification. *Interaction Design and Architecture(s) Journal*, 19, 28-37. doi: 10.55612/s-5002-019-002.
- Sailer, M., Hense, J. U., Mayr, S. K. and Mandl, H. (2017). How gamification motivates: An experimental study of the effects of specific game design elements on psychological need satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 69, 371-380. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.033>.
- Sánchez, R. M. (2025). Classcraft: The Impact of Gamification in Higher Education. *Gamification and Augmented Reality*, 3, 2.
- Sarangi, S. and Shah, S. (2015). Individuals, teams and organizations score with gamification: Tool can help to motivate employees and boost performance. *Human Resource Management International Digest*, 23(4), 24–27. <https://doi.org/10.1108/HRMID-05-2015-0074>.
- Scheiner, C. W. (2015). The motivational fabric of gamified idea competitions: The evaluation of game mechanics from a longitudinal perspective. *Creativity and Innovation Management*, 24 (2), 341–352. <https://doi.org/10.1111/caim.12115>.
- Seaborn K. and Fels, D.L. (2015). Gamification in theory and action: A survey. *International Journal Human-Computer Studies*, 74,14–31. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006>.
- Sharma, W., Lim, W. M., Kumar, S., Verma, A. and Kumra, R. (2024). Game on! A state-of-the-art overview of doing business with gamification. *Technological Forecasting and Social Change*, 198, 122988. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122988>
- Sun, L., and Li, R. (2025, January). *Metaverse gamification in education*. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5031658

- Statista. (2022). *Video games: Worldwide digital market outlook*. Statista. Retrieved March 5, 2022, from <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide>
- Stephanidis, C., and Salvendy, G. (Eds.). (2024). *Interaction Techniques and Technologies in Human-Computer Interaction*. CRC Press.
- Swacha, J. (2016, September). *Gamification in enterprise information systems: what, why and how*. In Federated Conference on Computer Science and Information Systems (FedCSIS) (pp. 1229-1233). IEEE. <https://doi.org/10.15439/2016F460>
- Timbadiya, A. (2025). Human-Computer Interaction (HCI). *World Journal of Advanced Research and Reviews*. 25(02) , 1124-1128. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2025.25.2.0307>.
- Tondello, G.F., Premasukh, H. and Nacke, L. (2018, January). *A theory of gamification principles through goal-setting theory*. Hawaii International Conference on System Sciences. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2018.140>
- Trees, L. (2015). Encouraging millennials to collaborate and learn on the job. *Strategic HR Review*, 14(4), 118–123. <https://doi.org/10.1108/SHR-06-2015-0042>
- Vardarlier, P. and İnan, K. (2017). Gamification model proposal for the improvement of sales personnel performance. *Journal of Behavior at Work*, 2(1), 8–19. <https://doi.org/10.25203/idd.298293>
- Viet Tam, T., Tien, N. H., and Banka, M. (2024). Identifying gamification factors for digital banking service users in Vietnam: Extending TAM model with gamification and perceived value. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2398730.
- Vinichenko, M. V., Melnichuk, A. V., Kirillov, A. V., Makushkin, S. A. and Melnichuk, Y. A. (2016). Modern views on the gamification of business. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(3), 1–13. Retrieved from <https://www.icommerce-central.com/open-access/modern-views-on-the-gamification-of-business.pdf>
- Yıldız, I., Topçu, E., & İzmir, E. (2023). The effect of gamification on pre-service teachers' technology acceptance. *ie: Inquiry in Education*, 15(2), Article 4.
- Wee, S.C. and Choong, W.W. (2019). Gamification: Predicting the effectiveness of variety game design elements to intrinsically motivate users' energy conservation behaviour. *Journal of Environmental Management*, 233, 97-106. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.11.127>
- Werbach, K. and Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking can Revolutionize your Business*. Wharton Digital Press.
- Wozniak, J. (2015). The Use of Gamification at Different Levels of E-Recruitment. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 3(2), 257. Retrieved from <https://www.managementdynamics.ro/index.php/journal/article/view/130>
- Woźniak, J. (2020). Gamification for sales incentives. *Contemporary Economics*, 14(2), 144-161.
- Xi, N. and Hamari, J. (2019). Does gamification satisfy needs? A study on the relationship between gamification features and intrinsic need satisfaction. *International Journal of Information Management*, 46, 210-221. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfo-mgt.2018.12.002>
- Xi, N. and Hamari, J. (2020). Does gamification affect brand engagement and equity? A study in online brand communities. *Journal of Business Research*, 449-460. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.058>
- Zichermann, G. and Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media, Inc.

Genişletilmiş Özet

Amaç: Oyunlar, yapıları gereği, kazanmanın ve rekabetin ön planda tutulduğu, stratejiye dayalı, iletişim yeteneklerinin gelişmiş olmasını gerektiren, katılımcı ve sonuç odaklı olmanın yanı sıra eğlenceli olmayı da hedefleyen sistem ve süreçlerdir. Geniş açıdan bakıldığında, oyunlarla bir çok benzer özelliği bulunan iş yaşamı ve onun alt kümesi olan işletmeler arasında bu özelliklere sahip olmak için çabalar dururlar . Oyunlaştırmanın son yıllarda yönetim biliminde en çok öne çıkan konulardan biri olmasının olası nedenlerinden biri de bu yapısal ve niteliksel benzerliklerdir. Oyunlaştırma ve oyun unsurlarının oyun dışı alanlarda kullanımı, 2010'lu yıllardan itibaren özel sektörde önemli bir uygulama ve araştırma konusu haline gelmiştir. İçsel ve dışsal motivasyon kaynaklarını kullanarak kullanıcıları daha hedef odaklı hale getirmeyi ve bu şekilde performans değişimini ve göreve adanmışlığı artırmayı öngören oyunlaştırma teorileri, özellikle zorunlu

olan ve tüm pazar tarafından ortak olarak fiyatlandırılan sigorta ürünlerine uygulandığında performans değişiminin metrik olarak ölçülmesi ve bu değişimin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Tasarım ve Yöntem: Türkiye'nin elementer sigorta sektöründeki aktif büyüklüğü bakımından en büyük beş sigorta şirketinden birinin acente kanalı satışlarında, Şirket yönetiminin de desteğiyle, bir oyunlaştırma süreci tasarlanmıştır. Çalışma kapsamında gerek sayısal büyüklüklerin gelişimi gerekse çalışma verimliliği ve etkinliğinin artırılabilmesi için temel olarak satış ekibinin odaklanma süreçleri yeniden tasarlanmıştır. Tasarımda kullanılan oyun elemanları; liderlik tablosu, puanlama sistemleri, rozetleme (Efsane, Kahraman vb.) ve ek mücadeleler şeklinde kurgulanmıştır. Oyun elemanlarını oluşturan bu unsurlar sayesinde, şirketin iş zekâsı ekranlarında tüm satışçılar tarafından canlı olarak takip edilebilen bir oyun kurgusu oluşturulması olanaklı hale gelmiştir. Başarı unsurlarının daha da içselleştirilebilmesi amacıyla, her oyun turunda (haftalık satış sonuçlarında) kazanan satışçılara rozetler verilmiş ve bu durum şirket içinde resmi yollardan duyurularak manevi ödüllendirme olarak paylaşılmıştır. Başlangıçta, acenteler aracılığıyla sık üretim elde edilemeyen ürünler üzerinde denenen bu yaklaşım, olumlu sonuçlar elde edilmesinin ardından, sektörde fiyat rekabetinin olmadığı ve devlet tarafından zorunlu olarak sabit metrekafe fiyatıyla belirlenen primle sunulan Zorunlu Deprem Sigortası ürününe uygulanmıştır. Zorunlu Deprem sigortası olarak bilinen Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK) adıyla tanınan standart bir ürünün seçilmesindeki amaç, oyunlaştırma öncesi ve sonrasında ölçümlendirme yapılan performansın ürün özelliklerinden ve başarımı etkileyebilecek diğer etkenlerden mümkün olduğunca uzak tutulması çabasıdır. Bir başka deyişle daha kapsamlı ve cazip ürünlerin görece olarak daha az özellik ve avantajdaki ürünlerle karşılaştırılmasının ve elde edilen sonuçların olası tutarsızlığının önüne geçilmeye çalışılmıştır. SPSS yazılımı ile gerçekleştirilen istatistiksel analizde genel olarak uygulama sonuçları, şirketin oyun dönemi öncesi tespit edilen verileri, oyunlaştırma sürecinde elde edilen veriler ve oyunlaştırma süreci sonrası veriler ANOVA testi (varyans analizi) yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın anlamlılık derecesinin belirlenmesi için Post-Hoc analizler gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Çalışma kapsamında öncelikle başarımlar (performans) ölçütleri belirlenmiştir. Somut, sayısal başarımlar ölçütleri kullanılmıştır. Bu nedenle satış ekiplerinin oyun dönemlerindeki başarımlar büyüklükleri; acente başına poliçe satışı ve prim üretimi açısından iki yönlü olarak değerlendirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda ferdi kaza sigortaları, konut sigortaları ve zorunlu deprem sigortasından oluşan ürün grupları için, oyunlaştırma dönemlerinde elde edilen satış adetleri ile oyunlaştırma öncesi satış adetleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. ANOVA testi sonuçları, hem prim hem de satılan poliçe değişkenleri için ürünün üç döneminin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir ($p < 0.01$). Post-Hoc analizi, acente başına prim değişkeninde ürünün diğer dönemleri için satış liginin önemli ölçüde daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur ($p < 0.01$). Acente başına satılan poliçe sayısına ilişkin olarak da Satış ligi diğer ortalamalardan daha yüksek bir ortalama sergilemektedir ve ortalama farkı da istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.01$). Oyunlaştırma uygulaması sonrasında, söz konusu ürünlerin satış adetlerinde oyunlaştırma öncesi döneme göre anlamlı bir artış tespit edilmesinde değerlendirme ölçütünün objektif olması konusunda hassasiyet gözetilmiştir; Oyunlaştırma sürecinde değerlendirmeye alınan sigortacılık ürünlerinin 'terzi usulü' şekillendirilemeyen, sınırları ve kapsamı belli standartları tanımlayan, sabit ürünlerin ürünler kullanılmasıyla kişisel değerlendirmenin, zevk, beğeni, özel ihtiyaç, dönemsellik veya başka kampanyaların etkisinden arındırılmış olması hedeflenmiştir. Ayrıca, Ferdi Kaza sigortası ürününde, satış ekiplerine yönelik olarak daha önce uygulanan satış odak kampanyası ile oyunlaştırma dönemindeki satış performansı karşılaştırılmış ve oyunlaştırma uygulamasının, satış kampanyasına göre anlamlı derecede etkili olduğu belirlenmiştir. Tüm bu karşılaştırmaların sonucunda oyunlaştırma dönemi elde edilen satış adetleri ve prim üretimi, diğer dönemlere göre anlamlı derecede daha fazla satış adedi ve primi elde ederken, oyunlaştırma sonrası dönemler ise oyunlaştırma öncesi dönemlere göre anlamlı derecede yüksek satış adedine sahiptir. Oyunlaştırılmış satış liginin satış performansı üzerindeki etkisi, batı direktörlüğü kampanyası göz önüne alındığında şirketin kendi satış ligi ile karşılaştırılarak değerlendirilebilir. Batı bölge-

si satış müdürlüğü kampanya dönemin ortalama değeri, acente başına prim üretimi bakımından lig sonrası dönemden önemli ölçüde daha yüksek bulunurken, acente başına satılan poliçenin ortalama değeri istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Sınırlılıklar: Bu çalışmanın, kanal kampanyasının etkinliğini değerlendirirken belirli varsayımlar altında gerçekleştirildiği dikkate alınmalıdır. Özellikle, satış sürecinin rutin akışının sabit kalacağı varsayılmıştır. Bu varsayım, acentelere ek komisyon verilmemesi, satış temsilcilerine bonus ödemeleri yapılmaması ve diğer kanallarda gözlemlenen fiyatlandırma stratejilerinin uygulanmaması gibi unsurları kapsamaktadır. Ancak, bu unsurların çalışmanın bulgularına etkisi göz ardı edilmiştir ve dolayısıyla bu faktörlerin etkilerini dikkate almak, bulguların güvenilirliğini ve genellenebilirliğini artırmak açısından önemlidir. Ayrıca, çalışmanın bulgularından elde edilen iç görüler doğrultusunda gelecekteki çalışmalar için öneriler geliştirilebilir. Gamification'ın kültürel farklılıkların etkisi altında nasıl çalıştığı ve sigorta sektöründeki diğer ürünler ile hayat sigortası gibi branşlarda nasıl performans artırıcı bir etki yarattığı gibi konular da araştırılmalıdır.

Teorik ve Pratik Katkılar: Bu çalışma, oyunlaştırmanın sigorta satış performansı üzerindeki etkilerini inceleyerek önemli bir teorik ve pratik katkı sağlamaktadır. Teorik açıdan, çalışmanın sonuçları, oyunlaştırmanın motivasyon teorileri, hedef belirleme teorileri ve öz-yeterlik teorileri bağlamında nasıl işlediğine dair yeni bilgiler sunmaktadır. Özellikle, hedef odaklılık ve geri bildirim gibi unsurların satış performansını nasıl etkilediği üzerine yapılan analizler, bu teorilerin pratik uygulamalarını desteklemektedir. Ayrıca, oyunlaştırmanın, acente bazında satış performansını nasıl artırabileceği konusundaki anlayışa katkıda bulunur.

Pratik açıdan, çalışmanın bulguları, oyunlaştırma unsurlarının sigorta sektöründe nasıl etkili bir şekilde uygulanabileceğine dair somut örnekler sunmaktadır. Satış ekiplerinin motivasyonunu ve performansını artırma potansiyelini gösteren bu uygulamalar, sigorta şirketlerinin ve diğer sektörlerdeki satış organizasyonlarının performans çalışmalarında kullanılmak üzere dikkate değer sonuç göstermektedir. Oyunlaştırmanın yalnızca ek teşvikler olmadan bile satış performansını iyileştirme kapasitesini ortaya koyarak, sektördeki uygulayıcılara stratejik kararlar almada yardımcı olabilir. Ayrıca, çalışmanın sonuçları, sigorta sektöründeki diğer ürün gruplarında oyunlaştırmanın etkisinin test edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Özgün Değer: Literatürde oyunlaştırma üzerine çalışan bağlılığı ve performansı, iş tatmini, eğitim, insan kaynakları uygulamaları ve refah gibi farklı konularda yapılmış çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bununla birlikte, ücretlendirme de dahil olmak üzere belirli hedef ve sonuçların ölçümünü inceleyen ampirik araştırma sayısı oldukça azdır. Bu çalışma, oyunlaştırma olgusunu analiz etmekte ve oyunlaştırılmış bir satış liginin uygulanmasının satış performansını nasıl artırabileceğini göstermek için şirketle iş birliği içinde oluşturulmuş bir vaka çalışması sunmaktadır.

Karizmatik Liderliğin İş Tatminine Etkisinde Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracı Rolü*

Filiz Sivaslıoğlu¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 25.09.2024, **Kabul Tarihi/Accepted:** 03.03.2025
Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Günümüzde işletmecilik koşullarına göre liderlik faaliyetlerinin etkili bir şekilde yerine getirilmesi çok önemlidir. Liderler, bilgisi, cesareti ve tecrübesini kullanarak kararlar alabilen, örgütün devamlılığı için stratejiler oluşturabilen kişilerdir. Liderler, grup için amaç belirlerken, yönlendirirken ve üyeleri etkilerken yeni bir yapı ve prosedür oluştururlar. Karizmatik lider, sahip olduğu öz güveni, cesareti, konuşma ve ikna yeteneği ile başkalarını etkileme yeteneğine sahiptir. Bu çalışmada, karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının aracı rolünü ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla, üretim işletmelerinde çalışanların, yöneticilerinin liderliği, iş tatmin düzeyleri ve örgütsel vatandaşlık davranış algıları tespit edilmiştir. Araştırma, 25.04.2024-20.07.2024 tarihleri arasında, İstanbul/Avrupa Yakası'nda bulunan çeşitli sektörlerdeki üretim işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara (n:404) yüz yüze ve online olarak anket soruları yöneltilmiştir. Anket formu, literatürde yapılan çalışmalara dayanarak hazırlanmıştır. Ölçek soruları, katılımcıların demografik özellikleri, karizmatik liderlik, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgilidir. Elde edilen veriler, SPSS programı ile geçerlilik, güvenilirlik testleri, faktör, korelasyon, regresyon analizleri ile test edilmiştir. Araştırma sonucunda değişkenler arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki saptanmıştır. Karizmatik liderlik, iş tatminine etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının kısmi aracı rolü olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Karizmatik Liderlik, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Liderlik

JEL Kodları: L1, M1, M2

* Makalede yer alan araştırma, İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu'nun onayıyla gerçekleştirilmiştir (Onay Tarihi: 19.04.2024; Onay No: 2024-05-73). The research included in the article was carried out with the approval of the Ethics Committee of Istanbul Gelişim University (Approval Date: 19.04.2024; Approval No: 2024-05-73).

1 İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF, İşletme Bölümü (TR), fsivaslioglu@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8524-6928

The Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior on the Effect of Charismatic Leadership on Job Satisfaction

Abstract

It is very important to perform leadership activities effectively according to business conditions today. Leaders are people who can make decisions using their knowledge, courage and experience and create strategies for the continuity of the organization. Leaders create a new structure and procedure for the group when setting goals, directing and influencing members. A charismatic leader has the ability to influence others with his self-confidence, courage, speech and persuasion ability. In this study, it is aimed to reveal the mediating role of organizational citizenship behavior in the effect of charismatic leadership on job satisfaction. For this purpose, the leadership of employees, managers, job satisfaction levels and organizational citizenship behavior perceptions of employees in production enterprises have been determined. The research was conducted between 25.04.2024-20.07.2024 in production enterprises in various sectors located on the Istanbul/European Side. Survey questions were asked to the participants (n:404) face-to-face and online. The questionnaire form has been prepared based on the studies conducted in the literature. The scale questions are related to the demographic characteristics of the participants, charismatic leadership, job satisfaction and organizational citizenship behavior. The obtained data were tested by validity, reliability tests, factor, correlation and regression analyses with the SPSS program. As a result of the research, a significant and positive relationship between the variables was found. It has been concluded that charismatic leadership has a partial intermediary role of organizational citizenship behavior in its effect on job satisfaction.

Keywords: *Charismatic Leadership, Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, Leadership*

JEL Codes: L1, M1, M2

Giriş

Liderlik, toplu yaşama arzusu ile ortaya çıkan ve takipçilerin başarılarında önemli bir faktör olarak görülmektedir. Üyelerin ortak amaç güderek hareket etmelerinin sağlanması liderler ile mümkün olmaktadır (Can ve Özer, 2011, s. 1-7). Lider inisiyatif alabilen sorunlara çözüm üretebilen insanları ortak amaç etrafında bir araya getiren güçlü, kararlı kişiler olarak görülmektedir. Karizmatik liderler bireyleri etkileyen kişilikleri ve özgün davranışları ile yüksek çekiciliği olan kişilerdir (Şimşek, Çevik ve Akgemci, 2014). Karizmatik liderin kişisel cazibesi, inancı ve vizyonu sadece sahip olduğu yetki ile değil takipçileri üzerinde bıraktığı etki ile öne çıkmaktadır. Bu etki sonucunda çalışanlar zorunlu olduklarından değil, gönüllülük esasına göre üretime ve/veya hizmete katıldıklarında “örgütsel vatandaşlık davranışı” ortaya çıkmaktadır. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışına (ÖVD) sahip olması, liderin takipçileri tarafından yeterli ve güvenilir görülmesi ile gerçekleşebilmektedir. Ayrıca liderin vizyoner olarak ilham vermesi, amaç ve fıkirlere bağlılık oluşturmada da önemlidir (Antonioni, 2000). ÖVD, örgütte sağlıklı işleyişle birlikte yıkıcı ve istenmeyen durumlardan korunduğu, çalışanların yeteneklerinin geliştiği, verimliliğin ve performansın artırıldığı, uzun dönemli başarıların gerçekleştiği bir ortam haline gelen davranışlar bütünüdür. Bu davranışların sergilenmesinde örgütsel ve yönetsel faktörler etkili olmaktadır. Bu davranış sergilenirken çalışanlarda gelişmiş örgüt kültürü, işe bağlılık ve güdüleme vb. uygulamalar önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının aracı rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarının literatüre katkı sağlayacağı ve alan yazındaki boşluğu doldurulacağı düşünülmektedir.

Literatür

Çalışmanın bu bölümünde karizmatik liderlik, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramları açıklanmaktadır.

Karizmatik Liderlik

Günümüz işletmelerinde işgücü devir hızı sürekli artmaktadır. Çalışanlar bir işletmeden diğerine geçtiklerinde sahip oldukları organizasyonel bilgilerini beraberlerinde götürmektedirler. İşletmelerde işgücü kaybının azaltılması için örgütsel bağlılığı ve adaleti sağlamak liderlerin en önemli görevleri arasındadır. Bu da çalışanın sahip olduğu değer ve inançlar ile sadakat ve adanmışlığı açıklamaktadır (Özkan, 2017). Organizasyonlarda liderlik ve yönetim yaklaşımları çalışanların davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Çalışanlar yöneticilerinin liderlik özelliklerini algıladıklarında işyerlerine karşı olumlu tutum sergileyeceklerdir.

Karizma kelime olarak antik dönemlere kadar gitmesine rağmen liderlikte karizmanın araştırılması klasik teorilere dayanmaktadır. Modern karizma kavramını 20. yüzyılla birlikte literatüre ilk kazandıran isim Max Weber’ dir. Karizmayı, bireyi diğer insanlardan ayıran doğuştan gelen bazı kudretlere sahip olunan bir nitelik olarak ifade etmiştir (Aykanat ve Yıldız, 2016, s. 201). Weber ayrıca, bir bireyin sahip olduğu niteliklerinin bir inanç tarafından yönlendirildiği ve bu bireylerin hızlı ve radikal değişikliklerle yükseliş gösterdiklerini ifade etmiştir (Grabo, Spisak ve Van Vugt, 2017, s. 474). Weber, liderin durumunun pozisyonuna göre değil, grupta bulunanların liderlerini yoğun etki altında idrak etmeleri ile şekillendiğini belirtmiştir (Doğan, 2014, 48). Weber, “karizmatik salahiyyet” şeklinde ifade ettiği kavramı, geleneksel otorite, karizmatik otorite ve yasal otorite tarzı olmak üzere üç başlıkta incelemiştir (Erdal, 2007, s. 18). Karizma tanımı, 1980’lere kadar sosyal, politik ve dini liderlik gibi düşünülürken, 1980’lerden sonra bu kavram örgüt kapsamında ele alınmıştır. Eski Yunan uygarlığında karizma “ilahi hediye” olarak ifade edilmiştir (Gül ve Çöl, 2003, s. 165).

Karizmatik lider sahip olduğu referans gücü ile astlarına yol gösterici olarak hizmet ederken durumların belirsizliği halinde eksiklikleri gidererek netlik kazanmasına yardımcı olmaktadır. Karizmatik lider, stratejik vizyoner anlayışıyla değişimi motive eder ve güven sergiler. Ayrıca sıklıkla riskleri üzerine alma, örnek olma ve kişisel fedakârlıklar yapma gibi davranışlarda bulunmaktadır (Babcock-Roberson ve Strickland, 2010, s. 314).

İş Tatmini

Örgütlerde çalışanlar, iş ve kurumları ile ilgili geliştirdikleri olumlu tutumları iş tatmini olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca iş tatmini üretim yaparken elde edilen maddi çıkarlar ve çalışanların birlikte sahip oldukları mutluluk olarak tanımlanmaktadır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2013a). *İş tatmini*, iş görenlerin işleri hakkında türettikleri yapıcı duygusal bir durum (Hee, Shi, Kowang, Fei ve Ping, 2020, s. 286) ve bireyin işini yaparken, kilit değerlere izin veren algıdır (Molla, 2015, s. 156). İş tatmini çalışanları teşvik için gereken bileşenlerden biri olarak motivasyon ve performans artış göstergelerindendir (Raziq ve Maulabakhsh, 2015, s. 718). İş tatmini, temel olarak zihinsel bir özellik olarak, çalışanlara bağlı bir durumdur ve bireyden bireye göre değişmektedir. Çalışanların performans sergiledikleri duygusal durumlar iş tatminini ifade etmektedir (Vroom, 1995; Taheri, Miah ve Kamaruzzaman, 2020).

İş tatmini sağlayamayan örgütlerde, iş gören devir hızında ve devamsızlıkta artış görülmektedir. Ayrıca, düşük işletme sadakati, işyerine yabancılaşma, stres, çatışma ve kırgınlıklarda artış, grevlerin düşünülmesi, kullanılan makine ve teçhizata zarar verilmesi, zihinsel ve bedensel sağlık sorunlarının meydana gelmesi gibi durumlarla karşı karşıya gelmektedirler (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2013b).

İş tatmini yedi boyuttan oluşan bir yapıya sahiptir (Misener, Haddock, Gleaton ve Ajemieh, 1996, s. 87-91). Bunlar sırasıyla, çalışma koşulları, ücret, terfi, iş arkadaşları, yönetimin tutumu, yarar sağlama ve örgüt deneyimidir. Ücret bunların arasında çalışanın tatmin olmasını sağlayan en önemli unsurdur (Hoş ve Oksay, 2015, s.11). İş koşulları, mental ve ruhsal olarak bireyin rahat etmesini (Erdil, Keskin, İmamoğlu ve Erat, 2004, s. 19), iş arkadaşları iş ortamında pozitif ilişki içinde olmasını (Nergiz ve Yılmaz, 2016, s. 58), terfi ile bir üst mevkiye geçme şansını (Mert, 2010a, s. 123), idarenin tutumu gereği işgörenlerin verilecek kararlara katılmasını ve sorumluluk almalarına fırsat verilmesini (Ulutürk, 2020, s. 951), faydayı ve bireyin işten yarar görmesini (Karaalioğlu, 2015, s. 17) sağlamaktadır. Örgüt deneyimi, bireylerin işlerinde mutlu olmalarını ve anlamlı bulmalarını sağlamaktadır (Mert, 2010b, s. 123).

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışı konusunda, çalışanların istekli ve gönüllü olarak yaptıkları davranışlar örgütlerde başarı ve sürekliliğin sağlanmasında önemlidir (Kuruşcu ve Yenilmez, 2020, s. 3187). Örgütsel vatandaşlık davranışı, işleyişe zarar verici ve istenmeyen davranışlardan korumayı, çalışanların yeteneklerini geliştirmeyi, etkili koordinasyonla verimlilik ve performansı artırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca örgütün rekabet üstünlüğü elde etmesi ve değişken koşullara uyum sağlayabilmesi, çalışanların sadakati, çalışması, özverisi ve bağlılığı ile ilgilidir (Basım ve Şeşen, 2006, s. 84). Çalışanlar örgütte vatandaşlık davranışına sahip olduğunda verimlilik, üretim hızı ve motivasyon artmaktadır (Çelik, Tutcu ve Arıkan, 2023, s. 40). ÖVD, zorla yapılan bir davranış olarak düşünülmemelidir. Böyle bir davranış sergileyen çalışan eleman herhangi bir ödüllendirme beklememektedir. Ancak yapılan davranışlar fark edilen ve dikkat çeken davranışlardır. Bu davranışlar, çalışanların içsel motivasyonları ile sergiledikleri kendilerini daha başarılı ve yetkin olarak hissettikleri bağlılık ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Tambe ve Shanker, 2014, s. 68).

Karizmatik Liderlik ve İş Tatmini İlişkisi

Karizmatik liderler takipçileri üzerinde sosyal etki bırakmak için yoğun çaba göstermektedirler (House ve Howell, 1992). Bir bireye karşı olumlu bir tutum sergilendiğinde, birey aynı şekilde olumlu davranışlarda bulunmaktadır (Çetin ve Şentürk, 2016). Karizmatik liderin çevreyi gözlemleme yeteneği sayesinde, takipçilerinin ihtiyaçlarına cevap vererek, iş tatmin düzeyi yüksek geri dönüşümler alınmaktadır (Rowden, 2000). Çalışanların iş tatmin düzeyini etkileyen faktörler incelendiğinde, organizasyonda çalışanların ilişkilerini yönlendiren en önemli unsur yönetici ve diğer çalışanlardır (Lu, While ve Barriball, 2005). İş tatmini yüksek çalışanların olduğu organizasyonlarda, memnuniyet seviyeleri, verimlilik ve performans durumlarının yüksek, işgücü devir oranlarının ise düşük olduğu görülmüştür (Eliyana, Ma'arif ve Muzakki, 2019). Karizmatik olarak beklentileri yüksek liderler, takipçilerinin öz yeterliliklerini ve iş tatminlerini artırabilirler (Avolio ve Gibbons, 1998). Çalışanların motivasyonu çeşitli faktör ve koşullarla karşılandığında iş tatmini oluşmaktadır (Furnham, Eracleous ve Chamorro— Premuzic, 2009).

Literatürde karizmatik liderliğin iş tatminini etkilemesi ile ilgili araştırmalar sonucunda elde edilen bulgulara göre, ikisi arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir (Yavan, Sökmen ve Bıyık, 2018). Vlachos, Panagopoulos ve Rapp (2013), üç büyük üretim işletmesinde, 438 çalışandan oluşan verilerle yaptıkları araştırmada, karizmatik liderlerin kurumsal sosyal sorumluluğa sahip olmasının iş tatminine olumlu etkiler sağladığı sonucuna varmışlardır. Locke (1976, s. 1300) iş tatminini, çalışanın iş deneyimlerinde zevkli ve olumlu bir duygusal durum olarak açıklamıştır. Conger, Kanungo ve Menon, (2000), çalışmalarında, karizmatik liderliğin iş tatminini olumlu bir şekilde etkilediğini ifade etmişlerdir. DeGroot, Kiker ve Cross, (2000), çalışmalarında meta-analitik düzeltilmiş korelasyon sonucu karizmatik liderliğin diğer değişkenlerle pozitif ilişkide olduğunu doğrulamışlardır. Erez, Misangyi, Johnson, LePine ve Halverson (2008), karizmatik liderlerin takipçileri ile karizmatik olmayan liderlerden daha mutlu ilişkilerde olduğunu tespit etmişlerdir. Buradaki iki konuyu birbirine bağlayan mantık, karizmatik liderler takipçilerine hedeflerini ve ilham verici vizyonlarını açıklamaktadırlar (Bass, 1985). Ayrıca, karizmatik liderler iş tatminini sağlamak için çalışanlarına işlerine anlam verecek şekilde zorlu hedefler, başarı için yüksek seviyeye ulaşmalarında çeşitli ödüller sunmaktadırlar (Burns, 1978). Cicero ve Pierro (2007a)'nın İtalya'da yaptıkları çalışmada, karizmatik liderlik tutumları ile iş yerine bağlılık arasında orta kuvvette ve pozitif ve anlamlı bir ilişkide olduklarını saptamışlardır. Başka bir araştırmada; karizmatik liderlik, iş tatminini ve performansı artırırken, işi bırakma isteğini de azalttığı görülmüştür (Cicero ve Pierro, 2007b). Literatürdeki çalışmaların sonuçlarına göre, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 1. Karizmatik liderlik ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1a: Vizyon belirleme ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1b: Çevresel duyarlılık ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1c: Sıra dışı davranış ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1d: Kişisel risk ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1e: Üye ihtiyaçlarına duyarlılık ve iş tatminin üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1f: Kurumun devamını sağlama ve iş tatmini üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi

Karizmatik lider davranışları, örgütlerde bağlılık iş tatmini gibi pozitif sonuçlar doğururken örgütsel vatandaşlık davranışını da etkilemektedir (Kırel, 2001, s. 46). Literatürde, karizmatik lider ile ÖVD arasında ilişkiyi birçok çalışmada görebiliriz (Ghosn, 1997, s. 45). Howel ve Frost (1989), karizmatik liderlik davranışlarının sergilenmesi, takipçilerin daha yüksek iş tatminlerine ve daha yüksek performanslarına yol açacağını öngörmüşlerdir. Karizmatik özelliklere sahip olan lider üyelerinin kendileri ile özdeşleştirdikleri,

toplum tarafından kabul gören iyi özellikleri olan bir idoldür (Jacquart ve Antonakis, 2015, s. 1054). Conger, Kanungo ve Menon (1999), takipçileri karizmatik liderlere büyük saygı duydukları bunun da güvene kolektif düşünmeye ve iş tatminine fayda sağlayacağı böylelikle verimliliğin de artacağına dikkat çekmişlerdir.

Karizmatik liderle birlikte çalışan takipçilerle, karizmatik olmayan liderle çalışan takipçilerin gösterdikleri performans açısından fark olup olmadığıyla ilgili yapılan araştırmada, performansın artmasında, liderin gösterdiği tutumun etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Shea ve Howell, 1999). Deluga (1995) karizmatik liderlikle örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Shamir, House ve Arthur, (1993b), karizmatik liderlik davranışı ile yetenekleri ortaya çıkan takipçilerin, örgüte bağlılık duyması, işini anlamlı bulması ve örgütsel vatandaşlık davranışının oluşacağını ifade etmişlerdir. Literatürdeki bulgular doğrultusunda, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 2: Karizmatik liderlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2a: Özgecilik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2b: Sivil erdem ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2c: Vicdanlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2d: Sportmenlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2e: Nezaket ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İş Tatmini İlişkisi

Örgütlerde ekonomik ve finansal kaynakların iyi yönetilmesi ile birlikte beşeri kaynakta iyi yönetilmelidir. Bireylerin yaptığı işte mutlu olması ve bu mutluluğun derecesi önemlidir. Çalışanların istekleri, bu isteklerin karşılanabilmesi ve çalışmalarını yapma isteği iş tatminidir (Bayrak, Kök, 2006, s. 293). Çalışanların kendilerini kurumun bir parçası olarak görmesi, bunun için de bir karşılık beklememesi, kendi hedefleri ile işletmenin hedeflerini aynı doğrultuda görmesi örgütsel vatandaşlık davranışına sahip olduğunu göstermektedir (Bolat ve Bolat, 2008, s. 80).

Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütten ödüllendirme beklemeden gönüllülük esasına dayanan bireysel gönüllü bir davranıştır (Magdelana, 2014, s. 739). Ayrıca örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışanın iş kapsamı haricinde görevini en iyi şekilde yerine getirmeye çalışan rol dışı deneyim olarak da tanımlanmaktadır (Romaiha, Maulud, Ismail, Jahya, Fahana ve Harun, 2019, s. 126). ÖVD, işletmede bireylerin pozitif davranışlarına sahip olmasını da açıklamaktadır (Demirel, Seçkin ve Özçınar, 2011, s. 1062).

Örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini ilişkisi ile ilgili çalışmalarda liderin desteklemesi (Tezcan, 2012, s. 80-81), örgütte adaletin sağlanması (Demir, 2009, s. 197), değerlere önem verilmesi (Demirel ve Özçınar, 2009, s. 132) gibi unsurlar örgütsel vatandaşlık davranışını oluşturmaktadır. Bir kurumda örgütsel vatandaşlığın azalması, kurumda olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu etkiler, çalışanların memnuniyetsizliği, (Ürek, Bilgin Demir ve Uğurluoğlu, 2015, s. 128), sessiz kalmaları (Turgut ve Akbolat, 2017, s. 363) ve düşük performanslarıdır (Erok, 2018, s. 39). Schappe (1998), yaptığı inceleme sonucunda, ÖVD; iş tatmini, bağlılık, adalet algılamalarının birbirlerine etkisinde, en büyük ilişkinin, örgütsel vatandaşlık ve bağlılık arasında olduğunu tespit etmiştir. Bateman ve Organ (1983a), üniversitede görevlilerle ilgili araştırmalarında ÖVD ve iş tatmini arasında pozitif ilişki tespit etmişlerdir. Podsakoff, Mackenzie, Moorman ve Fetter, (1990), Organ ve Ryan, (1995)'in çalışmalarını desteklemektedir. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı göstermelerinin özünde iş tatmini bulunmakta ve iş tatminini olumlu etkileyen tüm faktörler örgütsel vatandaşlık davranışını da olumlu etkilemektedir. Ayrıca iş yerlerinde çalışan personelin gönüllü olarak sergiledikleri ÖVD ile iş tatmini ilişkisini araştıran çalışmalarda (Turnipseed, 1996; Mustaq vd., 2014; Weikamp ve Göritz, 2016; Prasetyo vd., 2017) iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Örgütlerde çalışanın iyi seçilmesi ve yetiştirilmesi, işini yaparken nicelik ve nitelik olarak daha iyi yapacağı anlamına gelmemektedir. Yöneticiler çalışanlara beklenen değeri verdiklerinde, çalışanların motivasyonları, iş tatminleri ve örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğilimleri artış gösterecektir (Ölçüm, Çetin, 2004, s. 76). Literatürdeki bulgular doğrultusunda, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 3: Örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3a: Özgecilik ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3b: Sivil erdem ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3c: Vicdanlılık ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3d: Sportmenlik ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3e: Nezaket ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

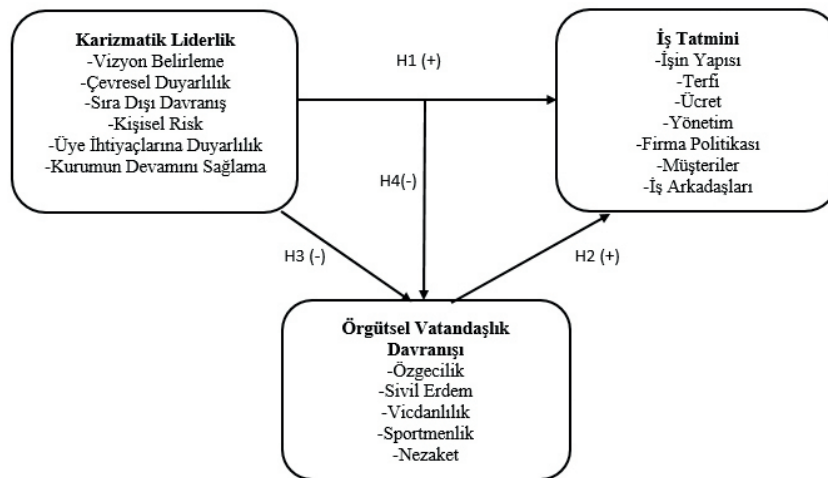
Karizmatik Liderlik, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler

Liderler yöneticilerden birçok özellikleri ile ayrılmaktadırlar. Karizmatik liderlere ait birçok özellik bireyler arasında önemli etki oluşturmaktadır (Oktay ve Gül, 2003; Maxwell, 2006; Gül, 2003; Arabacı, 2014). Liderin karizmatik özellikleri, çalışanların gösterdikleri ÖVD, örgüte bağlılıkları, iş tatmini arasında pozitif ve olumlu sonuçlar vermektedir (Kırel, 2001, s. 46). Karizmatik liderlik konusunun pek çok alanda incelendiği, bunlar arasında; örgütsel vatandaşlık davranışı (Babcock-Roberson and ve Strickland, 2010; Piccolo, Buengeler ve Judge, 2018) iş tatmini (Nyenembe, Maslowski, Nimrod ve Peter, 2016; Sun, Gergen, Avila ve Green, 2016; Akyüz ve Kaya, 2015) gelmektedir. Karizmatik liderlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı (Deluga, 1995), iş tatmini (Vlachos ve diğerleri, 2013) gibi değişkenler arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Karizmatik liderlik özelliklerinin, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini arasındaki etkileri ayrı ayrı araştırılsa da değişkenlerin bir arada yapıldığı bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Literatürdeki bulgular doğrultusunda, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 4: Karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının aracı rolü bulunmaktadır.

Araştırmanın Modeli

Literatür araştırması sonunda yapılan çalışmalara dayanarak aşağıdaki şekil 1’de bulunan model geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

Şekil 1’de araştırmanın bağımsız değişkeni karizmatik liderlik iken, bağımlı değişkeni iş tatminidir. Örgütsel vatandaşlık davranışı değişkeni ise, aracı değişken olarak modelde yer almaktadır.

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın, değişken seçimi, amacı, örnekleme ve veri toplama araçları, etik yönü, sınırlılıkları, kullanılan ölçekleri ve kaynakları yer almaktadır.

Araştırmanın Değişken Seçimi

Karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde, örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD) değişkenlerinin seçimi, kritik öneme sahiptir. ÖVD, liderlik ve iş tatmini arasındaki ilişkide güçlendiren veya zayıflatan bir mediatör (arabulucu) veya moderatör (düzenleyici) değişken olarak işlev görebilmektedir. ÖVD, işletmelerde işgörenlerin görev tanımlarının ötesinde gönüllü davranışlar sergilediklerini ifade etmektedir. Karizmatik liderler, bu tür davranışları teşvik ederek, çalışanların örgüte olan bağlılıklarını ve iş tatminlerini artırabilir. Dolayısıyla, ÖVD’nin bu rolü, liderlik tarzının iş tatmini üzerindeki etkisini anlamada önemlidir. Bu bağlamda, değişkenler arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamak, daha derinlemesine incelemek ve örgütlerde daha etkili liderlik stratejileri geliştirmek son derece önemlidir. Bu çalışmada seçilen değişkenlerle ilgili literatür incelendiğinde tüm değişkenlerin birlikte incelendiği bir çalışmanın olmadığı tespit edilmiştir. Böylece bu araştırma literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın Amacı, Örnekleme ve Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada, karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde ÖVD’nin aracı rolünün ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla değişkenlerin aralarındaki ilişkilerin boyutları incelenmiştir. Araştırmanın **örneklemini**, İstanbul’da faaliyet gösteren **üretim işletmesi çalışanları** oluşturmaktadır. İstanbul Türkiye’nin nüfus ve ekonomik büyüklük açısından en büyük değer taşıyan ilidir. Türkiye’nin büyük üretim tesislerinin çoğu bu şehirde bulunmaktadır. **Örneklem seçimi kararında, araştırmacının rahatlıkla ulaşabilmesinde** zaman ve maliyet açısından düşünüldüğünde Avrupa yakası’nda yapılması uygun görülmüştür. Bu çalışmanın temel değişkenlerinin daha fazla karşılık bulacağı düşüncesi ile üretim işletmelerinde yapılması uygun görülmüştür. Ana kütleden %95 güvenilirlik sınırları dahilinde %5’lik bir hata payı düşünülmüştür. Tesadüfi olarak seçilen toplam 404 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma, 25.04.2024-20.07.2024 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Literatürde geçerliliği ve güvenilirliği ispat edilmiş beşli Likert tipi ölçeklerin kullanılması ile anket hazırlanmıştır. Araştırmaya gönüllü katılan kişilerden değişkenler ile ilgili ifadelerin cevapları yüzyüze/online olarak toplanmıştır. Katılımcılarla ilgili demografik bilgiler için geliştirilmiş form 5 soru, karizmatik liderlik ölçeği için 24 soru, ÖVD için 20 soru ve iş tatmini ölçeği için ise 20 soru bulunmaktadır. Değişkenlerle ilgili anket formu toplam 64 madde ve dört bölümden oluşmaktadır. Elde edilen veriler, SPSS programları ile güvenilirlik ve geçerlilik testleri, faktör, korelasyon ve regresyon analizleri ile test edilmiştir.

Araştırmanın Etik Yönü

“Karizmatik Liderliğin İş Tatminine Etkisinde Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracı Rolü” isimli araştırma yazılırken bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuştur. Katılımcılardan toplanan verilerde tahrifat yapılmamış ve başka bir yayın ortamına yayınlanmak üzere gönderilmemiştir. Etik kurul izni **üniversitenin Etik Kurul Başkanlığı’nın** Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre, 2024-05 numaralı 19.04.2024 tarihli toplantısından alınmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılığı, İstanbul ili Avrupa Yaka'sında sadece üretim sektöründe sınırlı sayıda çalışana ulaşarak gerçekleştirilmiş olmasıdır. Hizmet sektöründe olan veya daha fazla sayıda çalışana ulaşıldığında sonuçların farklı olacağı düşünülmektedir. Yine çalışanların mavi yaka veya beyaz yaka personel ile sınırlı kalmaması ve çalışanların üçte birinin iş yeri deneyimlerinin kısa olması gibi sınırlılıkları bulunmaktadır. Ayrıca, gelecekte yurtiçinde ve/veya yurtdışında yapılacak çalışmalarda farklı sonuçlar çıkabilecektir.

Araştırmanın Ölçekleri ve Kaynakları

Karizmatik Liderlik Ölçeği; Conger ve Kanungo (1994) tarafından geliştirilmiş ve 24 adet 5'li Likert tipi sorulardan oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinde Gül H. (2003)'in araştırması kaynak olarak alınmıştır. Karizmatik liderlik ölçek boyutları, vizyon belirleme (1.2.3.4.5.12), çevresel duyarlılık (6.7.8.9.10.11), sıra dışı davranış sergileme (13.14.15), kişisel risk (13.14.15) üye ihtiyaçlarına duyarlılık (20.21.22), kurumun devamını sağlama (23.24) olarak sıralanmaktadır. Ölçeğin asıl kaynağının Cronbach Alpha değerleri; vizyon belirleme ($\alpha=.799$), çevresel duyarlılık ($\alpha=.741$), sıra dışı davranışlar sergileme ($\alpha=.755$), kişisel risk üstlenme ($\alpha=.848$), üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme ($\alpha=.824$), kurumun devamını sağlama ($\alpha=.721$)'dir.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği; Podsakoff ve diğerleri, (1990) tarafından literatüre kazandırılmış ve Türkiye'deki çalışmalarda çevirisi yapılarak kullanılmıştır. Ayrıca, Turgut ve Akbolat, (2017) makale çalışmalarında kullanmışlardır. Ölçek, özgecilik (1.2.3.4), nezaket (5.6.7.8), vicdanlılık (9.10.11.12), sivil erdem (13.14.15.16) ve sportmenlik (17.18.19.20) olmak üzere beş ayrı boyuttur. Ölçeğin asıl kaynağının Cronbach Alpha değerleri; özgecilik ($\alpha=.820$), nezaket ($\alpha=.701$), sivil erdem ($\alpha=.780$), vicdanlılık ($\alpha=.773$), sportmenlik ($\alpha=.768$)'dir.

İş Tatmini Ölçeği; Churchill, Ford ve Walker, 1974; Comer, Machleit ve Lagece, 1989 yılında geliştirdikleri 20 maddeden oluşan ölçektir. Schwepter'in (2001) araştırmasından alınan ve Türkçeye çevrilen ölçek geçerli ve güvenilir olarak kanıtlanmıştır. Ölçekte, işin yapısı (2.13.17.18), terfi (4.8.15), ücret (5.9), yönetim (1.6.12), firma politikası (3.7.14), müşteriler (11.19.20) ve iş arkadaşları (10.16) sayılı sorularla incelenmiştir. Ölçeğin asıl kaynağının Cronbach Alpha değerleri; işin yapısı ($\alpha=.727$), terfi ($\alpha=.713$), ücret ($\alpha=.752$), yönetim ($\alpha=.727$), firma politikası ($\alpha=.781$), müşteriler ($\alpha=.727$), ve iş arkadaşları ($\alpha=.622$)'dir.

Araştırmanın Bulguları

Tablo 1'de katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. Ankete katılan katılımcıların %56,9'u kadın, %43,1'i erkektir. Yaş aralığı, 18-24 ile 39-45'dir. Medeni durumları %41.6 evli, %58.4 bekâr'dır. Eğitim durumları lise %18,3 ve yüksek lisans %21,5 aralığında olduğu görülmektedir. Kurumda hizmet süreleri, 1-3, %34,9 ve 13+, %12.1 aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 1

Katılımcıların Demografik Bilgileri

N: 404		Sıklık	Geçerli Yüzde		Sıklık	Geçerli Yüzde	
Cinsiyet	Kadın	230	56.9	Eğitim	Lise	74	18.3
					Yüksek Okul	56	13.9
	Erkek	174	43.1		Lisans	187	46.3
					Yüksek Lisans	87	21.5
Yaş	18-24	92	22.8	Kurumda Hizmet Süresi	1-3	141	34.9
	25-31	65	16.1		4-6	74	18.3
	32-38	151	37.4		7-9	84	20.8
	39-45	96	23.8		10-12	56	13.9
					13+	49	12.1
Medeni Durum	Evli	168	41.6				
	Bekâr	236	58.4				

Geçerlilik Analizi

Tablo 2’de KMO ve Bartlett ile verilerin faktör analizine uygunluğu test edilmektedir Field (2000). KMO için alt sınırlar belirlendiğinde 0,50 olmasının yeterli olacağını, $KMO \leq 0,50$ olduğunda veri kümesinin faktör analizi yapılamayacağını açıklamıştır. Bu çalışmada çıkan sonuca göre değişkenlerin tüm KMO geçerlilik değerlerinin yüksek olduğu (,702 ,689 ,753) görülmektedir. Ayrıca Bartlett Küresellik testinin de önem derecesinde anlamlılık düzeyinde bulunduğu, böylece veri setimizin faktör analizi için de uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 2

KMO ve Bartlett Test Sonuçları

Ölçekler	KMO	Bartlett Küresellik Testi	Df	Sigma
Karizmatik Liderlik	,702	10652,545	276	,000
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	,689	3529,236	190	,000
İş Tatmini	,753	8212,654	190	,000

Ölçek maddelerinin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında Cronbach Alpha katsayısı kullanılarak güvenilirlik değerleri ortaya çıkarılmaktadır. Cronbach Alpha testinde, değerler 0,40’tan az ise, ölçek güvenilir değildir. 0,40-0,60 arasında olduğunda anlamlılık düzeyi düşüktür. 0,60-0,80 arasında ise oldukça güvenilir düzeyde olduğunu göstermektedir (Özdamar, 2004).

Faktör Analizi ve Güvenilirlik Değerleri

Çalışmanın değişkenlerini ölçmek için 5'li likert ölçeğine göre, 64 soru (karizmatik liderlik için 24 soru, iş tatmini için 20 soru, örgütsel vatandaşlık davranışı için 20 soru) kullanılmıştır. Sorular 18 faktöre dağılmıştır. Çalışmada faktör analizi yapılan değişkenleri ölçen faktör yükleri ve ölçeklerin altboyutlarına ait güvenilirlik değerleri tablo 3'de görülmektedir.

Tablo 3

Faktör Analizi ve Güvenilirlik (Cronbach Alpha) Değerleri

Değişkenler	Alt Boyutları	Göstergeler	Faktör Yükleri	Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)
Karizmatik Liderlik	Vizyon Belirleme	KL1	,846	Cronbach α; ,932
		KL2	,897	
		KL3	,915	
		KL4	,904	
		KL5	,932	
	Çevresel Duyarlılık	KL12	,892	Cronbach α; ,932
		KL6	,905	
		KL7	,800	
		KL8	,876	
		KL9	,860	
		KL10	,904	
	Sıra Dışı Davranış	KL11	,888	Cronbach α; ,906
		KL13	,944	
		KL14	,797	
	Kişisel Risk	KL15	,839	Cronbach α; ,734
		KL16	,944	
		KL17	,871	
		KL18	,928	
	Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	KL19	,891	Cronbach α; ,850
		KL20	,855	
		KL21	,845	
	Kurumun Devamını Sağlama	KL22	,885	Cronbach α; ,851
		KL23	,936	
		KL24	,873	
Toplam			,931	

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Özgecilik	ÖVD1	,901	Cronbach α ; ,884
		ÖVD2	,935	
		ÖVD3	,836	
		ÖVD4	,894	
	Sivil Erdem	ÖVD13	,771	Cronbach α ; ,686
		ÖVD14	,880	
		ÖVD15	,849	
		ÖVD16	,754	
	Vicdanlılık	ÖVD9	,824	Cronbach α ; ,670
		ÖVD10	,919	
		ÖVD11	,853	
		ÖVD12	,864	
	Sportmenlik	ÖVD17	,819	Cronbach α ; ,486
		ÖVD18	,585	
		ÖVD19	,775	
		ÖVD20	,750	
	Nezaket	ÖVD5	,747	Cronbach α ; ,359
		ÖVD6	,861	
		ÖVD7	,582	
		ÖVD8	,771	
	Toplam		,735	
İş Tatmini	İşin Yapısı	İT2	,922	Cronbach α ; ,756
		İT13	,887	
		İT17	,848	
		İT18	,901	
	Terfi	İT4	,946	Cronbach α ; ,813
		İT8	,870	
		İT15	,882	
	Ücret	İT5	,882	Cronbach α ; ,931
		İT9	,903	
	Yönetim	İT1	,871	Cronbach α ; ,122
		İT6	,885	
	Firma Politikası	İT12	,821	Cronbach α ; ,783
		İT3	,779	
		İT7	,897	
	Müşteriler	İT14	,934	Cronbach α ; ,924
		İT11	,853	
		İT19	,925	
	İş Arkadaşları	İT20	,888	Cronbach α ; ,742
		İT10	,788	
		İT16	,923	
	Toplam		,917	

(i) Principal Component Analysis with Varimax Rotation

(ii) Total Explained Variance for Karizmatik Liderlik %74,812; KMO = 0.702; Bartlett Test; $p < 0.001$ (iii) Total Explained Variance for Örgütsel Vatandaşlık Davranışı %65,475; KMO = 0.689; Bartlett Test; $p < 0.001$ (iv) Total Explained Variance for İş Tatmini %71,408; KMO = 0.753; Bartlett Test; $p < 0.001$

Tablo 3’de faktör analizi ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Faktör analizi Principal Component Analysis ve Varimax with Kaiser Normalization metoduyla yapılmıştır. Bu çalışmada karizmatik liderlik 6 alt boyutta, örgütsel vatandaşlık davranışı, 5 alt boyutta ve iş tatmini ise, 7 alt boyutta incelenmiştir. Karizmatik liderlik, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini için yapı geçerliliği açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör yükleri, karizmatik liderlik için 0,797 ile 0,944 arasında değişmektedir. Karizmatik liderlik açıklanan varyansı, % 74,8’dir. Örgütsel vatandaşlık faktör yükleri, 0,582 ile 0,935 arasındadır. Örgütsel vatandaşlık davranışı açıklanan varyansı %65,4’dür. İş tatmininin faktör yükleri, 0,779 ile 0,946 arasında değişmektedir. İş tatmini açıklanan varyansı %71,4’dür. Her bir ölçeğin Cronbach Alpha değerleri toplamı karizmatik liderlik 0,931, örgütsel vatandaşlık davranışı değerleri 0,735, iş tatmini 0,917 olarak bulunmuştur. Değerlerin 0,70 değerinden büyük olduğu ve faktörlerin içsel tutarlılık oranlarının oldukça **güvenilir olduğu görülmektedir**.

Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi ölçeklerin ortalamalarının ve aralarındaki ilişkinin incelenmesi için kullanılan istatistiksel analizdir. Değişkenlerin ilişkilerinin kuvveti ve yönü korelasyon katsayısı ile ölçülmektedir. Yapılan analiz sonucunda korelasyon katsayısı boyutları arasındaki ilişki -1 ile +1 değerleri almaktadır. Değerler -1’e yakınsa, ölçek boyutlarının negatif bir ilişkide olduğu, +1’e yakın olduğunda ise, pozitif bir ilişkide olduğu **söylenbilir** (Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010, s. 227).

Tablo 4

Korelasyon Analizi

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Vizyon Belirleme (1)	Pearson	1											
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000											
Çevresel Duyarlılık (2)	Pearson	,818**	1										
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000											
Sıra Dışı Davranış (3)	Pearson	,428**	,517**	1									
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000	,000										
Kişisel Risk (4)	Pearson	,227**	,132**	,281**	1								
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000									
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık (5)	Pearson	,379**	,356**	,408**	,615**	1							
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000								
Kurumun Devamını Sağlama (6)	Pearson	,475**	,513**	,340**	,458**	,521**	1						
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000							
Sivil Erdem (8)	Pearson	,123*	,205**	,286**	,468**	,279**	,376**	,401**	1				
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,000	,000	,000	,000	,000					

Vicdanlılık (9)	Pearson												
	Correlation	,048	,065	,191**	,280**	,140**	,080	,267**	,306**	1			
	Sig. (2-tailed)	,334	,194	,000	,000	,005	,106	,000	,000				
Sportmenlik (10)	Pearson												
	Correlation	-,211**	-,159**	-,123*	-,193**	-,270**	-,311**	-,087	-,234**	,002	1		
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,013	,000	,000	,000	,081	,000	,961			
Nezaket (11)	Pearson												
	Correlation	,259**	,207**	,159**	,193**	,302**	,472**	,548**	,377**	,225**	,148**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003		
İş Tatmini (12)	Pearson												
	Correlation	,225**	,284**	,326**	,455**	,424**	,602**	,232**	,282**	,153**	,221**	,286**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4’de verilen değerlere bakıldığında değişkenler arasındaki korelasyonların genel olarak pozitif yönlü ve anlamlı olduğu görülmektedir. Karizmatik liderliğin alt boyutlarından olan vizyon belirleme ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,225$ olduğundan pozitif yönde zayıf derecede bir ilişki, çevresel duyarlılık ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,284$ olduğundan pozitif yönde zayıf derecede bir ilişki, sıra dışı davranış ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,326$ olduğu için pozitif yönde zayıf derecede bir ilişki, kişisel risk ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,455$ olduğundan pozitif yönde orta derecede bir ilişki, üye ihtiyaçlarına duyarlılık ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,424$ olduğundan pozitif yönde orta derecede bir ilişki, kurumun devamını sağlama ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,602$ olduğundan pozitif yönde orta derecede bir ilişki, özgeciliği ve iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,232$ olduğundan pozitif ve zayıf derecede ilişkide, sivil erdemin iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,282$ olduğundan pozitif yönde zayıf derecede bir ilişki bulunmaktadır. Vicdanlılığın iş tatmini arasında sig=,000 ve $r=,153$ olduğundan pozitif ve zayıf ilişki vardır. Sportmenliğin iş tatminine etkisinde $r=,221$ olduğundan düşük düzeyde negatif yönde ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla karizmatik liderliğin sportmenlik davranışı sergilemesi iş tatminini azaltmaktadır. Nezaketin iş tatminine etkisinde $r=,286$ olduğundan pozitif yönde zayıf bir ilişkiye sahiptir. ÖVD’nin iş tatmini ile ilişkisine bakıldığında, yalnızca sportmenlik ile iş tatmini arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki saptanmaktadır. Diğer bütün boyutlar, özgeciliği, sivil erdem, nezaket, vicdanlılık ile iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif ilişki bulunmakta ve H3 hipotezi kısmi olarak kabul edilmektedir. Tablo 4’de karizmatik liderliğin alt boyutları ile iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında $p \leq 0,01$ düzeyinde anlamlı korelasyonlar görülmektedir.

Tablo 5

Regresyon analizi (karizmatik liderlik, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini)

Regresyon Model	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler	Standardize Beta	T test	Düzeltilmiş R2	F Değeri
Model 1	Karizmatik Liderlik	İş Tatmini	,479	8,033	,227	119,455
Model 2	Karizmatik Liderlik	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	,348	7,433	119	55,243
Model 3	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	İş Tatmini	,288	6,027	,081	36,330
Model 4	Karizmatik Liderlik	İş Tatmini	,431	9,310	0,242	65,373
	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı		,138	2,989		

Tablo 5’de hipotezlerin testi için yapılan regresyon analizine göre, değişkenler arasında tüm ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır. Model 1’de “karizmatik liderliğin”, “iş tatmini” üzerinde pozitif ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($\beta_1 = 0.479$, $p < 0,01$). Bu sonuca göre H1 hipotezi desteklenmektedir. (H1. Karizmatik liderlik ve iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır). Model 2’ye göre, “karizmatik liderlik”, “örgütsel vatandaşlık davranışı” üzerinde pozitif ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($\beta_1 = 0.348$, $p < 0,01$). H2 hipotezi desteklenmektedir. (H2 Karizmatik liderlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır). H3 hipotezinin incelendiği model 3’de örgütsel vatandaşlık davranışının iş tatminini olumlu yönde etkilediği görülmektedir $\beta_1 = 0.288$, $p < 0,01$). H3 hipotezi desteklenmektedir. (H3 Örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş tatmini arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır). Ancak model 4’de aracı değişken olan “örgütsel vatandaşlık davranışı” modele dahil edildiğinde “karizmatik liderlik” ve “iş tatmini” hala istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkide olmasına rağmen ($p < 0,01$); “karizmatik liderlik” değişkeninin “iş tatmini” üzerindeki etkisi azalmıştır (β katsayısı ,431’den ,138’e düşmektedir). Sonuç olarak; H4 desteklenmektedir. H4 hipotezi için “karizmatik liderlik”, “iş tatmini” ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında “kısmi aracı değişken etkisi” olduğu görülmektedir.

Sonuç

Literatürde karizmatik liderlikle ilgili birçok çalışma olmakla birlikte, karizmatik liderlik ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma sayısı oldukça azdır. Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiler için yapılan korelasyon analizi bulgularına göre karizmatik liderliğin alt boyutlarının, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini değişkenleri arasındaki ilişkiler genel olarak ($p \leq 0.001$ düzeyinde) anlamlı çıkmıştır. Hipotezleri test etmek ve ilişkilerin yönünü belirlemek için yapılan regresyon analizinde “karizmatik liderliğin”, “iş tatmini” üzerinde pozitif ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu çalışmada karizmatik liderlik ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yavan (2018) Ankara’da bulunan bir kamu bankasının genel müdürlüğünde yapılan araştırmada, yöneticilerin sahip oldukları karizmatik liderlik özellikleri ve iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Halloway’in (2012), sağlık sektöründe yaptığı araştırmasında benzer sonuçlar çıkmıştır. Zehir, Müceldili, Altındağ, Şehitoğlu ve Zehir (2011) yaptıkları incelemede, karizmatik liderlikle çalışan iş tatmini arasında olumlu ilişki bulunduğunu tespit etmişlerdir. Baltacı, Kavacı, Şentürk ve Kurar (2014) lüks otellerde yapmış oldukları çalışmada, bireylerin iş tatminlerinde pozitif etkiye sahip oldukları liderin, karizmatik lider olduğu sonucu çıkarılmıştır. Bu çalışmanın sonucunun literatüre uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Karizmatik liderlik ile örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili literatürü incelediğimizde benzer sonuçların elde edildiği görülmektedir. Babcock-Roberson ve Strickland (2010), yaptıkları çalışmada karizmatik liderin örgütsel vatandaşlık davranışlarına iş katılımı yoluyla bağlayan bir meditasyon modelini test etmişlerdir. Sonuç olarak karizmatik liderlik ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı bir pozitif ilişki olduğunu görmüştür. Boerner, Dütschke ve Wied, (2008), ÖVD ile karizmatik liderlik arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Strese sebep olan faktörler ve işyerinde gayret göstermenin rolünü araştıran bu çalışmada, üç Alman hastanesinde 142 hemşire çalışma grubu olarak seçilmiştir. Çalışanların gayretleri ve karizmatik liderliğin örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisini açıklayan hipotez doğrulanmıştır. Sosik, (2005), 280 yönetici ve 955 çalışan üzerinde yapılan incelemede, yöneticilerin kişisel değerlerinin sonucunda takipçilerin örgütsel vatandaşlık davranışı ve yüksek performans göstermelerini sağladığı gözlemlenmiştir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş tatmini ile ilgili literatür incelendiğinde, benzer sonuçların olduğu görülmektedir. Becker ve Billings (1993, 177), Bateman ve Organ (1983b, s. 587), yaptıkları araştırmada, ÖVD ile iş tatmini değişkenlerinin birbirlerini olumlu olarak etkiledikleri sonucuna varmışlardır. Yoon ve Suh (2001, s. 597), ÖVD ve iş tatmini arasında olumlu bir ilişki tespit etmişlerdir. Vilela, González ve Ferrín (2008, s. 1005) çalışmalarında, örgüt uyumu ile ÖVD ilişkisinde iş tatmininin aracılık etkisine sahip olduğunu belirtmişlerdir. Erdal ve Altındağ (2020) çalışmalarında, ÖVD ve iş tatmini arasındaki ilişkide, iki değiş-

kenin aralarında olumlu bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Organ ve Konovsky (1989), ÖVD ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelemişler ve aralarında olumlu ve anlamlı belirleyicilerin olduğunu bulmuşlardır.

Bu çalışmada incelenen üç değişkenin (karizmatik liderlik, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini) birlikte alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürdeki çalışmalarda değişkenler ikili olarak ayrı ayrı incelenmiştir. Bu çalışmada ele alınan karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının ne kadar etkisinin olduğu ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Sonuç olarak, karizmatik liderliğin iş tatminine etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının kısmi aracı etkisi olduğu görülmektedir.

İşletmelerin başarılarında gerekli olan unsurların başında, işinde tatmin olmuş çalışanların örgütte kalmalarının sağlanması gerekmektedir. Bu sebeple örgütlerde çalışanların tutumlarını ve davranışlarını anlayacak, örgütün amaçlarını gerçekleştirecek yöneticilere ihtiyaç vardır. Kirel (2001), örgütsel vatandaşlık davranışının daha fazla gösterilmesinin sağlanması için, yönetimde bulunan eksikliklerin giderilmesi ve performans değerlendirilmesine çalışılması gerektiğini ifade etmiştir.

Araştırma bulguları sonucunda karizmatik liderin çalışanlarının tutum ve davranışlarını etkilediği görülmektedir. Yani liderin karizmatik olma özelliği örgüt içinde çalışanları olumlu yönde etkilediğinden işletme yapısının bu yönde oluşturulması gerekmektedir. Bunun sonucunda da çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş tatmin düzeyleri artırılabilecektir. İş tatmini her çalışana göre değişebilen ve çeşitli faktörlerden etkilenen subjektif bir yapıdadır. Yöneticiler veya liderler, bireylerin yaptıkları işte en fazla tatmin düzeyine erişmelerini sağlayacak stratejiler geliştirmelidirler. Liderler özelliklerini geliştirerek, çalışanların örgütte önemli olduklarını hissettirebilirler. Karizmatik liderler çalışanların işletme amaçlarına yönelik davranışlarını ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerini güdüleyebilirler. Ayrıca sorumluluk duygusunu harekete geçiren görevlerle işe sahiplenmeyi ve iş tatminini sağlayabilirler. İşletme ortamında açıklık, dürüstlük, süreklilik ve kararlılık işe bağlılığı ve örgütsel vatandaşlık davranışını artıracaktır.

Kaynakça

- Akyüz, B. ve Kaya, N. (2015). Kamu çalışanlarının iş tatmini arasında liderin güç kaynaklarının rolü. *Journal of Administrative Sciences*, 13(25) 71-90. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/comuybd/issue/43594/533778>
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Antonioni, D. (2000). Leading, managing and coaching. *Industrial Management*, 42 (5), 27-33. Erişim adresi: <https://scholar.google.com.tr>
- Arabacı, İ. B., Alanoğlu, M. ve Doğan, B. (2014). Okul müdürlerinin karizmatik liderlik özellikleri ile öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki. *Turkish Journal of Educational Studies*, 1(1). 192-22. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/402880>
- Avolio, B. J. ve Gibbons, T. C. (1998). *Developing transformational leaders: A lifespan approach*. J. A., Conger ve R. N., Kanungo (Ed.), *In Charismatic leadership: The elusive factor in organizational effectiveness* (276-308). San Francisco, CA: Jossey-Bass. Erişim adresi: <https://psycnet.apa.org>
- Aykanat, Z. ve Yıldız, T. (2016). Karizmatik liderlik ve örgütsel yenilikçilik ilişkisi üzerine bir araştırma. *JED/GKD*, 11(2), 198-228. Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/20.500.12428/1667>
- Babcock-Roberson, M. E. ve Strickland, O. J. (2010). The relationship between charismatic leadership, work engagement, and organizational citizenship behaviors. *The Journal of psychology*, 144(3), 313-326. doi: 10.1080/00223981003648336
- Baltacı, F., Kavacık, M., Şentürk, F. K. ve Kurar, İ. (2014). Yöneticilerin liderlik özelliklerinin çalışanların iş tatmini arasındaki etkisi: Alanya'da bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanları üzerine bir araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 59-85. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/304623206>
- Basım, H. N. ve Şeşen, H. (2006). Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği uyarlama ve karşılaştırma çalışması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(4), 83-101. Erişim adresi: <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/download/5000093061/5000086527>
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: The Free Press.

- Bateman, T. S. ve Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee citizenship. *Academy of management Journal*, 26(4), 587-595. doi: 10.2307/255908
- Bayrak, Kök, S. (2006). İş tatmini ve örgütsel bağlılığın incelenmesine yönelik bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 291-317. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2689/35360>
- Becker, T. E. ve Billings, R. S. (1993). Profiles of commitment: An empirical test. *Journal of organizational behavior*, 14(2), 177-190. doi:10.1002/job.4030140207
- Boerner, S., Dütschke, E. ve Wied, S. (2008). Charismatic leadership and organizational citizenship behaviour: Examining the role of stressors and strain. *Human Resource Development International*, 11(5), 507-521. doi: 10.1080/13678860802417643
- Bolat, O. İ. ve Bolat, T. (2008). Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (19), 75-94. Erişim adresi: <https://asosindex.com.tr/index.jsp?modul=articles-page&journalid=1895&article-id=356787>
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper ve Row. doi: 10.4236/ojl.2018.71006
- Can, N. ve Özer, S. (2011). Eğitim örgütlerinde lider davranış biçimleri ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki. *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (1), 1-17. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/318113082>
- Churchill, G., Ford, N. M. ve Walker, O. C. (1974). Measuring the job satisfaction of industrial salesmen, *Journal of Marketing Research*, 1 (3), 254-260. doi: 10.1504/IJEW.2018.10014768
- Cicero, L. ve Pierro, A. (2007). Charismatic leadership and organizational outcomes: The mediating role of employees' work-group identification, *International Journal of Psychology*, 42(5), 297-306. doi:10.1080/00207590701248495
- Comer, J. M., Machleit, K.A. ve Lagece, R.A. (1989). Psychometric assessment of a reduced version of indsales, *Journal of Business Research*, Elsevier, 18(4), 291-302. Erişim adresi: [http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0148-2963\(89\)90023-4](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0148-2963(89)90023-4)
- Conger, J. A. ve Kanungo, R. N. (1994). Charismatic leadership in organizations: Perceived behavioral attributes and their measurement. *Journal of organizational behavior*, 15(5), 439-452. doi: 10.1002/JOB.4030150508
- Conger, J. A. (1999). Charismatic and transformational leadership in organizations: An insider's perspective on these developing streams of research, *Leadership Quarterly*, 10(2), 145-179. doi: 10.1016/S1048-9843(99)00012-0
- Conger, J. A., Kanungo, R. N. ve Menon, S. T. (2000). Charismatic leadership and follower effects. *Journal of Organizational Behavior*, 21(7), 747-767. doi: 10.1002/1099-1379(200011)21:7<747: AID-JOB46>3.0.CO;2-J
- Çelik, M., Tutcu, A. ve Arıkan, V. (2023). Covid-19 pandemi sürecinde iş yeri güvenliği yönetimi uygulamaları ile iş güvencesizliğinin çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisi. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 37-58. doi:10.46291/Al-Farabi.080103
- Çetin, A. ve Şentürk, M. (2016). Investigation of information sharing behavior in the context of planned behavior theory and social change theory: An empirical research on dermatologists. *Ege Academic Perspective*, 16(2), 241-256. doi:10.21121/eab.2016216927
- Çetin, M. Ö. (2004). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı. 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- DeGroot, T., Kiker, D. S. ve Cross, T. C. (2000). A meta-analysis to review organizational outcomes related to charismatic leadership. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 17(4), 356-371. doi:10.1111/j.1936-4490.2000.tb00234.x
- Deluga, R.J. (1995). The relationship between attributional charismatic leadership and organizational citizenship behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 25(18), 1652 - 1669. doi:10.1111/j.1559-1816.1995.tb02638.x
- Demir, N. (2009). Tükenmişlik sendromunun örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki etkisi. *Öneri*, 8(32), 193-202. doi:10.14783/maruoneri.696194
- Demirel, Y. ve Özçınar, M.F. (2009). Örgütsel vatandaşlık davranışının iş tatmini arasındaki etkisi: Farklı sektörlerle yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*. 23(1), 129-145. doi:10.21121/eab.2014218051
- Demirel, Y., Seçkin, Z. ve Özçınar, M. F. (2011). Örgütsel iletişim ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2). 33-48. Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/20.500.12451/870>
- Doğan, M. (2014). *Karizmatik liderlik bağlamında Türk siyasetçilerinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya. Erişim: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

- Eliyana, A., Ma'arif, S. ve Muzakki. (2019). Job satisfaction and organizational commitment effect in the transformational leadership towards employee performance. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 144–150. doi: 10.1016/j.iedeen.2019.05.001
- Erdal, M. (2007). *İşletmelerde dönüştürücü liderlik davranışlarının analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Erdal, N. ve Altındağ, E. (2020). Research on the effects of job satisfaction on organizational trust and organizational citizenship in health workers: A case study of university hospitals. *PressAcademia, Journal of Management, Marketing and Logistics*. 7(3), 124-142. doi:10.17261
- Erdil, O., Keskin, H., İmamoğlu, S. Z. ve Erat, S. (2004). Yönetim tarzı ve çalışma koşulları, arkadaşlık ortamı ve takdir edilme duygusu ile iş tatmini arasındaki ilişkiler: Tekstil sektöründe bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5(1), 17-26. doi: 10.31671/dogus.2019.303
- Erez, A., Misangyi, V. F., Johnson, D. E., LePine, M. A. ve Halverson, K. C. (2008). Stirring the hearts of followers: Charismatic leadership as the transferal of affect. *Journal of Applied Psychology*, (93), 602–615. doi:10.1037/0021-9010.93.3.602
- Erok, M. (2018). *Örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin incelenmesi: Karaman İli örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi: Karaman. Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/11492/4664>
- Field, A. (2000). *Discovering statistics using SPSS for Windows*. London Thousand Oaks New Delhi: Sage publications.
- Furnham, A., Eracleous, A. ve Chamorro - Premuzic, T. (2009). Personality, motivation and job satisfaction: Hertzberg meets the Big Five. *Journal of Managerial Psychology*, 765-779. doi:10.1108/02683940910996789
- Ghosn, C.J. (1997). *The Impact of charismatic leadership on organizational citizenship behaviors*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Massachusetts Lowell. Erişim: <http://www.aiias.edu:2057>
- Grabo, A., Spisak, B. R. ve Van Vugt, M. (2017). Charisma as signal: An evolutionary perspective on charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 28(4), 473-485. doi:10.1016/j.leaqua.2017.05.001
- Gül, H. ve Çöl, G. (2003). A study on the relationship of the three organizational commitment models of the charismatic leader traits specified in attribution theory. *Atatürk University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 17(3-4), 163-184. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniiibd/issue/2686/35277>
- Gül, H. (2003). *Karizmatik liderlik ve örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine Aksaray ve Karaman Emniyet Müdürlüklerinde yapılan bir araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>
- Hee, O. C., Shi, C. H., Kowang, T. O., Fei, G. C. ve Ping, L. L. (2020). Factors influencing job satisfaction among academic staffs. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 9(2), 285-291. doi:10.11591/ijere.v9i2.20509
- Holloway, K. (2012). *An Examination of The Relationship Between Charismatic Leadership and Job Satisfaction*, PhD Thesis, Capella University, Minneapolis
- Hoş, C. ve Oksay, A. (2015). Hemşirelerde örgütsel bağlılık ile iş tatmini ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(4), 1-24. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/195278>
- House, R. J. ve Howell, J. M. (1992). Personality and charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 3(2), 81–108. doi:10.1016/1048-9843(92)90028
- Howell, J. M. ve Frost, P.J. (1989). A laboratory study of charismatic leadership, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (43), 243–269. Erişim adresi: <https://ideas.repec.org/a/eee/jobhdp/v43y1989i2p243-269.html>
- Jacquart, P. ve Antonakis, J. (2015). When does charisma matter for top-level leaders? effect of attributional ambiguity, *Academy of Management Journal*, C.LVIII, 4,2015, 1051-1074. doi:10.5465/amj.2012.0831
- Karaalioglu, Z. (2015). *Tükenmişliğin iş tatmini üzerine etkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi: İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>
- Kirel, Ç. (2001). Liderlik davranış biçimleri konusuna yeni bir yaklaşım: karizmatik liderlikten dönüşümsel liderliğe, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 43–60. Erişim adresi: <https://earsiv.anadolu.edu.tr>
- Kuruşcu, M. ve Yenilmez, Ö. (2020). Duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinde liderliğin aracı rolü. *BMIJ*, 8(3), 3183-3220. doi:10.15295/bmij.v8i3.1544

- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (1297–1349). Chicago: Rand McNally. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/238742406>
- Lu, H., While, A. ve Barriball, L. (2005). Job satisfaction among nurses: A literature review. *International Journal of Nursing Studies*, (42), 211-227. doi: 10.1016/j.ijnurstu.2004.09.003
- Magdelana, S. M. (2014). *The effects of organizational citizenship behavior in the academic environment*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (127), 738-742. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.03.346
- Maxwell, J. C. (2006). *Liderlik nitelikleri*. 3. Baskı, Çeviren: İbrahim Şener, İstanbul: Beyaz Yayınları. doi:10.1016/j.sbspro.2014.03.346
- Mert, İ. S. (2010). İş tatmini alt boyutlarının örgütsel vatandaşlık arasındaki etkisi: Yöneticiler üzerine bir araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(2), 117-143. Erişim adresi: <https://kho.msu.edu.tr>
- Misener, T. R., Haddock, K. S., Gleaton, J. U. ve Ajamieh, A. R. (1996). Toward an international measure of job satisfaction. *Nursing Research*, (45), 87-91. Erişim adresi: <https://europeemc.org>
- Molla, I. H. (2015). Ensuring job satisfaction for managing people at work. *Global Disclosure of Economics and Business*, 4(2), 155-166. doi:10.18034/gdeb.v4i2.144
- Mushtaq, K., Ahmed, M. ve Warraich, S. (2014). A Study on Job Satisfaction, Motivation and Organizational Citizenship Behavior, *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 3(11): 1-13.
- Nergiz, E. ve Yılmaz, F. (2016). Çalışanların iş tatmininin performanslarına etkisi: Atatürk Havalimanı Gümrüksüz Satış İşletmesi Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (14), 50-79. Erişim adresi: <https://iibf.kastamonu.edu.tr>
- Nyenyembe, F. W., Maslowski, R., Nimrod, B. S. ve Peter, L. (2016). Leadership styles and teachers' job satisfaction in tanzanian public secondary schools. *Universal Journal of Educational Research*, 4(5), 980-988. doi:10.13189/ujer.2016.040507
- Oktay, E. ve Gül, H. (2003). Çalışanların duygusal bağlılıklarının sağlanmasında Conger ve Kanungo'nun karizmatik lider özelliklerinin etkileri üzerine Karaman ve Aksaray Emniyet Müdürlüklerinde yapılan bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 403-428. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/26451392>
- Organ, D. W. ve Konovsky, M. (1989) Cognitiveversus affective determinants of organizational citizenship behavior, *Journal of Applied Psychology*, 74(1), 157164. doi:10.1037/0021-9010.74.1.157
- Organ, D. ve Ryan, K. A. (1995). Meta analytic review of attitudinal and dispositional predictors of organizational citizenship behavior, *Personnel Psychology*, (48), 775-802. doi:10.1111/J.1744-6570.1995.TB01781.X
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi 2*. Eskişehir: Kaan.
- Özkan, Ç. (2017). *Algılanan Örgütsel Desteğin, Örgütsel Bağlılığa Etkisinde Kişilik Özelliklerinin Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma (Doktora Tezi)*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Piccolo, R., Buengeler, C. ve Judge, T. (2018). *Leadership [is] organizational citizenship behavior: Review of a self-evident link*. In (Ed.), *The Oxford Handbook of Organizational Citizenship Behavior*. Oxford University Press. doi: 10.1093/oxfordhb/9780190219000.013.39
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Moorman, R.H. ve Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers trust in leader, satisfaction and organizational citizenship behaviors. *Leadership Quarterly*, 1, 107-142. doi:10.1016/1048-9843(90)90009-7
- Prasetyo, A. P., Yuniarsih, T. ve Ahman, E. (2017). Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behaviour in State-owned Banking, *Universal Journal of Management*, 5(1): 32-38.
- Raziq, A. ve Maula-bakhsh, R. (2015). Impact of working environment on job satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 23, 717-725. doi:10.1016/S2212-5671 (15) 00524-9
- Romaiha, N. R., Maulud, F. S. F., Ismail, W. M. W., Jahya, A., Fahana, N. ve Harun, A. (2019). The determinants of organizational citizenship behaviour (OCB). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(8), 124-133. doi: 10.6007/IJARBS/v9-i8/6222
- Rowden, R. W. (2000). The relationship between charismatic leadership behaviors and organizational commitment. *Leadership ve Organization Development Journal*, 21(1/2), 30-35. doi:10.1108/01437730010310712
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (2008). *Örgütsel psikoloji*. Bursa: Alfa Aktüel.

- Schappe, S. P. (1998). The Influence of job satisfaction, organizational commitment, and fairness perceptions on organizational citizenship behavior, *The Journal of Psychology*, 132(3), 277-290. doi:10.1080/00223989809599167
- Shea, C.M. ve Howell, J. M. (1999). Charismatic leadership and task feedback: A laboratory study of their effects on self efficacy and task performance, *Leadership Quarterly*, 10(3), 375-396. doi:10.1016/S1048-9843(99)00020-X
- Schwepker, J. C. H. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce, *Journal of Business Research*, 54, 39-52. doi:10.1016/S0148-2963(00)00125-9
- Shamir, B., House, R. ve Arthur M.B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory. *Organization Science*, 4, 577-594. doi:10.1287/orsc.4.4.577
- Sosik, J. (2005). The role of personal values in the charismatic leadership of corporate managers: A model and preliminary field study. *Leadership Quarterly*, 16, 221-244. doi:10.1016/j.leaqua.2005.01.002
- Sun, Y., Gergen, E., Avila, M. ve Green, M. (2016). Leadership and job satisfaction: Implications for leaders of accountants. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6(03), 268. doi:10.4236/ajibm.2016.63024
- Şimşek, Ş.**, Çelik, A. ve Akgemci, T. (2014). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış*. Eğitim Kitabevi. Konya.
- Taheri, R. H., Miah, M. S. ve Kamaruzzaman, M. (2020). Impact of working environment on job satisfaction. *European Journal of Business and Management Research*. doi:10.24018/ejbmr.2020.5.6.643
- Tambe, S. ve Shanker, M. (2014). A study of organizational citizenship behaviour (OCB) and its dimensions: A literature review. *International Research Journal of Business and Management*, 1, 67-73. Erişim adresi: www.irjbm.org
- Tezcan, A. (2012). *Örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkiler üzerine bir uygulama: Karaman Valiliği ve İl Özel İdaresi Örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi: Karaman. Erişim adresi: https://earsiv.kmu.edu.tr
- Turgut, M. ve Akbolat, M. (2017). Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel sessizlik ilişkisine yönelik sağlık çalışanları üzerine bir araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(3), 357-384. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/320161283
- Turnipseed, D. (1996). Organization Citizenship Behaviour: An Examination of the Influence of the Workplace, *Leadership and Organization Development Journal*, 17(2): 42-47
- Ulutürk, F. (2020). İş performansını etkileyen ekonomik faktörlerin çalışanların iş tatmini arasındaki etkileri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(52), 944-956. doi:10.26450/jshsr.1833
- Ürek, D., Bilgin, Demir, İ. ve Uğurluoğlu, Ö. (2015). Örgütsel sessizliğin örgütsel vatandaşlık arasındaki etkisi: Bir eğitim ve araştırma hastanesi uygulaması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 122-141. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/287150
- Vilela, B. B., González, J. A. V. ve Ferrín, P. F. (2008). Person-organization fit, OCB and performance appraisal: Evidence from matched supervisor-salesperson data set in a Spanish context. *Industrial Marketing Management*, 37(8), 1005-1019. doi:10.1016/J.INDMARMAN.2007.11.004
- Vlachos, P. A., Panagopoulos, N. G. ve Rapp, A. A. (2013). Feeling good by doing good: Employee CSR-induced attributions, job satisfaction, and the role of charismatic leadership. *Journal of Business Ethics*, 118(3), 577-588. doi:10.1007/s10551-012-1590
- Vroom, V. H. (1995). *Work and motivation*, Jossey-Bass Publishers, USA.
- Weber, Max, (1946). *From Max Weber: Essays in Sociology*, çev: Hans Gerth ve C. Wright Mills, Oxford University Press, New York. Erişim adresi: <https://archive.org/details/frommaxweberessa00webe>
- Weikamp, J. G. ve Göritz, A. S. (2016). Organizational Citizenship Behaviour and Job Satisfaction: The Impact of Occupational Future Time Perspective, *Human Relations*, 69(11): 2091-2115.
- Yavan, A., Sökmen, A. ve Bıyık, Y. (2018). The effect of charismatic leadership and organizational identification on job satisfaction and turnover intention. *Journal of Business Studies*, 10(1), 898-913. doi:10.20491/isarder.2018.402
- Yoon, M.H. ve Suh, J. (2001). Organizational citizenship behaviors and service quality as external effectiveness of contact employees, *Journal of Business Research*, 56,597-611. doi: 10.1016/S0148-2963(01)00290-9
- Zehir, C., Müceldili, B., Altındağ, E., Şehitoğlu, Y. ve Zehir, S. (2014). Charismatic leadership and organizational citizenship behavior: The mediating role of ethical climate. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 42(8), 1365-1375. doi: 10.2224/sbp.2014.42.8.1365

Extended Abstract

Purpose: In this study, it is aimed to examine the mediating role of organizational citizenship behavior in the effect of charismatic leadership on job satisfaction. For this purpose, the dimensions of the relationships between the variables were examined. The leader is seen as strong, determined people who can take initiative, who can create solutions to problems, who bring people together around a common goal. Charismatic leaders are people with high attractiveness with personalities and original behaviors that affect individuals. The charismatic leader's personal charm, belief and vision stand out not only by the authority he has, but also by the influence he leaves on his followers. The fact that employees have organizational citizenship behavior can be realized by the fact that the leader is considered adequate and reliable by his followers. It is also important for the leader to inspire as a visionary, to form a commitment to goals and ideas. Organizational citizenship behavior is a set of behaviors that become an environment in which employees' abilities develop, productivity and performance are increased, and long-term achievements are realized in an organization where they are protected from destructive and undesirable situations along with healthy functioning. Organizational and managerial factors are effective in exhibiting these behaviors. While this behavior is exhibited, employees have a developed organizational culture, commitment to work and motivation, etc. applications play an important role.

Design and Methodology: The sample of the research consists of employees in production enterprises located in different sectors on the European side of Istanbul province. Data were collected by reaching 404 employees in enterprises with face-to-face/online survey questions. The questionnaire was prepared by taking from the studies conducted in the literature that explain the variables. The data were tested with SPSS programs by reliability and validity tests, factor, correlation and regression analyses.

Finding: 56.9% of the participants in the survey were women and 43.1% were men. The age is between 18-24 and 39-45. The marital status of 41.6% is married and 58.4% is single. The educational status of high school is in the range of 18.3% and master's degree is in the range of 21.5%. The service periods in the institution are in the range of 1-3, 34.9% and 13+, 12.1%. When reliability analysis (Cronbach Alpha) was applied to all the factors belonging to the scales, the charismatic leadership scale was ,931, the organizational citizenship behavior scale was ,735 and the job satisfaction scale was ,917. It is observed that the values are greater than 0.70 and the internal consistency ratios of the factors are quite reliable. The suitability of the data for factor analysis is tested with KMO and Bartlett. He explained that when the lower limits for KMO are determined, 0.50 will be sufficient, and factor analysis of the dataset cannot be performed when $KMO \leq 0.50$. According to the results of this study, it is seen that all the KMO values of the variables are high (,702 ,689 ,753). In addition, it is seen that the Bartlett Sphericity test is also at the significance level of importance, so that our data set is also suitable for factor analysis. Charismatic leadership significantly affects job satisfaction. Organizational citizenship behavior significantly affects job satisfaction. Charismatic leadership significantly affects organizational citizenship. However, charismatic leadership and job satisfaction are still in a statistically significant relationship when organizational citizenship behavior, which is the intermediary variable the effect of charismatic leadership variable on job satisfaction decreased (β ; from 431 to 138). In this study, it was aimed to reveal how much influence of organizational citizenship behavior has on the effect of charismatic leadership on job satisfaction. As a result, it is seen that there is a partial mediating effect of organizational citizenship behavior on the job satisfaction effect of charismatic leadership.

Research Limitations: This study was conducted to decipher the fact that job satisfaction levels among employees in the manufacturing sector have an impact on leader and organizational citizenship behavior. In this context, it is proposed to increase the number of participants in order to reveal this effect, and to conduct reviews and compare the results not only in the production but also in the service sector. Each sector has different specializations, professional knowledge and experiences. In addition, the reasons affecting job satisfaction can be investigated according to the leadership characteristics of employees. The limitation of our research is that it was conducted by reaching a limited number of employees in the province of Istanbul.

There will be differences in the results with the studies that researchers will do in the future in other provinces of Türkiye and/or in other sectors.

Implications (Theoretical, Practical and Social): Charismatic leaders are people who have high attractiveness with their personalities and original behaviors that affect individuals. The charismatic leader's personal charm, belief and vision stand out not only by the authority he has, but also by the influence he leaves on his followers. As a result of this effect, "organizational citizenship behavior" arises when employees participate in production and/or service on a voluntary basis, not because they are mandatory. The fact that employees have organizational citizenship behavior can be realized by the fact that the leader is considered adequate and reliable by his followers. It is also important for the leader to inspire as a visionary and to establish commitment to goals and ideas (Antonioni, 2000). Organizational citizenship behavior is a set of behaviors that become an environment in which employees' abilities develop, productivity and performance are increased, and long-term achievements are realized, along with healthy functioning in the organization, where they are protected from destructive and undesirable situations. Organizational and managerial factors are effective in exhibiting these behaviors. While this behavior is exhibited, employees have a developed organizational culture, commitment to work and motivation, etc. applications play an important role.

Originality/Value: When we look at the studies conducted, it is seen that there has been no study on the mediating role of organizational citizenship in the effect of charismatic leadership on job satisfaction. It has not been found that all the variables in this study were examined together. It has been observed that the relationship between charismatic leadership and job satisfaction or the relationship between charismatic leadership and organizational citizenship behavior has been examined. For these reasons, this research has originality related to the subject.

Etkili Bir Konuşmanın Anahtarı Hikâye Anlatıcılığı Mı? TED Konuşmaları Üzerine Bir Analiz

Selvinaz YOLTAY¹ Ayşen TEMEL EĞİNLİ²

Başvuru Tarihi/Submitted: 25.09 2024, Kabul Tarihi/Accepted: 15.04.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

İnsan, duygu ve düşüncelerini diğer insanlar ile paylaşmayı isteyen sosyal bir varlıktır. Hikâyelerin diğer insanlarla iletişim kurma ve hayatı anlamlı kılma gücü, yüzyıllar öncesinde başlamış olup günümüzde de yaşamın her alanında kendisini göstermeye devam etmektedir. İnsanın anlama ve anlatma ihtiyacı, hikâye anlatıcılığını ortaya çıkarmıştır. Hikâye anlatıcılığı pazarlamadan sosyolojiye, siyasetten sanata pek çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Deneyimlerini ve yaşam tecrübelerini paylaşmak isteyen konuşmacılar, sıklıkla hikâye anlatıcılığına başvurarak konuşmalarını daha etkili kılmaya çalışmaktadır. Dijital dünyanın gelişimi ile artık bireyler topluluklara hitap edebilmek için çevrimiçi ortamlardan da yararlanmaktadır. Fakat çevrimiçi dünyada konuşmacı olma fırsatını elde eden her birey toplulukları etkileme gücüne sahip olamamaktadır. Bu çalışma kapsamında etkili bir konuşmanın hikâye anlatıcılığı ile ilişkisi TED konuşmacıları bağlamında incelenmektedir. Çalışmanın örnekleme amaçlı örneklem yöntemi ile şimdiye kadar en çok izlenen ve ilham veren 7 adet TED konuşması arasından belirlenmiştir. Seçilen örneklemdaki konuşmalarda sözlü, sözsüz ve yazılı veriler nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda bir konuşmayı başarılı kılan faktörün hikâye anlatıcılığı olduğu, tüm konuşmacıların çerçeve öykü, flashback, arka plan, anlatı kancası, hikâye içinde hikâye yöntemlerini ağırlıklı olarak kullandıkları görülmüştür. Ayrıca sözsüz iletişim açısından tüm konuşmacıların göz teması ve jestlerini de etkili kullandıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hikâye Anlatıcılığı, TED Konuşmaları, İçerik Analizi, Dijital Hikâye Anlatıcılığı.

1 Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Tezli Yüksek Lisans Programı, selvinaz-yoltay@hotmail.com, ORCID: 0009-0003-1494-3851

2 Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, aysen.temel.eginli@ege.edu.tr, ORCID:0000-0003-4830-4524

Is Storytelling the Key to An Effective Speech? An Analysis on TED Talks

Abstract

Human beings are social beings who want to share their feelings and thoughts with other people. The power of stories to communicate with other people and make life meaningful began centuries ago and continues to show itself in every aspect of life today. The human need to understand and explain has given rise to storytelling. Storytelling appears in many fields, from marketing to sociology, from politics to art. Speakers who want to share their experiences and life experiences often try to make their speeches more effective by resorting to storytelling. With the development of the digital world, individuals now use online environments to address communities. However, not every individual who has the opportunity to become a speaker in the online world has the power to influence communities. Within the scope of this study, the relationship between an effective speech and storytelling is examined in the context of TED speakers. The sample of the study was determined by the purposive sampling method among the 7 most watched and inspiring TED talks ever. Verbal, non-verbal and written data in the conversations in the selected sample were analyzed by qualitative and quantitative content analysis method. In line with the data obtained, it was seen that the factor that makes a speech successful is storytelling, and all speakers predominantly used frame story, flashback, background, narrative hook, and story-within-a-story methods. In addition, it was determined that all speakers used eye contact and gestures effectively in terms of non-verbal communication.

Keywords: Storytelling, TED Talks, Content Analysis, Digital Storytelling.

JEL Kodu: Miscellaneous Categories, Other Special Topics.

Giriş

Tarih boyunca insanlığın en önemli ihtiyacı anlatmak olmuştur (Tonga, 2008, s.371). Bu nedenle insanların hikâye anlatma ihtiyacı insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır (Abrahamson, 1998; Bayer ve Hettinger, 2019; Gouvea vd.,2019; Schinske, vd.2016). Bu anlamda hikâyeler, bireyin iletişim kurmasına, öğrenmesine, sorunlardan kaçmasına ve rahatlamasına olanak sunan önemli yapı taşlarından biri olmuştur (Allen ve Krebs, 2007, s. 47). Bir diğer ifade ile hikâyeler, insanların birbirlerine doğal ve eğlenceli bir şekilde bilgiyi paylaşma ve kültürü aktarmanın en eski ve etkili bir yolu olarak kabul edilmektedir (Gershon ve Page, 2001).

Hikâye anlatımı, yazının icadından günümüze kadar yeni ve daha gelişmiş yolları ile devam etmektedir. Zamanla bir gelenek haline gelen hikâye anlatma ve dinleme, teknolojinin gelişimi ile dijital bir şekle dönüşerek yeni bir anlam kazanmıştır (Kışla, 2015; Sunal vd.,2022). Geleneksel hikâye anlatıcılığından dijital hikâye anlatıcılığına geçilmiş olsa da kişiler hikâyelerle kendilerini ifade etme, deneyimlerini istedikleri gibi paylaşabilme (Lambert, 2018 akt: Bal ve Onay, 2018), kendilerini ve hayatlarını anlatarak kontrol etme olanağını (Giddens,1991) elde etmektedir. Bu anlamda hikâyeler gelecek nesillerin de yaşantılarını nasıl sürdürecekları konusunda yol gösterici bir nitelik taşımaya devam etmektedir (Şimşek, 2018). Aynı zamanda hikâye anlatıcılığı bilginin aktarılması yoluyla öğrenmenin gerçekleşmesinde (Andrews ve Hull, 2009) en güçlü araç olarak varlığını sürdürmektedir (Denning, 2004). Bu çalışmada etkili bir konuşmanın hikâye anlatıcılığı ile nasıl bir ilişkisi olduğu sorgulanmakta, bu bağlamda ise yedi adet şimdiye kadar gerçekleştirilen TED konuşmaları içerisinde en çok izlenen ve ilham verici 7 adet TED konuşması nicel ve nitel içerik analizi yöntemi ile analiz edilerek bu ilişki tanımlanmıştır.

Literatür Taraması

Geçmişten günümüze hikâyeler dünyaya anlam kazandırmak, insanlar arasında bağ kurmak ve toplumları organize etmek için önemli bir yer tutmaktadır (Baker ve Boyle, 2009, s. 80; Their, 2017, s. 7). “İki veya daha fazla kişinin geçmişi veya beklenen deneyimleri yorumladığı sözlü veya yazılı performans” şeklinde ifade edilen hikâyeler, yüzyıllardır bir iletişim biçimi olarak kullanılmaktadır (Boje, 1995, s.100). Bununla birlikte hikâye anlatıcılığı, nesiller arasında problem çözme ve kültüre ilişkin aktarım yapabilecek iletişim yapısının oluşturulmasını sağlayarak kültürün var oluş koşullarından biri olmuştur (Crawford, 2012).

“Hikâye, bir olayın sözlü veya yazılı olarak anlatılması; gerçek veya tasarlanmış olayları anlatan düz yazı türü” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2024). Oxford Dictionary (2024)’e göre hikâye, söz konusu bir durumla ya da gerçeklerle ilgili bir açıklama; dinleyici veya okuyucu için kurgulanmış hayali veya gerçek olayların anlatısıdır. Bir başka tanımla hikâye, “yaşanmış ya da yaşanacak deneyimi yorumlayan iki ya da daha fazla kişiyi içeren sözlü ya da yazılı performanstır” (Boje, 1991, s. 111). Hikâyeler, bir anlatıcının bir dinleyici ya da dinleyici grubuna aktardığı; olay, zaman ve mekân unsurlarını içeren olaylar dizisi olup (Glebas, 2012, s. 41) hayata, dünyaya ve geçmişe dair algıları ve diğerleri ile ilişkileri şekillendirmeye yarayan köklü bir gelenektir (Their, 2017, s. 7).

Gerçek ya da kurgusal bir olay/olayların sözlü ifadesi olan hikâyeler, ilk çağlarda mağara duvarlarına çizilen resimler ve şekiller aracılığıyla bir aktarım olarak başlamıştır (Hurlburt ve Voas, 2011; Rossiter, 2002; Simmons, 2007). “İspanya, Fransa ve Avustralya’da Yontma Taş Devri’nden birçok mağara resmi bulunmuş ve bu mağara resimlerinin dönemin avcılık, doğa, gündelik yaşam gibi olaylarını hikâyeleştirerek anlattıkları anlaşılmıştır” (Aytemur, 2012, s. 6). Tarihsel sürece bakıldığında ise Orta Çağ döneminde Hindistan’da ortaya çıkan “Binbir Gece Masalları” hikâye anlatımı geleneğinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Yazıcı, 2017). Bir anlamda hikâyeler aracılığı ile bilgiyi aktarmak, tehlikelere karşı uyararak, insanın olaylar arasında bağ kurmasını sağlamak istediği görülmektedir (Lugmayr vd., 2017, s. 157).

Bir bireyin kendini ve çevresini anlaması, yaşadığı deneyimleri ve tecrübeleri başkalarına aktarması ve gündelik yaşamda karşılaşılan sorunları daha iyi ifade edebilmesi, bir toplumun üyesi olarak kim olduğunu an-

lamlandırması için hikâyelere ihtiyaç duyulmaktadır (Escalas, 2004; Fog, 2010, s. 18). Çocukluk döneminde başlayan hikâyeler, ebeveynlerin öğüt vermesini sağladığı gibi, aynı zamanda eğitim vermesine de yardımcı olmaktadır (Storr, 2020, s. 210). Hikayeleştirme bilginin anlamlı bir şekilde zihinde depolanması için gerekli yapının oluşmasını sağlamakta (Akbayır, 2016), böylece hikâyeler aracılığı ile edinilen tecrübeler yol gösterici nitelikte olup nesilden nesle aktarılabilir (McColl ve Legorburu, 2016, s. 45).

Hikâye, hikâye ve anlatım olmak üzere iki kavramı içermektedir (Liu ve Wu, 2011, s. 60). Hikâyeler sadece bilginin değil, aynı zamanda olayın yer aldığı bağlam ve duygunun da birlikte aktarılabilmesini sağlar (Devaney ve Johnson, 2017). Bir diğer ifade ile hikâyenin temel amacı, “anlatıcı ve dinleyici arasında bir bakış açısı, ahlaki bir ilke ya da didaktik bir aracın paylaşılmasını sağlamaktır” (Mathews ve Wacker, 2009, s. 55). Bireylerin bağ kurma aracı olarak gösterilen hikâyeler, genelde bireylere doğruyu ve yanlış göstermeye yardımcı olmaktadır (McColl ve Legorburu, 2014, s. 31). Bu noktada hikâyeler bireylerin bilgisine değer vermek, paylaşmak ve hedeflere ulaşabilmek için güçlü bir metafor ve çerçeve sağlamaktadır (Ohler, 2013, s. 7).

Hafızanın dinamikleri, seçimler ve hikâyenin yapılanması bakımından hikâyeler kurgusal unsur içerir (Kreiwirth, 2005, s. 87). Bu bakımdan hikâyeler kurgusal ve kurgusal olmayan hikâyeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Jahn, 2021). Bu sınıflandırmaya ek olarak Simmons (2006) hikâyeleri altı başlıkta incelemektedir. Tablo 1’de sunulduğu üzere hikâyeler “Ben Kimim? Hikayeleri, Neden Buradayım? Hikayeleri, öğretici hikâyeler, vizyon hikâyeleri, değer hikâyeleri ve Ne Düşündüğünü Biliyorum hikâyeleri” olarak sınıflandırılmaktadır.

Tablo 1

Hikâye Türleri

Hikâye Türleri	
Ben kimim? Hikâyeleri	Bireyin kendisini tanıtmak için kullandığı hikâye türüdür.
Nereden buradayım? Hikâyeleri	Bireyin bulunduğu ortamda var olma amacını açıklamak için kullandığı hikâyelerdir.
Öğretici Hikâyeler	Bir hatanın nasıl düzeltildiği gibi deneyimlerden kazanılan öğretilerin aktarıldığı hikâye türüdür.
Vizyon Hikâyeleri	Gelecekteki hedeflerin ve bu hedeflere nasıl ulaşılacağı anlatıldığı hikâyelerdir.
Değer Hikâyeleri	Bireylerin değerlerini ve değerlere paralel davranışları açıklamak için kullanılan hikâye türüdür.
Ne düşündüğünü biliyorum Hikâyeleri	Görüşlerin ve karşıt görüşlerin ele alındığı hikâyelerdir.

Kaynak: Simons, 2015.

Hikâyeler yapılanması açısından yukarıda Tablo 1 ‘de sınıflandırılabilen gibi aynı zamanda hikâyeler anlatım biçimleri açısından doğrusal anlatım, doğrusal olmayan anlatım, bakış açısı anlatımı, betimleyici anlatım olarak da ele alınabilmektedir (Gershon ve Page, 2001):

- **Doğrusal Anlatım:** Hikâyedeki olaylar kronolojik bir sıra ile aktarılmakta, her sahneyi bir sonraki mantıksal sahne takip etmektedir. Olaylar arasındaki geçişler bölüm olarak (iki yıl geçmesi vb.) değişir. Doğrusal hikâyeler, uzak bir yere seyahat etmeyi ya da bir hedefe ulaşmak için engelleri aşmayı anlatan arayış anlatıları; gerçek ya da kurgusal bir olayın bir dizi öyküsünü doğrusal bir zaman çizgisi içinde aktaran tarihsel anlatı olarak iki şekilde ele alınabilir.
- **Doğrusal olmayan anlatım:** Doğrusal olmayan bir anlatıda olaylar kronolojik olmayan bir sıra ile sunulmaktadır. Bu anlatılarda birinci şahıs anlatımı, belgelerle, kitaptaki dipnotlarla bir anlatı görülmektedir.

- **Bakış açısı anlatımı:** Hikâye, anlatıcısının hikâyedeki olaylara ilişkin bakış açısına odaklanmaktadır. Genellikle bu tür hikâyeler olay örgüsünden daha çok karakteri temel almaktadır. Bu tür bir anlatım, bakış açısı ve kişisel gelişim temalı kişisel hikâyeler ve için etkili bir seçimdir.
- **Betimleyici anlatım:** Betimleyici bir anlatıda odak noktası, hikâyenin ortamının, karakterlerin ve nesnelerin nasıl görüldüğü ve hissettirdiğidir. Buradaki amaç, hikâyenin dünyasına tamamen dalmaktır. Bu hikâyelerde canlı görüntüler varmış gibi benzetmelerin yapılması ve kişiselleştirmenin yapıldığı görülmektedir.

Bir hikâye, anlatılan (gerçek ya da kurgusal olay ya da durumlar), anlatma (anlatma faaliyeti) ve bunu anlatan kişi (anlatıcı) olmak üzere üç öğeyi kapsamaktadır (Prince, 1982). Bu durumda her hikâye bir anlatıcıya ihtiyaç duymaktadır (Prince, 2012, s. 16). Hikâye anlatıcısı, ağızdan ağıza deneyimin aktarılmasını sağlayan (Benjamin, 2001: 78) anlatıcı rolünü üstlenen kişidir (Benjamin, 1995). Kişisel deneyimlerin aktarıldığı hikâyelerde kahraman ve anlatıcı aynı kişi olmaktadır (Boje, 2001, s. 5). Benjamin (2002, s. 146), hikâye anlatıcısının anlattıklarını hem kendi yaşantısından hem de kendisine anlatılanların etkisi ile derleyerek aktardığını, bu anlamda her anlatılanın her dinleyici tarafından yeniden deneyimlenerek üretildiğini ifade etmektedir. Bu anlamda hikâye anlatıcısı, yaşanmış, yaşanılacak ya da yaşanabilir olayları ya da durumları bazen hoş vakit geçirmek bazen de gerçek dünyaya dair bir iletişim aracı olarak kullanan kişidir (Sütçü, 2013, s. 81)

Her hikâye anlatıcısının asıl görevi ise dinleyici ile doğru iletişim kurarak dinleyici kitlesini kazanmak ve hikâyesinin dinlenmesini sağlamaktır (Mathews ve Wacker, 2009, s. 39-56). Bu noktada hikâyeler gücünü anlatıcının hem hayattan dikkatli gözlemlerle hem de deneyimlerle elde ettiklerinin çok ötesine geçmekten almaktadır (Çokluk ve Ökmen, 2020; Çokluk ve Ökmen: 2021). Bu nedenle her hikâye aslında anlatıcısının kendisi için de hep yeni şeyler keşfedeceği yeni bir yolculuk olarak ele alındığında, hikâye anlatıcısı da biricik olma özelliğine sahip olmaktadır (Parrish, 2006). Hikâye anlatıcısı, hikâyede geçen olaya tesadüfi olarak tanık olan *gözlemci anlatıcı*, hikâyenin ufak bölümünde yer almasına rağmen tüm hikâyeye hâkim *tanrısal anlatıcı* ve hikâyenin tamamında yer alarak hikâyeye hâkim olan *kahraman anlatıcı* olarak sınıflandırılabilir (Abrahams, 1999, s. 234). İyi anlatılan bir hikâye, dinleyici ve izleyici tarafından kolayca özümsenebilecek bir formatta, nispeten daha az kelime ile çok büyük miktarlarda bilginin aktarılmasını sağlar (Gershon ve Page, 2001). Bu anlamda hikâye eğlence, deneyim ve duygu olarak dinleyiciyi harekete geçirmekte (Denning, 2004) bunun yanı sıra şimdiki zaman ve gelecek arasında bilgi aktarımı ile köprü kurmaktadır (Barzaq, 2009, s. 6-7). Bu bağlamda hikâye anlatıcısı iyi anlatılmış bir hikâyede başlangıç, orta ve son, bir kahraman, bir olay örgüsü ve bir dönüm noktasını aktarmalıdır (Denning, 2006).

Hikâye anlatıcılığı (Storytelling), fikirlerin, inançların, kişisel deneyimlerin ve hayat derslerinin hikâyeler ya da anlatılar yoluyla güçlü duygular ve sezgiler uyandıracak şekilde canlı ve inandırıcı şekilde aktarılmasıdır (Serrat, 2008). Bir diğer ifade ile fotoğraf, kelimeler ve ses aracılığıyla gerçek ya da hayal ürünü olayların aktarımı hikâye anlatıcılığı olarak ifade edilmektedir (Akgün vd., 2015). Hikâye anlatıcılığı ile en karışık ve çözülmesi imkânsız görülen olaylar ve deneyimler anlaşılır hale gelmekte (Turgut ve Kışla, 2015), etki yaratma ve sosyalleşme sağlanmaktadır (Lund vd., 2018). Bununla birlikte, “mantıksal olaylar dizisi etrafında yapılandırılmış, kişilikleri ve duygusal nitelikleri olan insan veya hayvan karakterlerini kullanan, ses, jest ve yüz ifadeleriyle sunulan sözlü iletişim biçimi olan hikâye anlatıcılığı” (Greene vd., 2015, s. 112) toplumsal öze dayanan deneyimler üreten kolektif bir yaratım sürecidir (Pera, 2017).

Bir bireyin hikâyeyi anlaması ve okuması gibi davranışlarının açıklanabilmesi için üç temel gereklilik bulunmaktadır. Woodside vd., (2008) bu gereklilikleri şu şekilde açıklamaktadır. İlk olarak hikâye anlatmak, anlatıcı için eğlenceli bir eyleme dönüşmektedir. Hikâye anlatıcısı olayların keyif yaratan ya da kızgınlık uyandıran yönlerini tekrar tekrar anlatarak nostaljik bir gezintiye çıkma fırsatı yakalamaktadır. İkinci olarak, bireylere bilinçaltında bulunan ideallik koşullarını yakalamaları için fırsat sunmaktadır. Bilinçaltında yer alan ideal kişi, sevgili, yaratıcı ve kahraman gibi arketip formlarına girebilme imkânı sunmaktadır. Son olarak hikâye anlatımı bireye kendisi ve başkaları ile ilgili olayları anlamlandırmasında yardım ederken bu süreci yeniden düzenlemeyi sağlamaktadır.

Geleneksel hikâye anlatıcılığı günümüzde hem görseller, fotoğraflar, videolar vb. hem de kullanıcıların deneyimleri, geribildirimler vb. ile gelişmekte ve değişmekte, dijital hikâye anlatıcılığına dönüşmektedir (Escalas, 2004). Dijital hikâye anlatıcılığı ise, derin bir yansıma ve analiz yoluyla verilerin işlenmesine, yorumlanmasına ve yeniden yorumlanmasına olanak sağlamaktadır (Davey ve Benjaminsen, 2021). Dijital imkânların gelişimi ile hedef kitleye ulaşmak için hikâye anlatıcılığına olanak sağlayan Youtube videoları, Instagram postları gibi platformlar hikâyelerin yeni yapılanmasına olanak tanımaktadır (Bull ve Kajder, 2004). Geleneksel ve dijital hikâye anlatımı arasındaki en önemli fark, dijital hikâye anlatımında bireyin sadece dinleyici konumunda olmaması aynı zamanda hikâyeyi şekillendiren bir etkileşimde bulunabilmesidir (Sunal vd., 2022). Bununla birlikte dijital teknolojiler ile hikâye anlatımı, canlı görüntüler ile karakter tanımlamasını teşvik ederek derin düşünmeyi ve öğrenmeyi kolaylaştırmakta ve arşivleme yapabilmeyi sağlamaktadır (Wilson, 2022). Aynı zamanda dijital hikâye anlatıcılığında görüntüler dijital ses ve müzik ile örülerek yaratıcılığın artmasına katkıda bulunmakta (Rule, 2008: 1-2), bu anlamda da her yaştan ve deneyimden insanı başkalarının hikâyelerini dinlemeye teşvik etmektedir (Porter, 2007:3). Aşağıda Tablo 2’de geleneksel hikâye anlatıcılığı ve dijital hikâye anlatıcılığının özellikleri karşılaştırmalı olarak verilmektedir.

Tablo 2

Geleneksel ve Dijital Hikaye Anlatıcılığı Karşılaştırması

Geleneksel Hikaye Anlatıcılığı	Dijital Hikaye Anlatıcılığı
Duyusaldır	Görseldir
Ezbere dayalıdır	Yaratıcılık ön plandadır
Anlatıcı sayısı sınırlıdır	Anlatıcı sayısı çoktur
Dinleyen sayısı sınırlıdır	Sınırsız dinleyen vardır
Belirli mekânlarda geçer	Mekân sınırlaması yoktur
Teknik bilgiye gerek yoktur	Teknik bilgi gerekir
Anında etkileşim alınır	Hikâye anlatılıp yayımlandıktan sonra etkileşim olabilir.

Kaynak: Türkoğlu, 2014, akt., Ökmen, 2021, s.11.

Hikâye anlatıcılığının geleneksel dönemden moderne geçerken yok olduğu ya da dönüştüğüne dair iki farklı görüş bulunmaktadır. Frankfurt Okulu üyelerinden Walter Benjamin “hikâye anlatıcılığının günümüzde yok olduğunu, bir hükmü olmadığını savunmakta, asıl hikâye anlatıcılığının ağızdan ağıza aktarılan deneyim olduğunu ve bunun da ortadan kalktığına dikkat çekmektedir” (Benjamin, 2001: 78). Benjamin’in “hayatın pratik meseleleri ile ilgilenme” olarak tanımladığı deneyimin kaybolması asıl hikâye anlatıcılığının da kaybolması anlamını taşımaktadır (Benjamin, 2008: 80). Diğer yandan John B. Thompson ise deneyimin medya aracılığı ile dolaymlandığını, medyanın deneyimi yok etmek yerine yeni bir deneyim formu yarattığını ifade etmektedir (Thompson, 2008: 342). Fulford (2014:132) kitle kültüründe hikâyelerin hala var olduğunu dile getirerek Thompson’ın görüşünü desteklemektedir. Bu noktada hikâye anlatıcılığının günümüzde geleneksel hikâye anlatıcılığından dijital anlatıcılığa evrilmesi, hikâye anlatıcılığının ortadan kalktığını ya da önemsizleştiğini göstermemektedir. Nasıl ki insanlık tarihi boyunca hikâye anlatıcılığı sözlü anlatım aracılığı ile sürdürülürken, yazının bulunmasıyla birlikte yazı yolu ile aktarılmaya başlandığında kaybolmadığı gibi, değişik ve farklı şekillerde varlığını sürdürmeye devam ettiği ifade edilebilir (Ong, 2004: 106 – 115).

Yöntem

Araştırmanın amacı, bir konuşmanın etkili olmasının hikâye anlatıcılığı ile ilişkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırma sorusu “Bir konuşmanın etkili olmasında hikâye anlatıcılığı ne kadar ve nasıl etkili olmaktadır?” şeklinde ifade edilebilir. Araştırma amacına uygun olarak belirlenecek örneklem için TED konuşmacıları tercih edilmiştir. TED açılımı “Technology, Entertainment, Design (Teknoloji, Eğlence, Tasarım)” şeklinde olan küresel çapta konferanslar serisi olarak tanımlanmaktadır (Wikipedia, 2024). “Yaymaya Değer Fikirler”i bireylere ulaştırmak adına düzenlenen bu konferans serilerinde tanınan 18 dakikalık süre içerisinde konuşmacılar yenilikçi ve çekici biçimde fikirlerini sunma fırsatı elde etmektedir. Bugüne kadar TED Youtube sayfasında en çok izlenen ve ilham veren 2007 ve 2012 yılları arasında yer alan 7 adet TED konuşması amaçlı örneklem ile belirlenmiştir. 2024 yılı içerisinde “en çok izlenen TED konuşmaları, en ilham verici TED konuşmaları” anahtar kelimeleri ile arama gerçekleştirilerek çıkan sonuçlara göre örneklem seçimi gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örneklem, araştırmanın amacı doğrultusunda, daha zengin verilere ulaşabilmek ve araştırmanın inanılabilirliğini arttırmak amacı ile en çok katkı yapacağı düşünülen küçük bir alt grubun seçilmesi ile oluşturulmaktadır (Baltacı, 2018).

Tablo 3

Örneklemin Özellikleri

Konuşmacı	Konu	Tarih	Youtube İzlenme Sayısı	Beğenme Sayısı	Çevrilen Dil Sayısı	Konusu
Simon SINEK	“Mükemmel liderler bir harekete nasıl ilham verirler?”	4 Mayıs 2010	18.579.004	268.000	49	İş
Brene BROWN	“Kırılganlığın Gücü”	3 Ocak 2011	20.706.006	357.000	52	Kişisel Gelişim
Ken ROBINSON	“Okullar Yaratıcılığı Öldürüyor”	7 Ocak 2007	22.966.627	278.000	65	Eğitim
Amy CUDDY	“Vücut Dilin Benliğini Şekillendiriyor”	1 Ekim 2012	24.182.885	412.000	52	Psikoloji
Dan PINK	“Şaşırtıcı Motivasyon Bilimi Üzerine”	26 Ağustos 2009	11.187.152	98.000	44	Kişisel Gelişim
Shawn ACHOR	“Daha İyi Çalışmanın Mutlu Sırrı”	1 Şubat 2012	4.053.617	53.000	50	Kişisel Gelişim
Elizabeth GILBERT	“Deha Üzerine”	9 Şubat 2009	4.988.905	73.000	52	Psikoloji

Amaçlı örneklem ile TED konuşmalarının 2007 ve 2012 yılları arasındaki konuşmaları incelenmiş, genel olarak 50’den fazla dile çevrildiği, 50 bin üzerinde beğeni aldığı, izlenme sayılarının ise 4 milyon ile 24 milyon arasında değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Konularına göre bakıldığında konuşmaların genel olarak kişisel gelişim ve psikoloji üzerine olduğu iş ve eğitim hakkında da konuşmalar yer almaktadır.

Araştırmanın yöntemi, nicel ve nitel içerik analiz yöntemidir. İçerik analizi, “iletişimin yazılı/açık içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal tanımlamalarını yapan bir araştırma tekniğidir” (Berelson, 1952). Nicel içerik analizi, iletilerin içeriğinde yer alan göstergelerin açık ve belirgin anlatımlarından yola çıkarak, içeriğe ilişkin değişkenler ile ilgili tanımlayıcı veriler elde etmek için kullanılır (George, 2003). Nicel içerik analizinin temel amacı, kelimelerin ya da kavramların tekrar etme sıklığını tespit etmek olduğu için, bu amaçla iletişim içeriğinin her biriminin bir kategori temelinde atanması ve her kategori için çetele tutulması yoluyla yüksek

olan iletişim birimlerinin atandıkları kategoriyle kuvvetli bağlantısını ortaya koymaktır (Rouke ve Anderson, 2004). Nitel içerik analizi, büyük ölçekteki verileri sistematik bir biçimde eleyip gruplandırmayı ve analiz etmeyi sağlamaktadır (Mayring, 2000). Nitel içerik analizi, olayların ya da bağlamların dilini kullanarak, olayları bağlamı içerisinde incelemekte, konuyu duruma egemen olan ilişkiler açısından çıkararak kendi doğal ortamında yorumlamaya ve buna ilişkin anlamları ortaya çıkarmaya odaklanmaktadır (Neuman, 2012, s. 224).

Araştırmanın örnekleminin, en çok izlenen ve ilham verici olarak değerlendirilen 7 adet TED konuşması olarak seçilmesi bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Ayrıca araştırmada sözsüz unsurların sadece göz teması, jestler, beden duruşu ve yüz ifadeleri olarak incelenmesi, diğer sözsüz unsurların tespit edilememesi açısından da bir sınırlılık olarak ifade edilebilir.

Verilerin analizi, TED'in YouTube sayfasından amaçlı örneklem ile belirlenen 7 TED konuşmacısının konuşmalarındaki sözlü, yazılı ve sözsüz iletişim verileri toplanarak ayrı ayrı kategorilere ayrılarak kodlanmış, tablolastırılmış ve frekans analizleri yapılmıştır. Verilerin analizinde Maxqda programı kullanılmıştır. Verilerin kategorilere ayrılmasında Begtimur (2023) çalışmasında yer alan kategorilerden yararlanılmış, bu kategorilere araştırmacılar tarafından yeni kategoriler eklenmiştir. Araştırmanın güvenilirliği için verilerin toplanması, analizi ve yorumlanmasında birden fazla araştırmacının yer alması ilkesine dayanan araştırmacı üçgenleme yöntemi (Denzin, 1978) kullanılmıştır. Araştırmacıların her biri tarafından kategoriler ayrı ayrı kodlanmıştır. Ayrıca başka bir araştırmacı tarafından da kategorilerin kodlanması sağlanmış ve kategori ve kodlar için karşılaştırmalar yapılarak son hali verilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği açısından nicel içerik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Nicel içerik analizinde açık kodlama yapılarak bir kelime ya da kavramın kaç kez kullanıldığı var/yok şeklinde kodlandığı için güvenilirliği oldukça yüksektir (Neuman, 2017). Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği için nitel içerik analizi yöntemi uygulanmış olup, elde edilen veriler nasıl sorusunun yanıtlanmasını konuşmacıların konuşmalarından bölümlerle destekleyerek inanılabilirliği arttırmıştır.

Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Bulgular ve Tartışma

Yazılı ve Sözlü Kelimeler

Seçilen örnekleme yer alan konuşmacıların konuşmalarında yer alan yazılı kelime ve sözlü kelimelerin her biri analiz edilmiştir. Bu doğrultuda her konuşmanın süresi, toplam sözlü kelime ve toplam yazılı kelimeler kategorize edilerek yüzdeleri çıkartılmıştır.

Tablo 4

Yazılı ve Sözlü Kelimeler

Konuşmacı	Konuşma Süresi (dakika)	Konuşmada Kullanılan ppt Sayısı (sayfa)	Konuşmada Kullanılan Yazılı Kelime Sayısı (adet)	Konuşmada Kullanılan Sözlü Kelime Sayısı (adet)	Yazılı Kelimelerin Sözlü Kelimelere Göre Yüzdesi (%)
Simon SINEK	18.00	2	3	2421	%0.12
Brene BROWN	20.10	16	48	2260	%2.1
Ken ROBINSON	19.17	0	0	2647	0
Amy CUDDY	20.45	40	137	2670	%5.1
Dan PINK	18.26	13	98	2279	%4.3
Shawn ACHOR	12.10	8	57	1936	%2.9
Elizabeth GILBERT	19.07	0	0	2264	0

Yukarıda yer alan yazılı ve sözlü kelimelerin Tablo 4'te belirtildiği üzere konuşma süreleri ortalama 18 dakika, ortalama olarak 18 dakikalık bir konuşma süresince kullanılan slayt sayısı yaklaşık 11 sayfa ve her slaytta yaklaşık 4 yazılı kelime bulunmaktadır. Tüm konuşmacıların kullandıkları sözlü kelime sayısına bakıldığında ortalama 2353 kullanılmıştır. Konuşmacıların slaytlarda kullandıkları toplam yazılı kelime sayısı sözlü kelime sayısının yaklaşık %2'si kadardır. Ken Robinson ve Elizabeth Gilbert'in ise konuşmasında ppt kullanmadığı sadece sözlü anlatıma odaklandığı dikkati çekmektedir.

Sözlü İfadelerin İçeriği

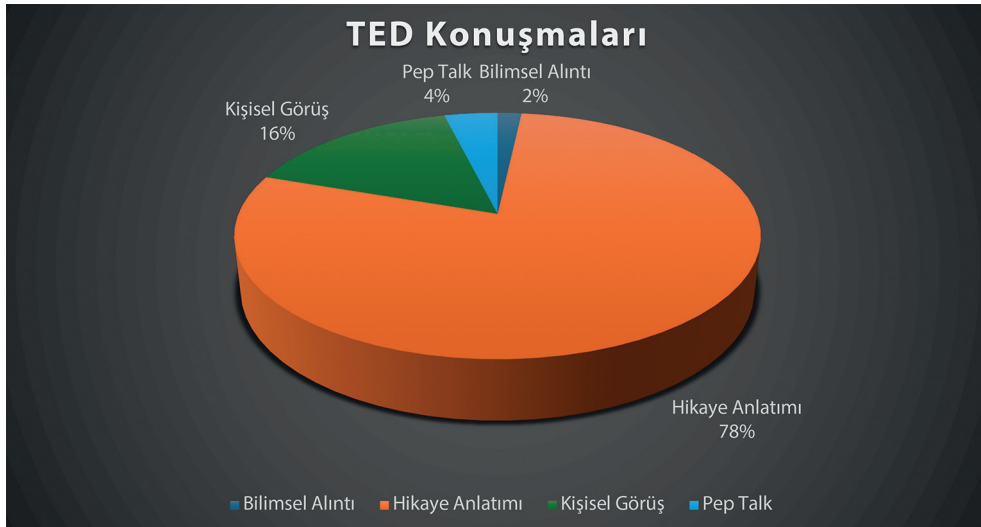
Seçilen konuşmacıların konuşmalarda yer alan sözlü ifadelerinin her biri analiz birimi olarak belirlenmiştir. Her konuşmacının kullandığı toplam sözlü kelime sayısı çıkartılmış, bu kelimeler içeriğine göre bilimsel alıntı, hikâye anlatımı, kişisel görüş ve pep talk (moral verici/canlandırıcı konuşma) olarak kategorize edilmiştir. Kategoriler aşağıda yer alan tabloda belirtilmiş konuşmaları etkin kılan öge tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 5

Sözlü İfadelerin İçeriği

Konuşmacı	Toplam Sözlü Kelime Sayısı	Bilimsel Alıntı Kelime Sayısı	Yüzde (%)	Hikâye Anlatımı Kelime Sayısı	Yüzde (%)	Kişisel Görüş Kelime Sayısı	Yüzde (%)	Pep Talk Kelime Sayısı	Yüzde (%)
Simon SİNEK	2421	108	%4.6	2137	%87.7	66	%2.7	109	%4.6
Brene BROWN	2260	0	0	2054	%90.8	160	%6.7	43	%2
Ken ROBINSON	2647	60	%2.2	1699	%63.4	604	%27.3	198	%7.6
Amy CUDDY	2670	22	%0.7	2339	%87.5	193	%6.9	115	%4.5
Dan PİNK	2279	33	%1.6	1310	%56.9	877	%38.3	56	%2.8
Shawn ACHOR	1936	48	%2.2	1614	%83.5	229	%11.6	30	%1.8
Elizabeth GILBERT	2264	16	%0.6	1719	%78.2	310	%17.1	86	%3.6

Tablo 5'te yer alan verilere göre toplam 7 konuşmada 16.477 sözlü kelime kullanılmıştır. Tüm konuşmalarda kullanılan 16.477 kelimenin 287'si %1.74 oranla bilimsel alıntı, 12.872'si % 78.3 oranla hikâye anlatımı, 2.439 kelimenin %15.8'i kişisel görüş ve 637 kelime de %3.87 oranla pep talk için kullanılmıştır. Toplanan veriler incelendiğinde ortalama her konuşma için 2353 kelime kullanılırken, 41 kelime bilimsel alıntı için, 1838 kelime hikâye anlatımına, 348 kelime kişisel görüş için ve 91 kelime de pep talk için kullanılmıştır. Bu noktada konuşmasında 2670 kelime kullanan Amy Cuddy'nin 2339 kelimeyi (konuşmanın % 87.5'ini) hikâye anlatımı için kullandığı görülmekte ve bu da örneklem içerisinde hikâye anlatımını en çok kullanan konuşmacı olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte incelenen örneklem içerisinde 412.000 beğeni ve 24.182.885 izlenme oranı ile de en yüksek orana sahip olan konuşmacının da Amy Cuddy olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Brene Brown'un konuşmasının %90.8'ini (2054 kelimesini) hikâye anlatımına ayırdığı görülmekte, bu da 357.000 beğeni ve 20.706.006 izlenme oranı ile Brown'ın konuşmasında etkili olduğunu göstermektedir.



Şekil 1. Sözlü İfadelerin Yüzdelik Dağılımları

Tablo 5 ve Grafik 1 verileri incelendiğinde gerçekleşen konuşmaların içeriğinin %78'i hikâye anlatımından oluşmaktadır. Kalan bölümlerden %16'sı kişisel görüşler, %4'ü pep talk ve %2'si bilimsel alıntılardan oluşmaktadır. Örneklem olarak belirlenen 7 konuşmadan birinde hiç bilimsel alıntıdan faydalanılmadığı, pep talk için konuşmaların genelinde %4'lük yer ayrıldığına, kişisel görüşlere ise %16 yer verildiğine görülmektedir. Ortalama 18 dakika olarak belirlenen konuşma süresinde %50'den fazla oranda hikâye anlatıcılığı gerçekleştiği görülmektedir. Konuşmalarda anlatılan hikâyelerin belirli bölümleri bilinmeyen hikâyelerden ve konuşmacının yaşam tecrübelerinden oluşurken kalan bölümünün konuşmacının kendi yaşamına dair hikâyeleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Dan Pink'in konuşması incelendiğinde Pink'in konuşmasının %56.9'unu hikâye anlatımına ayırdığını, hikâyenin kendi yaşamını içermesi nedeni ile “Ben kimim hikâye türünü ve doğrusal olmayan bir anlatım biçimini” kullandığı görülmektedir. Aşağıda hikâye anlatımına ilişki bir bölüm yer almaktadır:

“Size bir şey itiraf etmeliyim. Yaklaşık 20 sene önce pişman olduğum bir şey yaptım, pek de gurur duymadığım bir şey, bazı bakımlardan kimsenin öğrenmesini istemediğim bir şey, ama şimdi burada bunu açıklamaya kendimi mecbur hissediyorum. 1980lerin sonunda, aklım bir karış havada iken hukuk fakültesine gittim. Şimdi, ABD’de hukuk profesyonel bir derecedir. Önce üniversite derecenizi alır sonra da hukuk fakültesine gidersiniz. Ve ben hukuk fakültesine gittiğimde, pek de başarılı değildim. Nazikçe söylemek gerekirse, pek başarılı olmadım. Daha açık konuşmak gerekirse, mezun olduğum not aralığı benim üzerimdeki %90’lık aralığı mümkün kılıyordu. Teşekkürler. Hayatım boyunca pratik olarak hukuk mesleğini hiç icra etmedim. Buna izin verilmemişti zaten.”

Konuşmasında %90.8 oranında hikâye anlatıcılığına başvuran Brene Brown da kendi yaşam hikâyesini anlatmakta, bu noktada “Ben kimim hikâyesi ve bakış açısı anlatım biçimini” kullandığı görülmektedir. Aşağıda konuşmasından bir bölüm yer almaktadır.

“Şöyle başlayayım: birkaç yıl önce bir organizatör beni aradı çünkü bir konuşma yapacaktım. Aradı ve şöyle dedi:

“Broşürde seni nasıl tanıtacağım konusunda zorluk yaşıyorum.”

Ben de “Niye, zorluk nedir?” diye düşündüm.

Dedi ki, “Seni konuşurken dinledim, ve seni bir araştırmacı olarak tanıtacağım, sanırım, ama öyle dersem de kimse gelmez diye korkuyorum çünkü sıkıcı ve gereksiz olduğunu düşünecekler.”

Simon Sinek 18 dakikalık konuşmasında %87 oranında hikâye anlatıcılığına başvururken öğretici hikâye ve doğrusal olmayan anlatım biçimini kullandığı görülmektedir. Buna ilişkin ifadelerinden bir bölümü aşağıda verilmektedir.

“ ‘Wright’ kardeşlerin her zaman nasıl dışarı çıktıklarının hikâyesi anlatılır, beş set parçalarını almaları gerekiyordu, çünkü o miktar, akşam yemeğine oturmadan önce ne kadar kaza yaptıklarının miktarı. Ve, nihâyetinde, 17 Aralık 1903’te, ‘Wright’ kardeşler uçtular, ve orada bunu gözlemleyecek kimse yoktu. Birkaç gün sonra neler olduğunu öğrendik. Langley’nin yanlış motivasyona sahip olmasının bir başka kanıtı da ‘Wright’ kardeşlerin uçtuğu gün, o da işinden ayrıldı.”

Hikaye anlatıcılığının yanı sıra konuşmacıların %2 oranında bilimsel alıntılardan yararlandığı görülmektedir. Amy Cuddy konuşmasında bilimsel alıntıya yer veren konuşmacılardan biridir:

“Görüyoruz ki, maymun hiyerarşisinde, yüksek güçteki alfa erkekler yüksek testosterona ve düşük kortizola sahip ve güçlü ve etkili liderler de aynı şekilde yüksek testosterona ve düşük kortizola sahip.”

Yapılan araştırma çerçevesinde konuşmaların %4’lük bölümünün pep talktan oluştuğu, özellikle konuşmacıların konuşmalarını sonlandırırken pep talktan yararlandığı görülmektedir. Brene Brown sunumunu pep talk konuşması ile sonlandırmıştır:

“Ve sonuncusu, sanıyorum muhtemelen en önemlisi yeterli olduğumuza inanmak. Çünkü inanıyorum ki ‘Yeterliyim’ dediğimiz bir noktada çalıştığımızda, o zaman çığlık atmayı bırakıp dinlemeye başlayabiliriz, etrafımızdaki insanlara karşı daha nazik ve anlayışlı oluruz ve kendimize daha nazik ve anlayışlı oluruz.”

Konuşmacıların gerçekleştirdikleri sunum esnasında kişisel görüşlerine de yer verdiği görülmektedir. Shawn Achor’un konuşmasından bir kesit alındığında kendi görüşlerini paylaştığı bu bölüm göze çarpmaktadır:

“Bu grafiğin benim için önemli olmasının nedeni şu, haberleri açtığımda görüyorum ki bilginin büyük kısmı pozitif değil, aslında negatif. Çoğu cinayet, yıkım, hastalıklar ve doğal afetler hakkında. Ve çok hızlı bir şekilde beynim bunun dünyada negatifin pozitive olan doğruluk oranı olduğunu düşünüyor.”

Seçilen örneklem bağlamında konuşmasında kişisel görüşlerine en çok yer veren isim %38’lik oran ile Dan Pink olarak belirlenmiştir. %27 oran ile ikinci sırada yer alan Ken Robinson konuşmasında eğitime dair kişisel görüşlerine yer vermiştir:

“Eğitime büyük bir ilgim var, ve hepimizin olduğunu düşünüyorum. Gerçekten eğitime karşı büyük haklı bir ilğimiz var, ve kısmen bunun sebebi, eğitimin bizleri o hakkında hiç bir fikrimizin olmadığı geleceğe taşıyacak olan yegane araç olması.”

Sözsüz İletişim Unsurları

Bireyler bilinçli veya bilinçsiz biçimde beden hareketleri ile birtakım mesajlar vermektedir. Sözel olmayan bu davranışlar sözsüz iletişim unsurları olarak değerlendirilmektedir. Sözsüz iletişim, “kaynak tarafından niyet edilerek/ edilmeksizin bilinçli /bilinçsiz şekilde oluşturulan sosyal olarak anlamların paylaşılmasını sağlayan insan hareketlerine” adı verilmektedir (Burgoon ve Guerrero, 1994; Caputo vd, 1994). Bu noktada kişilerin göz hareketlerinden, beden duruşuna, mimikleri, jestleri, baş hareketleri, ses tonu, söyleyiş biçimi ve vurgulama ile çok sayıda sözsüz mesajın aktarılması mümkündür (Devito, 1995). Yüz yüze kişilerarası iletişimde sözel öğelerin etkisinin % 35 ve daha az olduğu, sözsüz öğelerin etkisinin ise % 65 ve fazlası olduğu ifade edilmektedir (Adler ve Elmhorst, 2023).

Seçilen örneklem çerçevesinde yer alan 7 TED konuşmacısı incelenmiş ve aşağıda yer verilen tabloda sözsüz iletişim unsurlarını kullanma durumları belirtilmiştir. Örneklemde yer alan tüm konuşmacıların göz teması kurduğu ve konuşmasını jestlerle desteklediği görülmektedir. İncelenen bir diğer sözsüz iletişim unsuru olarak beden duruşunun konuşmacılarda %29 oranında görülmüş, 7 TED konuşmacısından yalnız 2 konuşmacının bir duruş sergilediği belirlenmiştir. Amy Cuddy ve Shawn Achor’un diğer konuşmacılardan farklı olarak konuşma esnasında ellerini birleştirerek (kenetleyerek) konuşmalarına devam ettiği görülmektedir. Örneklemde yer alan 7 konuşmacıdan 3’ünün yüz ifadelerinde belirgin değişimler olduğu görülmektedir. Diğer 3 konuşmacıda ise yalnız alın hareketleri olduğu kalan 1 konuşmacıda da herhangi bir yüz ifadesi değişikliği olmadığı görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapıldığında konuşmacıların %42 oranında yüz ifadelerini kullandığını söylemek mümkündür. Ekman’a (1971) göre iletişim sürecinde çok hızlı ve kısa bir sürede ortaya çıkan ve yüz ifadelerine yansıyan yedi temel duygu bulunmaktadır. Bu duygular öfke, mutluluk, üzüntü, şaşkınlık, tikslenme, korku ve aşağılama olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda seçilen örneklem incelendiğinde Amy Cuddy’nin anlattığı konu itibarıyla de en fazla ifade değişikliği görülen konuşmacı olarak belirlenmiştir. Cuddy’nin konuşmasında farklı beden duruşlarını anlatırken pek çok yüz ifadesi ve duyguya bürünmesine karşın konuşmasında mutluluk duygusu ağır basmaktadır. Konuşmasına mutlu bir ifade ile başlayan Brene Brown’un konuşmasının orta bölümlerinde anlattığı konuya ilişkin duyduğu üzüntü göze çarpmaktadır. Simon Sinek ise konuşmasında yer verdiği hikâyeleri anlatırken genel olarak kaşlarının çatılması ve öfke ifadesinin belirmesine karşıt yaptığı şakalar ile mutluluk duygusunu dinleyicilerine geçirmektedir. Seçilen örneklemde yer alan diğer konuşmacılarda belirgin yüz ifadesi değişimi gözlenmemesi nedeniyle içerisinde bulundukları duygu durumları net biçimde belirlenememiştir.

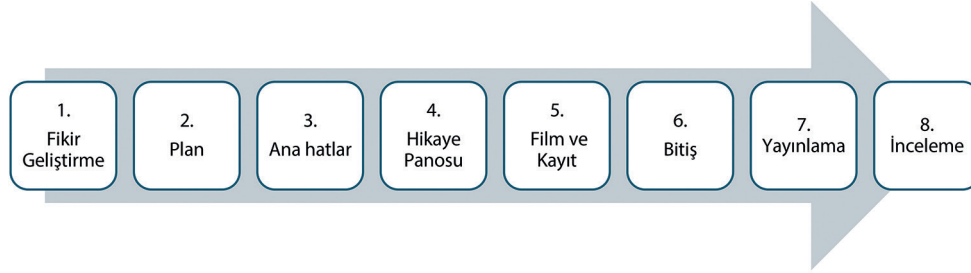
Tablo 6

Sözsüz İletişim Unsurları

Sözsüz İletişim Unsurları				
	Göz teması	Jestler	Beden duruşu	Yüz ifadeleri
Simon SİNEK	Var	Var	Yok	Var
Brene BROWN	Var	Var	Yok	Var
Ken ROBINSON	Var	Var	Yok	Yok
Amy CUDDY	Var	Var	Var	Var
Dan PİNK	Var	Var	Yok	Yok (alın)
Shawn ACHOR	Var	Var	Var	Yok (alın)
Elizabeth GİLBERT	Var	Var	Yok	Yok (alın)
TOPLAM	%100	%100	%29	%42

Hikâye Anlatıcılığı Süreci ve Tekniği

Dinleyicilerin dikkatini çekebilmek ve kusursuz bir hikâye aktarabilmek için hikâye anlatıcılığının bir süreci bulunmaktadır. Şekil 1’de yer verildiği üzere 8 adımdan oluşan bu süreç bireyleri hikâyelerle etkileşime geçirebilmek adına önem taşımaktadır (Shamsa,2024). Fikir geliştirme basamağı ile başlayan süreçte gerekli sunum planları oluşturulduktan sonra hikâyenin ana hatları belirlenmelidir. Hikâyenin ana hatlarının belirlenerek bir hikâye panosu oluşturulması hikâye anlatıcısının hikâyeyi baştan sona görmesine, olası sorunlara çözüm üretmesine olanak tanır. Film ve kayıt aşamasında anlatıcı hikâyesine görsel ve işitsel eklemeler yapabilmektedir. Oluşturulan hikâye dinleyici kitlesine sunulur ve tamamlanmış olur. Sunum aşamasından sonra hikâyenin dijital mecralarda yayımlanması ve geri dönütlerin alınması ile hikâye anlatıcılığı süreci tamamlanmaktadır (Shamsa, 2024).



Şekil 2. Hikâye Anlatıcılığı Süreci

Tablo 7’de seçilen örneklemin hikâye anlatıcılığı süreci içerisinde hangi basamakları gerçekleştirdiği gösterilmektedir. Örnekleme yer alan konuşmacıların tümünün fikir geliştirme, plan ve ana hatlar olarak ifade edilen üç basamağı kullandığı, bununla birlikte beşinci basamak olan film ve kayıt ve yedinci basamak olan yayınlama aşamalarının da diğer konuşmacılar tarafından kullanıldığı belirlenmiştir.

Tablo 7

Hikâye Anlatıcılığı Süreci ve Tekniği

Hikaye Anlatıcılığı Süreci ve Tekniği	Hikâye anlatıcılığı süreci	Hikâye anlatıcılığı tekniği
Simon SİNEK	1,2,3,5,7	Çerçeve öykü
Brene BROWN	1,2,3,5,7	Flashback
Ken ROBINSON	1,2,3,7	Önceden haber verme
Amy CUDDY	1,2,3,5,7	Arka plan
Dan PINK	1,2,3,5,7	Hikâye içinde hikâye
Shawn ACHOR	1,2,3,5,7	Anlatıcı kancası/ Arka Plan
Elizabeth GILBERT	1,2,3,7	Hikâye ortasından başlayan hikâye

Hikâye anlatıcılığı sürecinde anlatıcının yararlanabileceği pek çok anlatım tekniği bulunmaktadır. Seçilen örneklem hikâye anlatıcılığı teknikleri bakımından analiz edilmiş, Tablo 5’te konuşmacıların kullandıkları tekniklere yer verilmiştir. Çerçeve öykü tekniği, bir dizi kısa öyküyü organize eden bir ana öykü üzerinden hikâyenin aktarılması olarak tanımlanmaktadır. Zamanda geriye gitme olarak tanımlanan Flashback tekniği ile anlatıcı zaman dizilerini değiştirerek dinleyiciyi geçmiş zamana götürmektedir. Henüz gerçekleşmemiş ancak gerçekleşeceği düşünülen olayların veya durumların ima yoluyla aktarılması önceden haber verme

teknîği olarak ifade edilmektedir. Arka plan tekniğinde anlatıcı mevcut duruma anlam katan geçmiş olaylardan faydalanmaktadır. Çerçeve öykü ile benzerlik gösteren hikâye içinde hikâye tekniğinde başka bir hikâye içinde anlatılan hikâye söz konusudur. Dinleyicilerin dikkatini çekmeye yönelik kullanılan anlatıcı kancası tekniğinde ilginç hikâye açılışları gerçekleştirilmektedir. Son olarak hikâye ortasından başlayan hikâye tekniği ise anlatılan hikâyenin bir dizi olay ortasında başlamasını tanımlamaktadır (Eduqas,2024).

Sonuç

Hikâye anlatıcılığı günümüzde etkili konuşma yapan konuşmacıların kullandığı en önemli tekniklerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Hikâye anlatıcılığı görseller, fotoğraflar, videolar ile desteklenerek kişilerin deneyimlerini aktarmalarında etkililik sağlamaktadır (Escalas,2004). Dijital hikâye anlatıcılığı ile her yaştaki konuşmacı çok sayıda dinleyiciye ulaşma olanağı bulmakta canlı görüntüler ile daha iyi aktarım ve öğrenme olanağı yaratılabilmektedir (Porter, 2007; Wilson,2022). Bu anlamda hikâye anlatıcılığı insanların bilgiyi paylaşmada ve kültürü aktarmada en eski yolu olarak (Gershon ve Page, 2001) konuşmacılar tarafından etkili bir konuşmanın unsuru olarak kullanılmaya devam edilmektedir. Bu çalışmada TED konuşmaları üzerine gerçekleştirilen nicel ve nitel içerik analizi sonucunda tüm konuşmacıların ortalama 18 dakikalık bir konuşma süresinin %50'den fazlasında hikâye anlatıcılığını kullandığı belirlenmiştir. Bu da hikâye anlatıcılığının dijital teknolojiler ile dolayımınarak evrildiğini ve farklı şekillerde varlığını sürdürdüğünü göstermektedir (Fulford, 2014; Ong, 2004;Thompson, 2008). Diğer yandan konuşmasında 2670 kelime kullanan Amy Cuddy'nin konuşmasında %87,5'ini hikâye anlatımı oluşturduğu ve en yüksek beğeni alan konuşmacı olduğu **görülmektedir. Bu durum da** hikâye anlatıcılığının etkili bir konuşmadaki önemini göstermektedir. Bununla birlikte konuşmacıların hikâye anlatım süreci incelendiğinde tüm konuşmacıların fikir geliştirme, plan, ana hatlar aşamalarının tüm konuşmacılar tarafından kullanıldığı, hikâye panosunun ise hiçbir konuşması tarafından tercih edilmediği belirlenmiştir (Samsha, 2024).

Araştırma sonuçlarına göre ilginç bir nokta da konuşmacıların slaytlarda kullandıkları toplam yazılı kelime sayısı sözlü kelime sayısının yaklaşık %2'si kadar olmasıdır. Ken Robinson ve Elizabeth Gilbert'in ise konuşmasında ppt. kullanmaması sadece sözlü anlatıma odaklanması da dikkat çekicidir. Bu anlamda konuşmacıların kelime ve slayt sayısını az olarak kullandıkları sözlü iletişime daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Bu veri, konuşmayı başarılı kılanın yazılı değil, sözlü anlatım olduğunu da desteklemektedir (Begtimur, 2023). Bununla birlikte konuşmacıların konuşmalarında genel olarak doğrusal olmayan anlatım biçimini tercih ettikleri, bunun yanı sıra ben kimim hikâyesi, öğretici hikâyeleri kullandıkları belirlenmiştir (Gershon ve Page, 2001). Ayrıca konuşmacıların sözel ifadelerinin anlaşılabilirliğini sağlamak için göz teması ve jestlerden yararlandıkları görülmektedir. İletişim sürecinde sözsüz öğelerin etkisinin % 65 ve fazlası olduğu (Adler ve Elmhorst, 2023) göz önüne alındığında hikâye anlatıcılığının sözlü anlatımın yanı sıra sözsüz unsurlarla desteklenmesi gerektiği ortaya konulmaktadır.

Kaynakça

- Abrahams, R. (1999). Introductory remarks to a rhetorical theory of folklore. *Journal of American Folklore*, 81(320), 143-158. doi: 10.2307/537664
- Abrahamson, C. E. (1998). Storytelling as a pedagogical tool in higher education. *Education*, 118(3), 440-451. Erişim adresi: <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA20494609&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=00131172&p=ONE&sw=w&userGroupName=anon%7E475f4ecc&aty=open-web-entry>
- Adler, R. and Elmhorst, J.M. (2023). *Communication at work*, New York: McGraw Hill.
- Akbayır, Z. (2016). Bana bir hikâye anlat: Marka iletişimde hikâyeleştirme ve internet. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 67-84. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/824566>
- Akgün, A.E., Keskin, H., Cebecioğlu, Y. and Doğan, D. (2015). Antecedents and consequences of collective empathy in software development project teams. *Information & Management*, 52(2), 247-259. doi: 10.1016/j.im.2014.11.004
- Allen, R. and Krebs, N. (2007). *Dramatic psychological storytelling using the expressive arts and psychotheatrics*. † New York: Palgrave Macmillan.
- Andrews, D. and Hull, D. (2009). Storytelling as an instructional method: Descriptions and research question. *The Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, (3), 6-23. Erişim adresi: <https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/ADA518392.pdf>
- Aytemur, S. (2012). *Hikaye oksijendir*. İstanbul: Kapital Medya.
- Baker, B. and Boyle, C. (2009). The timeless power of storytelling. *Journal Of Sponsorship*, 3(1), 79-87. Erişim adresi: https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Aagcd%3A4%3A28694420/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Aagcd%3A47436238&crl=c&link_origin=none
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 231-274. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/497090>
- Barzaq .M.(2009). *Integrating sequential thinking thought teaching stories in the curriculum*, Action Research. AlQattan Center for Educational Research and Development (QCERD). Gaza. Erişim adresi: <https://media.neliti.com/media/publications/217654-the-effect-of-using-storytelling-technique.pdf>
- Bayer S. and A. Hettinger. (2019). Storytelling: A natural tool to weave the threads of science and community together. *Bull Ecol Soc Am*, 100(2), 1542. Erişim adresi: <https://esajournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdfdirect/10.1002/bes2.1542>
- Begtimur, M.E. (2022). Hikayenin gücü: Ted sunumları üzerine bir içerik analizi, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 16(41), 230-247. doi: 10.12981/mahder.1203533
- Benjamin, W. (2001). *Son bakışta aşk*. İstanbul: Metis.
- Benjamin, W. (2002). The storyteller: Observations on the works of nikolai leskov. Marcus Bullock vd. (Ed), Walter Benjamin Selected Writings, (3), 143 – 166. Erişim adresi: <https://cominsitu.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/07/walter-benjamin-howard-eiland-michael-w.-jennings-walter-benjamin-selected-writings-volume-3-1935-1938-belknap-press-2006.pdf>
- Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research, Glencoe, III. The Free Press, 220. doi: 10.1177/000271625228300135
- Boje, D. M. (1991). Consulting and change in the storytelling organisation. *Journal of Organizational Change Management*, 4(3), 7-17. doi: 10.1108/EUM0000000001193
- Boje, D. M. (1995). Stories of the storytelling organization: A postmodern analysis of Disney as “Tamara-Land”. *The Academy Of Management Journal*, (4), 100. Erişim adresi: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429431678-19/stories-storytelling-organization-postmodern-analysis-disney-tamara-land-david-boje>

- Boje, D. M. (2001). Narrative methods for organizational & communication research. *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*, 1-16. Erişim adresi: <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4912912>
- Bull, G. and Kajder, S. (2004). Digital storytelling in the language arts classroom. *Learning & Leading with Technology*, 32 (4), 47-49. Erişim adresi: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ697294.pdf>
- Burgoon, J.K. and Guerrero, L.K. (1994). *Nonverbal communication, human communication*, Ed. M.L. Knapp, G.R. Miller. Kaliforniya: Sage Publications.
- Caputo, J., Hazel, H.C. and McMahan, C. (1994). *Interpersonal communication competency through critical thinking*. ABD: Ally and Bacon.
- Crawford, C. (2012). *Chris crawford on interactive storytelling*. Erişim adresi: <https://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780321864970/samplepages/0321864972.pdf>
- Çokluk, N. and Ökmen, Y.E. (2020). Sözlü kültürden dijital hikâye anlatımı: Youtuberler üzerine kültürel bir çözümleme. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13(3), 1114-1148. doi:10.18094/JOSC.776286
- Çokluk, N. and Ökmen, Y.E. (2021). Ben de artık bir hikâye anlatıcısıyım: Hikaye anlatımında dijital olanaklar açısından youtuber “fly with haifa” üzerine bir inceleme. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (7), 190-215. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1515332>
- Davey, N. G. and Benjaminsen, G. (2021). Telling tales: Digital storytelling as a tool for qualitative data interpretation and communication. *International Journal of Qualitative Methods*, 20. doi: 10.1177/16094069211022529
- Denning, S. (2004). Telling tales. *Harvard Business Review*, 1-8. Erişim Adresi: <https://tomsclasses.me/wp-content/uploads/2011/03/telling-ales-denning.pdf>
- Denning, S. (2006). Effective storytelling: Strategic business narrative techniques. *Strategy & Leadership*, 34 (1), 42-48. doi: 10.1108/10878570610637885
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York: McGraw-Hill.
- Devaney, K. and Johnson, J. (2017). Storytelling as a key enabler for systems engineering. *27th Annual INCOSE International Symposium*, 27(1), 1-14. doi: 10.1002/j.2334-5837.2017.00401.x
- Devito, J. (1995). *The interpersonal communication book*. New York: Collins College Publishers.
- Escalas, J.E. (2004). Narrative processing: Building consumer connections to brands, *Journal Of Consumer Psychology*, 14(1&2), 168-180. doi: 10.1207/s15327663jcp1401&2_19
- Fog, K., Budtz, C., Munch, B. and Blachette, S. (2010). *Storytelling: Branding in practice*. Berlin:Springer.
- Fulford, R. (2014). *Anlatının gücü kitle kültürü çağında hikâyecilik*. (E. Kardelen, Trans.) İstanbul: Kolektif Kitap.
- George, A. L. (2003). “İçerik çözümlemesinde nicel ve nitel yaklaşımlar”, *İletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi*. (Der. ve Çev.: Murat S. Çebi). Ankara: Alternatif Yayınları.
- Glebas, F. (2012). *Directing the story: Professional storytelling and storyboarding techniques for live action and animation*. Londra: Routledge.
- Gouvea, M. T., Santoro, F. M., Borges, M. R. S., Cappelli, C. and Motta, C. L. R. (2019). Epos: The hero's journey in organizations through group storytelling. *International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design*, 123-128. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/MariaGouvea/publication/335070963_Epos_The_Hero's_Journey_in_organizations_through_Group_Storytelling/links/5e98698f92851c2f52a8656c/Epos-The-Heros-Journey-in-organizations-through-Group-Storytelling.pdf
- Greene, H., Koh, K., Bonnici, J. and Chase, J. (2015). The value of storytelling in marketing curriculum, *Journal of The Academy of Business Education*, 16, 111-128. Erişim adresi: <https://www.proquest.com/openview/5e500ebade1485cef8822146ca35fc90/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2040119>
- Hikaye. (2024). Türk Dil Kurumu güncel Türkçe sözlük içinde. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>

- Hurlburt, G.F. and Voas, J. (2011). *Storytelling: From cave art to digital media*, IT Pro, 1-7. Erişim adresi: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6028553>
- Jahn, M. (2021). *Narratology 2.3: A guide to the theory of narrative*. English Department, University of Cologne. Erişim adresi: www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.pdf
- Karabulut, A. (2023, Nisan). İlham verici 8 TED konuşması. Erişim adresi: <https://tr.linkedin.com/pulse/ilham-veren-8-ted-konusmasi-ali-karabulut>
- Kramer, L. (2001), What is narrative writing. Erişim adresi: <https://www.grammarly.com/blog/narrative-writing/>
- Kreiswirth, M. (2005). *Narrative turn in the humanities*. David Herman, Manfred Jahn and Marie-Laure Ryan (Ed.), Routledge Encyclopedia of Narrative Theory. New York: Routledge.
- Lambert, J. and Hessler, B. (2018). *Digital storytelling capturing lives, creating community*. New York: Routledge.
- Liu, H. and Wu, C. (2011). Storytelling for business blogging: A process on two path model. *2011 International Conference on e-Education, Entertainment and e-Management*, 60-63. Erişim adresi: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6137841>
- Lugmayr, A., Sutinen, E., Suhonen, J., Sedano, C. I., Hlavacs, H. and Montero, C. S. (2017). Serious storytelling—a first definition and review. *Multimedia Tools and Applications*, 76, 15707-15733. doi: 10.1007/s11042-016-3865-5
- Lund, N.F., Cohen, S.A. and Scarles, C. (2018). The power of social media storytelling in destination branding. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 271-280. doi: 10.1016/j.jdmm.2017.05.003
- Mathews, R. and Wacker, W. (2009). *Senin hikâyen ne*. (A.Özer, Çev.), İstanbul: Mediacat.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), 20. doi: 10.17169/fqs-2.1.967
- McColl, D. and Legorburu, G. (2014). *Storyscaping: Stop creating ads, start creating worlds*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- McColl, D. and Legorburu, G. (2016). *Hikaye tasarımı*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Miller, C. H. (2004). *Digital storytelling a creator's guide to interactive entertainment*. Oxford: Elsevier.
- Gershon, N. and Page, W. (2001). What storytelling can do for information visualization. *Communications Of The Acm*, 44(8), 31-37. doi: 10.1145/381641.381653
- Narrative teqniqes. Erişim adresi: <https://www.eduqas.co.uk>
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar I-II*. İstanbul: Yayın Odası.
- Ohler, J.B. (2013). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity*. New York: Corwin Press.
- Ong, W. (2004). *Sözlü ve yazılı kültür* (Çev. Sema Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis Yayınları.
- Ökmen, Y.E. (2021). Dijital hikâye anlatıcılığında görselleştirme süreci: Youtuber Barış Özcan örneği. *SDÜ İfade Dergisi*, 3(1), 8-32. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/909187>
- Parrish, P. (2006). Design as storytelling. *TechTrends*, 50(4), 72-82. Erişim adresi: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11528-006-0072-7>
- Pera, R. (2017). Empowering the new traveller: Storytelling as a co-creative behavior in tourism. *Current Issues In Tourism*, 20(4), 331-338. doi: 10.1080/13683500.2014.982520
- Prince, G. (1982). Narrative analysis and interpretatio. *New Literary History*, 13(2), 179-188. doi:10.2307/468908
- Prince, G. (2012). *Narratology: The form and functioning of narrative*. Almany: Walter de Gruyter.
- Rule .L. (2008). *What is digital storytelling? Center for digital storytelling*. New York: Mcgraw-Hill Education.
- Schinske, J. N., H. Perkins, A. Snyder, and M. Wyer. (2016). Scientist spotlight homework assignments shift students' stereotypes of scientists and enhance science identity in a diverse introductory science. *Class. CBE—Life Sciences Education*, 15(3), 15-47. doi:10.1187/cbe.16-01-0002

- Serrat, O. (2008). Storytelling. Erişim adresi: <https://Ecommons.Cornell.Edu/Bitstream/Handle/1813/87742/Storytelling.Pdf?Sequence=1&Isallow 3>
- Simmons, A. (2006). *The story factor inspiration, influence, and persuasion through the art of storytelling*. New York: Basic Books.
- Simmons, A. (2007). *Whoever tells the best story wins: How to use your own stories to communicate with power and impact*. New York: Amacom Books.
- Share your story/ A how to guide for digital story. Erişim adresi: https://www.samhsa.gov/sites/default/files/programs_campaigns/brss_tacs/samhsa-storytelling-guide.pdf
- Storr, W. (2020). *Hikaye anlatıcılığının bilimi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Story. (2024). Oxford Learners online dictionary içinde. Erişim adresi: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
- Sunal, G. & Furuncu Kutluhan, D. and Bağdatlı Kalkan, S. (2022). Geleneksel ve dijital hikâye anlatıcılığı arasındaki farkın covid 19 pandemi sürecinde maske kullanımına ilişkin bir video filmi üzerinden incelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, (3), 221-228. doi: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2022/ejnm_v6i3002
- Sülün, S. (2023, 11 Nisan). Liderlerin hikâye anlatma sanatı üzerine. Erişim adresi: <https://hbrturkiye.com/roportaj/liderler-in-hikaye-anlatma-sanati-uzerine>
- Sütçü, Ö. (2013). Ortak bir dünya deneyim: Hikaye anlatıcısı. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 6(2), 76-92. Erişim adresi: https://ethosfelsefe.com/sites/default/files/2021-09/76-92-Ozcn-OrtakDunya_0.pdf
- Şimşek, B. (2018). İletişim çalışmaları bağlamında dijital hikâye anlatımı: Kavramlar ve Türkiye deneyimi. *Alternatif Bilişim Derneği Yayınları*, 23. Erişim adresi: <https://avesis.hacettepe.edu.tr/yayin/9638ffcd-6c8d-4711-856a-2d167b9c710b/iletisim-calismalari-baglaminda-dijital-hikaye-anlatimi-kavramlar-ve-turkiye-deneyimi>
- TED Konferans. (2024). Wikipedia içinde. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/TED_\(konferans\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/TED_(konferans))
- Their, K. (2017). *Storytelling in organizations: A narrative approach to change, brand, project and knowledge management*. Berlin: Springer.
- Thompson, R. A., Lewis, M. D. and Calkins, S. D. (2008). Reassessing emotion regulation. *Child Development Perspectives*, 2(3), 124-131. doi:10.1111/j.1750-8606.2008.00054.x
- Turgut, G. and Kışla, T. (2015). The use of computer-aided story in education: Literature review. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(2), 97-121. doi:10.17569/tojq.57305
- Wilson, M. (2022). Getting engaged with storytelling: Challenges and opportunities, storytelling (arts for health). *Emerald Publishing Limited*, 119-141. doi:10.1108/978-1-83909-756-020221005
- Woodside, A. G., Sood, S. and Miller, K. E. (2008). When consumers and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing. *Psychology & Marketing*, 25(2), 97-145. doi:10.1002/mar.20203
- Yazıcı, N. (2017). *Sosyal medyada hikâye anlatıcılığı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Extended Abstract

Purpose: The desire of individuals to share their feelings and thoughts dates back centuries and continues today. The fact that humans are social beings and their efforts to communicate with others find a place in every aspect of life. Individuals' need to understand and tell has brought about the concepts of story and storytelling. Is storytelling the key to an effective speech? The question forms the basis of the study. Within the scope of this research, the concept of storytelling is discussed and the power of storytelling to affect the success rate in a speech is analyzed. In line with the findings obtained in the research conducted, it is seen that storytelling plays a high role in a successful and effective speech.

Design and Methodology: The research sample was determined by searching for the keywords “most watched TED talks” in 2024 and using the purposive sampling method between 2007 and 2012. With the search, an analysis of 7 TED talks that were deemed appropriate for the purpose of the research and thought to contribute the most to the study was conducted. It is seen that the 7 TED talks analyzed have been translated into more than 50 languages, received over 50 thousand likes, and their viewing numbers vary between 4 and 24 million. When the topics of the 7 TED talks are examined, they are mostly personal development and psychology, but there are also talks in the fields of business and education.

The method of the research is qualitative and quantitative content analysis. Quantitative content analysis is used to obtain descriptive data about the variables related to the content, based on the clear and distinct expressions of the indicators in the content of the messages (George, 2003). Qualitative content analysis allows the systematic elimination, grouping and analysis of large-scale data (Mayring, 2000).

The verbal, written and non-verbal communication data in the speeches of 7 TED speakers determined by the sample for the purpose of data analysis were categorized separately. The categorized data were coded and tabulated and frequency analysis was performed. Quantitative content analysis method was preferred in order to ensure research reliability. Qualitative content analysis method was applied for research validity and reliability. The obtained data increased credibility by including the sections of the speakers' speeches in order to answer the question of how.

Findings: In the selected sample, written and oral expressions were analyzed. The total oral and written words used by each speaker were divided into certain categories and percentages were calculated according to these categories. Considering an average speech duration of 18 minutes, it was determined that each speaker used approximately 11 slides during the presentation and that there was an average of 4 written words on these slides. The average number of oral words of the speakers was determined as 2,353, and in light of this data, it was determined that the written words used corresponded to only 2% of the total words spoken. This situation shows that the speakers made a presentation largely based on oral expression. Oral expressions were examined in detail and categorized under four main headings: scientific citations, storytelling, personal opinions and pep talks. The role of storytelling in making a speech effective and memorable was emphasized and in this context, the power of narratives in communication was tried to be evaluated.

A total of 16,477 words were used throughout the 7 speeches analyzed in the research. According to the content analysis results of these speeches; 1.7% of the speeches were scientific citations, 15.8% were personal opinions, 3.8% were pep talks, and 78.3% were storytelling. Content analysis also revealed that the storytelling in the speeches consisted of the speaker's own life experiences and personal stories, and that most of these stories were intended to establish an emotional connection with the audience. In addition, it was determined that some of the stories used were unknown or fictional stories. This diversity shows that storytelling was used as both an attention-grabbing and engaging element. In conclusion, the data show that speakers used storytelling extensively to make their presentations effective and that these narratives had a strong impact on the audience.

Research Limitations: The research sample was selected from the seven most watched and inspiring TED talks between 2007 and 2012. In the study, non-verbal elements were categorized as eye contact, gestures, body posture and facial expressions, and other non-verbal elements were not included.

Implications: The research shows that speakers who want to make an effective speech frequently use the storytelling technique. Storytelling is supported by visuals, photographs, and videos, which make people more effective in sharing their experiences (Escalas, 2004). Storytelling, one of the oldest known information sharing methods (Gershon and Page, 2001), is still used today. In this research, the speeches of the selected sample were examined and it was seen that they used storytelling in more than 50% of their speeches.

The research reveals that the key to a speech being effective and successful is storytelling. At this point, it will be of great importance for every speaker who wants to gain a place in the minds of the target audience with a memorable and effective speech to include storytelling in their speech.

Originality/ Value: The study examined the concepts of story and storytelling and conducted a literature review. Different views were included by addressing the transition of storytelling from the traditional to the digital era.

Within the scope of the study, 7 TED talks were analyzed using the content analysis method, and the findings were interpreted using the Maxqda program. The obtained data were categorized and tabulated, and percentages were calculated. Sections from the speeches of 7 TED speakers included in the sample were included in the study. In addition to the verbal expressions of the speakers, nonverbal communication elements, storytelling process and techniques were examined in the study.

The difference and originality of the study from other studies is that storytelling is not limited to verbal expressions, and the storytelling process and techniques of the speakers are examined along with their non-verbal communication elements. It is thought that the study will shed light on future studies.

Güncellenmiş Uppsala Uluslararasılaşma Modeli Çerçevesinde Dışa Dönük Doğrudan Yabancı Yatırımların Ana Ülke Sürdürülebilir İnovasyonuna Etkisinin İncelenmesi*

Muhammed Fatih YÜCEL¹ Murat ÇEMBERCİ²

Başvuru Tarihi/Submitted: 12.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 24.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Dünya önü alınamaz aşırı rekabetçi bir ortamda sürekli kendini dönüştürürken teoriler de kendini güncellemektedir. Globalleşmeyle başlayan bu süreçte uluslararasılaşma faaliyetleri ve bunların teorik çerçevesini çizen teoriler de yenilenmektedir. Çalışmamızda yer alan Uppsala uluslararasılaşma modeli, aşırı rekabetçi ortamda rekabet avantajı elde etmek ve korumak isteyen şirketlerin yaklaşımlarını ortaya koymak için 40 yıl sonra tekrar güncellenmiştir. Eski Uppsala modeli, uluslararasılaşma sürecinde bireysel, daha kontrol edilebilir ve aşamalı bir yaklaşım temelli iken güncellenmiş Uppsala modeli, ağ yaklaşımı başta olmak üzere çeşitli perspektiflerle uluslararasılaşma sürecine dair orijinal teoriyi modern iş dünyasındaki rekabet dinamiklerini dikkate alarak yeniden değerlendirmiştir. Artan rekabetçilikle güncellenen model, uluslararasılaşmada stratejik araç ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek için stratejik rekabet araçlarından olan dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, aşırı rekabetçi ortamdaki stratejik önemi vurgulanmıştır. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, ana ülkedeki sürdürülebilir inovasyona etkisini incelemek amacıyla sistematik literatür taramasına dayalı nitel teorik karşılaştırmalı analiz yapılmış ve ülke bazlı ampirik çalışmalar incelenmiştir. Rekabet avantajını geliştirmek için dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla ev sahibi ülkeye ağ yaklaşımıyla giriş, dışlanma etkisi, tersine bilgi yayılımı ve emme kapasitesinin, ana ülkedeki sürdürülebilir inovasyona katkısını anlatmak amaçlanmıştır. Global rekabetin artmasıyla yalnızca iç kaynaklara dayalı büyüme performansının sınırlı kaldığı; bu nedenle, dış kaynakların emme kapasitesi doğrultusunda içselleştirilmesinin önemi vurgulanmaktadır. Araştırmada teorik modelin, işletme stratejileri ve ülke esaslı olarak uluslararasılaşma süreçlerindeki uygulama boyutu dikkate alınmıştır. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, sürdürülebilir inovasyona katkı sağlayarak gelişen ülkeler için rekabet avantajını koruyucu, geliştirmekte olan ülkeler için sıçrama tahtası özelliği gösterdiği de ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uppsala Modeli, Dışa Dönük Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Kalkınma Stratejileri, Sürdürülebilir İnovasyon

* Bu makale, "Dışa Dönük Doğrudan Yabancı Yatırımların Kişi Başına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Üzerindeki Etkisinde Rekabetçiliğin Rolü: Kavramsal Model Önerisi" adlı tez çalışmasından türetilmiştir.

1 muhammedfatihyucel@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6329-3144

2 Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, cemberci@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8569-4950

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.



Examining the Impact of Outward Foreign Direct Investments on Home Country Sustainable Innovation within the Framework of the Updated Uppsala Internationalization Model

Abstract

While the world is constantly transforming itself in an unstoppable hyper-competitive environment, theories are also updating themselves. In this process that starts with globalisation, internationalisation activities and the theories that draw their theoretical framework are also renewed. The Uppsala internationalisation model in our study has been updated again after 40 years. The first Uppsala model, characterized by an individual, controlled, and gradual approach to internationalization, was updated to incorporate perspectives like the network approach, reflecting the competitive dynamics of the modern business environment. Increased competitiveness has highlighted the need for strategic tools in internationalization, with outward FDI being emphasized as a key competitive tool for achieving sustainable advantage. In order to examine the impact of outward FDI on sustainable innovation in the home country, a qualitative theoretical comparative analysis based on a systematic literature review was conducted and country-based empirical studies were reviewed. It argues that the limitations of growth based solely on internal resources necessitate the internalization of external resources, aligned with absorptive capacity. It is aimed to explain the contribution of networked entry, exclusion effect, reverse knowledge spillovers and absorptive capacity to sustainable innovation in the home country through outward FDI to enhance competitive advantage. The research considers the application of theoretical models in business strategies and country-based internationalisation processes. It is also stated that outward FDI contributes to sustainable innovation, protecting competitive advantage for developed countries and acting as a stepping stone for developing countries.

Keywords: Uppsala Model, Outward Foreign Direct Investments, Development Strategies, Sustainable Innovation

JEL Kodu: F21, L1, L2, O10, O31, O32

Giriş

Çalışmanın başlıca sorunsalı, globalleşen dünyada şirketlerin ve devletlerin rekabet ortamına uyum sağlamasındaki stratejik yaklaşımlara adapte olamamasından kaynaklanmaktadır (KOF Swiss Economic Institute, 2021, s. 15). Konuyu uygulama perspektifinden incelemek, mikroekonomik düzeyde açıklamak için Uppsala uluslararasılaşma modelinden bahsedilmesi perspektif için önem arz etmektedir.

Şirketlerin uluslararasılaşma süreçleri üzerine çalışan 40. yılında yazarları tarafından güncellenen Uppsala modelinde ifade edildiği gibi önce her şey ticaretle başlamaktadır (Vahlne ve Johanson, 2017, s. 1087). Bu sebepten ilk Uppsala modelinde aşamalı bir yaklaşım hakimdir ve firmaların zamanla uluslararasılaştığı savunulmaktadır. Firmaların, uluslararasılaşma süreçlerinde aşamalı yaklaşım tercihinin temel sebebi, rekabet avantajlarını koruyarak içselleştirme niyetidir. İç kaynaklarla aşamalı bir büyüme modeli hedeflenmiştir. İçselleştirmenin oransal ağırlığının değişimi ve bağımsız yapılar yerine ağ yapılarıyla uluslararasılaşma tercihleri, teorilerin güncellenme ihtiyacını beraberinde getirmiştir.

Global rekabetçilik ekseninde zaman az ama rekabet çoktur. Böyle bir durumda stratejik araçlarından biri olan dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlara dikkat çekilmelidir. Uluslararasılaşmanın son halkası olan dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, ana ülkenin özel koşullarına göre tasarlandığında stratejik bir araç olduğu, literatürdeki ülke odaklı çalışmalarda görülmektedir. Dış kaynakların, içselleştirmesinde stratejik bir yoldur. Çalışmalar, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların kişi başına gayrisafi yurtiçi hasıla üzerine genellikle pozitif etki yaptığını belirtirken; az gelişmiş Afrika ülkelerindeki ve küçük ada ülkelerindeki DDDYY'nin, kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasıla üzerindeki etkisinin negatif olduğunu belirtmiştir (Williamson, 2009, s. 107). Bu farklılık, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, ülkenin emme kapasitesine göre sermaye kaçıışı veya stratejik bir araç olarak tanımlanması nedeniyledir.

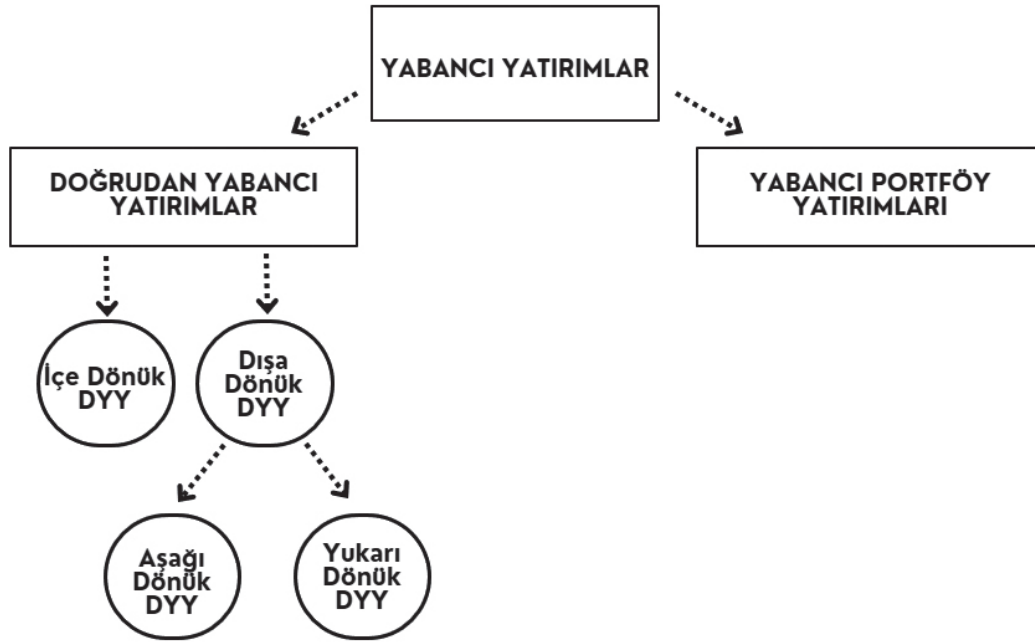
Bu çalışmada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların (DDYY) ana ülke inovasyon sistemine katkısını ve emme kapasitesinin bu süreçte oynadığı rolü sistematik olarak ele alınmaktadır. Literatürde DDDYY'nin ev sahibi ülkeye etkileri yaygın şekilde incelenmişken, ana ülkeye olan etkisi daha az çalışılmıştır. Bu araştırma, Uppsala uluslararasılaşma modeli çerçevesinde DDDYY'nin içsel kaynak emme kapasitesi aracılığıyla sürdürülebilir inovasyon üzerindeki rolünü açıklamayı hedeflemektedir.

Literatür Taraması

Bu bölümde, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, ilk Uppsala modeli ve güncellenmiş Uppsala modeli sistematik olarak incelenmiştir.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Doğrudan yabancı yatırımlar kavramını incelediğimizde yabancı yatırımların bir çeşidi olduğu ifade edilmektedir. Yabancı yatırımlar, doğrudan yabancı yatırımlar ve yabancı portföy yatırımları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yabancı portföy yatırımlarının, elde tutma süresi ve varlıkların likidite süresi kısa iken doğrudan yabancı yatırımların, varlıkları (fabrika vb.) elde süresi ve likidite süresi uzundur. Şekil 1'de paylaşıldığı gibi doğrudan yabancı yatırımlar, içe dönük, dışa dönük, yukarı dönük ve aşağı dönük olmak üzere dörde ayrılmaktadır. İçe dönük doğrudan yabancı yatırımlar, ev sahibi ülkeye gelen yabancı yatırımlara denilmektedir. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, ana ülkeden çıkan yatırımlara denilmektedir. Yukarı dönük doğrudan yabancı yatırımlar, gelişmişlik seviyesi yukarıda olan ülkelere yapılan genellikle stratejik varlık arayışlı yatırımlardır. Aşağı dönük doğrudan yabancı yatırımlar, gelişmişlik seviyesi aşağıda olan ülkelere yapılan yatırımlardır. Bu yatırımlar genelde, doğal kaynak arayışlı yatırımlardır (Gaur ve diğerleri, 2018, s. 324).



Şekil 1. Yabancı Yatırım Türleri

Aşırı rekabetçi ortamda ülkelerinin sürdürülebilir kalkınmaları politikalarını önceliklendirme ve temin etmek için politika yapıcılar, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar için teşvik mekanizmasını kurgulamakta ve çalıştırmaktadır (Durham, 2003, s. 2). Örneğin yükselen değer Güney Kore’de dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, 1,964 milyar \$ ile içe dönük doğrudan yabancı yatırımlarının 2,5 katı olduğu ifade edilmektedir. (Jung ve diğerleri, 2016, s. 245). 24 OECD ülkesinde yapılan başka bir çalışmada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, ülkenin refah seviyesini arttırdığı gözlemlenmiştir (Ghosh ve Wang, 2009, s. 20).

Hükümetlerin globalleşen dünya ile kendi içinde daha karmaşık doğrudan yabancı yatırım stratejileri geliştirdiği ve sıradanlaşan zayıf politikaları takip etme eğilimi global ölçekte azalmıştır. Bu durum, günümüz şartlarındaki aşırı rekabet ortamında bölge bazlı global değer zinciri merkezi olmak isteyen ülkelerde daha sık gözlemlenmektedir. Temelde bu durum, sermayenin hareketliliği ile bağlantılıdır. Porter’ın elmas modelindeki gibi katma değerli sektörler odaklanan ülkeler, sürdürülebilir kalkınmada sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmenin önemini fark etmiş ve yerel şirketleri rekabete teşvik etmiştir (Feldstein, 2000; Thurbon ve Weiss, 2006, s. 19). Bu ülkelerin genellikle kurumsal gelişim seviyesi yüksek ülkeler olması nedeniyle rekabetçiliğin olumsuz etkilerinden kaçınmak için hukuki düzenlemeleri mevcuttur (Pak ve Park, 2005, s. 254). Katma değerli sektörlerde rekabet ekosistemi kurmak isteyen ülkelere İrlanda, Japonya, Malezya, Güney Kore örnekleri verilmektedir (Kim ve Rhee, 2009, s. 126). Katma değerli sektörler odaklanan şirketlerde dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlara daha fazla önem atfedilmektedir (Barry, 2019, s. 93).

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, yerli firmaların iş stratejisi gereği çeşitli arayışları nedeniyle ana ülke dışında, ev sahibi bir ülkede yaptığı yatırımlardır (OECD, 2008). Bu kavram, literatürde ilk kez 1966 yılında Raymond Vernon’un ürün döngüsü teorisini anlatmak için yazdığı ürün döngüsünde uluslararası ticaret ve uluslararası yatırımlar adlı çalışmasında yer almaktadır. Bu çalışma, ürünlerin gelişim, büyüme, olgunluk ve düşüş aşamalarından geçtiğini savunmaktadır. Bahse konu her bir aşamada ürünün doğası gereği etkileşim olduğu ve bu etkileşimin, üretim ve ticaret dinamikleriyle ilişkilendirildiği ifade edilmiştir. Gelişim aşamasında, ar-ge’ye dayalı yüksek maliyetler kabul edilerek gelişmiş ülkelerdeki yüksek gelirli tü-

keticiler hedeflenmektedir. Bu aşamada iç piyasanın ihtiyaçlarını karşılamak yeterli görülmektedir. Büyüme aşamasında, ürünün pazarda kabul görmesiyle üretim artmakta ve ihracat hedeflenmektedir. Üretim, ana vatan ülkede devam etmektedir. Olgunluk aşamasında, ürün standardizasyonu sağlanırken verimlilik arayışları artmaktadır. Gelişmiş ülkelerdeki yüksek üretim maliyetlerinden sakınmak için üretim diğer ülkelere kaydırılmaktadır. Bu noktada dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar kavramımız, verimlilik arayışında olan şirket için önemli hale gelmektedir. Nihayetinde pazar doyumu, talep düşüşü ve yeni teknolojiler nedeniyle düşüş aşamasına geçilmiştir (Vernon, 2015). Bu çalışma özellikle 1950’li yıllardan sonra çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini ve ürün gelişim kararlarındaki etkilerini açıklamaya yardımcı olmaktadır.

Dönüşüm süreci sadece ürünlerle ilgili değil, dünya ile ilgilidir. Globalleşen dünyada gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkeleri yakalamasında; gelişmiş ülkelerin, gelişmişlik seviyesini muhafaza etmesinde ve arttırmasında, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, değerli bir enstrüman olarak görülmektedir. Gelişmiş ülkelere yapılan yatırıma, yukarı dönük (upward); kendinden az gelişmekte olan ülkelere ise aşağı dönük (downward) adı verilmektedir. Eşitliğe dayalı bir uluslararasılaşma enstrümanı olan dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, uzun zamandır uluslararası işletme literatüründe merkezi bir konumu olmuştur (Clougherty ve diğerleri, 2017, s. 340; Johanson ve Vahlne, 2015). Teoriler üzerinden değerlendirilebilen dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, uluslararasılaşarak önemli bir öğrenme merkezi ve yakalama stratejisinin bir parçasıdır.

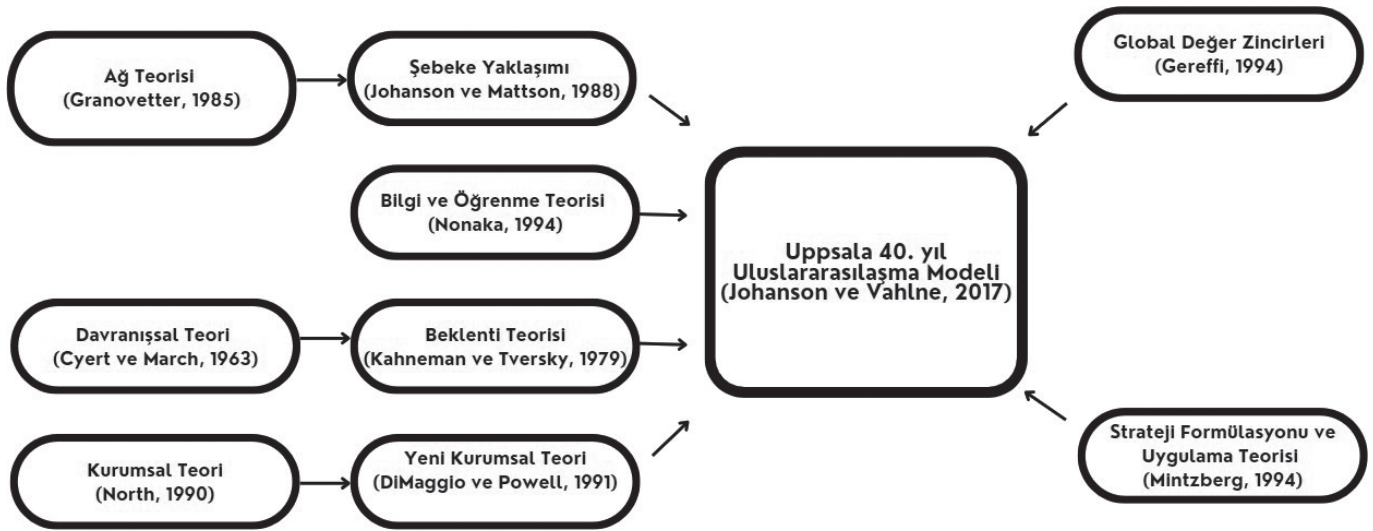
Motivasyon kaynağı tespiti için uluslararasılaşma isteğinin davranışsal açıdan nedeni de önem arz etmektedir. Doğrudan yabancı yatırımların motivasyon kaynakları, dört başlıkta ifade edilmiştir. Bunlar; stratejik varlık arayışı, kaynak arayışı, pazar arayışı ve verimlilik arayışıdır. Stratejik varlık arayışı, aşırı rekabet ortamında şirketlerin rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olan değerli ve benzersiz kaynaklardır. Entelektüel sermayeye konu, patentler, markalar, özel teknolojiler veya endüstriyel sırlar bu kapsamda yer alabilmektedir. Verimlilik arayışı, ölçek ekonomisi oluşturarak birim maliyetleri düşürme amacı gibi birim girdi başına üretilen çıktı miktarını arttırmayı ifade etmektedir. Doğal kaynak arayışı, bir ülkenin belirli bir firması, yurt içinde bulunmayan kaynaklara erişmek veya kaynakları daha düşük maliyetle elde etmek için yurt dışında yatırım yapmaktadır. Mineraller, hammaddeler ve tarım ürünleri gibi fiziksel kaynakları içermektedir. Bu kaynaklara daha uygun maliyetle erişmek, stoklayarak rekabet avantajı elde etmek amaçlanmıştır. Pazar arayışı, ürünlerin yeni veya büyümekte olan pazarlara doğrudan erişim sağlaması amacıyla yapılan yatırımlardır (Dunning ve Lundan, 2008, s. 573). Çokuluslu işletmelerin pazar arayışında doğrudan yabancı yatırımlarla girmelerinin başlıca iki nedeni vardır. Birincisi, ana tedarikçileri o ülkede üretim tesisleri kurduğu için yabancı bir ülkeye yatırım yapmaktır. İkincisi, yerel müşterilerin zevklerine, iş geleneklerine, yasal gerekliliklere, pazarlama prosedürlerine ve yatırım ortamına uyum sağlamak için yurt dışında üretim yapmaktadır. Bu sayede yerel firmalarla daha iyi rekabet edebilmekte ve yerel pazara hizmet edebilmektedirler (Dunning, 1993, s. 7).

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, ihracatın tamamlayıcısı olarak yeni pazarlara erişim, dinamik yetenekler teorisine uygun olarak anavatandaki şirkette istihdam artışı, Schumpeter’in inovasyon teorisindeki bilgi yayılımına uygun olarak yerli şirketlerin yeni şeyleri taklit etmesi gibi geliştirici süreçler için stratejik bir araçtır (Lipsey ve diğerleri, 2000; Chandrawanshi ve Banerji, 2014, s. 24). İlişkiyi tanımlayabilmek için makro perspektifli eklektik paradigma yerine mikro perspektifli uygulamaya yönelik Uppsala uluslararasılaşma modeli detaylı açıklanmıştır.

Güncellenmiş Uppsala Modeli Teorik Çerçevesi

Uppsala modeli, yaklaşımını davranışsal teorilere indirgeyerek pratiğe daha uyumlu varsayımlar sunmaktadır. Uppsala’nın literatüre en büyük katkısı, girişimlerin uluslararasılaşma sürecinde belirsizlik altında karar verme süreçlerini incelemesidir. 1977’deki ilk model ve 2017’deki 40. yıl güncellenmiş model aşağıda ifade edilmektedir. Literatür, iş ortamının, anlaşılması ve açıklaması her zaman kolay olmayan değişkenlerle

karmaşık bir model olduğunu ifade etmektedir (Weick, 2005, s. 425). İlk Uppsala modeline göre aşamalar yaklaşımı, hakim görüştür. Uluslararasılaşma adım adım ve kademeli bir şekilde gerçekleşmektedir. Firmalar, uluslararası pazarlara genellikle ihracat yoluyla girmektedir çünkü en düşük riskli ve en az taahhüt gerektiren giriş şeklidir. İhracat faaliyetlerin genişlemesiyle yerel acenteler ve distribütörler kullanılarak algısal varlık gösterilmektedir. Pazarda belirli başarıya ulaşıldıktan sonra kendi satış şubelerini kurarak doğrudan pazarda fiziki varlık gösterilebilmektedir. Son aşamada ise uzun vadeli taahhütlerde bulunarak, dışa dönük doğrudan yabancı yatırım yapılmaktadır (Vahlne ve Johanson, 2017, s. 1090). Özetle eski Uppsala modeli, uluslararasılaşma sürecinde daha dikkatli ve aşamalı bir yaklaşım gerçekleştirmekte lakin dünya çok hızlı değişmektedir. 2017’de güncellenen Uppsala modeli, uluslararasılaşma sürecine dair orijinal teoriyi modern iş dünyasındaki değişiklikleri göz önünde bulundurarak yeniden değerlendirmiştir. Bu değişimdeki tetikleyici unsur, artan global rekabet ortamında iç kaynaklara dayalı aşamalı büyüme modelinin sınırlılıklarını, dış kaynakların etkin içselleştirilmesiyle ortadan kaldırmaktır.



Şekil 2. Güncellenmiş Uppsala Modeli Teorik Çerçevesi

Şekil 2’de görüldüğü gibi bu model, bilgi geliştirme, kaynak taahhüdü ve ağ ilişkilerine dayalı güven inşa etmeye odaklanmıştır. Bilgi geliştirmeden kasıt, geçmiş deneyimlerden yola çıkarak öğrenme ve ilişkiler odağında yenilikleri edinmedir. Kaynak taahhüdünden kasıt, belirsizlik ve kısmi belirsizlikleri göz önüne alarak önceliklendirmektir.

Ağ ilişkisi, yeni fırsatların ve işbirliklerine sebep olacak ilişkilerin bütünüdür. Beslenen teorilerden kısaca bahsedecek olursak ağ teorisi, matematiksel temeller üzerine inşa edilmiş, düğümler arası bağlantıları inceleyen, firmaların uluslararasılaşma sürecinde ağlar ve ilişkiler sayesinde fırsatlar yarattığını savunan bir teoridir. 40. yıl Uppsala modelinde, ağ bağlantılarının önemi daha fazla vurgulanmıştır. Şebeke yaklaşımının teorik temelini oluşturmaktadır (Granovetter, 1985, s. 481). Şebeke yaklaşımı, uluslararası genişleme stratejilerinde kullanılan bir yöntemdir. Yabancı pazarlara girişte, uluslararası ağları kullanmaktadır. Literatürde firmaların, iş ağları içinde nasıl hareket ettiğini nasıl öğrenip geliştiğini açıklamak için kullanılmaktadır. Dört unsurdan, müteşekkildir. Ağ unsuru, şirketlerin tekil bir pazarda değil, geniş bir ağ içinde faaliyet gösterdiğini savunmaktadır. İlişki unsuru, ekonomik ve stratejik değeri vurgulamaktadır. Bilgi ve kaynak akışı unsuruna göre ağlar, yeni bilgiye erişimi mümkün kılarken, şebekeler akışı düzenlemektedir. Yapısal

dışsallık unsuru ise dışsal ekonomik faydaların elde edilebileceğini ifade etmektedir (Johanson ve Mattsson, 2013). Bu yaklaşım, ağ teorisinin kavramlarını, yöntemlerini ve analiz araçlarını kullanarak firmaların hareketlerini incelemektedir.

Bilgi ve öğrenme teorisi, öğrenme teorileri, bilgi yönetim teorileri, organizasyonel öğrenme teorileri, bilgi temelli görüş ve dinamik kabiliyetler teorisinden etkilenerek firmaların uluslararasılaşma süreçlerinde bilgi birikimi ve deneyimle öğrenme süreçlerini anlatmaktadır (Nonaka, 1994, s. 14). Davranışsal teori, karar vericilerin farklı risk tercihlerinin karar verme süreçlerini nasıl etkilediğini incelemektedir. Diğer paydaşların fırsatçı davranışlar gösterme eğiliminde olma durumlarında davranışsal belirsizlik algısını ve nihai olarak işlem maliyetleri teorisinin uygulamadaki gerçekliğini davranışsal olarak incelemektedir. Teori temelinde organizasyonların, belirsizlik ve sınırlı bilgi ortamında nasıl ele alındığı incelenmektedir (Buckley ve Chapman, 1997, s. 127; Cyert ve March, 2015).

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırım kararlarında, rasyonelliğin yanı sıra karar verici bazlı olarak irrasyonel bir yaklaşımda mevcuttur. Dışa dönük doğru yabancı yatırımlarda genel olarak fiziksel mesafe gibi etkenler göz önünde tutulsa da psikolojik mesafe kavramı sınırlı rasyonel karar verici, insan için önemlidir. Douglas Dow çalışmasında psikolojik mesafeyi, yöneticilerin algıladıkları ve ulusal düzeyde algılanan olarak incelemektedir.

Psikolojik mesafe, bir şirketin faaliyet gösterdiği ülke ve hedef ülkesi arasındaki asimetrik bilgi oluşumuna neden olan bilişsel ve duygusal faktörlerdir. Etnografik ve coğrafik etkenler, bu mesafenin gelişim seviyesini etkileyebilmektedir. Yöneticilerin yabancı dile hakimiyeti ve başka bir din hakkındaki bilgisi veya inanç paylaşımı, psikolojik mesafeyi kısaltmaktadır. Yaş ve eğitim kaynaklı, risk algıları da farklılık arz etmektedir. Bu yaklaşımda davranışsal açıdan dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlara mikro ölçekte bir değerlendirme sunulması amaçlanmıştır (Dow ve Karunaratna, 2006, s. 578).

İrrasyonel davranışların sistematik bir şekilde değerlendirilmesi için son 30 yılda sezgisel istatistik yöntemleri ve psikolojinin multidisipliner çalışmalarıyla davranışsal finans adı altında yeni bir çalışma alanı ortaya çıkmıştır. Bu çalışma alanında, insanların varlıklara farklı değerler verdiği, olaylara, nesneye veya duruma göre sistematik olarak benzer tepkilere sahip olduğunu gösteren önemli kanıtlar ifade edilmiştir. Konumuzla alakalı örneklendirirsek beklenti teorisinde, kayıp korkusunun önemi vurgulanmış ve bu durum, bireylerin zaten sahip oldukları öğeleri “rasyonel” olandan daha yüksek değerlendirme eğiliminde oldukları bir “mülkiyet etkisi” ile sonuçlanmaktadır (Kahneman ve diğerleri, 1990, s. 1325). Beklenti teorisi, aslında bireylerin risk ve belirsizlik altında nasıl karar verdiklerini modelleyen, hataya eğilimlerini sistematik olarak inceleyen bir teoridir (Kahneman ve Tversky, 2013). Bunlar genelleştirilerek sistematik önyargılar kavramını meydana getirerek davranışsal teorilere katkı sağlamıştır. 2023 yılı itibarıyla sosyal hayatta yapay zeka destekli karar vericiler çağına geçmemiz nedeniyle önümüzdeki yıllarda bu araçların, şirketler adına karara yetkili insanların rasyonellik olgusunu arttıracığı düşünülmektedir. Her ne kadar dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlarda rasyonel yatırım kararları vurgusu ön planda olsa da yeni kurumsal teoride ifade edildiği gibi çevresel ve kurumsal baskılar altında karar aldıkları ifade edilmiştir. Böyle bir durumda benzer şirketlerin benzer faaliyetleri göstererek aynı ülkeye yatırım yapması beklenirken çoğunlukla böyle bir durum gerçekleşmemektedir. Kurumsal teoride, organizasyonların kurumsal yapılar ve değişim mekanizmaları ışığında çevresel ve kurumsal faktörlere nasıl adapte olduğu incelenmektedir. North'ın kurumsal değişim ve kurumsal yapıların, ekonomik performans üzerindeki etkilerini ele alması, Powell'ın kurumsal ağlar ve organizasyonel öğrenme konusundaki araştırmalarına, teorik altyapı sağlamıştır. Uppsala modeli, kurumsal çevrenin uluslararasılaşma stratejilerini nasıl etkilediğini anlamada bu teoriden yararlanmaktadır (North, 1990). Yeni kurumsal teori, kurumsal ağlar, kurumsal alanlar ve organizasyonel öğrenme gibi kavramlar etrafında şekillenmiştir. Farklı ülkelerdeki kurumsal yapı ve düzenlemelere uyum sağlama gerekliliğini vurgulamaktadır. Davranış çıktılarının farklılaşması konusunda kurumsal teori, doğrudan yabancı yatırımlardaki bu süreçlerin firma davranışlarının alt katmanları olan tarihsel ve kültürel farklılıkların varlığı ile açıklamaktadır (DiMaggio ve Powell, 1983, s. 147). Bahse konu etkiler, 3 başlık altında toplanmaktadır.

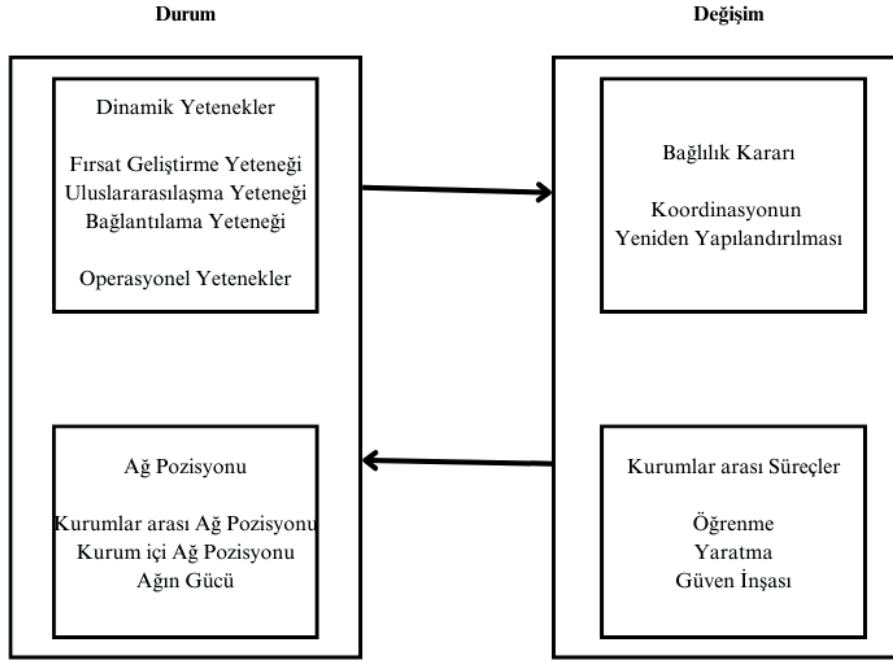
Zorlayıcı baskı, ilk yatırım kararı aşamasında ortaya çıkmaktadır. Ev sahibi ülkelerin yasal düzenlemeleri ve politik baskıları ile şekillenmektedir. Taklitçi baskı, şirketlerin diğer başarılı şirketleri taklit ederek belirsizlikle mücadele ettikleri baskı türüdür. Düzenleyici baskı ise aktif direnç göstererek sonraki yatırımlar için fayda sağlamaktadır (Francis ve diğerleri, 2009, s. 565). Kurumsal teori, ekosistem paydaşları arasında izomorfizm yani benzerlikleri teşvik etmektedir lakin rekabet, farklılaşmayı teşvik etmektedir. Bu bakış açısıyla bakıldığında doğrudan yabancı yatırımlar, şirketlerin uluslararasılaşma sürecinde davranış bazlı olarak farklılaşma sürecini anlatmaktadır. Bu farklılaşma davranışları, problem odaklı arama, yaparak öğrenme ve dolaylı öğrenme temellidir. Problem odaklı öğrenmede, şirketler hedeflenen veya belirlenen performansın altına düştüklerinde sorunları tespit edip, çözmeye çalışmaktadır. Y yaparak öğrenmede, firmalar sürekli iyileşme mantığıyla deneyimlerinden öğrenmekte ve iş proseslerini güncellemektedir. Dolaylı öğrenme de ise firma diğer firmaların tecrübelerinden yola çıkarak öğrenmektedir. Dolaylı öğrenme, taklitçi izomorfizme benzerlik gösterse de başarılılara benzemek yerine olaylar karşısında şirketlerin başarısızlıklarından ders çıkarmaktadırlar (Surdu ve diğerleri, 2021, s. 1050). Öğrenme sürecinden yola çıkarak ihracat yaparken bir yandan şirket satın alınması veya sıfırdan yatırım gibi çoklu giriş modları, gündeme gelmektedir.

Çoklu sistematiğe odaklanan global değer zinciri teorisi, Gary Gereffi tarafından geliştirilen, bir ürünün veya hizmetin tasarımından üretimine, dağıtımına ve tüketimine kadar olan tüm süreçlerin nasıl küresel olarak organize edildiği ve yönetildiğini inceleyen bir teoridir. Global değer zinciri perspektifinden doğrudan yabancı yatırımlar, ülkenin yalnızca global değer zincirlerine katılımını teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda değer zincirindeki sektörel yükselmesini desteklemektedir. Diğer yandan ev sahibi ülkeye yapılan doğrudan yabancı yatırım, anavatanın küresel değer zincirlerindeki yükselmesini engellemekte ve katma değerli global ürünler için ülkenin uluslararası üretimde parçalanmasını teşvik etmektedir. Daha detaylı olarak ülkenin doğrudan yabancı yatırımları ile teknoloji ve yenilik kapasitesi arasındaki ilişki olumlu ise ilgili ülkenin teknoloji ve yenilik kapasitesinin düşük seviyede kalma direncini kırdığı ve ülkenin global değer zincirindeki konumunu yükseltmek için olumlu bir arabulucu etkisi olduğunu göstermektedir. Belçika, Çin, Japonya ve Almanya gibi bazı ülkelerin bölgesel değer zinciri merkezi olmak adına hem bölgesel hem de global düzeyde stratejik önemi artmaktadır. Bu durum ve etkileri, yapılan politika ve çok taraflı ticaret anlaşmalarının ülke refahına ve ekonomisine etkisini kısa, orta ve uzun vadeli olarak ele alınmasının önemini arttırmaktadır (Gereffi ve Lee, 2012, s. 24).

Daha önce ifade ettiğimiz gibi yaklaşım ve araçların stratejik uyumu mühimdir. Tüm bu stratejilerin oluşma süreçleri, bir okullaşma sürecidir (Mintzberg ve diğerleri, 2020). Mintzberg, bu süreci stratejik yönetim okulları teorisinde ifade ederken on farklı stratejik yönetim okulu tanımlı yapmıştır. Bu okulların, dışa dönük doğrudan yabancı yatırım stratejileri ile ilişkisi çalışmada detaylı olarak incelenmiştir.

Özellikle dinamik yetenekler ve ağ teorisine vurgu yapılmaktadır. İş ortamındaki rakiplerin veya paydaşların, daha rekabetçi başlığında teknoloji ve/veya müşteri hizmeti sağlama da farklılaştığı ve bu farklılaştırmanın çevrede aktif bir direnç yaşattığı görülmektedir. Değişen çevre ile girişimin yeteneklerinin gelişimi, dinamik yeteneklerle vurgulanmaktadır. Bu gelişim, belirsizlikle başa çıkmanın bir yoludur. İfade edilen nedenlerden dolayı, girişimin bulunduğu ekosistem yüksek derece belirsizlikle karakterize edilmektedir. Belirsizlikle olan etkileşim süreci adı verilen sürecin, girişimciliği daha net bir şekilde ifade ettiği düşünülmektedir (Sarasvathy, 2008). Etkileşim sürecinin, 3 saçı ayağı bulunmaktadır. Deneyimsel öğrenme, ilişkiler doğrultusunda ağlarla çalışma ve kontrol edilebilecek şeylere odaklanmadır. Belirsizliğin olduğu bu süreçte kar yerine katlanılabilir kayıba odaklanılmalıdır. Böylelikle belirsizliği sınırlandırması amaçlanmaktadır. Yukarıda ifade ettiğimiz belirsizliklerin bağlam göz önüne alındığında girişimciliğin büyük ölçüde yönetimle ilgili olduğu varsayılmaktadır. Bu durum, belirsizliğin aslında firmanın bir yönü olduğunu vurgulamaktadır (Vahlne ve diğerleri, 2012, s. 224). Güncellenmiş Uppsala modelinden hareketle ağ ilişkileriyle ürün, hizmet ve bilgi değişimi yapılırken yeni fırsatlar ve olasılıklar ortaya çıkmaktadır. Güncellenmiş modelde, firmaların yalnızca bağımsız aktörler olarak değil, aynı zamanda iş ağlarının bir parçası olarak hareket ettiklerini savunmaktadır. Girişimciliğin ve fırsatları tanımanın, önemi paylaşılmıştır. Bilginin yalnızca deneyimle değil, iş ağları aracılığıyla da öğrenilebileceğini ifade etmektedir. Yöneticiler bu şekilde hareket eder-

ken süreçte öğrenmeleri, belirsizlikleri azaltmaktadır. Geleceğin bilinmezliği seçimi şart tuttuğunda, seçim bir karardır ama “ne arasında seçim?” sorusunu sormaktadır. Bu seçim öngörülemeyen gelecekteki hayal edilen deneyimler arasında olmaktadır ve seçimin selahiyeti, ağ ilişkilerine dayanmaktadır.



Şekil 3. Modellerdeki Değişimler

Şekil 3'deki güncellenen Uppsala Modeli, küreselleşmenin artan hızını dikkate alarak dijitalleşme ve iş dünyasındaki diğer önemli değişiklikleri daha iyi yansıtmayı amaçlamıştır. Bu model, firmaların uluslararasılaşma sürecinde daha esnek, ilişki odaklı ve fırsatçı olmalarını önermektedir. Böylece firmalar küresel pazarlarda daha başarılı olmaktadır çünkü şirketler varlıklarının sürdürülebilirliğini kaynaklar ile değil; rekabet stratejileri ile sağlamaktadır.

Güncellenen Uppsala modeline stratejik bir anlam katan strateji kavramı belirli bir olgunlaşma, okullaşma sürecidir. Bu süreç Mintzberg tarafından strateji okulları olarak adlandırılmaktadır. Tasarım okulu, stratejinin bilinçli bir şekilde iç ve dış çevre analize dayalı olarak basit ve anlaşılabilir şekilde liderler tarafından oluşturulduğunu ifade etmektedir. Planlama okulu, stratejinin formal bir süreç olduğunu uzun vadeli ve ayrıntılı bir planlamaya ihtiyaç olduğunu ifade etmektedir. Konumlandırma okulu, dış çevredeki fırsat ve tehditlere göre rekabetçi bir konum elde edilmesini önermektedir. Girişimci okulu, stratejiyi liderin kişisel vizyonuna ve karizmatik liderliğine dayandırmaktadır. Bilişsel okul, algılar ve bilişsel süreçler ön plandadır çünkü strateji oluşturma süreci, karar vericilerin bilişsel haritalarına ve zihinsel modellerine dayanmaktadır. Öğrenme okulunda strateji, standardize edilmiş bir süreç yerine sürekli öğrenme ve adaptasyon sonucunda ortaya çıkmaktadır. Deneyimsel öğrenme önemlidir. Güç okulu, stratejinin iç ve dış ilişkilerle şekillendiğini ifade etmektedir. Kültürel okul, stratejinin yapı taşının organizasyonun kültürü olduğunu ifade etmektedir. Çevresel okul, stratejinin organizasyonun çevresine yanıt vermesi gerektiğini bir nevi doğal seleksiyona maruz kalabileceğini ifade etmektedir. Yapılandırıcı okul, stratejilerin oluşum süreçlerinin organizasyonun evrimsel sürecine bağlı olduğunu göstermektedir (Mintzberg ve diğerleri, 2020).

Yöntem

Bu çalışmanın teorik çerçevesi, uluslararasılaşma literatüründe sıkça atıf alan Uppsala uluslararasılaşma modeli ve tamamlayıcı teorilere dayanmaktadır. Bu çalışmada, Uppsala uluslararasılaşma modeli çerçevesinde dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, emme kapasitesi ve inovasyon ekosistemi arasındaki ilişkiler, sistematik literatür taraması ve nitel karşılaştırmalı analiz yöntemiyle incelenmiştir. Veri kaynakları, Uppsala uluslararasılaşma modeli ve doğrudan yabancı yatırımların stratejik işlevlerine odaklanan makale ve kitap bölümlerinden oluşmaktadır. Web of Science, Scopus ve ProQuest veri tabanlarından taranan hakemli yayınlar metodolojik uyumluluk açısından değerlendirilmiş ve nitel içerik analizi yöntemiyle kodlanmıştır. Tarama sürecinde belirlenen temel temalar Uppsala uluslararasılaşma modeli, emme kapasitesi ve inovasyon göstergeleri olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada, DDDYY'nin ana ülkedeki sürdürülebilir inovasyona emme kapasitesi aracılığıyla etkisi, gelişen ve gelişmekte olan ülkeler üzerine yapılan çalışmalarla incelenmiştir. DDDYY'nin yalnızca sermaye çıkışı yaratmadığı, aksine ana ülkenin rekabet avantajlarını ve sürdürülebilir inovasyon kapasitesini artırabileceği ele alınmıştır. İlk taramada 171 çalışma incelenmiş, metodolojik uyumsuzluklar nedeniyle 99'u dışarıda bırakılmış ve detaylı analiz için 72 çalışma seçilmiştir. DYY'ye ilişkin literatür genellikle ülke bazlı olarak yapılandırıldığından, bu yaklaşım elde edilen sonuçların geçerliliğini artırmaktadır. Araştırmanın sınırlılıkları arasında, incelenen veri kaynaklarının yalnızca İngilizce literatürle sınırlı olması ve DDDYY üzerine yapılan çalışmaların büyük oranda Çin merkezli olması yer almaktadır. Ayrıca, modelin fabrikalarda ve şirketlerde yapay zeka destekli karar süreçleri ve merkezi enformasyon ağlarıyla uluslararasılaşmanın artması doğrultusunda yeniden değerlendirilmesi gerekliliği vurgulanmaktadır.

Bulgular

Bu bölümde, teorik çerçevemizi oluşturan güncellenmiş Uppsala uluslararasılaşma modeli ışığında, ağ yapılarıyla hedeflenen pazarlardaki dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların girişi, dışlanma etkisi, tersine bilgi yayılımı ve emme kapasitesi bağlamında gerçekleştirilen içselleştirme sürecinin, ana ülkedeki sürdürülebilir inovasyona etkisi değerlendirilmiştir.

Uppsala modeli ve dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar ilişkisi

İlk modelde yerli şirketlerin, aşamalı olarak uluslararasılaşması sonrası dışa dönük doğrudan yabancı yatırım yapmaya yönlendikleri görülmektedir. Aşamalı gelişim süreci, ilk Uppsala uluslararasılaşma modeline uygundur. Bu sebepten çalışmamız, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların davranışsal ölçekte anlaşılması için güncellenmiş Uppsala uluslararasılaşma modeli ile incelenmiştir. Ekonomik, sosyal ve çevresel bir gösterge olan rekabetçilik, çalışmaya kültürel bir bakış kazandırmakta çünkü literatürde dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, genellikle kültürel normları nedeniyle ülke veya bölge bazlı olarak incelenmiştir. Kültürel benzerliklerin insan temelli olması nedeniyle genel geçerliği düşünülmektedir. Benzerliklerde olduğu gibi farklılıklar ve bu farklılıkları oluşturan rekabetçilikte, insan temellidir. Bu sebepten dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, anavatan ülkedeki rekabetçilik düzeyi ile doğrudan ilişkilendirilmektedir. Bu iki kavramın rekabetçiliğe uyumu nedeniyle dünyamızdaki aşırı rekabetçi ortamı açıklayabileceği öngörülmektedir.

Davranışsal açıdan kar amacı güden ve rekabeti önceliklendiren şirketlerin içe dönük doğrudan yabancı yatırımlar ile ev sahibi ülkenin gelişmişlik seviyesini arttırması doğrudan beklenmemelidir. Özellikle aşırı rekabetin olduğu günümüzde dışa dönük yabancı yatırımlar yerine içe dönük doğrudan yabancı yatırımların teşvik edilmesinin, günümüz şartlarında yapısal geçerliliği sorgulanmaktadır. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, gelişmiş ülkeler tarafından uygulanması önermesi ise rekabetin bölgesel ve statik olduğu zamanlarda geçerli olmaktadır (KOF Swiss Economic Institute, 2021). Dünyanın hızla globalleşmesi ve bölge bazlı değer zinciri merkezi olma yarışında rekabetin varlığı, gelişmekte olan ülkeler için dışa dönük doğrudan yabancı yatırımları sadece ekonomik bir araç değil, stratejik bir araç olarak sınıflandırmaktadır.

O yüzden ilişkiler, tartışılmakta ve güncelle uygun olarak detaylı ele alınmaktadır.

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, firmaların uluslararasılaşma sürecinde önemli bir adım olması nedeniyle Uppsala modeli ile tanımlamak mümkündür. İlki 1977’li yıllarda ortaya konan bu model, şirketlerin yabancı pazarlara aşamalı girdiğini ve deneyimleyerek risk kapasitesini arttırdığını ifade etmektedir çünkü o günün şartlarında dünya ile iletişimin bu kadar yaygın olmadığı ve kontrolün zorluğu yurtdışına yatırım yapmayı zorlaştırmaktadır. Günümüz şartlarına uygun, değişimin süreklilik arz ettiği ve bu sebepten gelişiminde sürekli olması gerektiğini vurgulayan model, yazarları tarafından yaklaşık 40 yıl sonra güncellenmiştir (Johanson ve Vahlne, 2015).

Uygulamada modelin kullanıcılarından biri olan Çinli şirketlerin ağ teorisine uygun uluslararasılaşma yollarından biri ağ yapısına dayalı tek kuşak tek yol projesidir. Tek kuşak tek yol projesi ile Çinli şirketler, ticaret veya yatırım planladıkları ülkelere giriş engellerini kaldırdıktan sonra politik riski düşük ülkelere giriş ve yatırım yapabilmektedir (Zhang ve diğerleri, 2024). Uygulamadaki bu yaklaşım, hedeflenen pazarlara girişte ağ yapısının, kolaylaştırıcı ve yatırımı muhafaza edici etkisini göstermektedir.

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların emme kapasitesi aracılığıyla ana ülke sürdürülebilir inovasyonuna etkisi

Uluslararasılaşma modelinin stratejik halkası dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar, özetlenen zincirleme etki nedeniyle bilgi yayılımı, inovasyon sistemleri ve global değer zincirleri ile ilişkilidir. Yapılan çalışmalar, bilgi üretme merkezi olan ar-ge çıktılarının sadece ar-ge’yi üreten ülke için değil, diğer ülkelere de katkı sağladığını paylaşmıştır. Etkide beklenti, orta ve uzun vadeli olmalıdır. Gelişmiş ülkelerdeki ar-ge yatırımlarını inceleyen Coe ve Helpman, bu yatırımların getiri oranının ülke için %120, ticari ortakları için %30 olduğunu göstermiştir (Coe ve Helpman, 1995, s. 860). Bu yayılım, doğrudan yabancı yatırımlar ve kısmi ithalat aracılığıyla gerçekleşmektedir. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların etki gücü, %120 ve %30 arasındadır. Bilgi yayılımı ekseninde dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların etkisi eğer ana ülkede teknolojik emme kapasitesi varsa azami seviyede artar, aksi takdirde kar amacı güden yatırımlar olarak ana ülkeye katkısı asgaride kalmaktadır. Bu da teknolojiyi üreten değil; takip eden ülkeler için teknolojiyi yerleştirememenin nedenini açıklayan emme kapasite ile aynıdır.

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, sürdürülebilir inovasyon üzerine etkilerini inceleyen çalışmalarda temel belirleyicinin, emme kapasitesi olduğu ifade edilmiştir. Çin’de yapılan çalışmada dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, emme kapasitesi aracılığıyla sürdürülebilir inovasyona etkisi, %28,7 olarak belirlenmiştir (Ye ve Zhao, 2023, s. 419). Bu etki, orta ve uzun vadede değerlendirildiği için veri aralığı, uzun yılları kapsamalıdır. Kanada’da 15 yıl boyunca incelenen şirketlerde gelişimin %79 iç kaynak etkisi altında olduğu; geriye kalan %21’in ise dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlarından sonra emme kapasitesi kaynaklı içselleştirilmiş stratejik varlıklardan etkilendiği belirlenmiştir. Her iki durumda da içsel ve dışsal kaynaklı rekabet avantajının emme kapasitesi ile ilişkili olduğu görülmektedir. İç kaynakların verimliliği, emme kapasitesi ile ilişkilidir (Hejazi ve diğerleri, 2023, s. 101).

Ülkeler seviyesinde inovasyon esaslı bilgi yayılımının performansı, ülkelerdeki insan sermayesi ve kurumsal gelişim seviyesine endekslidir. Bu durum Posner tarafından geliştirilen teknoloji açığı teorisinde şöyle açıklanmaktadır. Teknolojik farklılıklar açısından gelişmiş ülkeler, ileri teknolojiye sahipken gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler daha düşük teknolojilere sahiptir çünkü teknolojinin yayılımı, hem ülke içinde hem de ülke dışında zaman almaktadır. Her ülke içinde bulunduğu insan sermayesi ve kurumsal gelişim seviyesi farklılıklarına göre aynı hızda ve aynı ölçüde benimseyememektedir. Teknolojik üstünlüğe sahip ülkeler, katma değerli ürünleri ihraç ederken diğer ülkeler düşük katma değerli ürünleri üretmektedir. Bu açığı azaltma, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların teknolojik transferi ve anavatan ülkenin kendi emme kapasitesini arttırmasıyla mümkündür (Posner, 1961, s. 323).

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların bilgi yayılımındaki etkisini ulusal inovasyon sistemleri üzerinden açıkladığımızda bu sistem, inovasyon süreçlerinin ulusal düzeyde nasıl organize edildiğini inceleyen, bir ülkenin yenilik kapasitesini ve ekonomik performansını arttırmayı hedefleyen bir dizi bileşenden oluşmaktadır. Bu teori, inovasyonun sadece bireysel firmalar tarafından değil, aynı zamanda çeşitli kurumlar, hükümetler, üniversiteler ve diğer paydaşlar arasındaki etkileşimler sonucunda ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Olguya değişim açısından bakıldığında teknik değişim ile organizasyonel değişim arasında ayrım zorlaşmaktadır. İlk değişim makro düzeyde etkiyi açıklarken ikinci değişim, ekonomik performansla ilişkilendirilmektedir. Teknik yeniliğin, ekonomik sonuçlara dönüştürmenin yolunun organizasyonel değişim olduğu Lundvall'ın yaptığı çalışmalarda da desteklenmektedir (Lundvall, 2015).

İç piyasadaki rekabet, ar-ge faaliyetlerine yoğunlaşan kobileri, dışa dönük doğrudan yabancı yatırıma yönlendirmektedir. Bu durum, yaratıcı yenilikler ve teknolojiler yoluyla globalleşen dünyada, global pazarlarda rekabet avantajı elde etme isteklerinin bir göstergesidir. DDDYY ve rekabetçilik arasındaki ilişki, ar-ge yoğunluklu kobilerin yurtdışı pazarlara açılarak daha rekabetçi hale geldiğini ifade etmektedir (Qiao ve diğerleri, 2020, s. 940).

Bu ilişkiyi ar-ge rekabetçilik ile başlatmamızın sebebi, inovasyon ve büyüme teorisinde ifade edildiği gibi aşırı rekabet ortamında bilginin ticarileştirilebilme imkanıdır. Schumpeter'in bilgi yayılımı, bazı şartlarda tersine teknoloji sızıntısı olarak adlandırılmaktadır. DDDYY kaynaklı tersine bilgi yayılımındaki kritik faktör, anavatandaki emme kapasitesidir. Bu faktör, dış yatırım yoluyla elde edilen bilgilerin yerel ekonomiye uyarlanması kritik bir rol oynamaktadır.

1990'lardan sonraki Çinli DDDYY örnekleri incelenmiş, DDDYY ve deniz aşırı iştirakleriyle ana şirketlerine ters teknoloji yayılımı sağladıkları ifade edilmiştir. Çin'de bölgesel inovasyon kapasitesi üzerine yapılan çalışmalarda, DDDYY'lerin tersine teknoloji sızıntısı diğer adıyla anavatan ülkeye teknoloji transferi için kritik bir araç olduğu belirlenmiştir. Sadece şirket merkezinin olduğu bölgeyi değil, komşu bölgeleri de etkilediği böylelikle rekabetçiliğin arttığı paylaşılmıştır. Bölgesel olarak incelendiğinde emme kapasitesi yüksek olan bölgeler, DDDYY'lerin getirdiği teknolojik kazanımlardan daha fazla fayda sağlamakta ve yerel şirketler arası rekabeti arttırmaktadır (He, 2023, s. 58).

Gelişmekte olan başka bir ülke olan Hindistan'da DDDYY'nin bilgi altyapı sağlayıcısı olduğu ve bilgi transferi için vazgeçilmez önemi vurgulanarak Hindistan'ın rekabetçi üstünlüklerinden bahsedilmiştir (Nayyar ve Mukherjee, 2020, s. 385). Liberalleşme sonrası incelenen Hindistan'da, DDDYY'ler firmaların yeni teknolojilere ve bilgiye erişim sağlamasına olanak tanıyarak küresel pazarlarda daha rekabetçi olmalarını sağlamaktadır. Bilgi teknolojileri ve eczacılık sektörlerindeki Hindu DDDYY'ler, bu sektörlerin rekabet gücünü arttırmıştır. Diğer yandan Hindistan'dan yurt dışına göç eden yüksek vasıflı iş gücünün, girişimciliğe yönelmesi ve yurt dışında iş kurmaları, Hindistan'ın rekabetçilik performansını olumlu yönde etkilemiştir (Chandrawanshi ve Banerji, 2014, s. 30).

Bilgi yayılımı perspektifli Güney Kore'de yukarı dönük DDDYY'lerin çalışıldığı bir çalışmada, gelişmekte olan pazarlara yapılan aşağı dönük DDDYY'nin, mevcut bilgi ve teknolojilerin genişletilmesine ve yalınlaşmasına yardımcı olduğu dolaylı olarak mevcut yetkinlikleri geliştirdiği anlatılmaktadır. Gelişmiş pazarlara yapılan yukarı dönük DDDYY ise başlangıçta zorluklar içindedir çünkü şirketlerin, daha karmaşık ve ileri düzeyde bilgi ve teknolojileri içeren ortamlara adaptasyonu gerekmektedir. Rekabet konumu elde edildiğinde rekabetçilik hızlanır ve yatırım, anavatana katkı sağlamaya başlamaktadır. Bu tür yatırımlarda devletin desteği, yatırımların erken aşamalarında kritiktir. Gelişmiş pazarlara yapılan yatırımlarda önce dışlama (crowding out) sonra yayılma etkisi (spill over) beklenmektedir (Lee ve diğerleri, 2023, s. 102). Güney Koreli şirketler tarafından Çin'e yapılan yatırımlarda ardışık sıfırdan yatırımlar yapılması önerilmiş ve bilgi asimetrisini nasıl azaltacağı üzerine incelemeler yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda, ana şirketin rekabet avantajlarındaki artışın bilgi asimetrisini azaltarak hem iç hem dış pazarlarda rekabetçiliğe şekil verdiği ifade edilmektedir (Yim ve Jung, 2016). Güney Kore'de yapılan başka bir çalışmada, politika yapımcıların ilk başta DDDYY'i kısıtladığı sonrasında ülkenin kurumsal gelişimine katkı sağladığı gerekçesiyle teşvik edildiği

anlatılmaktadır. Koreli şirketlerin yatırım arayışlarına göre yabancı pazarlara girişlerinde maddi ve manevi destek olmak için KOTRA gibi ağ yapılarının varlığı ve faaliyetleri, anavatanın rekabetçiliğine katkı sağlamaktadır (Kuzminska-Haberla, 2012, s. 83).

Bu tür ağ yapıları ile uluslararasılaşma modeli, rekabetçi DDDYY üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. İhracata yönelik rekabetçi ekonomiler, firmaların yurt dışı pazarlar hakkında bilgi edinmesini ve bu pazarlarda faaliyet göstermesini sağlamaktadır. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, ihracatın arttırıcısı ve tamamlayıcısı olduğu uluslararasılaşma süreçlerinde sadece şirkete değil, ana ülkeye de katkı sunduğu incelenmiş, rekabetçiliğin olduğu ülkelerde firmaların daha stratejik yatırımlar yapma ihtiyacı duyduğu ifade edilmiştir (Lyles ve Yan, 2014, s. 411). Amerika'da yapılan bir çalışmada DDDYY'ler, şirketlerin yeni pazarlara girmeleri, ara malları daha düşük maliyetle edinmeleri ve yabancı teknolojiye erişimi amacıyla kullanılmaktadır. Sadece yatırım yapan şirketin rekabet gücünü arttırmakla kalmayıp değer paydaşı olduğu ekosistemlerin rekabetçiliğini arttırmaktadır (Herzer, 2010, s. 476).

Rekabet açısından özellikle bilgi yayılımı teması ile gelişmekte olan ülkelere yukarı dönük DDDYY'lere odaklanan çeşitli mekanizmalar da mevcuttur. DDDYY'ler gelişmiş ülkelerde yatırım yaptığında ev sahibi ülkenin ar-ge desteklerine dikkat etmektedir çünkü bu harcama, ana ülke firmalarının, DDDYY'ler tarafından yürütülen Ar-Ge harcamalarından yararlanmalarına ve böylece kendi harcamalarını azaltmalarına olanak tanımaktadır (Liu ve diğerleri, 2024, s. 391). Bununla birlikte kamusal ar-ge desteklerinin yüksek olduğu Almanya'da, Çinli şirketlerin birleşme ve devralmalar yoluyla teknolojik olarak gelişmiş ev sahibi ülkelerdeki Alman şirketleri satın alarak ar-ge alanındaki faaliyetlerini edinmesi, bilginin transferi açısından önemlidir. Bu durum, ters teknoloji yayılımını hızlandırmaktadır. Bu durumu fark eden Avrupalı politika yapıcılarının ortaya koyduğu irade sayesinde entelektüel sermaye korumalarının yükseldiği ve Çin'den gelen DDDYY'lerin azaldığı gözlemlenmiştir. Agresif satın alma yapan Çinli şirketler, kurumsal gelişimi yüksek ve güçlü koruyucu regülasyonlara sahip ülkeler için dahi risk oluşturmaktadır. Çinli yatırımcıların agresif satın alma yoluyla ulusal piyasada oluşturduğu yüksek maliyetler ve belirsizlikler, anomali oluşumuna sebebiyet vermektedir (Falten, 2016).

Çin'in DDDYY yaklaşımını inceleyen başka bir çalışmada, Çin'in tek kuşak tek yol projesiyle güzergahtaki ülkelere yaptığı DDDYY'lerin yenilikçi yetenekleri sistematik olarak ana ülkeye nasıl kazandırdığı anlatılmıştır. İşbirliğine konu ülkelere yatırım motivasyonuna uygun olarak ülkesinin rekabet avantajını nasıl elde tutmaya çalıştığı ifade edilmiştir (Zhang ve diğerleri, 2024). Tek kuşak tek yol projesi öncesinde Çin'in dışa dönük yatırımları genellikle Afrika gibi siyasi riski yüksek ve doğal kaynağı olan ülkelere yönelmiş iken tek kuşak tek yol sonrası, stratejik ortaklık güvenceleriyle Çin DDDYY'leri daha düşük siyasi riske sahip stratejik varlık edinip içselleştirilebileği ülkelere kaymıştır. Tek kuşak tek yolun duyurulması sonrası sadece özel değil, devlet şirketlerinin de siyasi risklere daha duyarlı hale geldikleri ve yatırımlarını stratejik varlık edinebilecekleri gelişmiş ülkelere yönlendirdikleri incelenmiştir (Deng, 2007, s. 71).

Tüm bu ülke esaslı açıklayıcı çalışmalar ışığında, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, ana ülkenin sürdürülebilir inovasyonuna etkisinde içselleştirme imkanı sunan emme kapasitesinin önemi ifade edilmiştir. Ağların önemi, hem yurtiçinde hem yurtdışında hem de ikisi arasında ifade edilmiştir. Yukarıda ifade ettiğimiz, Uppsala uluslararasılaşma modelinde detaylı anlattığımız gibi ilk aşamada ağlar ve öğrenme aracılığıyla iç piyasadaki rekabet gelişirken, ağlar aracılığıyla hedef ülkedeki ekosisteme girilmekte ve içselleştirme imkanı olan stratejik varlıklar emme kapasitesi aracılığıyla ana ülkenin inovasyonu kültürünü sürdürülebilir kılmaktadır.

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların ana ülke emme kapasitesi üzerindeki etkisi

2000-2017 yılları arasında Çin'in dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlarını panel veri analiziyle inceleyen çalışmada, tersine teknoloji yayılımıyla Çin'in toplam faktör verimliliğinin arttırdığı ve yüksek emme kapasitesine sahip bölgelerin bu etkiden daha fazla faydalandığı tespit edilmiştir (Pan ve diğerleri, 2020, s.

145). 2005-2019 yılları arasında Çin'in 30 eyaletinde yapılan çalışmada, emme kapasitesinin güçlü olduğu bölgelerde, DDDYY'nin kapasitesi arttırıcı etkisinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Guo ve Wang, 2023, s. 47488). 1995-2020 yılları arasında gelişen ve gelişmekte olan ülkeler üzerine yapılan çalışmada emme kapasitesinin yüksek olduğu ülkelerde, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar üzerinden gelen bilgi ve teknolojinin içselleşme oranını arttırdığı belirlenmiştir (Osarumwense ve Igor, 2023). 1995-2022 yılları arasında gelişen ve gelişmekte olan 50 ülke üzerine yapılan çalışmada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların inovasyon üzerindeki etkisinin, emme kapasitesine bağlı olduğu belirlenmiştir. Emme kapasitesi düşük ülkelerde, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların etkisinin sınırlı olduğu bulunmuştur (Zhang ve diğerleri, 2024, s. 665)

Ana ülke emme kapasitesinin inovasyon üzerindeki etkisi

Emme kapasitesinin inovasyon üzerindeki etkilerini inceleyen ilk çalışmalardan biri olan bu çalışmada, dış bilginin emilme kapasitesinin inovasyonu nasıl arttırdığı belirlenmiştir (Cohen ve Levinthal, 1990). Emme kapasitesini, edinim, asimilasyon, dönüşüm ve kullanma olarak adlandıran çalışmada, emme kapasitesi, inovasyonu doğrudan etkileyen bir dinamik olarak belirlenmiştir (Zahra ve George, 2002, s. 190). Emme kapasitesinin sadece dış bilgiyi emmekle kalmayıp onu dönüştürerek inovasyon yarattığını belirleyen çalışmada, sektörler arası farklılık gösterebileceği paylaşılmıştır (Lane ve diğerleri, 2006, s. 845). Cohen ve Levinthal'ın modelini geliştiren çalışmada, emme kapasitesinin dinamik bir süreç olduğu ve inovasyon yönetiminde aktif olduğu olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Emme kapasitesinin belirleyicisi olarak bilgi kaynağı ve içsel-dışsal bilgi arasındaki fark ifade edilmiştir (Todorova ve Durisin, 2007, s. 780). Bilgi paylaşım ağları olan ülkelerde emme kapasitesinin, yenilikçi ürünler üzerindeki etkisi belirlenmiştir (Tsai, 2001, s. 1000). İlgili ilişkinin genellikle teorik düzlemde ele alınması nedeniyle emme kapasitesini ölçme yöntemleri üzerine çeşitli çalışmalar incelenmiştir. 317 firma üzerine yapılan bir anket çalışmasında kullanılan ölçek, emme kapasitesi yüksek olan firmaların pazar yenilikçiliğinde daha başarılı olduğunu belirlemiştir (Flatten ve diğerleri, 2011, s. 112). Avrupa'daki 200 şirket üzerine yapılan başka bir anket çalışmasında stratejik esnekliği sahipliğin emme kapasitesini daha iyi kullanarak inovasyonda verimi sağladıkları tespit edilmiştir (Volberda ve diğerleri, 2010, 940). 500'den fazla şirkette yapılan başka bir anket çalışmasında, emme kapasitesi yüksek olan şirketlerin, inovasyon alanında rakiplerine göre daha başarılı oldukları belirlenmiştir (Fosfuri ve Tribo, 2008, s. 180). Çalışmamızda, ülke bazlı ele alınmayan emme kapasitesinin, aracılık rolüne dikkat çekilmiştir.

Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların ana ülke inovasyonu üzerindeki etkisi

Bu ilişki üzerine yapılan çalışmalar genellikle içe dönük doğrudan yabancı yatırımların ev sahibi ülke inovasyonu üzerine etkisini incelerken bizim çalışmamız, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların ana ülke inovasyonu üzerindeki etkisiyle özgünlük kazanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde yapılan bir çalışmada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların tersine bilgi yayılımıyla inovasyonu teşvik ettiği lakin bu etkinin, ülkenin kurumsallaşma seviyesine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir (Loukil, 2016, s. 33). Çinde yapılan bir çalışmada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların inovasyon kapasitesini arttırdığı patent sayısındaki artışla ifade edilmiştir (Chen ve diğerleri, 2023, s. 520). Sovyetlerden geçiş ekonomileri üzerine yapılan bir çalışmada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların ana ülke firmalarında inovasyonu ileri ve geri bağlantılarla teşvik ettiği belirlenmiştir (Javorcik, 2007). Bu ilişkiyi genelleştirmek maksadıyla emme kapasitesi aracılığında kavramsal modeli önerilmektedir.

Sonuç ve Öneri

Aşırı rekabetçi bir ortamda uluslararasılaşmanın formu, ilk Uppsala uluslararasılaşma modelinde görüldüğü gibi aşamalı ve zaman ihtiyacı olan bir modelden ağ ilişkilerine dayalı rekabetçi bir pozisyona evrilmiştir. Davranışsal açıdan rekabet güdüsüyle yapılan bu faaliyetlerde, hem şirketler hem de anavatan için dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar stratejik bir araç olarak konumlandırılmıştır. Sürdürülebilirliği mümkün kılmak için sadece iç kaynakların yeterli olmadığı, yeni rekabet avantajları elde etmek için dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlar gibi stratejik araçların kullanımı teşvik edilmelidir.

DDYY'ler, ana ülkeden kopmamaları nedeniyle sadece ekonomik değil, sosyal ve çevresel stratejik bir araç özelliği göstererek ekosistem paydaşlarına katkı sağlamaktadırlar. Dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların inovasyona etkisi, genellikle kültürel normlar nedeniyle ülke veya bölge odaklı incelenmiştir. Bu ayırım, uygulamaya yatkın olması nedeniyle çıktıları daha açıklanabilir kılmıştır. Yapılan çalışmalarda, aşırı rekabetçi ortamda uluslararasılaşma aracı olan DDYY'nin, ana ülkedeki yerel ekosistem paydaşları için ağ yapısıyla hem teknolojik hem de metodolojik olarak global rekabetçiliği teşvik etmektedir. Uluslararasılaşmadaki temel motivasyon rekabetçilik kavramı, yenilikçiliği besleyen, ataleti engelleyen bir olgu olması nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir kalkınması için kıymetlidir. Rekabet regülasyonları olgunlaşmış gelişen ve gelişmekte olan ana ülkelerdeki rekabetin yapıcı etkisi, globalleşme sürecinde daha verimli daha yenilikçi katma değerli ürünler ortaya koymaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın temeli ise rekabet temelli sürdürülebilir inovasyondur. İnovasyon ise Ar-Ge, iyi insan sermayesi ve diğer etkenler sayesinde mümkün olmaktadır. (Li ve diğerleri, 2016, s. 1010; Tyson ve Guile, 2021, s. 44). Çalışmamız dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların, ana ülkeye etkisi konulu olduğu için dışsal etkileri içselleştirecek emme kapasitesine vurgu yapılmıştır.

İncelediğimiz nitel ve nicel çalışmalar, sürdürülebilir kalkınma için gerekli sürdürülebilir inovasyonun, sadece iç kaynaklardan beslenerek sınırlandırılması yerine hem iç hem de dış kaynaklardan beslenebileceğini göstermektedir (Ye ve Zhao, 2023, s. 419; Hejazi ve diğerleri, 2023, s. 101; Posner, 1961, s. 323; Qiao ve diğerleri, 2020, s. 940; He, 2023, s. 58; Lee ve diğerleri, 2023, s. 102). Emme kapasitesinin olmaması halinde dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların ana ülkedeki sürdürülebilir inovasyona doğrudan bir katkısı olmayacağı; aşırı rekabetçi globalleşmiş dünyada, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların olmaması halinde ise sadece iç kaynaklara göre büyüme modelininin, sıçrama tahtası özelliği göstermediği belirlenmiştir. Emme kapasitesinin hem iç kaynaklarının verimini hem de dışarıdan gelen kaynakların içselleştirme oranını gösterdiği belirlenmiştir.

Uygulama perspektifinden ev sahibi ülkeden ana ülkeye bilgi yayılımı sağlayan dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların teşvik edilmesi ve yatırımın ağ eksenli korunması, önem arz etmektedir. Bu doğrultuda kamu politikaları geliştirmiş ülkeler bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş olan ülkeleri yakalamasında ağ yaklaşımına uygun olarak uluslararasılaşma süreçlerini planlayan KOTRA, TAITRA, JETRO, TECHNION gibi organizasyonlar ön plana çıkmaktadır. Güney Kore, Tayvan, İsrail gibi öncül gelişmekte olan ülkeler incelendiğinde sektör odaklı dışa dönük doğrudan yabancı yatırımlara ayrılan bütçenin, içe dönük doğrudan yabancı yatırımlara karşı asgari 3 kat büyüklükte olduğu ve teşvik mekanizmasında önceliklendirildiği görülmektedir (Jung ve diğerleri, 2016, s. 245). Sebebi, bu yatırımların stratejik kaynaklara erişim ve teknolojik gelişim gibi faktörler sayesinde ana ülkeye rekabet avantajı kazandırmasıdır. Yüksek katma değerli işlere geçiş, teknoloji transferi ve inovasyon kapasitesinin artması, ekonomik büyümeyi ve kişi başına düşen geliri de arttırmaktadır. Uzun dönemli bir yaklaşım olan DDYY, kısa vadede doğrudan ekonomik katkı sağlamasa da, sürdürülebilir inovasyonu oluşturmak için uzun vadede teknoloji ve bilgi transferi yoluyla daha büyük etkiler oluşturmaktadır (Su ve Fu, 2021, s. 212). En temelde bilginin rekabetçi gücünü anlatan Schumpeter'in teknolojik bilgi yayılımı varsayımı, tersine bilgi yayılımı ile ana ülkedeki şirketin yenilikçilik kapasitesini arttırdığını ifade etmektedir (Morone ve Taylor, 2010) ve bunu mümkün kılan, emme kapasitesidir. Bu stratejik varlıkların, ağ teorisine uygun olarak koordine olması hem ana ülkenin hem de şirketler büyüme modelini verimli kılmaktadır.

Sonuç olarak, aşırı rekabetçi ortamlarda standartlaşmış aşamalı uluslararasılaşma modelinin uygulamadaki yetersizlikleri göz önüne alınarak, Uppsala modeli güncellenmiştir. Son yıllarda, insanın irrasyonel hataya eğilimlerini açıklığa kavuşturan davranışsal teorilerin geliştirilmesi, modelin uygulamaya yakınlığını artırmıştır. Ancak, rekabetin doğası gereği farklı stratejiler aramak ve uluslararasılaşma sürecine girmek, şirketlerin veya ana ülkelerin sağlıklı büyümesini tek başına sağlamamaktadır. Sürdürülebilir kalkınma için sürdürülebilir inovasyon elzemdir; bu bağlamda, sistemdeki farklı unsurların bütüncül bir yapıda entegrasyonu gerekmektedir. Yalnızca emme kapasitesi ya da dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların varlığı tek başına yeterli olmayıp, Uppsala modelini destekleyen teorilerin belirttiği gibi, bütünsel bir yaklaşımın benimsenmesi önem arz etmektedir. Özellikle ağ modelleri ve emme kapasitesi gibi temel faktörlerin varlığıyla, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların şirketler ve devletler için bir sıçrama tahtası işlevi görebileceği öngörülmektedir. Çalışmamızda, sürdürülebilir inovasyonu temin için hedef pazara giriş sürecinden bilginin içselleştirilmesini mümkün kılan emme kapasitesine kadar incelenmiştir. Bu çalışma, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların (DDYY) yalnızca ev sahibi ülke ekonomisine değil, ana ülkenin sürdürülebilir inovasyonuna olan katkısını da teorik bir çerçevede ele alarak, bu alandaki literatürdeki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Özellikle Uppsala uluslararasılaşma modeli ile emme kapasitesi ilişkisini birleştirerek, DDYY'nin ana ülkedeki inovasyon sürecine etkisini analiz eden nadir çalışmalardan biridir. Bu bağlamda, gelecekteki araştırmalar için emme kapasitesi ve inovasyon performansı arasındaki bağıntıyı nicel yöntemlerle incelemek önerilmektedir.

Araştırmanın bulguları ışığında, dışa dönük doğrudan yabancı yatırımların literatüründeki dil sınırlamalarına dikkat çekilmektedir. İngilizce literatürle sınırlı veri kaynakları, özellikle Çin merkezli çalışmaların önemli bir kısmının göz ardı edilmesine yol açmıştır. Uppsala modeli, fabrikalarda ve şirketlerde dönüştürücü yapay zekâ kullanımının yaygınlaşması ve merkezi bilgi ağlarıyla küreselleşme çabalarının artması sonucunda, gelecekte güncellenme ihtiyacı olabilir. Enformasyon ağları aracılığıyla toplanan kitlesel verilere veri mühendisliği yöntemlerinin uygulanması, daha güvenilir ve uygulama odaklı çalışmalara imkân sağlayabilir.

Kaynakça

- Barry, F. (2019). Ireland and the changing global foreign direct investment landscape. *Administration*, 67(3), 93-110. doi: 10.2478/admin-2019-0022
- Buckley, P. J., ve Chapman, M. (1997). The perception and measurement of transaction costs. *Cambridge Journal of Economics*, 21(2), 127-145. doi:10.1093/oxfordjournals.cje.a013663
- Chen, T., Chen, X., Luo, W., & Xiang, X. (2023). Foreign Direct Investment and Innovation: Evidence From Chinese Firms' Patent Filing. *The Singapore Economic Review*, 68(02), 507-538. doi: 10.1142/S0217590822500217
- Chandrawanshi, A. G., ve Banerji, A. (2014). Review of outward foreign direct investment from India post liberalization. *American Journal of Business Research*, 7(1), 19-44. Erişim adresi: <https://amhighed.com/journals/ajbr/>
- Clougherty, J. A., Kim, J. U., Skousen, B. R., ve Szücs, F. (2017). The foundations of international business: Cross-border investment activity and the balance between market-power and efficiency effects. *Journal of Management Studies*, 54(3), 340-365. doi:10.1111/joms.12205
- Coe, D. T., ve Helpman, E. (1995). International r&d spillovers. *European Economic Review*, 39(5), 859-887. doi:10.1016/0014-2921(94)00100-E
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152. doi: 10.2307/2393553
- Cyert, R., ve March, J. (2015). *Organizational behavior 2*. New York: Routledge Publishing. doi: 10.4324/9781315702001
- Deng, P. (2007). Investing for strategic resources and its rationale: The case of outward FDI from Chinese companies. *Business Horizons*, 50(1), 71-81. doi:10.1016/j.bushor.2006.07.001
- DiMaggio, P. J., ve Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160. doi:10.2307/2095101
- Dow, D., ve Karunaratna, A. (2006). Developing a multidimensional instrument to measure psychic distance stimuli. *Journal of International Business Studies*, 37, 578-602. doi:10.1057/palgrave.jibs.8400221

- Dunning, J. H. (1993). Internationalizing Porter's diamond. *MIR: Management International Review*, 33, 7-15. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/40228187>
- Dunning, J. H., ve Lundan, S. M. (2008). Institutions and the OLI paradigm of the multinational enterprise. *Asia Pacific Journal of Management*, 25, 573-593. doi:10.1007/s10490-007-9074-z
- Durham, J. B. (2003). *Foreign portfolio investment, foreign bank lending, and economic growth*. FRB International Finance Discussion Paper, 757, 1-35. doi:10.17016/IFDP.2003.757
- Fältén, A. I. (2016). *Essays on mergers and acquisitions* (Doktora Tezi). Erişim adresi: <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/essays-on-mergers-and-acquisitions>
- Feldstein, M. S. (2000). *Aspects of global economic intergration: Outlook for the future*. National Bureau of Economic Research Working Paper Series, w7899. Erişim adresi: <http://www.nber.org/papers/w7899>
- Flatten, T. C., Engelen, A., Zahra, S. A., & Brettel, M. (2011). A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. *European Management Journal*, 29(2), 98-116. doi: 10.1016/j.emj.2010.11.002
- Fosfuri, A., & Tribó, J. A. (2008). Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance. *Omega*, 36(2), 173-187. doi: 10.1016/j.omega.2006.06.012
- Francis, J., Zheng, C., ve Mukherji, A. (2009). An institutional perspective on foreign direct investment: A multi-level framework. *Management International Review*, 49, 565-583. doi:10.1007/s11575-009-0011-x
- Gaur, A. S., Ma, X., ve Ding, Z. (2018). Home country supportiveness/unfavorableness and outward foreign direct investment from China. *Journal of International Business Studies*, 49, 324-345. doi: 10.1057/s41267-017-0136-2
- Gereffi, G., ve Lee, J. (2012). Why the world suddenly cares about global supply chains. *Journal of Supply Chain Management*, 48(3), 24-32. doi: 10.1111/j.1745-493X.2012.03271.x
- Ghosh, M., ve Wang, W. (2009). Does fdi accelerate economic growth? The OECD experience based on panel data estimates for the period 1980-2004. *Global Economy Journal*, 9(4), 1-23. doi:10.2202/1524-5861.1496
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. doi:10.1086/228311
- Guo, X., & Wang, J. (2023). Outward foreign direct investment, green financial development, and green total factor productivity: evidence from China. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(16), 47485-47500. doi: 10.1007/s11356-023-25651-z
- He, W. (2023). The Impact of OFDI Reverse Technology Spillover on Regional Innovation Capabilities: A Spatial Analysis Based on Provincial Panel Data. *Finance Research Letters*, 58. doi:10.1016/j.frl.2023.104652
- Hejazi, W., Tang, J., & Wang, W. (2023). Absorptive capacity, learning and profiting from outward FDI: Evidence from Canadian firms. *Journal of World Business*, 58(3), 101427. doi: 10.1016/j.jwb.2023.101427
- Herzer, D. (2010). Outward FDI and economic growth. *Journal of Economic Studies*, 37(5), 476-494. doi:10.1108/01443581011075424
- Javorcik, B. S. (2007). *Foreign Direct Investment and International Technology Transfer: What Do We Know? What Would We Like to Know?*. The World Bank and CEPR Working Paper.
- Johanson, J., ve Mattsson, L. G. (2013). *Internationalisation in industrial systems a network approach, in strategies in global competition*. New York: Routledge Publishing.
- Johanson, J., ve Vahlne, J. E. (2015). *The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership, knowledge, network and power*. New York: Routledge Publishing.
- Jung, M. S., Yang, Y. S., ve Kim, D. Y. (2016). Global value chains perspective of Korea foreign direct investment (OFDI) and policy direction. *Korea Trade Review*, 41(4), 245-267. Erişim adresi: www.koreascience.or.kr/article/JAKO201618053139368.page
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., ve Thaler, R. H. (1990). Experimental tests of the endowment effect and the coase theorem. *The Journal of Political Economy*, 98(6), 1325-1348. doi:10.1086/261737
- Kahneman, D., ve Tversky, A. (2013). *Prospect theory: An analysis of decision under risk, in handbook of the fundamentals of financial decision making*. New Jersey: World Scientific Publishing. doi: 10.1142/8557
- Kim, J., ve Rhee, D. K. (2009). Trends and determinants of Korean outward fdi. *The Copenhagen Journal of Asian Studies*, 27(1), 126-154. doi:10.22439/cjas.v27i1.2288
- KOF Swiss Economic Institute, 2021. Erişim adresi: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>

- Kuźmińska-Haberla, A. (2012). Promotion of outward foreign direct investments in emerging markets—the example of South Korea. *Ekonomia*, (20), 83-93. Erişim adresi: <https://www.dbc.wroc.pl/publication/19815>
- Lane, P. J., Koka, B. R., & Pathak, S. (2006). The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of Management Review*, 31(4), 833-863. doi: 10.5465/AMR.2006.22527456
- Lee, E. S., Liu, W., ve Yang, J. Y. (2023). Neither developed nor emerging: Dual paths for outward FDI and home country innovation in emerged market MNCs. *International Business Review*, 32(2), 101925. doi:10.1016/j.ibusrev.2021.101925
- Li, J., Strange, R., Ning, L., ve Sutherland, D. (2016). Outward foreign direct investment and domestic innovation performance: Evidence from China. *International Business Review*, 25(5), 1010-1019. doi:10.1016/j.ibusrev.2016.01.008
- Lipsey, R. E., Ramstetter, E., ve Blomström, M. (2000). *Outward fdi and parent exports and employment: Japan, the United States, and Sweden*. National Bureau of Economic Research Working Paper Series, w7623. Erişim adresi: <http://www.nber.org/papers/w7623>
- Liu, Y., Liu, W., Zhang, X., Dong, H., Zhao, Z., ve Zhang, Z. (2024). Domestic environmental impacts of OFDI: City-level evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, 89, 391-409. doi:10.1016/j.iref.2023.07.095
- Loukil, K. (2016). Foreign direct investment and technological innovation in developing countries. *Oradea Journal of Business and Economics*, 1(2), 31-40. doi: 10.47535/1991ojbe008
- Lundvall, B. Å. (2015, Eylül 23). *The origins of the national innovation system concept and its usefulness in the era of the globalizing economy* (Kongre bildirisi). In thirteenth Globelics Conference. Havana, Cuba. Erişim adresi: www.cienciapr.org/en/event/13th-globelics-international-conference
- Lyles, M., Li, D., ve Yan, H. (2014). Chinese outward foreign direct investment performance: The role of learning. *Management and Organization Review*, 10(3), 411-437. doi:10.1111/more.12056
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., ve Lampel, J. B. (2020). *Strategy safari: The complete guide through the wilds of strategic management*. London: Pearson UK.
- Morone, P. ve Taylor, R. (2010). *Knowledge diffusion and innovation: modelling complex entrepreneurial behaviours*. London: Edward Elgar Publishing. doi: 10.4337/9781849803472
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37. doi:10.1287/orsc.5.1.14
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511808678
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Outward fdi stocks dataset*. <https://data.oecd.org/fdi/outward-fdi-stocks>
- Osarumwense, O. I., ve Igor M, D. (2023). Global outward foreign direct investment and economic growth across income groups: The mediating effect of home country institutions. *SAGE Open*, 13(2). doi:10.1177/21582440231163843
- Pak, Y. S., ve Park, Y. R. (2005). Characteristics of Japanese fdi in the east and the west: understanding the strategic motives of Japanese investment. *Journal of World Business*, 40(3), 254-266. doi:10.1016/j.jwb.2005.05.003
- Pan, X., Li, M., Wang, M., Chu, J., & Bo, H. (2020). The effects of outward foreign direct investment and reverse technology spillover on China's carbon productivity. *Energy Policy*, 145, 111730. doi: 10.1016/j.enpol.2020.111730
- Posner, M. V. (1961). International trade and technical change. *Oxford Economic Papers*, 13(3), 323-341. doi:10.1093/oxfordjournals.oep.a040877
- Qiao, P., Lv, M., ve Zeng, Y. (2020). R&D intensity, domestic institutional environment, and smes' ofdi in emerging markets. *Management International Review*, 60, 939-973. doi:10.1007/s11575-020-00432-9
- Sarasvathy, S. D. (2008). What makes entrepreneurs entrepreneurial?. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.909038
- Su, H., ve Fu, Y. (2021). The Impact of the Outward and Inward FDI on Global Value Chains. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 11(6), 1. doi:10.32479/ijefi.11950
- Surdu, I., Greve, H. R., ve Benito, G. R. (2021). Back to basics: behavioral theory and internationalization. *Journal of International Business Studies*, 52(6), 1047-1068. doi:10.1057/s41267-020-00388-w
- Thurbon, E., ve Weiss, L. (2006). Investing in openness: The evolution of fdi strategy in South Korea and Taiwan. *New Political Economy*, 11(1), 1-22. doi:10.1080/13563460500494784

- Todorova, G., & Durisin, B. (2007). Absorptive capacity: Valuing a reconceptualization. *Academy of Management review*, 32(3), 774-786. doi: 10.5465/AMR.2007.25275513
- Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal*, 44(5), 996-1004. doi: 10.2307/3069443
- Tyson, L. D., ve Guile, B. (2021). Innovation-Based Economic Security. *Issues in Science and Technology*, 37(4), 44-47.
- Vahlne, J. E., Schweizer, R., ve Johanson, J. (2012). Overcoming the liability of outsidership—the challenge of HQ of the global firm. *Journal of International Management*, 18(3), 224-232. doi:10.1016/j.intman.2012.04.002
- Vahlne, J. E., ve Johanson, J. (2017). From internationalization to evolution: The Uppsala model at 40 years. *Journal of International Business Studies*, 48, 1087-1102. doi:10.1057/s41267-017-0107-7
- Vernon, R. (2015). *In international business strategy*. New York: Routledge Publishing.
- Volberda, H. W., Foss, N. J., & Lyles, M. A. (2010). Perspective—Absorbing the concept of absorptive capacity: How to realize its potential in the organization field. *Organization Science*, 21(4), 931-951. doi: 10.2139/ssrn.1513184
- Weick, K. E. (2005). Organizing and failures of imagination. *International Public Management Journal*, 8(3), 425-438. doi:10.1080/10967490500439883
- Williamson, O. E. (2009). *In regulation, deregulation, reregulation*. London: Edward Elgar Publishing.
- Ye, Y., & Zhao, S. (2023). The Effect of Outward FDI on Capabilities of Sustained Innovation: Evidence from China. *Sustainability*, 15(5), 4196. doi: 10.3390/su15054196
- Yim, H. R., ve Jung, W. (2016). Sequential foreign direct investment under information asymmetry: lessons from Korean companies' outward fdis to China. *Transformations in Business & Economics*, 15(3). Erişim adresi: <https://repository.hanyang.ac.kr/handle/20.500.11754/101816>
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203. doi: 10.2307/4134351
- Zhang, Y., Zhang, Z., Jin, H., Tu, W., ve Liu, Y. (2024). Innovation and ofdi along the belt and road. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123136. doi:10.1016/j.techfore.2023.123136
- Zhang, W., Zhong, X., & Li, X. (2024). The impact of degree of internationalization of MNEs on green innovation performance: The moderating role of absorptive capacity and global dynamic management capability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(1), 659-675. doi: 10.1002/csr.2592

Extended Abstract

Purpose: The main objective of the study is to identify the need for updating some of our adaptation strategies according to the changing dynamics of the world and the hyper-competitive environment and to choose the right tools to meet this need. While in the 1970s the conditions were favourable for gradual and individual internationalisation, nowadays competitive advantage is changing hands more rapidly. The updated Uppsala model identifies outward FDI as an appropriate strategic instrument because it has several contributions to both the firm and the home country, including reverse knowledge spillovers and internalisation. Outward FDI, which is the last stage of internationalisation, is aimed to reveal its impact area by examining the updated Uppsala model. Absorptive capacity emphasises the ability to internalise knowledge from Outward FDI in the home country in the context of sustainable innovation.

Design and Methodology: Our study is designed as a theoretical comparative analysis in close connection with the literature. The Uppsala internationalisation model and the conceptual development of outward FDI have always been the conditions of the time in our examination process. The changing world order between 1977-2017 and the theories that are the building blocks of the current theory are analysed one by one based on the literature. When creating a strategy, the parts that make up the whole are as important as the parts that make up the whole. The theories have been analysed with this care and their contributions to the updated model have been expressed. Each objective needs a suitable tool. The competitiveness-themed pursuit, which has led to the need for an update, is included in the literature as the reason for the existence of

outward foreign direct investments. In order to present a multidimensional research, the effects of outward FDI are assessed, in particular knowledge spillovers and absorptive capacity, which contribute to sustainable innovation. Since the Uppsala internationalisation model and its components have competitiveness in common, this study examines the impact of outward FDI on sustainable innovation in the home country through absorptive capacity. The aim of our study is to analyse the strategic depth of outward FDI for both firms and the home country. The methodology of the study, based on a systematic review, is qualitative. The data obtained were analysed by qualitative content analysis. It is practical in terms of its basic philosophy. It is descriptive in terms of its purpose. In terms of methodology, a theoretical comparative analysis based on the literature supported by country-based empirical findings has been carried out.

Findings: There are 2 main findings in our study. One of them is that the reason for the shift from phased internationalization to network-based behavioral internationalization is to ensure risk optimization in a highly competitive environment. While both time and cost are high in individual internationalization, in the network approach, cost and time management have gained a competitive advantage due to multi-sourcing. In internationalization, it is as valuable to enter and hold on to a market as it is to trade and invest. This can be achieved either individually at high costs or through commercial lobbying based on the network approach. Chinese, Taiwanese, Japanese, Japanese, Canadian and South Korean organizations are successfully doing this. Psychological distance is reduced through joint cultural activities and strategic partnerships, as China has done. Second, when we analyze outward FDI in relation to competitiveness, the main approach in the updated Uppsala model, we find that it is a strategic tool not only for the company but also for the development projection of the home country. In order to ensure sustainable innovation in a hyper-competitive environment, it is important to acquire knowledge from external sources and internalize it through absorptive capacity, rather than only acquiring knowledge from internal sources.

Research Limitations: One of the important limitations of the study is that the data sources analysed are limited to the English literature. Moreover, the fact that a significant part of the studies on outward FDI is centred on China and the absence of Chinese language sources in the databases examined leads to the omission of findings in the Chinese literature. The Uppsala model may need to be updated in the future as a result of the widespread use of transformative artificial intelligence in factories and companies and increasing efforts to globalise through centralised information networks.

Implications (Theoretical, Practical and Social): The importance of outward FDI, the last stage of internationalization, should be emphasized not only for companies but also for home countries. Its success is seen in countries that go from part to whole. The fact that the study is practice-oriented explains the need for updating the model on the basis of behavior in a hyper-competitive environment. The importance of holism in practice has been expressed that FDI without a network may suffer from the exposures of isolation, that the protection of investments made with a network may be more effective during the exclusion effect, and that the expected benefit will be minimal if the absorption capacity is weak in the home country. It can be explained by updating the Uppsala model. Sustainable innovation is a result of the integration of parts that trigger sustainable development thanks to its social return. In this respect, instead of attracting investment by providing incentives to foreign investment in line with sectoral needs, it may be a more permanent solution for developing countries like us to provide resources to domestic firms operating in the sector during the crowding out and spill over period by establishing companies in countries with advanced technology.

Originality/Value: There is no study in the literature that comprehensively analyzes the updated Uppsala model and evaluates its application potential and addresses the relationship between outward foreign direct investment and sustainable innovation as a strategic tool within the framework of this model. In the context of market entry, which is the first stage of knowledge diffusion, explaining the strategic objectives of projects such as China's One Belt One Road from the perspective of both the network structure-oriented Uppsala model and outward FDI is critical for understanding the strategic objectives of similar projects.

Intra-Industry Trade Specialization in Türkiye's Agricultural Sector*

Şerif Yüksel¹ Erdem Turgan²

Başvuru Tarihi/Submitted: 06.11.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 29.05.2025
Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Abstract

This study examines Türkiye's agricultural trade between 2002 and 2022, focusing on the 20-year period following the 2001 economic and political crisis. Intra-industry trade theory was employed as the research method, with the Grubel-Lloyd index used for measurement. The study highlights that, under neo-liberal policies, developed economies allocate the smallest share of GDP to the agricultural sector, with industrialization and the service sector being prioritized as the foundations of wealth and development. Türkiye adopted a similar approach, shifting its focus away from agricultural growth after 1980 to prioritize investments in industry and services. However, the findings indicate that the countries deriving the most value from agricultural trade—such as the USA, the Netherlands, France, and Germany—are among the most developed. The study also reveals that Türkiye lacks a comparative advantage in the international agricultural market, having opened the sector to competition. Nonetheless, with technological advancements and branding, Türkiye could create added more value in agriculture, potentially increasing its agricultural revenues to levels closer to those of the most developed countries.

Keywords: Intra-Industry Trade, Agricultural Economics, Trade Theories

JEL Kodu: F10, F11, F13

* This study is based on Şerif Yüksel's doctoral dissertation prepared under the supervision of Dr. Erdem Turgan. Bu çalışma, Şerif Yüksel'in Dr. Erdem Turgan danışmanlığında yazmış olduğu doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

1 T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, serif.yuksel@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2449-4477

2 T.C. Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, eturgan@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9912-6521

Türkiye Tarım Sektöründe Endüstri İçi Ticarete Uzmanlaşma

Öz

Bu çalışma Türkiye'nin 2002-2022 yılları arasındaki tarım sektörü ticaretini incelemektedir. Türkiye'de yaşanan 2001 ekonomik ve politik krizinden sonraki 20 yıllık tarım sektörü periyodunu inceleyen bu çalışmada araştırma yöntemi olarak endüstri içi ticaret teorisi kullanılmıştır. Ölçüm metodu ise Glubell-Lloyd endeksidir. Neo-Liberal politikalar sonrası gelişmiş ekonomiler GSYH içerisindeki sektör paylarında en az payı tarım sektörüne vermektedir. Zenginleşmenin ve kalkınmanın temeli sanayileşme ve devamında hizmet sektörü olarak formüle edilmiştir. Türkiye de bu politikayı benimsemiş, 1980 sonrası tarımsal büyümeden vazgeçip sanayi ve hizmet sektörü yatırımlarına öncelik vermiştir. Ancak araştırma sonucunda görülmektedir ki, tarımsal ürün ticaretinden en fazla değeri kazanan ülkeler yine bu gelişmiş ülkelerdir. Bu ülkelerin başında ABD, Hollanda, Fransa ve Almanya gelmektedir. Araştırma sonucunda Türkiye'nin tarım sektöründe uluslararası piyasada karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı, tarım sektörünü rekabete açtığı belirlenmiştir. Teknoloji ve markalaşma ile tarım sektöründen daha fazla katma değer yaratılabileceği ve en kalkınmış ülkelerin elde ettiği tarımsal ürün gelirlerine yaklaşılabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri İçi Ticaret, Tarım Ekonomisi, Ticaret Teorileri

Introduction

Türkiye's agricultural potential is enriched by its unique geographical location, varied climate, and vast land structure. Acting as a bridge between Europe and Asia, this transcontinental positioning fosters a rich diversity of agricultural products, ranging from staple grains to globally prized exports like hazelnuts and olives. As a critical player in global agriculture, Türkiye not only meets domestic needs but also significantly contributes to international markets, cementing its role as a vital producer and exporter of agricultural goods.

Recent studies offer valuable insights into Türkiye's agricultural sector. Kuşlu's (2020) analysis of the rural structure highlights the concentration of agricultural enterprises within the 20–49 declares range, which also boasts the highest level of mechanization. Ownership patterns reveal that two to five parcels are most commonly held within this group, followed by those with six to nine parcels. Notably, enterprises under 50 declares constitute 64.8% of all agricultural enterprises but occupy only 21.34% of the total agricultural area. Furthermore, 1.6% of Türkiye's arable agricultural land remains uncultivated, underscoring potential inefficiencies in land utilization. Özçatalbaş and Imran (2018) examined family farming, which dominates Türkiye's agricultural landscape, comprising 88% of all enterprises. Despite their critical role in sustaining agriculture and supplying raw materials to agriculture-based industries and exports, family farms face numerous challenges. These include limited access to microcredit, inadequate cooperative support, reliance on intermediaries for marketing, and the informal nature of women's labor. Additionally, poor institutional coordination exacerbates these issues, threatening the long-term sustainability of family farms.

Sönmez (2023) conducted a comprehensive study on the structural dynamics of land ownership, land use, and the evolving social classes of farmers and non-farmer landowners. His research also measured the wealth disparities between these groups and assessed the influence of family structure on income and wealth. The findings reveal that Turkish agricultural structures have undergone profound changes over the past quarter century, with persistent and significant income and wealth inequalities observed both between farmers and non-farmer landowner households and at the national level.

Abdullah and Arisoy (2022) provide an in-depth evaluation of agricultural support policies in Türkiye, situating them within the context of global agricultural policies and incentives. Their study highlights notable transformations in Türkiye's agricultural policies, reflecting global trends, yet reveals that expected improvements in budget allocations for these policies have not been fully realized. Specifically, while the support budget increased 3.45 times in nominal terms, the real increase was only 2.15 times, with the overall rise in current values amounting to 8.05%. Agriculture's contribution to gross production value was found to be approximately 13% in Türkiye, comparable to 12% in the USA and 19% in the EU. The analysis of 2018 agricultural support data further showed that livestock supports accounted for 27% of the total, followed by difference payment supports (26%), field-based supports (25%), and compensatory payments and agricultural insurance, each comprising 8%, with rural development supports representing 7%. Additionally, the 2021 Producer Support Estimate (PSE) for Türkiye indicates that agricultural policies contributed approximately 15.1% to the gross production value, with the highest PSE level recorded in 2010, underscoring that Turkish farmer receive one of the highest levels of protection internationally. These findings emphasize the necessity of ongoing evaluation and restructuring of agricultural policies to enhance their efficiency, coverage, and impact on the agricultural sector.

Türkiye's agricultural production is distinguished by both its capacity and product diversity, with hazelnuts being the most notable example. The country is the largest producer and exporter of hazelnuts globally, contributing 62% of the world's total production. Türkiye also ranks first in cherry production, with 627,000 tons produced in 2018, according to FAO data. It maintains global leadership in both fresh and dried fig production, with an output of 308,000 tons. However, Türkiye has fallen to third place in lentil production, following Canada and India. Additionally, it ranks third in tomato production worldwide, producing 12.75 million tons in 2018, with China and India occupying the top two positions.

Türkiye continues to lead in fresh apricot production, with 985,000 tons recorded in 2018, and ranks third in apple production behind China and the United States. Pistachios are another key product for Türkiye, though the biennial nature of pistachio yields causes its global rank to fluctuate between second and third. Türkiye ranks sixth in grape production, leads in table olive production, and ranks fifth in olive oil production, following Spain, Italy, Greece, and Tunisia. In addition, the country holds second place in global melon and watermelon production, trailing only China. Türkiye is also among the top global producers of several other crops, including spinach, sugar beet, cucumber, quince, chestnut, cherry, and green beans (Yıldırım, 2022: 312–315).

According to The Turkish Statistical Institute (TUIK) data, Türkiye's GDP in 2022 was approximately 905 billion USD, with expectations for 2023 projecting it to exceed 1 trillion USD. Data from the Turkish Ministry of Agriculture and Forestry indicate that, as of the end of 2022, the agricultural sector contributed 6.5% to the country's GDP. The table below illustrates the trend in the share of the agricultural sector in GDP from 2017 to 2022.

World Bank data reveal that Türkiye's agricultural sector contributes significantly less to GDP compared to the industrial and service sectors, which collectively account for 94% of the total. Since 2017, agriculture's share of GDP has remained steady at around 6%, a pattern consistent with the past two decades. During this time, the service sector has consistently held the largest share in Türkiye's GDP.

Table 1

Share of the Agricultural Sector in GDP in Türkiye (2017-2022)

Years	AGRICULTURE, FORESTRY AND FISHING				TÜRKİYE	
	Million TL	Million \$	GDP Share (%)	Exchange Rate	Million TL	Million \$
2017	189.233	51.875	6	3,648	3.133.704	859.055
2018	217.107	46.048	5,8	4,715	3.758.774	797.221
2019	276.325	48.729	6,4	5,671	4.311.733	760.355
2020	336.623	47.817	6,7	7,04	5.048.220	717.092
2021	401.806	44.739	5,5	8,891	7.248.789	807.106
2022	969494	58.500	6,5	16,573	15.006.574	905.501

Source: TUIK (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Quarterly-Gross-Domestic-Product-Quarter-IV:-October-December,-2022-49664&dil=2>)

TUIK reports that, according to the production method, the manufacturing sector had the largest share in Türkiye's GDP as of the end of 2022, making up 22%. This was followed by Wholesale and Retail Trade, contributing 13%, and Transportation and Storage, accounting for 10%. The Agriculture, Forestry, and Fisheries sector ranked fourth, with a 6.5% share, reflecting a 1% increase from its share in 2021.

Agricultural Foreign Trade in Türkiye After the Transition to Liberal Economy

The shift from a mixed economy to a free market economy in Türkiye began with the economic reforms introduced on January 24, 1980, representing a watershed moment in the country's economic evolution. Further steps toward liberalization included Türkiye's accession to the World Trade Organization in 1995 and its inclusion in the European Union Customs Union. Global events such as the 2001 Turkish economic crisis, the 2008 global financial crisis, and the 2019 COVID-19 pandemic have had profound impacts on both Türkiye's economy and the broader global economic landscape.

Following the January 24 decisions, Türkiye entered a neo-liberal economic period. The most notable consequence of this transition for the agricultural sector has been the rapid decline in its contribution to the Gross Domestic Product (GDP). In 1980, the agricultural sector comprised 26% of GDP; by 2022, this share had fallen to 6%. To better understand Türkiye's transition to a neoliberal economy, it is essential to examine its core principles, summarized by Cahill and Konings (2019) as follows:

- Government intervention in the market should be avoided, public expenditures should be curtailed, and fiscal discipline should be reinforced.
- Taxes should be reduced to mitigate the impact of externalities on both private individuals and legal entities.
- Financial markets should undergo liberalization, supported by appropriate regulatory and supervisory mechanisms.
- A flexible and floating exchange rate system should be instituted.
- Trade on the international level should be liberalized.
- State-owned enterprises should be privatized.
- Policies should be designed to promote both direct and indirect foreign investments.

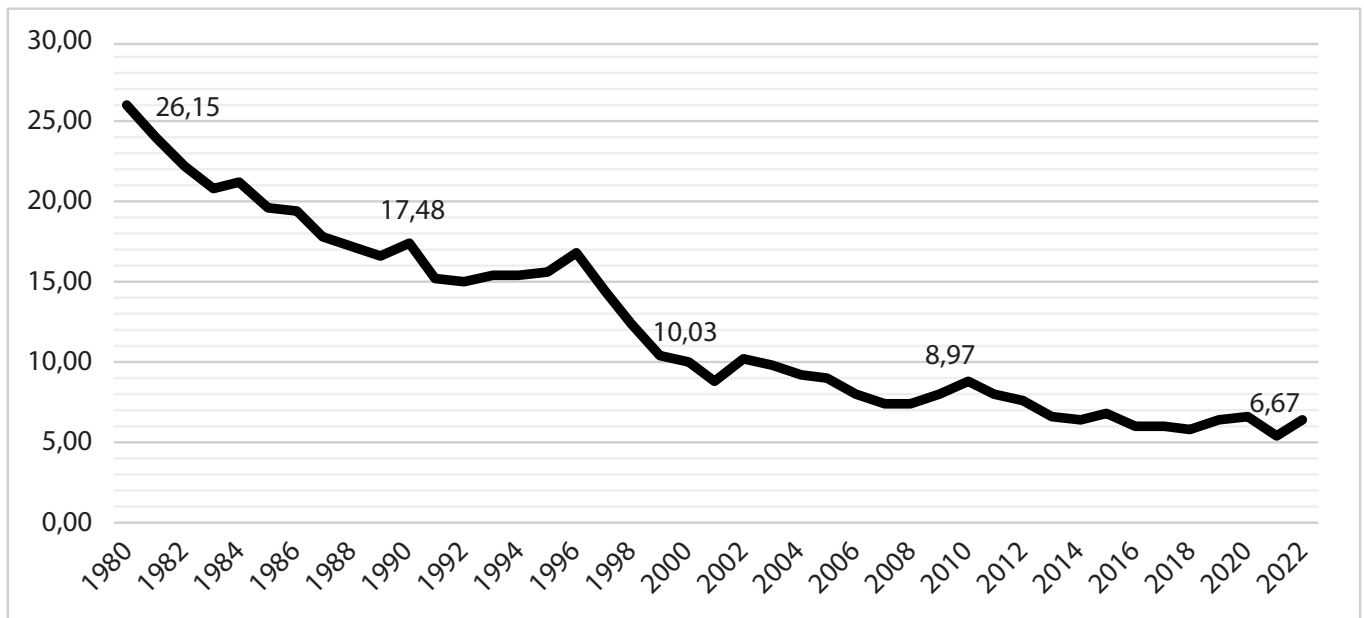


Figure 1. Türkiye's agricultural sector's share in GDP (1980-2022)

The January 24, 1980, decisions—commonly referred to as the January 24 Decisions—opened the Turkish economy to international markets and initiated its liberalization. These decisions had significant implications for the agricultural sector. Since the 1980s, Türkiye has made substantial progress toward embracing a free market economy. The economic measures implemented during this period have played a pivotal role in reshaping the country's economic landscape. In particular, the inflation-control measures enacted during this time affected various sectors, with agriculture being the most impacted. Policies aimed at “setting fuel prices, base prices for agricultural products, and VAT at inflation-preventive levels” laid the foundation for future agricultural strategies, highlighting the profound effects of these decisions on the sector. It was determined that subsidies for agricultural inputs led to persistently high agricultural product prices, while low-interest agricultural loans contributed to inflationary pressures. In line with these decisions, the goal was to boost exports by imposing restrictions on domestic consumption and maintaining low product prices to encourage foreign buyers. Consequently, agricultural incomes, wages, and the base prices of agricultural products remained suppressed (Bakırcı, 2007: 166).

The agricultural sector in Türkiye experienced a significant deceleration in production growth after the liberalization reforms of the 1980s. During the 1980–1989 period, the annual average increase in agricultural value-added was only 0.66%, and although it rose slightly to 1.64% in the post-1990 period, this rate remained below the levels observed in the earlier planned economy era (Kepenek & Yentürk, 2003). Furthermore, growth rates in the sector displayed increased volatility, reflecting structural fragility. In parallel, liberalization of the trade regime led to a notable increase in agricultural imports. The substantial reduction of tariffs and fees on food products in 1984, for instance, triggered a surge in imports—especially of meat and livestock—contributing to the decline of domestic animal husbandry (Eşiyok, 2004). While agriculture constituted over 80% of total exports in the 1960s and over 60% in the 1970s, its share declined sharply with the end of the import substitution model. By the late 1970s, the share of exports in national income had fallen below 3%. Following the economic opening in 1980, manufactured goods rapidly replaced agricultural products as the main drivers of export growth.

In the aftermath of the January 24 Economic Decisions, Türkiye's agricultural sector failed to realize the anticipated expansion in production and exports. This period was characterized by persistent inflation and a marked depreciation of the Turkish Lira. Although inflation temporarily declined in the early 2000s, renewed global and domestic economic pressures contributed to its resurgence by 2008. Policies formulated under the influence of international institutions, particularly the IMF and the World Bank, were designed to stimulate economic development; however, they disproportionately affected rural populations and undermined the sustainability of domestic agricultural production (Öztürk, Nas & İçgöz, 2008). Once self-sufficient and a net exporter in agricultural goods, Türkiye has undergone a significant structural transformation and is now increasingly dependent on food imports.

Agricultural foreign trade in Türkiye after the World Trade Organization

Türkiye officially joined the World Trade Organization (WTO) on February 25, 1995, following the publication of the Official Gazette. As one of the founding members, Türkiye fulfils all commitments and reconciliations arising from WTO agreements and diligently meets its notification obligations. Furthermore, it enforces legal regulations mandated by the various agreements within the WTO framework. Consequently, Türkiye's foreign trade legislation is shaped by the commitments and obligations arising from its WTO membership.

The World Trade Organization's Agreement on Agriculture (AoA) was introduced as a significant regulatory initiative aimed at reducing trade barriers and fostering a liberalized global agricultural market. However, the agreement has largely failed to establish an equitable and genuinely open trading environment. One of the primary reasons is that the liberalization commitments of developed countries have remained mostly rhetorical, while the provisions intended to support developing countries have proven insufficient. Moreover, the Framework Decision within the AoA offers only limited benefits for developing economies, revealing that the WTO has fallen short of its stated goals of promoting fairness in agricultural trade (Ay & Yapar, 2005: 21). In alignment with this broader liberalization agenda, Türkiye undertook a series of agricultural reforms under its commitments to both the IMF and the WTO. These reforms, grounded in the view that “agriculture has no place in an industrializing country,” led to a significant reduction in protective mechanisms for the agricultural sector, further deepening its structural vulnerabilities (Ay & Yapar, 2005: 21).

Following the implementation of the WTO Agreement on Agriculture in 1995, there was a widespread expectation of a significant increase in global agricultural trade. While the overall expansion in trade volume was lower than anticipated, agricultural exports still grew by an average of 4%, supporting the notion that the agreement facilitated some level of trade liberalization. However, despite this moderate increase, the relative share of agricultural products in Türkiye's total exports has declined dramatically. Whereas agricultural goods accounted for nearly 40% of total exports during the 1950s and 1960s, their share fell to 9%

in the early 2000s, and further dropped to only 3.2% by 2017. This long-term downward trend highlights a structural transformation in Türkiye's trade composition and underscores the marginalization of agriculture within the broader export economy (Yılmaz, 2016).

Agricultural foreign trade in Türkiye after the 2008 global financial crisis

In 2007, the deceleration in growth rates across four key sectors of the U.S. economy—namely finance and insurance, real estate, construction, and mining—contributed to a broader economic slowdown. These sectors were directly impacted by the mortgage crisis. Changes in interest rates exerted a contractionary effect on the credit market, while investors' pursuit of risk-free returns, coupled with easy access to low-cost credit, led to excessive borrowing and uncontrolled credit expansion among consumers. This situation heightened the fragility of the financial system. The crisis, initially triggered by the inability of subprime borrowers in the U.S. to meet their payment obligations, intensified due to these vulnerabilities and escalated into a global financial crisis.

During the 2008–2009 global financial crisis, Türkiye experienced a significant overall economic contraction; however, its agricultural sector continued to grow, challenging the common perception that agriculture is highly vulnerable to global economic downturns. Despite this resilience, Türkiye's agricultural trade exhibited structural imbalances. For instance, in 2008, exchange rate fluctuations led to a near doubling of agricultural imports compared to exports. While this cannot be directly linked to the crisis itself, it points to underlying weaknesses in the agricultural trade structure. Moreover, the share of agricultural and livestock products in total exports declined from 6% in 2000 to 3% in 2008, before slightly recovering to 4% in 2009, whereas their share in total imports remained relatively stable throughout the period (Erçakar, 2010).

In addition to structural trade imbalances, Türkiye's agricultural sector has been increasingly exposed to input cost volatility, particularly in the context of the 2007–2008 global food crisis. During this period, the rising prices of key agricultural inputs such as fertilizers and diesel significantly outpaced the increase in product prices, squeezing farmers' profit margins. Although a partial price stabilization was observed after 2009, fluctuations in exchange rates and the continued rise in input prices remained a burden for producers until at least 2013. Moreover, Türkiye's dependency on imported agricultural inputs—especially in sectors with domestic supply shortages, such as vegetable oils—exacerbated cost-related vulnerabilities (Cengiz & İlhan, 2016).

Agricultural foreign trade in Türkiye after the covid-19 pandemic

COVID-19 was declared a pandemic by the World Health Organization (WHO) on March 11, 2020. A pandemic refers to an epidemic that spreads across multiple countries and continents, affecting a vast geographical area. According to WHO data, the COVID-19 pandemic resulted in the loss of 2.21 million lives, with 275 million people diagnosed with the virus. (World Bank) During this period, the restrictions and measures imposed to contain the pandemic had a detrimental impact on working life. Disruptions in logistics and agricultural production led to global challenges in food supply chains.

The COVID-19 pandemic has brought food security and sustainability issues to the forefront of the agricultural sector's agenda. A critical component of ensuring food security is the economic accessibility of food, which can be evaluated through variables such as disposable income levels, food prices, and the poverty rate. In this context, high food prices or low disposable incomes are key factors that hinder efforts to achieve food security (Eştürk & Ören, 2014).

One of the significant challenges Türkiye faced during the COVID-19 pandemic was its inability to curb rising food prices. While global food prices generally trended downward, food prices in Türkiye entered an

upward trajectory. Both the food consumer price index and the agricultural products producer price index exhibited continuous increases. This indicates that food costs became a substantial economic issue during the pandemic. An examination of food price changes in Türkiye between January 2020 and June 2020, based on the consumer price index, reveals increases of 1.95% in March, 2.53% in April, and 0.24% in May. In contrast, the agricultural products producer price index rose by 2.5% in February, 1.8% in March, and 0.8% in May, following a 0.5% decrease in April. These figures suggest that increases in the food consumer price index outpaced those in the agricultural products producer price index, indicating that consumer food prices were rising more rapidly than the prices producers received (Aydın & Güner, 2020: 13).

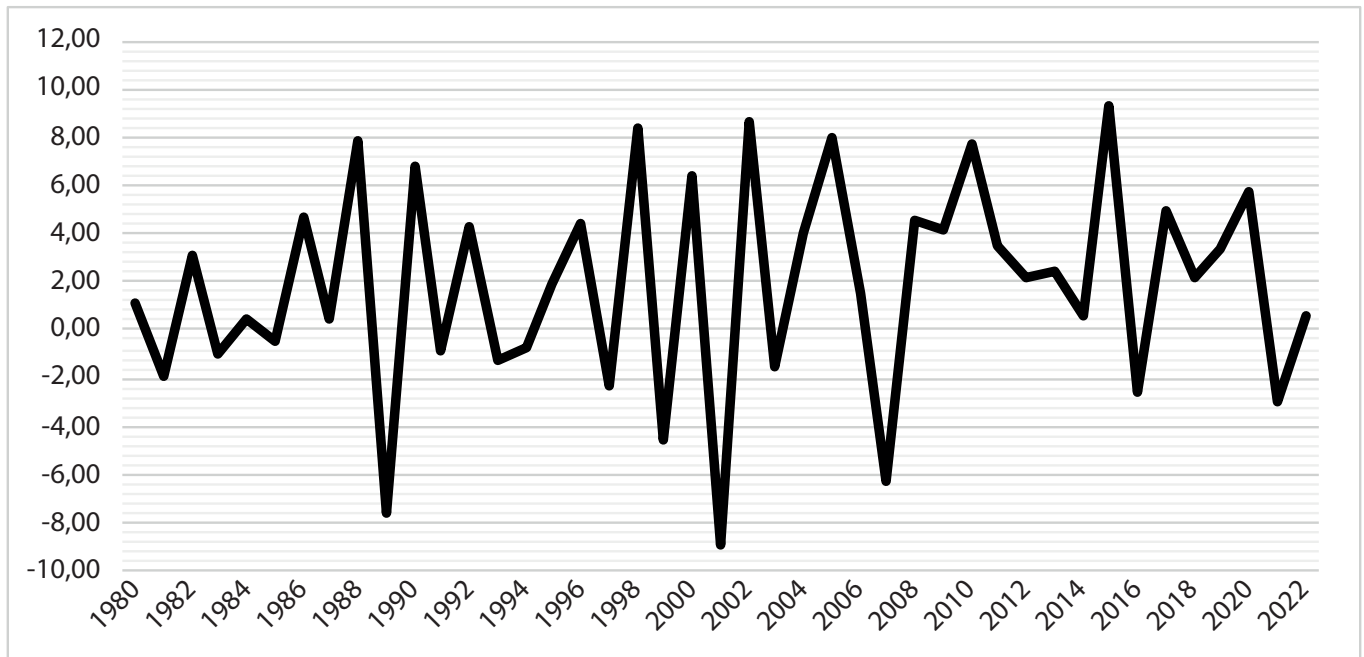


Figure 2. Türkiye's agricultural sector growth rate by years % (1980-2022)

The agricultural sector in Türkiye has been persistently impacted by developments following 1980, owing to its susceptibility to both economic and geographical factors. In the post-1980 era, the sector experienced periods of negative growth, specifically in 1989, 2001, 2007, 2016, and 2021. Over the past four decades, Türkiye has been unable to maintain stable and sustained growth in its agricultural sector.

With the January 24 decisions marking the beginning of a new era in Türkiye, the agricultural sector has witnessed both positive and negative effects of the neo-liberal period. Efforts have been made to boost productivity and production through various regulations and policies. Although neo-liberal ideals aimed for development and progress, the success of these efforts is debatable. Globally, challenges such as population growth, pandemics, the global climate crisis, and food security have become increasingly critical in agriculture. While developed countries have successfully industrialized and simultaneously advanced their agricultural sectors, Türkiye, despite its significant agricultural production potential, has yet to achieve stability or emerge as a global actor in the sector.

Studies of Intra-Industry Trade in Different Economies and Türkiye

To analyze intra-industry trade specialization in Türkiye's agricultural sector, it is crucial to consider research conducted in both developing and developed economies. Banerjee and Bhattacharyya (2004) in-

vestigated the role of economic development as a driver of intra-industry trade (IIT) in India from 1971 to 2000, concluding that development enhances IIT through complex economic forces. Veeramani (2002, 2009) observed that India experienced higher IIT with developed nations, and that liberalization policies and foreign competition accelerated IIT growth. Shahbaz, Leita, and Butt (2012) found in Pakistan that GDP differences positively affect IIT, while Lee and Sohn (2004) emphasized the roles of consumer preferences and geographic proximity in South Korea. Bhattacharyya (2005) and Xing (2007) added that vertical IIT often dominated, shaped by communication with foreign partners and FDI flows. Sawyer et al. (2010) and Türkcan and Ateş (2011) expanded on these determinants, highlighting the importance of R&D, trade orientation, and infrastructure.

Cole and Elliot (2003) added a regulatory dimension by showing how environmental policy disparities influence IIT levels. Varma and Ramakrishnan (2014) and Banik and Das (2014) contributed sector-specific insights, especially for processed food trade in ASEAN and the Mekong region. Fertő and Hubbard (2001), Hazners and Jirgena (2013), and Şahbudak and Şahin (2016) provided comparative evidence from Hungary, Latvia, China, and Brazil pointing to the prevalence or absence of IIT in agricultural trade across emerging and transitioning economies.

A growing number of empirical studies focus directly on Türkiye. Eşiyok (2005) and Erün (2010) found high levels of IIT between Türkiye and EU countries in food products such as beverages, oils, oilseeds, and fruits, often characterized by vertical differentiation. Şahin (2015) and Şahin & Şahbudak (2016) confirmed these results using SITC Rev.3 classifications and unit value methods, noting consistent vertical IIT patterns with EU-15 countries. Mangır and Fidan (2017) identified strong IIT in processed foods but weak performance in raw agricultural materials, suggesting sectoral competitiveness asymmetries. Kalaycı (2013) extended the analysis to Türkiye–Russia relations, identifying inter-industry trade dominance but emerging IIT signals in animal and food products.

More recent contributions have examined Türkiye's broader structural trade shifts. Yılmaz (2018) observed that despite modest growth in agricultural exports following the WTO Agreement on Agriculture, their share in total exports has declined steeply—from 40% in the 1950s to just 3.2% in 2017. Cengiz and İlhan (2016) analyzed the effects of the 2007–2008 global food crisis on Türkiye's input costs and price volatility, revealing structural fragility in the country's agricultural supply system. These structural constraints—combined with cost pressures, import dependence, and sectoral trade imbalances—limit Türkiye's ability to benefit fully from agricultural trade liberalization.

Current Research

Measuring intra-industry trade

In the context of the Factor Endowment Theory, the trade between labor-intensive and capital-intensive countries is highlighted. Industrial countries are typically associated with an abundance of capital, while underdeveloped or developing economies are linked to an abundance of labor. Although the Factor Endowment Theory explains the trade between labor-intensive and capital-intensive countries, it falls short in explaining trade between nations with similar levels of development. In contrast, Linder's thesis suggests that trade between countries with comparable levels of development is also significant (Linder, 1961: 69).

International trade is often conducted between countries with similar levels of development. In such trade, rather than specializing in specific product groups, countries simultaneously act as both exporters and importers within the same product categories. This phenomenon, where a country exports and imports goods or product groups within the same industry, is known as Intra-Industry Trade (Yılmaz, 2016: 250). In other words, Intra-Industry Trade refers to the exchange of goods that share similar demand and supply structures between countries.

Although Edward Leamer called for the development of a new foreign trade theory in response to the doubts raised by the Leontief paradox, his proposal was not widely accepted by economists (Yilmaz, 2016: 251). Intra-Industry Trade, often regarded as a statistical anomaly, was identified by Richard Promfret in his 1987 study as a key factor behind the expansion of market size, the increasing levels of production specialization among countries, and the diversification of goods and services. According to Promfret, the primary driver of intra-industry trade growth is market expansion. As countries develop, the division of labor intensifies, and economic development, coupled with technological advancements, enlarges market size. The removal of trade barriers further accelerates specialization (Promfret, 1987: 57).

David Greenaway and Chris Milner assert that intra-industry trade is an undeniable aspect of international trade. They offer two primary explanations for this. First, international trade is shaped by more than just factor endowments; other critical factors play a role. Second, if the expansion of international trade occurs predominantly through intra-industry trade, it allows countries to adapt more easily to trade growth (Greenaway & Milner, 1981: 761).

Grubel and Lloyd's 1971 study aimed to measure intra-industry trade, and their index is still widely recognized in academic discourse. In their analysis, they focused on the intra-industry trade dynamics of nine industrialized countries along with Austria. According to Grubel and Lloyd, the intensity of intra-industry trade is determined by subtracting the net import or net export value from a country's overall foreign trade.

Formula

In the calculation below, X represents the country's export value in that commodity group in terms of money, and M represents the import value of that country in the relevant commodity group, also in terms of money.

$$B_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i} \quad (1)$$

The calculated result takes a value between 0 and 1. If the result is 0, there is full inter-industry trade. If the result is 1, there is full intra-industry trade. If it is 0, there is either full export or full import (Grubel & Lloyd, 1971:497).

In Grubel and Lloyd's original calculation, intra-industry and inter-industry trade were measured interdependently. However, believing that intra-industry trade could be independent of inter-industry trade, they revised their methodology in 1975. The new formula was developed to minimize the influence of total foreign trade, addressing a limitation of their initial model.

$$C_i = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i) - \sum_{i=1}^n |X_i - M_i|}{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i) - \left| \sum_{i=1}^n X_i - \sum_{i=1}^n M_i \right|} \quad (2)$$

The revised formula, known as the developed or adapted formula, was designed by Grubel and Lloyd to address potential deviations in the measurement of countries with substantial trade deficits or surpluses. This new approach includes these foreign trade imbalances. In calculations using the adapted formula, intra-industry trade levels tend to be higher.

Codes

HS (Harmonized System) codes are internationally recognized numerical codes developed by the World Trade Organization (WTO) for the classification of traded goods. These codes are employed worldwide to streamline the identification, categorization, and regulation of products in global trade. The system assists countries in imposing tariffs, tracking trade statistics, and ensuring adherence to trade regulations.

Findings

Table 2 presents the HS codes classified as agricultural products, according to the World Trade Organization. The intra-industry trade ratio for the period between 2002 and 2022 has been calculated by the author.

The intra-industry trade ratio was calculated annually for the period between 2002 and 2022 in this study. Nevertheless, Table 2 presents the data at four-year intervals.

Table 2

Grubel-Lloyd (GL) Index in Türkiye's Agricultural Trade (HS Codes)

HS	INDUSTRY	2002	2007	2012	2017	2022	Total
01	Live animals	0,674	0,456	0,018	0,055	0,832	0,119
02	Meat and edible meat offal	0,007	0,004	0,308	0,418	0,218	0,442
03	Fish and crustaceans, mollusks, and other aquatic invertebrates	0,307	0,522	0,598	0,444	0,328	0,416
04	Dairy produce; birds' eggs; natural honey; edible products of animal origin, not elsewhere specified or included	0,760	0,792	0,352	0,339	0,242	0,417
05	Products of animal origin, not elsewhere specified or included	0,828	0,970	0,941	0,967	0,889	0,913
06	Live trees and other plants; bulbs, roots, and the like; cut flowers and ornamental foliage	0,710	0,941	0,912	0,982	0,511	0,861
07	Edible vegetables and certain roots and tubers	0,278	0,250	0,449	0,541	0,612	0,579
08	Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons	0,103	0,172	0,214	0,374	0,356	0,270
09	Coffee, tea, maté and spices	0,506	0,836	0,931	0,874	0,699	0,922
10	Cereals	0,352	0,128	0,202	0,370	0,227	0,242
11	Products of the milling industry; malt; starches; inulin; wheat gluten	0,219	0,079	0,144	0,204	0,262	0,169
12	Oil seeds and oleaginous fruits; miscellaneous grains, seeds and fruits; industrial or medicinal plants; straw and fodder	0,319	0,225	0,249	0,347	0,349	0,313
13	Lac; gums, resins and other vegetable saps and extracts	0,117	0,405	0,360	0,423	0,729	0,426
14	Vegetable plaiting materials: vegetable products not elsewhere specified or included	0,294	0,336	0,415	0,792	0,599	0,605
15	Animal or vegetable fats and oils and their cleavage products prepared edible fats; animal or vegetable waxes	0,559	0,670	0,783	0,842	0,925	0,819
16	Preparations of meat, of fish or of crustaceans, mollusks, or other aquatic invertebrates	0,047	0,091	0,106	0,156	0,165	0,165
17	Sugars and sugar confectionery	0,230	0,316	0,323	0,574	0,737	0,446
18	Cocoa and cocoa preparations	0,984	0,786	0,916	0,932	0,814	0,958
19	Preparations of cereals, flour, starch, or milk; bakers' wares	0,326	0,360	0,267	0,248	0,193	0,257

20	Preparations of vegetables, fruit, nuts, or other parts of plants	0,064	0,110	0,085	0,123	0,149	0,114
21	Miscellaneous edible preparations	0,984	0,912	0,788	0,963	0,866	0,894
22	Beverages, spirits, and vinegar	0,394	0,693	0,856	0,985	0,831	0,981
23	Residues and waste from the food industries; prepared animal feed	0,155	0,039	0,180	0,329	0,636	0,347
24	Tobacco and manufactured tobacco substitutes	0,700	0,638	0,733	0,838	0,944	0,821
29	Organic chemicals	0,160	0,171	0,226	0,211	0,175	0,182
33	Essential oils and resinoids; perfumery, cosmetic or toilet preparations	0,508	0,647	0,753	0,746	0,922	0,765
35	Albuminoidal substances; modified starches; glues; enzymes	0,207	0,289	0,540	0,625	0,919	0,559
41	Raw hides and skins (other than fur skins) and leather	0,195	0,329	0,381	0,914	0,898	0,531
43	Fur skins and artificial fur; manufactures there of	0,195	0,329	0,568	0,433	0,562	0,722
50	Silk	0,348	0,153	0,158	0,144	0,122	0,208
51	Wool, fine or coarse animal hair; horsehair yarn and woven fabric	0,624	0,652	0,654	0,619	0,418	0,607
52	Cotton	0,770	0,725	0,857	0,731	0,637	0,758
53	Other vegetable textile fibers; paper yarn and woven fabric of paper yarn	0,145	0,284	0,158	0,178	0,293	0,222

Note: Prepared by the author.

Table 3

Grubel-Lloyd (GL) Index and Trade Volume of Türkiye's Total Agricultural Trade

Year	Export (\$)	Import (\$)	Total Trade (\$)	Net Trade (\$)	GL Index
2002	8.196.428.326	5.560.235.082	13.756.663.408	2.636.193.244	0,808
2003	10.561.606.789	7.734.372.209	18.295.978.998	2.827.234.580	0,845
2004	13.105.259.011	8.895.813.747	22.001.072.758	4.209.445.264	0,809
2005	16.677.859.708	9.436.787.444	26.114.647.152	7.241.072.264	0,723
2006	17.240.312.391	9.899.100.655	27.139.413.046	7.341.211.736	0,729
2007	19.629.401.412	14.052.825.920	33.682.227.332	5.576.575.492	0,834
2008	21.303.228.062	20.215.981.907	41.519.209.969	1.087.246.155	0,974
2009	22.077.671.663	14.996.017.424	37.073.689.087	7.081.654.239	0,809
2010	24.863.299.141	18.534.532.907	43.397.832.048	6.328.766.234	0,854
2011	29.687.780.875	24.420.207.590	54.107.988.465	5.267.573.285	0,903
2012	30.952.808.620	23.264.156.720	54.216.965.340	7.688.651.900	0,858
2013	36.740.780.941	32.123.447.338	68.864.228.279	4.617.333.603	0,933
2014	39.519.910.985	32.594.152.953	72.114.063.938	6.925.758.032	0,904
2015	36.954.572.536	27.505.618.153	64.460.190.689	9.448.954.383	0,853
2016	36.078.690.714	26.894.985.236	62.973.675.950	9.183.705.478	0,854
2017	36.984.603.382	30.708.857.167	67.693.460.549	6.275.746.215	0,907

2018	38.224.541.128	29.607.173.598	67.831.714.726	8.617.367.530	0,873
2019	38.882.568.663	31.446.758.173	70.329.326.836	7.435.810.490	0,894
2020	40.645.738.095	32.711.673.137	73.357.411.232	7.934.064.958	0,892
2021	49.185.938.770	39.123.164.280	88.309.103.050	10.062.774.490	0,886
2022	57.766.663.633	51.646.059.810	109.412.723.443	6.120.603.823	0,944
Total	625.279.664.845	491.371.921.450	1.116.651.586.295	133.907.743.395	0,880

Note: Prepared by the author.

Between 2002 and 2022, Türkiye's total agricultural product exports exceeded 625 billion USD, while imports during the same period amounted to approximately 491 billion USD. This resulted in a trade surplus in the agricultural sector, with the difference between exports and imports being around 134 billion USD.

In the study examining Türkiye's agricultural sector, a detailed analysis was conducted on live animals, fruits and vegetables, other plant products, vegetable and animal oils, food products, organic chemical products, and agricultural inputs used in the textile industry. Aside from Türkiye's fruit and vegetable exports and cereal products exported under the domestic processing regime, the majority of these products are imported.

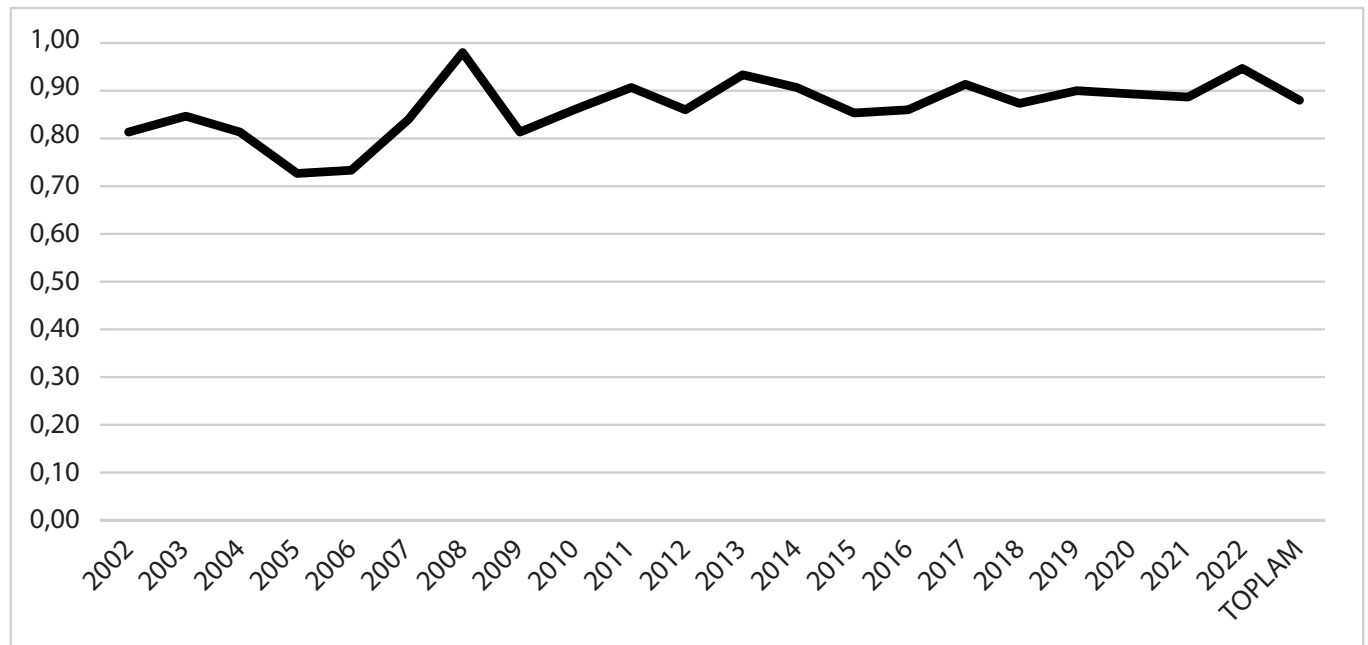


Figure 3. Grubel-Lloyd (GL) index in Türkiye's total agricultural trade

In this analysis, the Intra-Industry Trade (IIT) rate for Türkiye's agricultural sector was 0.88, as measured by the Grubel-Lloyd (GL) index. Over the 20-year period, IIT showed steady growth, with the highest rate of 0.94 observed in 2008. That year, Türkiye's agricultural exports exceeded imports by roughly 1 billion USD. The study also calculated a trade surplus of 89.134 billion USD across 33 agricultural product groups, classified using HS codes.

Türkiye's agricultural sector operates according to the classification of agricultural products defined by the World Trade Organization (WTO). This study explores the trade of all agricultural products within this classification. The findings are thoroughly examined in the results and discussion section. Interestingly, Türkiye, despite being one of the largest global traders of agricultural products, faces a trade deficit. In addition to its production capacity, globalization significantly influences Türkiye's agricultural trade dynamics.

Results and Discussion

The intra-industry trade theory attempts to explain trade between countries with similar supply and demand structures. Country-specific, product-specific, and market-specific factors contribute to the formation of intra-industry trade. The first findings in this study explore the emergence of intra-industry trade in Türkiye's agricultural sector. Between 2002 and 2022, Türkiye's agricultural trade index was calculated at 0.89, a level approaching full intra-industry trade. The development levels, geographical proximity, and factor endowments of Türkiye's trade partners are consistent with intra-industry trade theory and resemble the trade structures of developed, industrialized nations.

Six of the top ten countries to which Türkiye exports agricultural products are high-income, industrialized nations. Among its import partners, five are high-income countries, and five are classified as upper-middle-income, a group similar to Türkiye. Since 1980, the contribution of agriculture to Türkiye's GDP has declined consistently each year.

Another significant result and discussion arising from this study involves Türkiye's agricultural sector, specifically analyzed by product categories. The research investigated agricultural products, live animals, fresh fruits and vegetables, other plants, vegetable and animal oils, food products, beverages, tobacco products, organic chemical products, furs, textiles, ready-made clothing, and home textile products, each examined individually.

Türkiye's live animal trade has seen major changes between 2002 and 2022. Initially characterized by an intra-industry trade structure in the early 2000s, it shifted to inter-industry trade after 2009. Trade policies in this product group have resulted in a trade deficit for Türkiye. However, meat, fish and crustaceans, dairy products, and poultry have shown a trade surplus within this group. Overall, an intra-industry trade structure remains prevalent in this product category.

Türkiye holds an international comparative advantage in the trade of edible vegetables and fruits, with the trade structure characterized as inter-industry trade. Additionally, Türkiye exports grain-based products to international markets. However, grain trade represents the product group with the largest trade deficit within this sector.

Between 2002 and 2022, Türkiye's agricultural trade exhibited an index of 0.89, indicating a trade structure close to full intra-industry trade. This average was consistently maintained throughout the 20-year period, with no significant deviations observed. Following its transition to a liberal economy, Türkiye's agricultural sector has experienced processes similar to those in the global economy. However, during this period, Türkiye did not hold a comparative international advantage in the agricultural sector.

Globalization is a key concept for understanding the current economic order and plays a central role in the growth and development of international trade. The removal of trade barriers has reshaped the wealth distribution among nations and altered the structure of global trade. Since Adam Smith laid the foundations of international trade, the nature of trade has changed significantly. Smith posited that international trade would bring mutual development and benefit to countries, but 250 years have passed since his theory was first introduced. Over this period, the Industrial Revolution sparked a surge in production, leading to a growing demand for raw materials and a search for new markets. By the early 20th century, nations that had endured two world wars embraced globalization and sought prosperity through international cooperation. The acceptance of the Bretton Woods system in 1945 established institutions with global authority, such as the IMF, the World Bank, and the GATT, as key decision-making bodies in the global economy.

In addition to political developments, the rapid progress in science and technology has led to a re-examination and transformation of the theories and policies that explain international trade. When analyzing the commercial structure of the past 80 years, advancements in science, technology, and politics have allowed for the investigation of topics that classical foreign trade theories could not fully address. Key among these new theories are those concerning skilled labor, monopolistic competition, technological deficits, product cycles, economies of scale, and preference similarity, alongside intra-industry trade theory, which forms the central subject of this study.

This study examines Türkiye's agricultural trade from 2002 to 2022. It is the first to analyze the agricultural sector over the 20-year period following the economic and political crisis that Türkiye faced in 2001–2002. This period was marked by significant developments in the global economy. The study investigates the aftermath of crises experienced by developing economies during their transition to neo-liberalism and the expansion of globalization. These crises include the Asian financial crisis of the 1990s, the Mexican and Argentine crises, the Russian financial crisis, and Türkiye's 2001 crisis. Additionally, Türkiye has had to contend with the challenges of transitioning from a mixed economy model to a free market economy.

The 2008 global financial crisis is another important factor. Recovery from the crisis was driven by monetary expansion and state intervention, which ushered in a new era for the global economy. However, the rapid recovery brought new challenges linked to monetary expansion. Following this, the COVID-19 pandemic significantly impacted the global economy, drawing attention to the agricultural sector. The pandemic sparked renewed debates on food security, sustainability, agricultural productivity, and the global climate crisis. While the effects of COVID-19 on agriculture are still emerging, global developments in 2022 continue to influence the sector. The 2022 Ukraine-Russia war, natural disasters in Africa in 2023, and the earthquake in Türkiye have prolonged these critical discussions within the agricultural sector.

The findings of the study indicate that, following the January 24, 1980 decisions, Türkiye shifted away from its policy of international comparative advantage in agriculture, opening its agricultural sector to global competition. This strategic shift mirrors the approach taken by the world's most developed nations, where the share of agriculture in GDP lags significantly behind the service and industrial sectors. However, the wealthiest countries, despite this, generate the highest export revenues from agricultural products. In this context, Türkiye has the potential to join these nations by investing in technology and building strong agricultural brands. Since the neo-liberal period, Türkiye has pursued a national policy focused on industrialization and the expansion of the service sector. On a global scale, comparative advantage in agriculture remains characteristic of underdeveloped and developing countries.

The final result and discussion of this study should be framed within the context of global trade. It is noteworthy that the countries earning the highest export revenues in the agricultural sector are the developed and industrialized nations. This success can largely be attributed to advanced technology and a highly skilled labor force, aspects that warrant further investigation and discussion. After transitioning to neo-liberal policies, Türkiye also abandoned its planned agricultural strategies, opening its market to international competition. However, given the critical role of agricultural products in both sustaining human life and providing essential raw materials for industry, agricultural policies must be redefined. Globally, the share of the service sector in GDP is rising among developed economies. These nations, while shifting industrial investments to developing and underdeveloped countries through their powerful multinational corporations, continue to achieve high profitability. Although Türkiye lacks such a strong industrial base, it is worth noting that its most robust sector is the service sector. In this context, while the diminishing role of agriculture in Türkiye's GDP aligns with its development objectives, the long-term importance of agriculture should not be overlooked, especially in building resilience to political and economic crises. Addressing the decline in agricultural employment and removing other barriers to production are critical steps that need support. Rapid growth in the service sector may be premature for Türkiye.

Conclusion

This study has demonstrated that the factors leading to the introduction of intra-industry trade theory remain valid. Türkiye's agricultural potential has been evaluated, and the solution to enhancing its global competitiveness has been identified in technological advancements and branding. The findings also highlight the success of the wealthiest countries in agricultural trade, driven by factors such as increased productivity and a skilled labor force, while emphasizing the challenges faced by developing countries in implementing effective agricultural support and incentive policies.

References

- Abdullahi, A.A., & Arisoy, H. (2022). Evaluation of Türkiye's agricultural support policies in terms of world trends. *Selçuk Journal of Agriculture and Food Sciences*, 36(4), 72-78. doi:10.15316/SJAFS.2022.081
- Ay, A., & Yapar, S. (2005). Dünya Ticaret Örgütü Tarım Anlaşması ve Türkiye. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 57-80.
- Aydın, A., & Güner, A. (2020). Covid-19 salgınının tarım sektörü ve gıda güvenliği üzerine etkisi: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 155-171.
- Bakırcı, M. (2007). *Türkiye'de kırsal kalkınma: Kavramlar-politikalar-uygulamalar*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Banik, N., & Das, K. C. (2014). The location substitution effect: Does it apply for China? *Global Business Review*, 15(1), 59-75. doi:10.1177/0972150913515595
- Bhattacharyya, M., & Banerjee, A. (2004). Integration of global capital market: An empirical exploration. *International Journal of Theoretical and Applied Finance*, 7, 385-405. doi:10.1142/S0219024904002529
- Bhattacharyya, R. (2005). Economic development and intra-industry trade in the Republic of Korea. *Journal of Economic Integration*, 20(4), 809-831.
- Botric, V. (2013). Determinants of intra-industry trade between Western Balkans and EU-15: Evidence from bilateral data. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research (IJESAR)*, 6(2), 7-23.
- Cahill, D., & Konings, M. (2019). *Neoliberalizm*. (Çev. Orhangazi, O). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Cengiz, V., & İlhan, E. (2016). 2008 dünya gıda krizi ve Türkiye'de etkisi. *Ziraat Mühendisliği*, (363), 17-23.
- Cole, M. A., & Elliott, R. J. R. (2003). Determining the trade-environment composition effect: The role of capital, labor and environmental regulations. *Journal of Environmental Economics and Management*, 46(3), 363-383. doi:10.1016/S0095-0696(03)00021-4.
- ComTrade. (2023). *Detailed global trade data*. Erişim adresi: <https://comtradeplus.un.org/>
- Erçakar, M. E. (2010). Küresel kriz öncesi ve sonrasında tarım kesimine bakış. *Journal of Management and Economics Research*, 8(14), 93-104.
- Erün, G. (2010). Türkiye ile AB, gıda ve canlı hayvan sektörü dış ticaretinde endüstri-içi ticaret analizi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(1), 71-78.
- Eşiyok B.A.(2004), Kalkınma Sürecinde Tarım Sektörü: Gelişmeler, Sorunlar, Tespitler ve Tarımsal Politika Öneriler, Cilt II, Türkiye Kalkınma Bankası A.S. Genel Araştırmalar
- Eşiyok, B. A. (2005). Tarımsal ürünlerde Türkiye-AB arasında dış ticaretin analizi: Endüstri-içi ticaret ve rekabet gücü. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayınları.
- Eştürk, Ö., & Ören, M. N. (2014). Türkiye'de tarım politikaları ve gıda güvencesi. *Yuzuncu Yıl University Journal of Agricultural Sciences*, 24(2), 193-200. doi:10.29133/Yutbd.235933
- Fertő, I., & Hubbard, L. J. (2001, August 5-8). Intra-industry trade in agrifood products between Hungary and the EU [Conference presentation]. American Agricultural Economics Association Annual Meeting, Chicago, IL, United States.
- Greenaway, D., & Milner, C. (1981). Trade imbalance effects in the measurement of intra-industry trade. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 117(4), 756-762.
- Grubel, H. G., & Lloyd, P. J. (1971). The empirical measurement of intra-industry trade. *Economic Record*, 47, 494-517. doi:10.1111/j.1475-4932.1971.tb00772.x
- Grubel, H. G., & Lloyd, P. J. (1975). *Intra-industry trade: The theory and measurement of international trade in differentiated products*. London: Macmillan Press.
- Hazners, J., & Jirgena, H. (2013, July 16-19). Intra-industry trade in Latvian agricultural commodities and food products [Conference presentation]. International Conference on Economics and Business Administration, Greece.
- Kalaycı, C. (2013). Rusya Federasyonu ile ticarete Türkiye'nin açmazları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 37-57.
- Kepenek, Y., Yentürk, N. (2003), Türkiye Ekonomisi, Remzi Kitabevi İstanbul.

- Kuşlu, Y. (2020). The study on components of the rural structure in Türkiye. *Journal of Agricultural Economics and Rural Development*, 6(3), 899-906.
- Lee, H.-H., & Sohn, C.-H. (2004). South Korea's marginal intra-industry trade and the choice of preferential partners. *Asian Economic Papers*, 3(3), 94-116. doi:10.1162/1535351054825265
- Linder, S. B. (1961). *An essay on trade and transformation*. New York: John Wiley.
- Mangır, F., & Fidan, A. (2017). Grubel-Lloyd endeksi ile endüstri-içi ticaret analizi: Tarım sektörü Türkiye örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(33), 45-51.
- Özçatalbaş, O., & Imran, M. (2017). Current situation and importance of the family farming in agriculture of Türkiye. *Modern Agricultural Science and Technology*, 3(3-4), 1-9. doi:10.15341/mast(2375-9402)/02.03.2017/001
- Öztürk, Ş., Nas, F., & İçgöz, E. (2008). 24 Ocak kararları, neo-liberal politikalar ve Türkiye tarımı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 15-32.
- Promfret, R. (1987). On the division of labour and international trade: or Adam Smith's explanation of intra-industry trade. *Journal of Economic Studies*, 13(4), 55-62. doi: 10.1108/eb002633
- Ramakrishnan, A., & Varma, P. (2014). Do free trade agreements promote intra-industry trade? The case of India and its FTAs. *International Journal of Trade and Global Markets*, 7, 129-144. doi:10.1504/IJTG.M.2014.062855
- Şahbudak, E., & Şahin, D. (2016). Measurement of vertical and horizontal intra-industry trade in agricultural food products: The case of China and Brazil. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 42(3), 145-154.
- Şahin, D. (2015). Türkiye'nin tarımsal gıda ürünlerinin endüstri-içi ticaretinin analizi: AB-15 ülkeleri ile karşılaştırmalı analiz. *Uluslararası Hakemli Ekonomi Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 4, 171-193.
- Sawyer, W.C., Sprinkle, R.L., & Tochkov, K. (2010). Patterns and determinants of intra-industry trade in Asia. *Journal of Asian Economics*, 21(5), 485-493. doi:10.1016/j.asieco.2010.04.001
- Shahbaz, M., Leitao, N. C., & Butt, M. S. (2012). Pakistan intra-industry trade: A panel data approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2(2), 225-232.
- Sönmez, A. (2023). Class, family, income and wealth: farming and non-farming landowners in the occupational and social class orders in Türkiye. *İnsan ve Toplum*, 13(2), 84-159. doi:10.12658/M0694
- Türkcan, K., & Ateş, A. (2011). Vertical intra-industry trade and fragmentation: An empirical examination of the US auto-parts industry. *The World Economy*, 34, 154-172. doi:10.1111/j.1467-9701.2010.01316.x
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). *Dönemsel gayrisafi yurt içi hasıla, IV. Çeyrek: Ekim - Aralık, 2022*. (TÜİK 49664). Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek-Ekim---Aralik,-2022-49664#:~:text=%C3%9Cretim%20y%C3%B6ntemiyle%20Gayrisafi%20Yurt%20%C4%B0%C3%A7i,milyar%20717%20milyon%20TL%20oldu>
- Veeramani, C. (2002). Intra-industry trade of India: trends and country-specific factors. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 138(3), 509-533. doi:10.1007/BF02707952
- Veeramani, C. (2009). Trade barriers, multinational involvement and intra-industry trade: Panel data evidence from India. *Applied Economics*, 41(20), 2541-2553. doi:10.1080/00036840701235688
- WorldBank. (2023). *GDP per capita (current US\$)*. Erişim adresi: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>
- Xing, Y.Q. (2007). Foreign direct investment and China's bilateral intra-industry trade with Japan and the US. *Journal of Asian Economics*, 18, 685-700. doi:10.1016/j.asieco.2007.03.011
- Yıldırım, A. E. (2022). *Üretim, tüketim, ithalat-siyaset- rant kısılacında tarım*. İstanbul: Sia Yayınevi.
- Yılmaz, H. (2018). Dünya Ticaret Örgütü'nün tarım politikaları ve Türkiye'ye etkileri (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, Ş. E. (2016). *Dış ticaret kuramlarının evrimi* (4. Baskı). Ankara: Efil Yayınevi.

Geniştirilmiş Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin 2002-2022 yılları arasındaki tarım sektörü ticaretinde endüstri içi ticaret yapısını incelemektir. Çalışma, Türkiye'nin bu sektörde uluslararası rekabet avantajı elde edemediğini ve gelişmiş ülkelerin tarımsal ticarete nasıl bir konuma sahip olduğunu analiz etmektedir. Bu inceleme, Türkiye'nin tarım sektörünü diğer sektörlerle kıyaslayarak büyüme stratejilerini nasıl geliştirebileceğine yönelik bir çerçeve sunmaktadır. Tarım sektörünün küresel ticarete giderek artan önemine rağmen, Türkiye'nin bu alanda karşılaştığı yapısal sorunlar ve fırsatlar çalışmanın temel sorularını oluşturmaktadır. Çalışma, Türkiye'nin rekabet gücünü artırabilecek teknoloji ve markalaşma stratejilerini vurgularken, tarım sektörü gelirlerinin en yüksek olduğu gelişmiş ülkelerin deneyimlerinden çıkarımlar yapmayı amaçlamaktadır.

Tasarım ve Yöntem: Bu çalışma, Türkiye'nin tarım sektörü ticaretinin endüstri içi ticaret yapısını analiz etmek amacıyla uygulamalı bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırma, Türkiye'nin 2002-2022 yılları arasındaki tarım ürünleri ticaretinde endüstri içi ticaret düzeyini ölçmeye odaklanmaktadır. Betimsel bir yaklaşım benimsenmiş olup, uluslararası ticaret literatüründe yaygın olarak kullanılan Grubel-Lloyd Endeksi hesaplama yöntemi ile Türkiye'nin tarım ticaretinde endüstri içi ve endüstriler arası ticaret oranları ölçülmüştür. Endüstri içi ticaret yapısı, Türkiye'nin tarım sektörünün uluslararası rekabet gücünü ve gelişmiş ülkelerle kıyaslanabilir bir ticaret profiline sahip olup olmadığını incelemek için önemli bir ölçüt olarak ele alınmıştır.

Veri toplama aşamasında, Türkiye'nin tarım sektörü ticaret verileri Birleşmiş Milletlere bağlı Comtrade veri tabanından elde edilmiştir. Bu veri tabanı, ülkelerin ithalat ve ihracat verilerini yıllık bazda güncelleyerek detaylı bir ticaret analizi yapılmasını olanaklı kılmaktadır. Veriler, 2002-2022 yıllarını kapsayan 20 yıllık dönemde her yıl için tarımsal ürün bazında alınmıştır. Tarım ürünlerinin tanımlanması ve sınıflandırılması için Dünya Ticaret Örgütü'nün belirlediği HS (Harmonized System) kodları kullanılarak tarım ürünleri kategorize edilmiştir. Bu sınıflandırma, çalışmanın uluslararası kabul görmüş bir veri standardıyla uyumlu olmasını sağlamış ve tarımsal ürünlerin ticaret analizine odaklanmayı mümkün kılmıştır. HS kodları, ürünlerin ticaretine ilişkin detaylı bilgi sunarak tarım sektörü ürünlerinin kapsamını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır.

Çalışmada endüstri içi ticaret oranlarının yıllık olarak hesaplanması amacıyla Grubel-Lloyd Endeksi kullanılmıştır. Bu endeks, Türkiye'nin her bir tarım ürünü bazında ihracat ve ithalat değerleri üzerinden hesaplanarak endüstri içi ticaret seviyesini belirlemektedir. Endeks değeri, iki sektör arasındaki ticaretin ne kadarının endüstri içi ticaret olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir. Çalışmanın veri analizi sürecinde kullanılan Grubel-Lloyd Endeksi ile Türkiye'nin tarımsal ticaret yapısının farklı yıllar boyunca nasıl değiştiği karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu yöntemsel yaklaşım, Türkiye'nin tarımsal ürün ticaretindeki yapısal değişimleri ve rekabet gücünü ortaya koymada etkili olmuştur.

Bulgular: Bu çalışmada, Türkiye'nin 2002-2022 yılları arasındaki tarımsal ticareti analiz edilerek endüstri içi ticaret yapısı ve uluslararası rekabet durumu detaylı bir şekilde incelenmiştir. Grubel-Lloyd Endeksi kullanılarak hesaplanan endüstri içi ticaret oranları, Türkiye'nin tarımsal ticaretinde yüksek bir seviyeye ulaştığını göstermektedir. Ortalama endeks değeri 0,88 olan bu oran, Türkiye'nin tarım sektöründe birçok ürün grubunda hem ithalat hem de ihracat gerçekleştirdiğini ve bu ürünlerin aynı endüstri kapsamında ticaretinin yapıldığını ortaya koymaktadır. Özellikle 2008 yılında endüstri içi ticaret oranının zirveye ulaşması, o dönemde Türkiye'nin tarımsal ihracat ve ithalat dengesinin iyileştiğini ve ticaret yapısında önemli bir artış kaydedildiğini göstermektedir.

Araştırmada, Türkiye'nin başlıca tarımsal ticaret ortaklarının çoğunlukla gelişmiş ve yüksek gelirli ülkeler olduğu tespit edilmiştir. ABD, Almanya, Hollanda ve Fransa gibi ülkeler, Türkiye'nin tarım ticaretinde en fazla değer kazandığı ticaret ortakları arasında yer almakta ve bu ülkeler, tarımsal ürün ticaretinde güçlü bir rekabet avantajına sahiptir. Bulgular, Türkiye'nin uluslararası tarımsal piyasalarda rekabet gücünün sınırlı olduğunu ancak teknoloji ve markalaşma gibi faktörlerle tarım sektöründe katma değer yaratma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmesi için tarım ürünleri ihracatında kaliteye dayalı stratejik bir yaklaşımı benimsemesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Çalışmada ayrıca, Türkiye'nin bazı ürün kategorilerinde endüstri içi ticaret yapısına sahip olduğu belirlenmiştir. Örneğin, sebze ve meyve gibi ürünlerde Türkiye ihracat hacmini artırırken, tahıl gibi diğer ürünlerde ithalat daha baskın bir durumdadır. Bu durum, Türkiye'nin sebze ve meyve ticaretinde rekabet avantajına sahip olduğunu ve bu ürünlerin uluslararası piyasalarda daha güçlü bir konumda olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte tahıl ürünlerinde ithalatın yüksek olması, Türkiye'nin tarımsal ticarete bazı ürün gruplarında kendi kendine yeterliliğinin düşük olduğunu göstermektedir. Araştırma bulguları, Türkiye'nin tarım sektörü gelirlerini artırmak ve gelişmiş ülkelerle rekabet gücünü yükseltmek için markalaşma ve teknolojiye yatırım yapmasının önemini vurgulamakta olup, uzun vadeli stratejiler geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Sınırlılıklar: Bu araştırmanın sınırlılıkları, kullanılan veri kaynakları ve analiz kapsamıyla ilgilidir. Veriler Birleşmiş Milletler Comtrade veri tabanından elde edilmiştir; ancak, bu veri tabanının güncellenme sıklığı ve veri girişlerindeki olası eksiklikler analiz sonuçlarını etkileyebilir. Ayrıca, tarımsal ürünlerin tanımlanması için Dünya Ticaret Örgütü'nün HS kodları kullanılmıştır, ancak bazı ürünlerin tarım ürünü olup olmadığı konusunda ülkeler arasında farklılıklar bulunabilir, bu da sonuçların tutarlılığını sınırlayabilir. Çalışma, yalnızca 2002-2022 yıllarını kapsamakta olup, küresel krizler, pandemiler ve politik değişikliklerin tarım ticaretindeki etkisi sınırlı bir perspektifte ele alınmıştır. Bu durum, sonuçların yorumlanmasında dikkate alınması gereken önemli bir kısıtlama oluşturmaktadır.

Öneriler: Bu araştırma, Türkiye'nin tarım sektöründe endüstri içi ticaret yapısını analiz ederek teorik, uygulamaya yönelik ve sosyal açılardan önemli çıkarımlar sunmaktadır. Teorik olarak, çalışma Türkiye'nin tarımsal ticaret yapısını Grubel-Lloyd Endeksi ile inceleyerek endüstri içi ticaret teorisine katkı sağlamaktadır. Bu analiz, gelişmekte olan ülkelerin, özellikle de tarım sektöründe rekabet gücüne sahip olmayanların, katma değer yaratma stratejileriyle gelir düzeylerini artırabileceğini göstermektedir. Araştırmacılar, bu modeli diğer gelişmekte olan ülkelerin tarım sektörü için de uygulayarak sonuçları karşılaştırabilir ve tarımsal ticaret literatürüne yeni açılımlar getirebilir.

Uygulama açısından, araştırma Türkiye'nin tarım sektöründe rekabet avantajı sağlamak için teknoloji ve markalaşma gibi stratejik yatırımlara odaklanması gerektiğini vurgulamaktadır. Tarım sektörü ihracatını artırmak için, tarımsal ürünlerin kalite standartlarını yükseltmek, ürün çeşitliliğini artırmak ve özellikle ihracatta ürün değerini artıracak markalaşma çalışmaları yapmak önerilmektedir. Bunun yanı sıra, tarımsal araştırma-geliştirme faaliyetlerinin artırılması, yeni tohum teknolojileri, sürdürülebilir üretim yöntemleri ve verimlilik artışı açısından büyük önem taşımaktadır. Tedarik zincirlerinin güçlendirilmesi, özellikle soğuk zincir altyapısı, lojistik ve depolama sistemlerinin geliştirilmesi yoluyla ürün kayıplarını azaltarak dış pazarlara erişimi kolaylaştırabilir. Bu bağlamda, politika yapıcılar tarım sektörüne yönelik destek programlarını bu stratejiler doğrultusunda güncelleyebilir ve tarımsal inovasyonlara yatırım yaparak sektörün küresel rekabet gücünü artırabilir.

Özgün Değer: Bu çalışma, Türkiye'nin tarım sektöründe endüstri içi ticaret yapısını uzun dönemli bir perspektifle inceleyen ilk araştırmalardan biri olarak özgün bir katkı sunmaktadır. 2002-2022 yıllarını kapsayan bu analiz, Türkiye'nin tarımsal ticaretteki rekabet gücünü ve uluslararası piyasalardaki konumunu değerlendirmek üzere Grubel-Lloyd Endeksi'ni kullanarak yapılmıştır. Çalışma, tarım sektörünün gelişmiş ülkelerdeki önemi ve Türkiye'nin bu ülkelerle kıyaslandığında karşılaştığı zorluklara dikkat çekmekte; böylece tarımsal ticaret ve politika alanında yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

Ayrıca, araştırma bulguları, tarım sektörünün teknoloji ve markalaşma yoluyla katma değer yaratma potansiyeline vurgu yaparak, gelişmekte olan ülkelerin tarımsal ticarete rekabet avantajı elde etmeleri için stratejik bir yol haritası sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışma gerek akademik alanda gerekse politika yapıcılar ve tarım sektörü aktörleri için uygulanabilir stratejiler önererek tarımsal ticaret literatürüne katkıda bulunmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Instagram Paylaşımlarının Stratejik İletişim Bağlamında Göstergebilimsel Analizi*

Gözde KURT YILMAZ¹ Semih YÜKSEL²

Başvuru Tarihi/Submitted: 17.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 25.02.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Komutanlıklarının 24 Ağustos 2021 ile 24 Ağustos 2022 tarihleri arasında resmi Instagram hesaplarından paylaştıkları fotoğrafların, Barthes ve Peirce'in göstergebilimsel analiz yöntemleri ile analiz edilerek, hedef kitleye iletmek istedikleri mesajların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Komutanlıklarının Instagram'da esas hedef kitle olarak mevcut personelini belirlemiş olsa da bünyelerine katılabilecek kişileri, kendi ülke halkını ve diğer ülke halklarını da hedef kitle olarak değerlendirdiği tespit edilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri, kendi personeline yönelik paylaşımlarında; personeli motive edici, güçlendirici, aidiyet duygusunu geliştirici, kurum içi düzenlemelerden haberdar olma süresini azaltmayı hedefleyen, personelin gelişimine katkı sağlayarak yol gösteren, birlik ve beraberlik ile dayanışmayı artıran mesajlar iletmıştır. Kendi personeli haricinde hedef kitle belirlendiğinde ise; din, dil, renk, ırk ayrımı yapılmaksızın insana değer veren ve onların güvenliğini sağlayan, lider ordu konumuyla her yerde mevcut birlikleri bulunan, ordu teknolojisi gelişmiş, tarihini canlı tutarak ondan güç alan, orduya hizmet verenlerin değer gördüğü, aile olarak orduya adanmış hayatları barındıran, devlet ile ordunun bütünleşerek devlet stratejisinin ilerletildiği, güçsüzün fakat haklının yanında bulunulduğuna ilişkin mesajlar iletildiği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Stratejik İletişim, Sosyal Medya, Sosyal Medya Kullanım İlkeleri, Göstergebilim, Askerî Kurum.

* The study is derived from Semih Yüksel's master's thesis prepared under the supervision of Dr. Gözde Kurt Yılmaz. Bu makale, Semih Yüksel'in Dr. Gözde Kurt Yılmaz danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1 İstanbul Beykent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya Bölümü, gozdekurt@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7358-9475

2 Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar ve Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Stratejik İletişim Tezli Yüksek Lisans Programı, as_yuksel3219@hotmail.com, ORCID: 0009-0006-2422-9346

Semiotic Analysis of United States and United Kingdom Land Forces Instagram Posts in the Context of Strategic Communication

Abstract

This study aims to analyze the photographs shared by the US and UK Army Commands on their official Instagram accounts between August 24, 2021 and August 24, 2022, using the semiotic analysis methods of Barthes and Peirce, to determine the messages they want to convey to the target audience. Although the US and UK Army Commands have determined their current personnel as the main target audience on Instagram, it has been determined that they also consider people who can join their staff, their own country's people, and the people of other countries as target audiences. In their posts aimed at their personnel, both the US and UK Army Land Forces convey messages aimed at motivating, empowering, fostering a sense of belonging, reducing awareness gaps regarding internal regulations, guiding personnel development, and promoting unity, solidarity, and camaraderie. Beyond their own personnel, when identifying target audiences, they convey messages that value individuals regardless of religion, language, color, or race, ensuring their safety, and maintaining a leadership position globally with technologically advanced armies. They emphasize maintaining their historical heritage for strength, valuing those who serve in the army, fostering lives dedicated to the army as a family, integrating with the state to advance state strategy, and standing by the weak and righteous.

Keywords: Strategic Communication, Social Media, Social Media Usage Principles, Semiotics, Military Institution.

JEL Kodu: D83

Giriş

Kuruluş amacı ve görev alanı gereği diğer kurumlara nazaran yapısı ve işleyişi daha az görünür olan askeri kurumlar, sosyal medya uygulamaları ile kendilerini ifade etme imkânı bulmakta, ucuz ve kolay bir yol ile hedef kitleye erişim sağlamaktadır. Askeri personelin bir iş gününü nasıl geçirdiği, eğitim, atış, spor faaliyetlerini icra safhaları, kurum içerisinde personele sağlanan kariyer ve sosyal yaşam olanakları, barışta ve savaşta ifa edilen faaliyetler, kurum personeli olmanın değerliliği gibi örnekleri çoğaltılabilecek içeriklerin sosyal medya vasıtasıyla hedef kitleye aktarılması askeri kurumlara kendilerini anlatma fırsatı sunarken, askeri hayatın ayrıntılarını belirleyen günlük ve sıradanlaşan faaliyetlerin anlatımı, hedef kitlenin mikro seviyede dönüşümüne katkı sağlamaktadır.

Stratejik iletişim pratiklerinde hedef kitle analizini takip eden süreçte, hedef kitlenin zihnine ve kalbine hitap edebilmenin önemi düşünüldüğünde, görseli merkeze alarak iletilen mesajı metinle desteklemeyi sağlayan Instagram askeri kurumlar tarafından tercih edilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri resmi hesap olarak Facebook, Twitter, YouTube ve Instagram uygulamalarını, Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri resmi hesap olarak Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn ve Instagram uygulamalarını aktif olarak kullanmakta olup, araştırmanın kapsamını, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin resmi Instagram hesaplarından yapılan paylaşımlar oluşturmaktadır. Bu paylaşımlar, askeri alandaki stratejik iletişimin görsel yönünü analiz etmek ve askeri kurumların sosyal medya kullanımını anlamak için önemlidir.

Çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Komutanlıklarının 24 Ağustos 2021 ile 24 Ağustos 2022 tarihleri arasında resmi Instagram hesaplarından paylaştıkları fotoğrafların, Bartles ve Peirce'in göstergebilimsel analiz yöntemleri ile analiz edilerek, hedef kitleye iletmek istedikleri mesajların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Stratejik iletişim bağlamında, bu tür analizler, askeri güçlerin sosyal medyada nasıl bir stratejik iletişim yaklaşımına sahip olduğunu anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Zira, günümüzde sosyal medya, askeri güçlerin ulusal ve uluslararası düzeydeki imajlarını inşa etmeleri, halkla ilişkiler stratejilerini yürütmeleri ve toplumsal destek yaratmaları için güçlü bir araç haline gelmiştir.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde, göstergebilimsel analiz yöntemine ilişkin kuramlar ve anlamlandırmalar ele alınmaktadır. Üçüncü bölümün iki alt başlığında, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Komutanlıklarının kendi organizasyonları için belirledikleri sosyal medya kullanım ilkeleri aktarılmaktadır. Araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları ve yönteminin ifade edildiği dördüncü bölümde, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin Instagram paylaşımlarının göstergebilimsel analizine yer verilmekte ve sonuç kısmında analize ilişkin bulgular değerlendirilerek çalışma noktalanmaktadır.

Göstergebilim Kuramları

İletişim sürecinde iletilen mesaj, ses (fonem), anlam (semantik), söz dizimi (sentaks) ve dilin kullanımını (pragmatik) içeren dilsel öğelerin haricinde, çeşitli jestler, konuşma ve duyma engelli bireylerin alfabesi, trafik işaretleri, denizcilerde olduğu gibi bazı meslek gruplarının kullandığı flamalar, afişler, mimarlık düzenlemeleri, moda, resim, müzik, edebiyat gibi dil dışı öğelerden de oluşabilmektedir. İletilen mesajda farklı birimlerden oluşan dizgeler belli kurallar ile işleyen ve gösterge olarak adlandırılan anlamlı bir bütünü teşkil etmektedir (Rifat, 2009, s. 12). İletişim sürecinin bir parçası olan göstergeler, bir düşüncüyü ve görüşü aktarmada sıklıkla kullanılmaktadır. Göstergeler, birey ya da herhangi bir grup için anlam ifade ettiği sürece göstergebilim tarafından inceleme konusu olmaktadır.

Göstergebilim, sıklıkla kullanılan göstergeler ile ilgilenen, anlam, anlamlama ve anlamın üretilmesi etkinliklerini içermektedir (Günay, 2008). Göstergeler arası anlam ilişkisini inceleyerek, bağlantı kuran iletişim mekanizmasını araştıran göstergebilimin geniş bir çalışma alanını kapsamaması, literatürde alana ilişkin bakış

açılarının çeşitlilik göstermesini sağlamaktadır (Erkman, 1987, s. 30). Evrende bulunan her nesne, varlık, davranış bir anlam iletmekte, alımlama sürecinde kişinin zihinsel süzgecinde bir anlam oluşturmaktadır. Kendilerine özgü iletişim işlevi bulunan söz konusu nesne, varlık, edimler özel bir iletişim değeri bulundurmakla birlikte içerdiği özel sistemler göstergebilim kuramlarında yer bulmaktadır (Uçan, 2008, s. 113).

Çağdaş manada göstergebilimin Saussure ile birlikte öncüsü olarak belirtilen Peirce, olguların tamamını kapsayan bir kuram tasarlayarak, mantıkla özdeşleştirdiği bu kurama “semiotic” adını vermiştir. Peirce bilimsel incelemeler için genel bir kuram olarak gördüğü göstergebilimi üç dala ayırmaktadır: 1. Salt dilbilgisi, 2. Gerçek anlamıyla mantık, 3. Salt sözbilim (retorik) (Peirce’den aktaran Rifat, 1998, s. 114). Saussure gibi, yaptığı çalışmaları ölümünden sonra toparlanarak yayımlanan Peirce (Peirce’den aktaran Rifat, 1998, s. 115) göstergeyi “Bir kişi için herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir bakımdan ya da sıfatla tutan bir şeydir. Birine yöneliktir, farklı bir anlatımla, söz konusu kişinin zihninde aynı değerli bir gösterge veya gelişmiş bir gösterge yaratır. Zihninde bunu yaratan kişi göstergenin yorumlayanıdır. Gösterge bir şeyin yani nesnenin yerini tutar. Muhakkak yerini tutma kavramını, her yönüyle yerini tutma olarak değil, göstergenin temeli olarak adlandırılabilir bir çeşit düşünce aktarımının yapılması bakımından tutmaktadır.” cümleleriyle açıklamaktadır. Göstergebilimin üç dala ayrılmasını; göstergenin temeli, nesnesi ve yorumlayanı olarak ifade ettiği üç şeye bağlı olmasına dayandıran Peirce (2020, s. 233-234), göstergeleri üçlükler şeklinde sınıflandırmaktadır. Buna göre, bir gösterge görüntüsel gösterge (ikon), belirti ya da simge olarak adlandırılabilir. Çağlar, Peirce tarafından ifade edilen görüntü göstergesi (ikon), belirti (index), sembol (symbol) kavramlarını aşağıda belirtildiği şekilde açıklamaktadır (Çağlar, 2012).

Görüntü göstergesi (ikon): Nesnesi ile arasında ilişki bulunan görüntü göstergesi (ikon), geometrik bir şeklin çizgisini temsil eden kalemle çizilmiş çizgi örneğinde olduğu gibi işaret ettiği şeyi direkt olarak temsil etmektedir.

Belirti (index): Gösterileniyle doğrudan ilişkisi bulunan belirti, nesnesi ortadan kalktığında, gösterge yapan özelliğini yitirecek olan göstergedir.

Sembol (Symbol): Yorumlayanı bulunmadığında gösterge yapan özelliklerini yitirecek olan göstergedir. Kişiler arasında uzlaşmaya dayalı bir gösterge olarak ifade edilmektedir.

Peirce’a göre, somut algılamasını zihnimizde göstergelerle canlandırarak gerçekleştirdiğimiz bir gerçeklik bulunmaktadır. Göstergeler çevremizde yaşananları algılamayı ve gerçekliğini tanımlamayı sağlamaktadır. Bilgiye göstergeler aracılığıyla ulaşılabilir. Göstergeler vasıtasıyla elde edilen bilgi, işlevi ve yaşama uygulanabilirliğine göre değer kazanır. Peirce bu durumu “pragmatik” kavramıyla açıklamaktadır. Yani elde edilen bilginin değeri, ne düzeyde pragmatik olmasıyla, bir başka ifadeyle yaşam içerisindeki uygulanabilirlik düzeyi ile yakından ilişkilidir (Güngör, 2020, s. 245).

Barthes ise, göstergebilime yaklaşımında Saussure’den yararlanmakla birlikte, onun, dilbilimi göstergebilimin alt dalı olarak ele alınacağı değerlendirilmesinin aksine, göstergebilimi dilbilimin bir alt bölümü olarak kabul etmektedir. Bunun sebebi olarak mutfak, moda, yazın, görüntü gibi gösterge dizgelerinin dil desteğinden bağımsız bir gerçekliğinin bulunduğu inanmamasıdır (Rifat, 1998, s. 162).

Bütün yapıları öncelikli olarak birer metin olarak ele alan Barthes için metin, merkezi konumda bulunmaktadır. Metinlerin içerdiği göstergelerin oluşturduğu anlamların çözümlenmesiyle insana ve topluma ilişkin birçok bilgiye ulaşılabilir. Anlamı merkeze alan yaklaşım, anlamlama kavramıyla göstergebilime bağlanırken, Barthes tarafından öne çıkarılan kavram yan anlam olmakta ve bu kavramla anlatmak istediği şeyin ise mitler olduğu görülmektedir. Göstergelerin mitsel anlamlarını kültürel değerlerin yansıması olarak ele alırken mitleri ideolojik amaçların iletilmesinde kullanılmaya elverişli iletişim sistemi olarak değerlendirmektedir (Güngör, 2020, s. 254). Metinlerin üretilmesine ilişkin olarak üretimi gerçekleştiren özneyi görmezden gelen Barthes, metinlerin daha önce üretilen metinler üzerine kurulan yapılar olduğunu, birbirlerinden beslenen pek çok metnin yeni bir metin oluşturduğunu ve bu yapısı itibarıyla her metnin metinlerarasılık özelliğinin bulunduğunu ifade etmektedir. Bu bakış açısıyla, üretilen her metin zamanla kendi üreticisinin yerini almakta ve kendilerini üreten bir özne olmaktadır (Güngör, 2020, s. 254).

Göstergebilimde Anlamlandırma

Anlamlandırma, alıcı kitlenin, daha açıklayıcı ifadeyle dinleyen, izleyen ya da okuyan kişilerin, iletilen bir konunun bu kişiler tarafından algılanma biçimini ifade etmektedir. Anlamlandırma sürecini alıcının düşünsel yeteneği, algılama biçimi, kültürel birikimi gibi faktörler etkilemektedir. Alıcının, kaynak tarafından verilmek istenen mesajı, verilmek istenen şekilde anlamlandırabilmesi için belirli bir bilgi birikimine sahip olması ve kültürel seviyede bulunması gerekmektedir. Dolayısıyla anlamlandırma sürecinde, sahip olunan değerler, inanç ve düşünce yapısı alıcıyı yönlendirmektedir. Göstergebilimin inceleme alanında anlamlandırma, göstergeyi oluşturan öğelerin birbirleri ile etkileşiminin ifadesi olarak nitelendirilirken, gösterge, anlam amacının bir belirtisi olarak değerlendirilmektedir (Guiraud, 1994, s. 39).

Yakın dönem göstergebilimciler göstergeleri tek başına değil, göstergebilimsel dizgeleri oluşturan bütünün bir parçası olarak ele almaktadır. Bir başka ifadeyle, anlamın oluşturulmasını inceledikleri gibi gerçekliğin oluşturulması ve devam ettirilmesiyle de ilgilenmektedir. Anlambilim ve göstergebilim, göstergelerin anlamlarını araştırmaları bakımından benzerlik taşımakla birlikte, anlambilim kelimelerin ne ifade ettiği ile ilgilenirken göstergebilim göstergelerin nasıl anlamlandırıldığıyla ilgilenmektedir (Güneş, 2012, s. 34). Göstergebilim anlam evrenini çözümlemeyi hedeflemektedir (Günay, 2002, s. 11). Göstergebilimde anlam, metinde yer alan unsurların farklılıklarından oluşmaktadır. Metinde anlam oluşturan farklılıkların düzenlenmesine ilişkin yöntem ve kuramları öğreten göstergebilim, anlama ulaşmada izlenecek adımları göstermektedir. Metni doğrulukla anlamak ancak bu yöntem ve kuramlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir (Güneş, 2012, s. 42).

Barthes'ın (2021, s. 84) göstergebilim çalışmalarında anlamlandırma iki düzey olarak konumlanmaktadır: düz anlam ve yan anlam. Bu iki kavram, anlamın nasıl oluşturulduğu ve yorumlandığı konusunda önemli bir çerçeve sunar. Düz anlam, gösterge ile doğrudan ilişkili anlamdır ve genellikle herkes tarafından aynı şekilde anlaşılır. Bu ilk anlamlandırma düzeyi, Saussure'nin çalışmalarında yansıyan, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki ile dış dünyadaki göndergesiyle gösterge arasındaki ilişkiyi betimleyen, kendisi tarafından da düz anlam olarak ifade edilen düzeydir (Fiske, 1990, s. 85-86).

Yan anlam, düzanlaman ötesinde, göstergelerin içinde saklı olan metaforik anlamlar ve toplumsal anlamlar içerir. Barthes'a (2017, s. 93) göre, bu anlamlar, göstergelerin kültürel bağlamda nasıl yorumlandığı ile ilgilidir. Örneğin bir fotoğrafta yer alan kişiyi tanıyorsak ya da nesne hakkında bilgimiz varsa bunlar hakkında zihnimize canlanan somut biçimde kendileri değil, onlar hakkındaki algımız ve bizlerdeki imgeleridir. Kişiler ya da nesneler hakkında var olan bilgiler, kültürel edinimler sonucunda zihnimize canlanmaktadır (Erkman, 1987, s. 63-70). Barthes, yan anlamın anlamlandırılmasında kültürel bağlamın önemine dikkat çeker. Aynı gösterge, farklı kültürlerde farklı anlamlar taşıyabilir. Bir sembol ya da gösterge, belirli bir kültürel grupta bir anlam taşıırken, başka bir kültürel grupta farklı bir anlam taşıyabilir. Bu da anlamın bağlama dayalı bir özellik gösterdiğini, dolayısıyla sabit bir anlamın olmadığını gösterir. Örneğin, bir askeri üniforma, bazı toplumlarda sadece bir kıyafet olabilirken, başka bir toplumda bu üniforma gücü, otoriteyi ve hiyerarşiyi simgeleyen bir anlam kazanabilir (Barthes, 2016, s. 17).

Stratejik İletişim Açısından Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin Sosyal Medya Kullanım İlkeleri

Sosyal medya, kişisel ve kurumsal olarak yoğun bir şekilde kullanılan iletişim aracıdır. Her geçen gün kullanım oranlarının artış gösterdiği sosyal medya platformlarında (Datareportal, 2024; Dixon, 2024), devlet kurumları da önemli oranda yer almaya başlamıştır (Mainka, Hartmann, Stock ve Peters, 2014). Bu platformlar, devletlerin kamuoyuyla etkileşim kurma, kriz yönetimi yapma ve ulusal güvenlik politikalarını topluma duyurma anlamında kritik bir araç haline gelmiştir.

Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık gibi ülkelerin askeri unsurları, sosyal medyayı kullanarak hem iç kamuoyunu bilgilendirmekte hem de dışa dönük stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejiler, yalnızca

askeri operasyonların başarılı bir şekilde anlatılmasından öte, psikolojik harekât, propaganda ve bilgi savaşları gibi daha derin taktiksel yaklaşımları da içermektedir.

Sosyal medyanın etkin bir şekilde kullanılması, devletlerin kendi değerlerini ve politikalarını küresel ölçekte duyurabilmelerine olanak tanırken, aynı zamanda ulusal güvenliği sağlama çabalarını da güçlendirmektedir. Günümüzde sosyal medya araçlarını etkin olarak kullanan Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri unsurlarının, bireysel ve kurumsal olarak kullanım sırasında dikkat ettikleri ilkeler stratejik iletişim bakış açısıyla müteakip bölümlerde açıklanmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri sosyal medya kullanım ilkeleri

Kendi hikâyesini aktarmada sosyal medyayı güçlü bir araç olarak nitelendiren Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri, sosyal medya kullanımına ilişkin ilkelerini ifade eden dokümanları internet sitesinde “İlkelere ve Rehberlik” başlığı altında paylaşmaktadır (“U.S. Army”, t.y.).

Kitleler ile direkt olarak iletişime geçme imkânı sağlarken aynı zamanda bu imkânın sorumluluğunu hissettiren sosyal medya, Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri tarafından kendisini açıkça ifade etmek ve bilgi paylaşmak amacıyla kullanılmaktadır. Sosyal medya araçlarının kullanımında yapılacak hataların, Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri’nin itibarını, Amerikan halkı nezdinde, kurumlar arası veya uluslararası çerçevede zayıflatabileceği bilincinde olarak, resmi sosyal medya hesaplarının kullanımına ilişkin Amerikan Savunma Bakanlığı tarafından belirlenen aşağıdaki altı ana ilkeyi esas almaktadır (“United States of America Department of Defense”, 2022):

a. Yönetim esası

Resmi sosyal medya hesaplarının kullanımı ve yönetimi, Savunma Bakanlığı ilgili birimleri tarafından denetlenmekte, Kara Kuvvetlerinin hesap yöneticilerine tüm sosyal medya platformlarında Bakanlığın amaç ve hedefleriyle uyumlu kullanım esasları hakkında destek verilmektedir.

b. Profesyonellik

Resmi sosyal medya içeriklerinin kurumun bir yansıması olduğu düşüncesinden hareketle, içerik iyi tanımlanmalı ve önceden belirlenen hedefleri karşılamalıdır. Resmi sosyal medya hesaplarını yöneten görevliler, saygılı, duyarlı, samimi olmalı ve sosyal medya hesaplarında, herhangi bir görevde veya herhangi bir platformda uyguladıkları yüksek standartta profesyonel ve etik davranışların tümünü, hesap yönetim sürecinde de uygulamalıdır. Yayınlanan içerikler, izleyicilerin ilgisini çekmeli, bir yönüyle ilham vermeli ve onlarla etkileşime geçmelidir. Saldırgan, kırıncı veya uygun olmayan hiçbir içerik yayınlanmamalı, kurumun kamu güveninin iyi bir temsilcisi olarak kalma çabalarını hiçbir zaman zedelememelidir. Resmi sosyal medya hesapları, devlete ait olmayan kuruluşları veya kişisel mali çıkarları desteklemek için kullanılmamalıdır. Resmi sosyal medya hesaplarını yöneten kişiler, sadece kurumun atamalı personeli tarafından görevlendirilmelidir. İçerik yayınlamaya, görevlendirilen yetkili personel haricinde izin verilmemelidir.

c. Yerindelik

Resmi sosyal medya hesaplarından yayınlanan içerikler doğruyu göstermeli ve gerçeği yansıtmalı, içerikler, hedef kitleye göre belirlenen en uygun sosyal medya platformunda, en uygun zamanda, şiddeti ve yoğunluğu iyi bir biçimde ayarlanarak, operasyon güvenliğini ya da bilgi güvenliğini tehlikeye atmayacak biçimde yayınlanmalıdır.

ç. Keskin zekâ

Resmi sosyal medya hesap yöneticileri, iletişim hedeflerini anlama ve uygulama becerisiyle birlikte, içinde bulunduğu dönemin sosyal medya taktikleri, en iyi uygulamalar ve trendlerde proaktif olarak güncelliği korumalıdır. Ayrıca, sosyal medya hesap yöneticileri, operasyon güvenliği eğitimi kapsamında verilecek

eğitimleri başarıyla tamamlamalı ve sosyal medya platformunun kullanımında etkili kalabilmek için hızlı hareket etmeye ve gelişen yetenekleri akılcıca uygulamaya hazır olmalıdır.

d. Kurum ihtiyaçlarını karşılama

Yeni resmi hesaplar, yalnızca belirli bir iletişim sonucunun mevcut hesaplar veya diğer iletişim araçları tarafından yerine getirilememesi durumunda açılmalıdır. Daha fazla hesap açılması daha iyi bir iletişim sağlanacağı anlamına gelmemektedir.

e. Şeffaflık

Sosyal medya hesap yöneticileri, olgusal veya yazım hatası, bir yasanın, politikanın, hizmet şartının veya kullanıcı sözleşmesinin ihlali veya bir operasyon veya bilgi güvenliği endişesi olmadıkça, sosyal medya içeriğini resmi sosyal medya hesaplarından kaldırmayacaktır. İçeriğin kaldırılması, kurumun imajını olumsuz etkilediği, tartışmalı bir konuyu bastırmak veya farklı sesleri bastırmak ya da takipçileri bir sorunun önemsiz olduğuna inandırmak amacıyla yapılıyor izlenimi veriyor ise kurumun itibarına zarar verecektir. Bu nedenlerle içeriğin kaldırılması işlemi, genel kamuoyu tarafından onaylanacak bir şekilde olmalı, kaldırma eylemi hakkında takipçilere şeffaf ve doyurucu açıklamalar yapılmalı; sosyal medya yöneticileri, bu tür bir kaldırma işlemiyle ilgili olarak takipçileri ısrarla izlemeli, iletişim kurmalı ve ihtiyaç olduğunda duyarlı bir şekilde onlarla etkileşim kurmalıdır.

Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri, askerler ve aile üyeleri, kurumda çalışan sivil personel ve kamuoyu ile doğru ve güvenilir bilginin ulaşılabileceği bir ortamı sosyal medyada iletişime geçerek oluşturmaktadır. Kurumun en iyi ve etkili mesaj ileten unsuru olarak askerlerin günlük davranışlarını içeren paylaşımlar, sosyal medyanın özellikleri sayesinde kurumun hikâyesini doğal bir süreç içerisinde aktarmasını sağlamaktadır (“Office of the Chief of Public Affairs”, 2016). Sosyal medyanın gerek bireysel kullanım gerekse kurumsal kullanım olarak belirli düzenlemeler çerçevesinde yürütülmesini öngören kurum, sosyal medya hesaplarının yönetim sürecinde belirlediği hedef kitleyi dinlemeyi, kendileriyle iletişime geçmeyi, beklentilerinin ne olduğu hususunun iyi bir biçimde belirlenerek duyurmak istedikleri sese karşılık vermeyi sosyal medya hesaplarının yönetilmesi sürecinde esas olarak benimsemektedir (“Office of the Chief of Public Affairs”, 2016).

Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri sosyal medya kullanım ilkeleri

Birleşik Krallık toplumu gibi Kara Kuvvetleri de günlük yaşamı sürdürmek, iletişim halinde olmak ve çevrimiçi varlığını oluşturmak için akıllı teknoloji aracılığıyla her zamankinden daha fazla bağlılığı esas almaktadır. Sosyal medya politikası olarak, çevrimiçi iletişimin etkisini en üst düzeye çıkarmanın yanı sıra Kara Kuvvetlerinin sosyal medyayı kullanırken halen görevde olan veya emeklilik, istifa gibi sebeplerle görev dışında bulunan tüm personelin uygulamasını bekledikleri davranışları ‘Sosyal Medya Rehberi’ başlığı altında paylaşmaktadır (“British Army”, t.y.). Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Sosyal Medya Kullanım İlkelerinin yer aldığı kılavuz; söz konusu ilkeleri neden benimsedikleri, en iyi şekilde sosyal medyanın nasıl kullanılacağı, sosyal medyanın farklılaşan uygulamalarını uygun ve güvenli bir şekilde kullanma, kişisel hesap kullanımı, resmi hesap kullanımı, kullanıcılara ve yasalara saygı bölümlerinden oluşan bir şekilde Eylül 2018’de yayımlanmıştır. Sosyal medya kullanımı, amaca ve hedefe yönelik olumlu sonuçlar alınmasını sağlayan bir güç olabileceği gibi, Kara Kuvvetlerinin, asker şahısların, ailelerinin ve sevdiklerinin kazanılması zor olan itibarlarının istismar edilebileceği bir dijital ayak izi oluşturmaktadır. Sosyal medya, Kara Kuvvetlerine iş gücü içinde hızlı ve doğrudan iletişim kurulmasının oldukça etkili yollarını sunmaktadır. Bu noktada, yapılan araştırmalarda en iyi olarak nitelendirilen iletişimlerin düşük rütbeli askerler tarafından otantik bir biçimde dijital kanalları kullanarak gerçekleştirilen iletişimin olduğu ifade edilmektedir (“British Army”, t.y.). Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri, savaş gücü yapısıyla, güvenilirliğini, çalışma özgürlüğünü ve çalışanlarının potansiyelini gerçekleştiren modern bir işveren, çekiciliğini korumak için itibarına özen gösteren bir kurum

olarak, hakkında bilgilendirme sağlayacak içeriklerin sayısını sosyal medyada arttırmak amacıyla subaylar başta olmak üzere tüm personelini teşvik etmekte ve desteklemektedir.

Dijital ortamda yapılan her paylaşımın, gönderilen her mesajın bir iz bıraktığını, gizlilik içerisinde iletişimin sürdürülmediğini, kurumun itibarını ya da operasyonun gizliliğini tehlikeye atacak durumlardan sakınılması gerektiğini ifade eden ilkeler hem kişisel hesaplar hem de kurumsal hesapları kapsayacak şekilde kılavuzda yer almaktadır.

Kurumsal hesaplar, kurumdaki çalışmaların düzenli olarak yayınlanmasını sağlamaktadır. Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinde resmi sosyal medya hesabına sahip olabilmek için kurumun medya ve iletişim kayıtlarında yer almak ve ilgili birimler tarafından onaylanmak gerekmektedir. Medya ve iletişim biriminde görevli dijital ekip, hesabın ismi, profil fotoğrafı, uygun güvenlik ayarları, yaklaşım tarzları, içerikler, paylaşım tonu ve en iyi etki konusunda yardımcı olmaktadır ("British Army", t.y.). Resmi hesaba sahip olan birimlerin dikkat etmesi gereken hususlar, kılavuzda şu şekilde belirtilmektedir ("British Army", t.y.):

- a. Resmi hesaplar kişisel aygıtlardan yönetilecek ise erişimi şifreleme ile korunan, güncel bir antivirüs programı bulunan ve cihazı parmak izi ile aktif hale getirebilecek şekilde tedbir alınmalıdır.
- b. Hesap muhakkak Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri resmi işaretini taşımalıdır. Kendi logosunu da hesap fotoğrafı olarak kullanmak isteyen birimler medya ve iletişim birimi ile koordine ederek entegrasyonu sağlamalıdır.
- c. Hesapların nasıl kullanılacağına dair bir plan olmalı ve hedefler belirlenmelidir. Özellikle Twitter ve Instagram gibi, zaman alan platformların yönetiminde, sosyal medya etkisini arttırmak maksadıyla, nitelikli kişilerin, günün önemli bir bölümünü bu husus için ayırarak çalışması gerekmektedir.
- ç. Hesap yöneticileri kurumun değerlerinden, iletişim politikasından, dijital kullanım ilkelerinden farklı olarak paylaşımlarda bulunmayacaktır.
- d. Tüm resmi hesapların birbirleriyle etkileşim içerisinde olması her birimin göndereceği mesajın etkisini ve yayılımını arttıracaktır. Ayrıca, beğeni butonunu tıklamak, yorum yapmak ve yeniden paylaşım yapmak konusunda seçici davranılmalı, resmi olmayan hesapların paylaşımları ile etkileşime girmekten kaçınılmalıdır.
- e. Politik ve diplomatik olarak tarafsız kalınmalıdır. Herhangi bir ticari şirket ve ürün hakkında resmi hesaptan paylaşım yapılmamalı, ekonomik kaynak yaratmak maksadıyla bir içerik oluşturulmamalıdır.
- f. Çocuklara ilişkin paylaşım yapılırken ebeveynlerinden ya da koruyucu ailelerinde izin alınması hususunda çok dikkatli davranılmalıdır.
- g. Sosyal medyada paylaşımlar yüz yüze iletişim içerisindeymiş gibi yapılmalıdır. Kurumsal ya da kişisel hesap fark etmeksizin, iyi bir değerlendirme yapılarak, kuralları çiğnemenin, Kara Kuvvetlerinin standartlarına ve değerlerine zarar vermeden hareket edilmelidir. Kara Kuvvetleri markasını ifade eden standartlar ve değerler; kendinden başka herkese karşı saygılı olmak, dürüstlük, disiplin, uygun hareket tarzı, cesaret, sadakat, bağlılık, özveri, kanuna uygun ve profesyonel davranışta bulunmaktır.
- ğ. Farklı fikirlere sahip kişilerle etkileşime girildiğinde olumsuz yorum yapmaktan kaçınılmalıdır. Farklılıklara ve yapılan paylaşımlara saygı duyulmalıdır.
- h. Tartışmak, yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağladığı için iyi bir şey olabilir ancak zarar verici ya da politik boyutlara ulaştığında bu durum sona erdirilmelidir. Dolayısıyla güvenlik ve değerler konusunda sınırları aşan tartışmalardan uzak durulmalıdır.
- ı. Telif hakkını ihlal eden, kışkırtıcı, saldırgan, taciz edici, küçük düşürücü veya tahrik edici hiçbir paylaşım da bulunulmamalıdır.
- i. Resmi hesapları kullanırken veya resmi işleri üstlenirken, diğer kişilerin kişisel verileri, 'etiketleme' de dahil olmak üzere izinleri olmadan yayınlanmamalıdır.

Yöntem

Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık, dünya çapında büyük askeri güçlere sahip ülkeler olarak tanınmaktadır (Global Firepower, t.y.). Kara Kuvvetleri ise, bu ülkelerin savunma stratejilerinin önemli bir parçasıdır ve Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık'ın askeri gücü, küresel güvenlik ve politikada önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacına yönelik olarak, belirtilen iki ülkenin Kara Kuvvetlerine ait Instagram paylaşımlarının analiz edilmesinin gerekçeleri şunlardır: Öncelikle, söz konusu ülkeler küresel güvenlik politikalarında önemli aktörler olup, askeri güçleriyle dikkat çekmektedir. Bu nedenle, her iki ülkenin Kara Kuvvetlerinin Instagram'dan paylaştığı fotoğraflar, stratejik iletişim yöntemlerini ve kullandıkları görsel dili anlamak için önemli veriler sunmaktadır. Ayrıca, araştırma kapsamında incelenen iki ülkenin Kara Kuvvetlerinin Instagram'daki paylaşımlarının İngilizce olması bu çalışmanın yabancı dil engeli olmadan yapılabilmesini mümkün kılmıştır.

Çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Komutanlıklarının 24 Ağustos 2021 ile 24 Ağustos 2022 tarihleri arasında resmi Instagram hesaplarından paylaştıkları fotoğrafların, Bartles ve Peirce'in göstergebilimsel analiz yöntemleri ile analiz edilerek, hedef kitleye iletmek istedikleri mesajların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda araştırma, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin Instagram'daki resmi hesaplarında kullandığı görsel dili ve bu dilin ne tür anlamlar taşıdığını ortaya koymayı hedeflemektedir. "Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin resmi Instagram hesaplarından paylaştığı fotoğraflar ile hedef kitlelerine iletmek istediği mesajlar nelerdir?" olarak oluşturulan araştırma sorusu üzerine şekillenen çalışma, daha önceki çalışmalardan farklı olarak Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri resmi Instagram hesapları aracılığıyla paylaşılan fotoğrafların göstergebilimsel analizini yapan ilk akademik çalışma olması nedeniyle alana katkı sunan bir çalışmadır. Bu alanda daha önce yapılan çalışmaların detayları çalışmanın sonuç bölümünde yer almaktadır.

Çalışmanın sınırlılıklarının çerçevesini çizmek açısından örnekleme ilişkin ayrıntılara da değinmek gerekmektedir. Araştırmada bir yıllık süreci oluşturan tarih aralığı, NATO üyesi ülkeler başta olmak üzere, ilgi alanı içerisine giren tüm ülkeleri yakından ilgilendiren, Karadeniz'in kuzeyinde tırmanan gerilimin salınımı olarak, Rusya'nın Ukrayna'ya saldırdığı 24 Şubat 2022 tarihinin altı ay öncesi ve altı ay sonrasını kapsamaktadır. Belirtilen tarih aralığında, Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri resmi Instagram hesabı olan @usarmy Instagram hesabında 400 adet paylaşım yapılmıştır. Aylık ortalamada yaklaşık olarak 33 paylaşıma denk gelen bu sıklık, her gün ortalama en az bir paylaşımın yapıldığını göstermektedir. Bu paylaşımların tamamı 11.615.965 beğeni alırken, paylaşımlara 118.808 yorum yapılmak suretiyle etkileşimde bulunulmuştur. Bu rakamlar, paylaşım başına 29.040 beğeni, 297 yorum olarak istatistiklendirilmiştir. Araştırmada en fazla etkileşim alan paylaşımların yer alması hedeflenmekte olup, bu maksatla, öncelikle beğeni ve yorum olarak her iki istatistiğin birlikte ortalamanın üzerinde etkileşim aldığı paylaşımlar belirlenmiştir. Her ikisinin üzerinde etkileşim alan paylaşım sayısı 24 Şubat 2022 tarihinden önce 50, sonrasında 19 adet olarak tespit edilmiştir. Yoğun olarak paylaşım yapan ve etkileşim alan hesapta, göstergebilimsel çözümleme yapılması için hedeflenen sayının çok üzerinde paylaşım bulunması nedeniyle, belirlenen 69 fotoğraf, konu kapsamında ayrıca bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ordunun tarihine ilişkin paylaşımlar, ordu değerleri, aile, özel günler, orduya katılma, motivasyon, anma, kutlama, tören, ödüllendirme gibi konuları içine alan insan kaynakları alanı, eğitim, spor, ordu teknolojisi ve sivil asker işbirliği olarak belirlenen 5 (beş) ana konuda, 24 Şubat 2022 tarihinden önce ve sonra konulara ilişkin paylaşımlardan en yüksek etkileşim alanlar olmak üzere toplam 10 adet paylaşım göstergebilimsel analiz için seçilmiştir.

Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri resmi Instagram hesabı olan @britisharmy Instagram hesabında, belirlenen tarihler arasında 98 adet paylaşım yapılmıştır. Aylık ortalamada yaklaşık olarak 8 paylaşıma denk gelen bu sıklık, ortalama dört günde bir paylaşım yapıldığını göstermektedir. Bu paylaşımların tamamı 1.357.493 beğeni alırken, paylaşımlara 7.602 yorum yapılmak suretiyle etkileşimde bulunulmuştur. Bu rakamlar, paylaşım başına 13.852 beğeni, 77 yorum olarak istatistiklendirilmiştir.

Çözümleme sürecinde Charles Sanders Peirce ve Roland Barthes'ın analiz yöntemleri birlikte kullanılmaktadır. Peirce tarafından ele alınan görüntü göstergesi, belirti ve sembol kavramları, Barthes tarafından açıklanan düzanlam ve yananlam kavramlarıyla birlikte ele alınarak göstergebilimsel analiz yapılmaktadır. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Bulgular ve Tartışma

Amerika birleşik devletleri kara kuvvetleri instagram paylaşımlarının stratejik iletişim bağlamında göstergebilimsel analizi



Şekil 1. 05 Eylül 2021 tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 1

05 Eylül 2021 Tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Kadın askerin sivil bir kadın ve kız çocuğu ile ilgilenmesi
Belirti	Amerikan askerinin insani yardım faaliyeti
Sembol	Sırt çantası ve boyun minderi

05 Eylül 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, üniformalı kadın bir askerin, sivil kıyafetli bir kadın ve kız çocuğu ile ilgilenmesi görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Kadın askerin ilgisini tamamen kız çocuğuna yönlendirmesi, kadın ve kız çocuğuna yardımcı olması ve çocuğun içinde bulunduğu durumdan şaşkın olmasına ilişkin bakışı aktarılmaktadır. Görselde, başörtüsü giyen kadın, sırt çantası ve boyun minderiyle, saçları dağınık bulunan çocuk, çorapsız ve ayakkabısız olarak, çelik başlığına kamera monte edilmiş kadın asker ise silahını ters bir biçimde boynuna asmış olarak yer almaktadır.

Instagram gönderisinde belirti göstergesi olarak, Amerikan askerinin, ihtiyaç duyan kişilere yardım eli uzattığı, bu amaçla kadın ve çocuklara öncelik verdiği mesajı iletilmektedir. Çocuğun şaşkın bakışları durumun belirsizliğini, çorapsız, ayakkabısız, saçlarının dağınık ve hızlı bir şekilde tokalanmış olması sanki yataktan

kalkar kalkmaz evden çıkmak zorunda kalınmış bir durumu yansıtan acil bir hâlin mevcudiyetini, askerin yüz ifadesi yardım ettiği kişiler için üzücü bir durumun yaşandığını aktarmaktadır. Kadının giydiği başörtüsü, kendisinin Amerikan nüfusunun çoğunluğundan farklı bir dine mensup olduğunu, genellikle yolculuk sırasında kullanılan boyun minderi ve sırt çantası kişilerin evinden uzaklaştığını, askerin teçhizatı olan kamera, yaşananların şeffaf bir şekilde kayıt altına alındığını, ters asılı silahı ise yardım ettiği savunmasız kişilere silahın yöneltmediği ancak gerektiğinde onları tehlikeden koruyabileceğini iletirken, Amerikan askerinin, güvenliğin tesisi ve insani yardımın sağlanmasında görev başında olduğu vurgulanmaktadır.

2021 yılı Ağustos ayında Afganistan'da yaşanan olaylar neticesinde, savunmasız Afgan halkının, Afganistan dışına mümkün olduğu kadar hızlı ve güvenli bir şekilde tahliyesini sağlamak düz anlamda kullanılırken, kültür, din, dil vb. ayrımı gözetmeksizin kendi topraklarında olduğu gibi dünyanın herhangi bir bölgesinde insan yaşamına verdiği önem çerçevesinde yardıma ihtiyacı olan herkese el uzatması ve barış ortamının tesisinde güvenilmesi gereken bir güç olduğu yan anlamda aktarılmaktadır.



Şekil 2. 08 Eylül 2021 tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 2

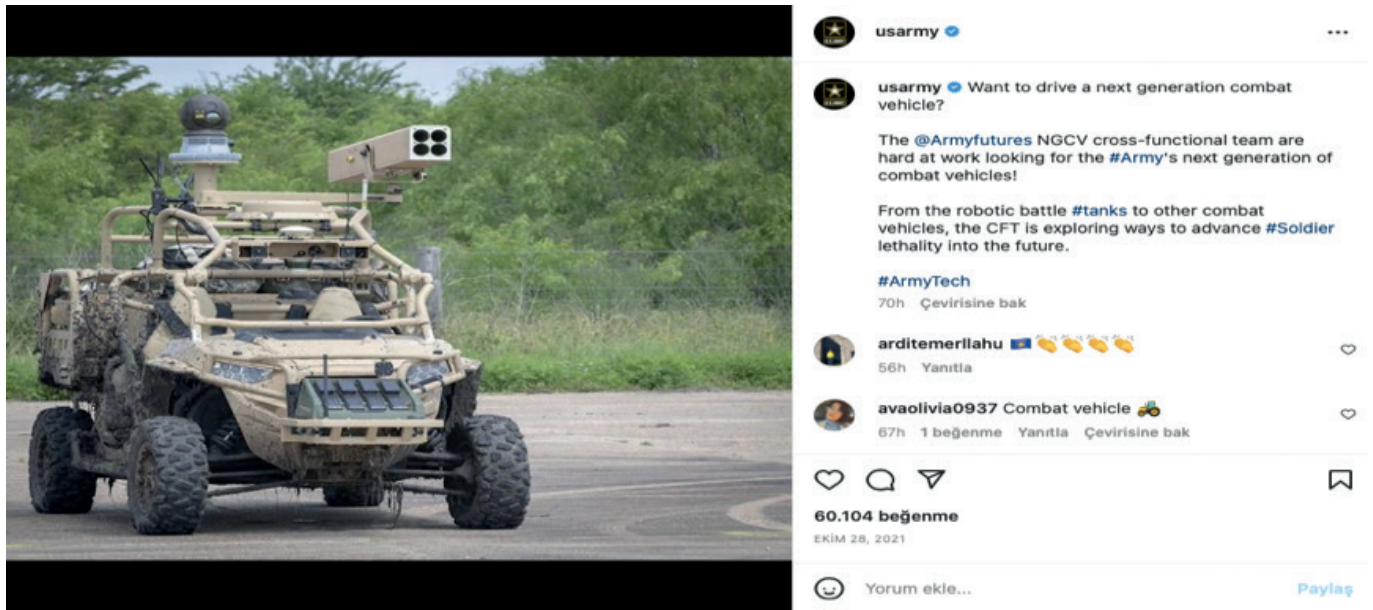
08 Eylül 2021 Tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Eğitim yapan askerler
Belirti	Amerikan askerinin lider pozisyonunda olması
Sembol	Teçhizat

08 Eylül 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, biri Amerikan askeri, diğer üçü Endonezya askeri olan dört askerin ormanlık bir alanda eğitim faaliyetini icra etmesi görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Amerikan askeri personeli, silahı boynuna ters asılı ve iki eli serbest bir biçimde, balistik gözlük, bez şapka, matara ve iletişim vasıtasına ilişkin bir ahize ile teçhizatlandırılmış, başı dik şekilde karşısına bakmakta olan bir asker olarak aktarılmaktadır. Birbiri ardında bulunan Endonezya askeri personelinin en önde bulunan, silahı çapraz tutuşta aşağıya doğru, sağ eli tetik tertibatı çevresinde bulunarak taşıyan durumda, sırt çantasına bağlanmış mat, yaylı klip ve kompozit başlık ile teçhizatlandırılmış, başı öne eğik ve bakışları yere olacak şekilde, diğer iki Endonezyalı asker ise en önde bulunanın arkasında kompozit başlıkları gözükken bir durumda yer almaktadır.

Askeri eğitimin icrasında, eğitici ve eğitilen personel arasında teçhizat ve donanım olarak farklılıklar bulunmaktadır. Eğitilen kesim gerçek duruma ilişkin uygulamanın gerektirdiği ihtiyaçları karşılayacak şekilde teçhizatlanırken, eğitici personel daha rahat hareket imkânı sağlayan teçhizat ve donanımı kullanmaktadır. Eğitim sırasında da bizzat uygulama yapan kesim her an hazır durumda faaliyeti sürdürürken, uygulatan personel yönlendirme özelliği itibarıyla daha esnek hareket etmektedir. Eğitim sırasında veya gerçek durumda askeri birlikler arası irtibat lider personel arasında gerçekleşmektedir. Dolayısıyla muhabere vasıtaları tim komutanı, manga komutanı, takım komutanı gibi en alt unsurdan başlayarak komutanlık vasfı olan personelde bulunmaktadır. Bu bilgiler dikkate alındığında, Amerikan askerinin gerek bütünden farklı olan tek kişi olarak en önde yer alması, gerekse uygulamada kullanılması öngörülenden farklı teçhizatlanması ve esnek hareket ettiğini belirten duruşu bulunması (çatışma durumunda kullanılan kompozit başlık yerine bez şapka giymesi, eğitilen personelin eğitim alanı olan ormanlık alanda dağcılık faaliyetlerinde kullanılan yaylı klip bulundurmasına karşın kendisinde olmaması, irtibat vasıtasını bizzat taşıması, silahları taşıma sırasında tutuşların farklılaşması) paylaşılan gönderide belirti göstergesi olarak Amerikan askerini lider konumunda olduğunu mesajını aktarmaktadır. Bakışları yere yönelmiş, yorgun gözüken ve önündekini takip eden bir duruş sergileyen Endonezya askerlerinin aksine, başı dik biçimde ileriye bakan bakışlarıyla Amerikan askerinin önder olma vasfı vurgulanmaktadır.

Farklı ülke askerlerinin birlikte eğitim icra ettiğini gösteren gönderi, düz anlamda, müşterek hareket etme kabiliyeti ve ordular arası işbirliğinin geliştirilmesi ile karşılıklı tecrübelerin aktarılmasını ifade ederken; yan anlamda, Amerikan ordusunun diğer ordular karşısında eğitici ve yol gösterici pozisyonunda bulunduğunu, donanım ve teçhizat olarak daha üst seviyede olduğunu anlatmaktadır.



Şekil 3. 28 Ekim 2021 tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü.

Tablo 3

28 Ekim 2021 Tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Mobil korumalı ateş gücü aracı
Belirti	Kara Kuvvetlerinin teknolojik gelişmelerle güçlenmesi
Sembol	Silah sistemi

28 Ekim 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, gelecek yıllarda kullanacağı silah sistemini görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Paylaşımın altında yapılan açıklamada, “Yeni nesil silah sistemini kullanmak ister misiniz?” yazısı yer almaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri tarafından 2025 yılında envantere dâhil edilmesi planlanan Mobil Korumalı Ateş Gücü aracı, tehditleri daha erken ve daha uzak mesafelerden belirleme yeteneği sağlayarak, hareket ve beka kabiliyetini arttıran özellikleri ile kuvvet unsurlarına güç kazandıracaktır (U.S. Army Public Affairs, 2022). Belirti göstergesi olarak paylaşım incelendiğinde, değişen hareket ortamının özellikleri dikkate alınarak silah sistemlerinin geliştirilmesi sürecinin, bu amaçla çalışmalarını yürüten bir birim çatısı altında gerçekleştirildiği, teknolojinin orduya entegre edilmekte olduğu mesajı iletilmektedir. Buna ilave olarak, “Yeni nesil silah sistemini kullanmak ister misiniz?” sorusuyla, görevdeki personeline ve orduya katılmak isteyen sivil kişilere, teknolojik gelişmelerin bir parçası olmaları ve geliştirilen silah sistemini bizzat kullanmalarını teşvik eden bir mesaj aktarılmaktadır.

Yeni nesil silah sisteminin planlanarak envantere dâhil edileceği paylaşımda düz anlamda kullanılırken, Kara Kuvvetlerinin silah sistemlerini değişen harekât ortamının yapısı doğrultusunda geliştirdiği ve geliştirilen silah sistemini kullanacak insan gücünün sağlanması amacıyla görevdeki ve orduya katılmak isteyen sivil kişileri bünyesine dâhil etme isteği yan anlam olarak aktarılmaktadır.



Şekil 4. 30 Kasım 2021 tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 4

30 Kasım 2021 Tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

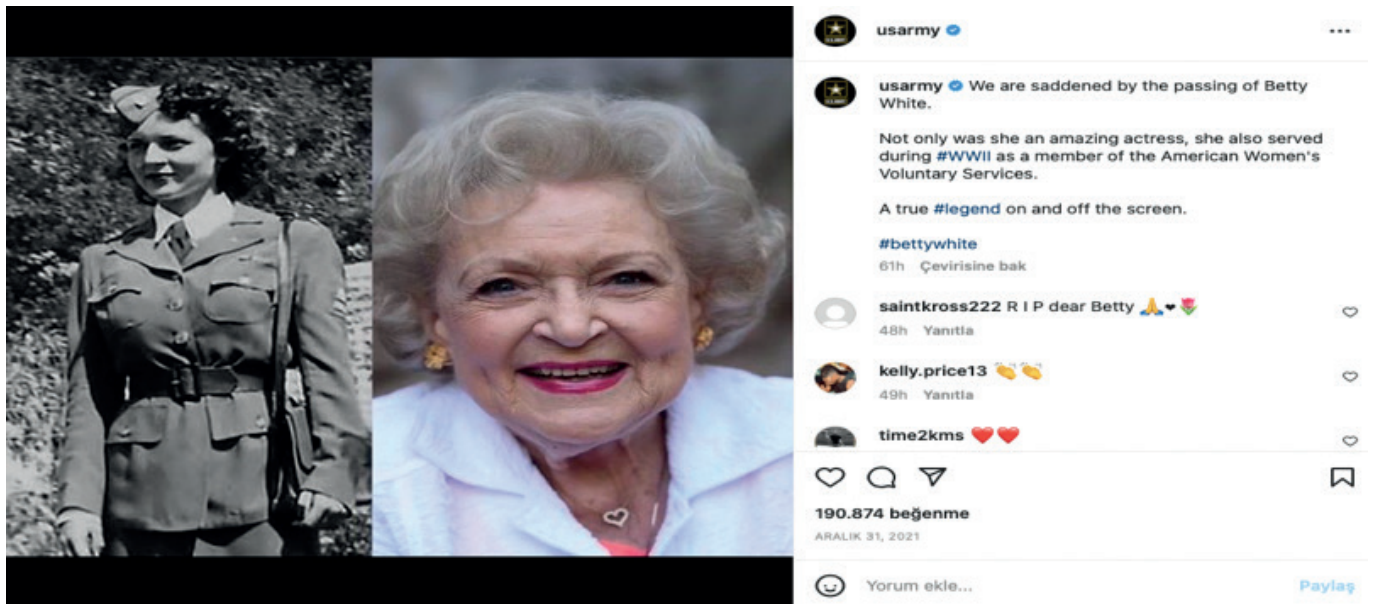
Görüntü göstergesi	Amerika Birleşik Devletleri Bayrağı taşıyan asker
Belirti	Amerika Birleşik Devletleri'nin güçlü duruşu
Sembol	Spor kıyafeti ve bayrak

30 Kasım 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, elinde Amerika Birleşik Devletleri bayrağı bulunan, Amerikan futbolu oynayan sporcu kıyafeti giymiş bir Amerikan askeri görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Askerin giymiş olduğu miğferde; “güç” ve “onur” kelimeleri arasında 11 Eylül 2001 tarihi, tişörtünün sağ üst kısmında “baskı altından özgürlüğe”, sol üst kısmında “Kara Kuvvetleri” ifadesi, aralarında Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri mensubu olmak üzere subay yetiştiren kurumun (Army West Point) logosu, sol üst yaka kısmında çapraz iki mızrak yer almaktadır. Tişörtün ortasında

iki adet kalın çizgi bulunmaktadır. Görselde çöl kamuflajını içeren kıyafet ile yer alan askerin kaslı bir fiziki yapıda olduğu görülmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri ve Deniz Kuvvetleri arasında geleneksel olarak her yıl Amerikan futbolu müsabakası yapılmaktadır. 2021 yılında gerçekleştirilen müsabakada Kara Kuvvetleri mensubu sporcuların giydiği spor kıyafetlerinin o seneye özgü tasarımını öne çıkaran paylaşım, belirtisel gösterge olarak, yirmi yıl önce 11 Eylül 2001 tarihinde, Amerika Birleşik Devletleri'nde yer alan ve ticaret merkezi olarak kullanılan ikiz kulelere yapılan terör saldırısını anma ve saldırı sonrası Afganistan'a görevlendirilen Kara Kuvvetleri birliklerini onurlandırma mesajını iletmektedir. Spor kıyafeti üzerinde yer alan iki çizgi ikiz kuleleri, sol yakada bulunan çapraz mızrakların bir ucu Talibanı diğer ucu El-Kaideyi, çöl kamuflajı Afganistan'ın coğrafi özelliğini işaret etmektedir. Askerin miğferinde yer alan "güç" ve "onur" kelimeleri, görselde yer almamakla birlikte kıyafetin arkasında yazılı "birlikte ayakta durmak" kelime grubunu desteklemektedir (United We Stand, 2021). Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetlerinde güçlü fiziki yapıya sahip sporcu özelliği öne çıkan askerlerin ülkenin savunucuları olduğu anlatılmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri unsurlarının Afganistan'dan tahliye sürecinden üç ay sonra yapılan paylaşım, düz anlamda güçlü bir fizik yapısına sahip sporcu askerlerin mevcudiyetini anlatırken, yan anlamda, Amerika Birleşik Devletlerinin Afganistan halkını terörist grupların baskısından kurtararak özgürlüğe kavuşturmak ve terörist unsurları yok etmek amacıyla eylemlerini gerçekleştirdiği, eylemlerin kahramanlarına saygı gösterdiği ve ırk, inanç, renk, cinsel yönelim ne olursa olsun, bu ayrımlar arasındaki farklılıkları ortadan kaldırarak bu kahramanların birlikte ülkeyi ayakta tuttuklarını vurgulamaktadır.



Şekil 5. 31 Aralık 2021 tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 5

31 Aralık 2021 Tarihinde @usarmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	İki farklı zaman dilimine ilişkin fotoğraflarla aktris
Belirti	Ülkesine gönüllü olarak hizmet edenlerin mutluluğu
Sembol	Askeri üniforma

31 Aralık 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, Amerikalı komedyen, şarkıcı, oyuncu ve yazar olan Betty White'in genç yaşlarında iken çekilen asker üniformalı fotoğrafı ve ileri yaşlarında çekilmiş fotoğrafı birlikte görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Her iki döneme ilişkin fotoğrafta bakımlı, kıyafeti ve aksesuarlarına özen gösteren White'in yüzünde mutlu bir ifade yer almaktadır. Yakın döneme ait fotoğrafında kalpli kolye taktığı görülmektedir.

Betty White, Amerika Birleşik Devletleri İkinci Dünya Savaşı'na katıldığı 1941 yılında Hollywood'da ismi duyulmaya başlamasına rağmen, ülkesine destek olma gerekliliği hissederek yıldız olma yolunda ciddi yol katetmesini bir kenara bırakmış ve gönüllü olarak ordu hizmetlerine katılmıştır. Genellikle itfaiye, ambulans, kamyon sürücüsü, haberleşme ve lojistik faaliyetlerinde görev alan kadın gönüllülerde Betty White bu faaliyetlerin yanında güler yüzü ve neşesiyle orduya katılan askerlerin moral ve motivasyonunun artırılması amacıyla icra edilen faaliyetlerde önemli rol oynamıştır (Military Connection, 2021). Belirti göstergesi olarak incelendiğinde; paylaşımda yer alan White'in iki döneme ait fotoğrafı, kişisel kariyeri hangi durumda olursa olsun, ülkesinin ihtiyacı olduğunda gönüllü olarak hizmet veren kişilerin, gerek hizmet verdiği dönemde, gerekse hayatının ilerleyen dönemlerinde ülkesi için hizmet etme mutluluğunun kendisine yansıdığını, ülkesine hizmet eden kişilerin ise devlet tarafından her zaman saygıyla hatırlanacağı mesajını iletmektedir.

Betty White'in gönüllü olarak orduya hizmet ettiğine işaret eden fotoğrafı düz anlamda kullanılırken, kişisel kariyeri, statüsü ne olursa olsun, ülkesine hizmet eden kişilerin bu görevi yerine getirmenin mutluluğunu ömür boyu yaşadığı, hizmetlerinin karşılığı olarak ülkesinin her zaman kendilerini saygı ve minnetle hatırlayacağı yan anlamda aktarılmaktadır.

Birleşik krallık kara kuvvetleri instagram paylaşımlarının stratejik iletişim bağlamında göstergebilimsel analizi



Şekil 6. 02 Eylül 2021 tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü.

Tablo 6

02 Eylül 2021 Tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Koşan dört kadın asker
Belirti	Kara Kuvvetleri personelinin savaşçı fiziksel yeteneklerine sahip olması
Sembol	Eğitim kıyafeti ve teçhizat

02 Eylül 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, eğitim kıyafetli ve teçhizatlı olarak koşan dört kadın asker görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Paylaşımın altında yapılan açıklamada, “@british_army_warrior_fitness Instagram hesabının temsil ettiği Kara Kuvvetleri Fiziki Antreman Sistemi tarafından, güç, çeviklik, hız, dayanıklılık temel faktörleri çerçevesinde spor ve egzersiz testi yapılmaktadır.” ifadeleri ile teste katılan en başarılı iki askerin bilgileri yer almaktadır.

Belirti göstergesi olarak paylaşım incelendiğinde, Kara Kuvvetleri personelinin Fiziki Antreman Sistemi ile savaşçı yeteneklerinin arttırıldığı mesajı iletilmektedir. Güç, çeviklik, hız, dayanıklılık merkezli testler tüm personele uygulanarak, geliştirilen becerileri en üst seviyede bulunduran personel onurlandırılmaktadır. Ordu içerisinde sayı olarak erkeklerden daha az olmalarına rağmen yapılan testlerde derece elde eden kadın askerlerin başarısı vurgulanmaktadır. Savaşçı kabiliyetlerin arttırılması kapsamında; sosyal medyanın hipermetinsellik özelliği kullanılarak, yapılan testi uygulayan sistemi temsilen bir başka Instagram hesabı vasıtasıyla, spor ve egzersiz konusunda, personel arasında bağlantı kurma, anlamlı bilgiler paylaşma ve dolayısıyla iç iletişimi geliştirmeye dayalı işbirliği ortamı oluşturmaya önem verildiği aktarılmaktadır.

Dört kadın askerin eğitim kıyafetli ve teçhizatlı olarak spor yapması paylaşımında düz anlamda kullanılırken, Kara Kuvvetleri personelinin savaşçı fiziksel yeteneklerine sahip olduğu, spor ve egzersiz konusunda ayrı bir sosyal ağ vasıtasıyla interaktifliği arttırarak personelin fiziksel kabiliyetlerini en üst seviyeye çıkarmak için çalışmaları yan anlam olarak aktarılmaktadır.



Şekil 7. 16 Eylül 2021 tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 7

16 Eylül 2021 Tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Askeri paraşütçü teçhizatlı bir asker
Belirti	Rehber, yol gösterici olma
Sembol	Paraşüt kıyafeti ve teçhizatı

16 Eylül 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, eğitim kıyafetli ve askeri paraşütçü teçhizatlı bir asker görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Paylaşımın altında yapılan açıklamada, Londra moda haftasının başladığı günde, Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri personelinin çeşitli görev alanlarında giydikleri kendilerini temsil eden farklı kıyafetlerin paylaşımında yer aldığı ifade edilmektedir.

Belirti göstergesi olarak paylaşım incelendiğinde, kafasını öne eğen duruşu ile kim olduğunun bilinmesini zorlaştıran askerin, paraşütçü kıyafetlerinin tasarımı sayesinde görülmesinin de zor olduğunu belirten bir mesaj iletilmektedir. Yapılan açıklamayla, atlama sonrası karaya inene kadar, kıyafetin, paraşütçünün görülmemesine katkı sağladığı aktarılmaktadır. Hava indirme/hava hücum harekâtlarında, havadan karaya incek birliklerin yoğun zayıat verme ihtimali göz önüne bulundurulduğunda, havada gizleme sağlayan kıyafet, harekâta başarıyı arttıran önemli bir unsur olmaktadır. Buna ilâve olarak, 'Pathfinders' olarak adlandırılan 'Hava İndirme Kılavuzu' personel için kullanılan kelimenin 'öncü', 'rehber' ve 'yol gösterici' anlamları da bulunmaktadır (U.K. Army, 2021). Kıyafet serisinin paylaşıldığı içerikte ilk olarak paraşütçü personelin kıyafetlerinin paylaşılması, Birleşik Krallık Ordusunun küresel mücadele ortamında, ordu kıyafetlerinin tasarımında da öncü ve yol gösterici olduğu vurgulanmaktadır. Eğitim kıyafetli ve askeri paraşütçü teçhizatlı bir asker paylaşımında düz anlamda kullanılırken, Kara Kuvvetleri personelinin çeşitli görev koşullarında kendilerini temsil eden farklı kıyafetlerin özneliği yan anlam olarak aktarılmaktadır.



Şekil 8. 08 Ekim 2021 tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 8

08 Ekim 2021 Tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Kollarını göğüs hizasında bağlayan eğitim kıyafetli bir asker
Belirti	Kendine güvenen ve kendiyle gurur duyan asker
Sembol	Asker duruşu

08 Ekim 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, kollarını göğüs hizasında bağlayan eğitim kıyafetli bir asker görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Paylaşımın altında yapılan açıklamada, Paraşüt Alay'ında görev yapan askerin orduya katılma aşaması ve katılışından sonra yaşadıklarını anlatan hikâyesi ile katılmak isteyen kişilere yönelik tavsiye niteliğindeki duygu ve düşünceleri yer almaktadır.

Belirti göstergesi olarak paylaşım incelendiğinde, askerin kendine güvenen ve kendiyle gurur duyan bir duruş sergileyerek kendisi hakkında merak duygusunun ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Paraşüt Alay'ında görev yapan askerin merak uyandıran duruşunun ön plana çıkarıldığı paylaşım, askerin hikâyesinin aktarıldığı açıklama ile harmanlanarak, orduya katılmak isteyen kişilerin bilişsel, sosyal ve duygusal yaklaşımlarına hitap edecek şekilde, orduya katılma ve orduda görev yapma safhalarını anlatmaktadır. Hikâyesi aktarılan kişi, orduda görev yaptığı süreçte kendisinde meydana gelen değişim ve gelişimi, ailesinin ve çevresindeki kişilerin şaşkınlık ve memnuniyetle karşıladığını, hayatında değişiklik yapmak isteyen herkese bu yolu tavsiye ettiğini ifade etmektedir. Hikâyesi anlatılan kişiyi tanıyıp tanımamak önemli olmaksızın, hikâye anlatımının dinleyicide duygular uyandıracağına bilinciyle, asker olarak görev yapmanın kişi hayatına olumlu yansımaları güçlü asker duruşuyla birlikte ele alınarak, hedef kitlenin cezbedilmesi amaçlanmaktadır.

Kollarını göğüs hizasında bağlayan eğitim kıyafetli bir askerin duruşu paylaşımında düz anlamda kullanılırken, askeri personelin kendinden emin ve kendiyle gurur duymalarını sağlayan bir yaşam sürmesi anlam olarak aktarılmaktadır.



Şekil 9. 31 Ekim 2021 tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 9

31 Ekim 2021 Tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergibilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Eğitim yapan askerler
Belirti	İngiliz askerinin önderlik eden durumunda olması
Sembol	Teçhizat

31 Ekim 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, biri İngiliz askeri, diğer üçü Umman askeri olan dört askerin eğitim faaliyeti icra etmesi görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. İngiliz askeri personeli sağ dizi üzerine çökmüş, dik bir pozisyonda bakışları ileriye odaklanmış durumda,

Umman askeri personelinin iki dizi üzerinde yerde oturur vaziyette, bakışları silahlarına yönelik pozisyonda aktarılmaktadır. Teçhizat bakımından, Umman askeri personelinden farklı olarak İngiliz askerinin haberleşme vasıtasının eklentisi olan kulaklık ve mikrofonu taşıdığı görülmektedir. Paylaşımın altında yapılan açıklamada, "... Umman'daki çöl mükemmel bir eğitim alanıdır ve askerlerimizin gelecekte konuşlanabileceği gerçekçi bir ortam sağlamaktadır." ifadeleri yer almaktadır.

Askeri eğitimin icrasında veyahut muharebede askeri birlikler arası irtibat lider personel arasında gerçekleşmektedir. Dolayısıyla haberleşme vasıtaları tim komutanı, manga komutanı, takım komutanı gibi en alt unsurdan başlayarak liderlik vasfı olan personelde bulunmaktadır. Bu bilgi, Ummanlı askerlerden farklı olarak dik bir duruşla, ileriye gözetleyen İngiliz askerinin konumlandırışı ve bütünden farklı olan tek kişi olarak ön plana çıkarılmasıyla birlikte değerlendirildiğinde, paylaşılan gönderide belirti göstergesi olarak, İngiliz askerinin lider konumda olduğunun mesajını iletmektedir. Bakışları silaha yönelmiş, vücut boyutları bakımından daha dar görülen Umman askerlerinin aksine, başı dik biçimde ileriye bakan bakışlarıyla İngiliz askerinin eğitim icra eden gruba önderlik etmesi vurgulanmaktadır. Ayrıca, paylaşımın altında yapılan açıklamayla, coğrafi ve stratejik önemi bulunan Umman veya benzer koşullara sahip stratejik önemi yüksek ülkelerde, İngiliz askerinin mevcudiyetinin olduğu ve olabileceği mesajı iletilmektedir.

Farklı ülke askerlerinin birlikte eğitim icra ettiğini gösteren gönderi, düz anlamda, müşterek hareket etme kabiliyeti ve ordular arası iş birliğinin geliştirilmesi ile karşılıklı tecrübelerin aktarılmasını ifade ederken, yan anlamda, İngiliz ordusunun diğer ordular karşısında eğitici ve yol gösterici pozisyonunda bulunduğunu ve stratejik önemi bulunan yerlerde İngiliz askerinin mevcudiyetinin bulunabileceğini anlatmaktadır.



Şekil 10. 07 Kasım 2021 tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Ekran Görüntüsü

Tablo 10

07 Kasım 2021 tarihinde @britisharmy Instagram Hesabından Yapılan Paylaşımın Göstergebilimsel Analizi

Görüntü göstergesi	Hizmet anısı takdim edilen asker
Belirti	Ortak tarihin yaşatılması
Sembol	Hizmet anısı

07 Kasım 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabından yapılan paylaşımda, mensup olduğu ordunun tören kıyafetini giyen ve kendisine takdim edilmiş hizmet anısını elinde tutan bir asker görüntü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Askere verilen hizmet anısının, üniformanın parçası olan şapkasında mevcut renkleri taşıdığı görülmektedir. Paylaşımın altında yazılı açıklamada, “Dünya Savaşlarında İngiliz Hint Ordusu’nda savaşan müslüman askerler Manchester’da takdir edildi ve onurlandırıldı. Ulusal Anma Töreni, ‘ülkemizin farklı toplumlarında var olan zengin askeri hizmet mirasının’ tanınmasına yardımcı oluyor” ifadeleri yer almaktadır.

Belirti göstergesi olarak paylaşım incelendiğinde, Birleşik Krallık ordusuna hizmet veren kişilerin, ordunun devamlı bir üyesi olarak kabul edildiği ve onurlandırıldığı mesajı iletilmektedir. 1947 yılında tasfiye edilen İngiliz Hindistan Ordusu, Birleşik Krallık için özellikle Dünya Savaşları döneminde verdiği hizmetler ön plana çıkarılarak anılmakta, hizmet anısı da hem personelin şapkasında bulunan hem de İngiliz Hindistan Ordusu bayrağının ağırlıklı rengi olan kırmızı renk yoğunluklu şilt ile ordu personeli din, dil, ırk, renk ayrımı gözetilmeksizin onurlandırılmaktadır. Onurlandırılan personelin yüz ifadesine, hizmetleri karşılığı olarak anılıyor ve onurlandırılıyor olmanın mutluluğunun kendisine yansıdığı vurgulanmaktadır. Birleşik Krallık ve Güney Asya arasındaki ortak tarihi yaşatarak, geleceğin liderleri olan personelinin tarihten alınan güçlü derslerle yetişmesini sağlamak ve bu ruhun ayrım gözetmeksizin tüm uluslarla gelişebileceğinin mesajı aktarılmaktadır.

Mensup olduğu ordunun tören kıyafetini giyen ve kendisine takdim edilmiş hizmet anısını elinde tutan bir asker düz anlamda kullanılırken, İngiliz Hindistan Ordusu özelinde Birleşik Krallık’a hizmet veren tüm unsurların değerli olduğu, ortak tarihlerinin gelecek nesillere aktarılacak her zaman yaşatılacağı, aynı zamanda, ortak bağ kurulması durumunda din, dil, ırk, renk ayrımı gözetmeksizin tüm dünya ülkeleriyle birlikte yol yürünebileceği yan anlamda aktarılmaktadır.

Sonuç

Sosyal medya, askeri birimlere görünürlük sağlama ve hedef kitleyle etkili iletişim kurma açısından büyük bir fırsat sunmakta, hızlı ve ucuz bir iletişim yolu sağlayarak, stratejik iletişim hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Askeri kuvvetlerin sosyal medya kullanımı üzerine yapılan daha önceki araştırmalar, Avrupa ordularının sosyal medya kullanımındaki genel eğilimlerini (Olsson, Deverell, Wagnsson ve Hellman, 2016), sosyal medyanın halkın silahlı kuvvetler hakkında olumlu veya olumsuz düşünceler edinmesindeki rolünü (Schneider, 2020), İsrail Savunma Kuvvetleri’nin sosyal medyadaki stratejilerini (Cunningham, 2015; Golan ve Ben-Ari, 2018) ve Instagram içeriklerini kullandıkları resmi web sitelerini (Kohn, 2017), Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından yönetilen resmi Instagram hesabının iç ve dış kamuoylarına yönelik kamu diplomasi aracı olarak nasıl kullanıldığını (Akaydın Aydın ve Sadakaoğlu, 2020) ve İspanya, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri, İsrail ve Avustralya ordularının resmi Instagram hesaplarının içeriğini karşılaştırmalı şekilde (López-Rodríguez ve Castillo-Eslava, 2024) ele almıştır. Diğer çalışmalarda ise, Britanya Ordusu’nun (Leightley, 2020) ve İsrail Savunma Kuvvetleri’nin (Stern ve Ben-Shalom, 2021) Twitter üzerindeki faaliyetleri incelenmiştir. Bu çalışmada ise, Kara Kuvvetleri aracılığıyla iletilmek istenen mesajların görsel olarak aktarımına odaklanılmakta ve stratejik iletişim uygulamalarını aktif olarak yürüten Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri’nin ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri’nin Instagram’da paylaştığı fotoğraflar çalışmada yer almaktadır. Bu bağlamda, daha önceki çalışmalardan farklı olarak Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri resmi Instagram hesapları aracılığıyla paylaşılan fotoğrafların göstergebilimsel analizinin ilk defa yapılması nedeniyle, çalışma alana katkı sunmaktadır.

Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetleri Komutanlıklarının Instagram hesaplarında paylaştıkları fotoğraflar, Barthes ve Peirce’in göstergebilimsel analiz yöntemleri ile analiz edilmiştir. Çalışmada, 24 Ağustos 2021 ile 24 Ağustos 2022 tarihleri arasında @usarmy ve @britisharmy Instagram hesaplarında yayımlanan fotoğrafların, askeri temalar etrafında nasıl mesajlar ilettiği incelenmiştir. Çalışma

kapsamında Amerika Birleşik Devleti Kara Kuvvetlerinin @usarmy isimli resmi Instagram hesabından ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin @britisharmy isimli resmi Instagram hesabından paylaştığı 5'er gönderi (toplamda 10 gönderi) göstergebilimsel analiz yöntemleri ile incelenmiştir. Araştırma evreninin genişliği dikkate alındığında, örneklem kapsamında seçilen gönderi sayısı çalışmanın sınırlılıklarından biri olarak kabul edilebilir. Bununla birlikte, göstergebilimsel analiz yöntemi, gönderiler aracılığıyla iletilen mesajların derinlemesine incelenmesine imkân tanır ve bu da içeriğe dair daha nitelikli ve detaylı bilgi edinmeyi sağlar.

Araştırma kapsamında incelenen ilk Instagram gönderisi olan 05 Eylül 2021 tarihli paylaşımda belirti göstergesi olarak, Amerikan askerinin, ihtiyaç duyan kişilere yardım eli uzattığı, bu amaçla kadın ve çocuklara öncelik verdiği mesajı iletilmektedir. Bu anlamda, paylaşımlar, yalnızca savaştan bir orduyu değil, aynı zamanda insani değerleri savunan bir gücü tanıtmaktadır. Düz anlamda, 2021 yılı Ağustos ayında Afganistan'da yaşanan olaylar neticesinde, savunmasız Afgan halkının, Afganistan dışına mümkün olduğu kadar hızlı ve güvenli bir şekilde Amerika Birleşik Devletleri ordusu tarafından tahliye edildiği aktarılırken, Amerika Birleşik Devletleri ordusunun kültür, din, dil vb. ayrımı gözetmeksizin kendi topraklarında olduğu gibi dünyanın herhangi bir bölgesinde insan yaşamına verdiği önem çerçevesinde yardıma ihtiyacı olan herkese el uzattığı ve barış ortamının tesisinde güvenilmesi gereken bir güç olduğu yan anlamda aktarılmaktadır.

08 Eylül 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabında paylaşılan fotoğrafın, Amerikan askerinin eğitimdeki liderlik rolünü nasıl vurguladığını ortaya koymaktadır. Fotoğrafta, Amerikan askeri, Endonezya askerlerinden farklı olarak, çatışma durumlarında kullanılan teçhizat yerine daha hafif bir donanım kullanarak ön planda yer almaktadır. Amerikan askerinin başı dik şekilde ileriye doğru bakan bakışları, liderlik ve yönlendirme rolünü simgelerken, diğer Endonezya askerlerinin yere eğik başları ve yorgun duruşları, eğitilen pozisyonunda olduklarını göstermektedir. Bu görsel, düz anlamda askerî işbirliğini ve ortak eğitim faaliyetlerini simgelese de yan anlamda Amerikan ordusunun diğer ordulara kıyasla daha üstün bir donanım ve eğitim kapasitesine sahip olduğuna dair bir mesaj iletmektedir.

28 Ekim 2021 tarihli @usarmy Instagram paylaşımı, Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetlerinin gelecekte kullanacağı yeni nesil silah sistemine dair teknolojik gelişmeleri ve bu gelişmelere katılım çağrısını vurgulamaktadır. Paylaşımda, Mobil Korumalı Ateş Gücü aracının daha erken tehdit tespiti ve artırılmış hareket kabiliyeti gibi özellikleriyle kuvvet unsurlarına güç kazandıracağı belirtilmiştir. Bu, değişen harekât ortamına uygun silah sistemlerinin geliştirilmekte olduğunu ve orduya entegre edilmekte olduğunu gösteren bir belirti göstergesidir. Ayrıca, "Yeni nesil silah sistemini kullanmak ister misiniz?" sorusu, hem mevcut askerî personele hem de orduya katılmak isteyen sivilleri, bu teknolojik gelişmelerin bir parçası olma ve bu sistemleri kullanmaya teşvik etmektedir. Düz anlamda, yeni nesil silah sistemlerinin tanıtımı yapılırken; yan anlamda, orduya katılma çağrısı ve insanları bu teknolojilere entegre etme isteği aktarılmaktadır. Bu tür paylaşımlar, orduların değişen savaş koşullarına uyum sağlamak için teknolojik gelişimleri takip eden ve yenilikçi olmayı hedefleyen bir yapıya sahip olmaları gerektiğini vurgulamaktadır. Bu paylaşım, yan anlamsal olarak özellikle genç nesli orduya katılmaya teşvik etmektedir.

30 Kasım 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabında paylaşılan fotoğraf, Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetlerinin 11 Eylül 2001 terör saldırısının yıldönümünü anma ve Afganistan'da görev yapan askerleri onurlandırma mesajı taşımaktadır. Fotoğraftaki Amerikan askeri, sporcu kıyafeti içinde yer almakta ve üzerinde 11 Eylül, "güç" ve "onur" ifadeleri, "baskı altından özgürlüğe" ve "Kara Kuvvetleri" yazıları yer almaktadır. Bu tür paylaşımlar, askeri güç ve özgürlük mücadelesinin bir arada sunulduğu görseller aracılığıyla, Amerika'nın terörizmle mücadeledeki kararlılığını vurgulamaktadır. Bu paylaşım, düz anlamda güçlü ve fiziksel olarak sağlam askerlerin mevcudiyetini gösterirken, yan anlamda, Amerika Birleşik Devletleri'nin Afganistan'da terörist gruplara karşı yürüttüğü mücadeleyi, özgürlük mücadelesini ve ülkenin askerlerine duyulan saygıyı vurgulamaktadır.

31 Aralık 2021 tarihinde @usarmy Instagram hesabında paylaşılan Betty White'in iki farklı dönemdeki fotoğrafı, onun ülkesine hizmet etme kararlılığını ve orduya gönüllü katılımının önemini vurgulamaktadır. Fotoğraflarda, genç yaşlarında ordu üniforması içinde, ilerleyen yaşlarında ise mutlu bir ifadeyle takmış olduğu

kalpli kolye ile yer alan White, her iki dönemde de ülkesine hizmet etmenin mutluluğunu yansıtmaktadır. Betty White, İkinci Dünya Savaşı sırasında gönüllü olarak orduya katılmış ve askerlerin moralini artırma görevini üstlenmiştir. Bu görsel, düz anlamda, White'ın gönüllü olarak orduya hizmet ettiğini gösterirken, yan anlamda, kariyerine ve statüsüne bakılmaksızın ülkesine hizmet edenlerin, bu görevi yerine getirmenin ömür boyu mutluluğunu yaşadıkları ve hizmetlerinin her zaman saygıyla hatırlanacağı mesajını iletmektedir.

02 Eylül 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabında paylaşılan görsel, British Army'nin Fiziki Antreman Sistemi aracılığıyla personelinin savaşçı yeteneklerini artırma çabalarını vurgulamaktadır. Görselde, eğitim kıyafetli ve teçhizatlı olarak koşan dört kadın asker yer almakta olup, paylaşılan açıklamada güç, çeviklik, hız ve dayanıklılık gibi temel faktörlerin test edildiği belirtilmiştir. Bu paylaşımda, ordu içerisindeki kadın askerlerin erkeklerden daha az sayıda olmalarına rağmen elde ettikleri başarılar, savaşçı kabiliyetlerinin arttırılması adına önemsenmiştir. Düz anlamda, kadın askerlerin fiziksel eğitimine dair bir paylaşım yapılırken, yan anlamda, ordu personelinin yeteneklerini geliştirmek için işbirliği ve etkileşime dayalı bir çevre oluşturulduğu mesajı iletilmektedir.

16 Eylül 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabında paylaşılan görsel, Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin kıyafet tasarımlarının, askerî görevlerdeki işlevselliği ve stratejik önemini vurgulamaktadır. Paylaşımda, paraşütçü teçhizatıyla eğitim kıyafeti giymiş bir asker yer almakta ve bu kıyafetlerin, paraşütçünün havada gizlenmesine yardımcı olduğu aktarılmaktadır. Kıyafet, özellikle hava indirme harekâtlarında birliklerin zayıat verme riskini azaltarak başarıyı artıran önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, 'Pathfinders' adı verilen Hava İndirme Kılavuzları'nın görevlerine atıfta bulunularak, Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin küresel mücadele ortamında kıyafet tasarımı konusunda öncü ve yol gösterici bir rol oynadığı mesajı verilmektedir. Düz anlamda, kıyafetlerin işlevsel yönü anlatılırken, yan anlamda ise ordu kıyafetlerinin, personelin görev alanlarında kendilerini temsil eden öznel bir unsura dönüştüğü vurgulanmaktadır.

08 Ekim 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabında paylaşılan görsel, Paraşüt Alay'ında görev yapan bir askerin duruşu ve kişisel hikâyesi üzerinden orduya katılmayı teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Kollarını göğüs hizasında bağlayan ve kendine güvenen bir duruş sergileyen asker, izleyicilerde merak uyandırarak, orduya katılmak isteyen kişilerin duygusal ve bilişsel yaklaşımlarına hitap etmeyi hedeflemektedir. Paylaşımda, askerin orduda görev yaparken yaşadığı kişisel gelişim ve değişim, ailesi ve çevresi tarafından olumlu şekilde karşılandığı şekilde anlatılmakta; askerlik kariyerinin, hayatında değişiklik yapmak isteyenler için önerilen bir yol olduğu vurgulanmaktadır. Düz anlamda, askerlik deneyimini anlatan bu hikâye, yan anlamda ise askerlerin kendilerine güvenen ve gurur duyan bir yaşam sürmelerini sağlayan ordu deneyiminin, kişisel gelişim üzerindeki olumlu etkilerini aktarmaktadır.

31 Ekim 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabında paylaşılan görsel, İngiliz ve Umman askerlerinin ortak bir eğitim faaliyetini göstererek, ordu içindeki liderlik ve iş birliği dinamiklerini vurgulamaktadır. İngiliz askeri, Umman askerleri ile ortak bir eğitim faaliyeti yürütürken liderlik rolünü üstlenmektedir. Görseldeki dik duruşu, ileriye odaklanan bakışları ve kulaklık-mikrofon kullanımı, İngiliz askerlerinin eğitimi yönlendiren lider pozisyonunda olduğunu belirtmektedir. Paylaşımın altında yer alan açıklama, Umman'daki çölün askeri eğitim için mükemmel bir ortam sağladığını belirterek, stratejik olarak önemli bölgelerde İngiliz askerin varlığını ima etmektedir. Düz anlamda, ordular arası iş birliği ve tecrübelerin aktarılması hedeflenirken, yan anlamda, İngiliz ordusunun diğer ordulara eğitimde yol gösterici bir pozisyonda olduğu ve stratejik yerlerdeki mevcudiyetinin önemi vurgulanmaktadır. Burada, liderliğin sadece askeri donanım ve eğitimle değil, aynı zamanda stratejik bir bakış açısı ve etkileşimle güçlendiği mesajı verilmektedir. Bu tür paylaşımlar, orduların farklı kültürlerden gelen askerleri bir araya getirerek birbirlerinin bilgi ve deneyimlerinden faydalandığı küresel işbirliğine dikkat çekmektedir.

07 Kasım 2021 tarihinde @britisharmy Instagram hesabında paylaşılan görsel, Birleşik Krallık ordusuna hizmet eden askerlerin, din, dil, ırk ve renk ayrımı gözetilmeksizin onurlandırıldığını vurgulamaktadır. Görselde, hizmet anısını tutan ve tören kıyafeti giyen bir asker, İngiliz Hindistan Ordusu'na ait tarihi hizmetleri hatırlatan kırmızı renkli bir şilt ile onurlandırılmaktadır. Bu paylaşımda, özellikle Dünya Savaşlarında hizmet eden Müslüman askerler ve İngiliz Hindistan Ordusu'na dikkat çekilmektedir. Askerin yüzündeki mutluluk ve gu-

rur ifadesi, hizmetlerinin takdir edilmesinin onun için anlamlı ve değerli olduğunu simgelemektedir. Ayrıca, açıklama metninde, bu onurlandırmanın ülkenin farklı toplumlarındaki zengin askeri mirasa olan saygıyı ve bu mirası geleceğe aktarma amacını taşıdığı vurgulanmaktadır. Bu paylaşımda düz anlamda, geçmişteki askeri hizmetlere saygı gösterilirken, yan anlamda, tarihsel bağları güçlendirerek, ayırım gözetmeksizin tüm uluslarla ortak bir gelecek inşa etme mesajı verilmektedir. Birleşik Krallık'ın çok kültürlü yapısını yansıtan bu paylaşım-la, tüm orduların ve toplumların ortak bir mirasla geleceğe güçlü adımlar atabileceği aktarılmaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırma Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin Instagram'da paylaştığı fotoğraflar aracılığıyla ne gibi mesajlar ilettiğini ortaya koymaktadır. Hem Amerika Birleşik Devletleri Kara Kuvvetlerinin hem de Birleşik Krallık Kara Kuvvetlerinin paylaşımlarında kullanılan görsel dil, sadece askeri faaliyetleri değil, aynı zamanda bu faaliyetlerin ulusal ve küresel bağlamdaki anlamını da yansıtmaktadır. Her iki Kara Kuvvetleri de resmi Instagram hesapları aracılığıyla esas olarak mevcut personelini hedef alırken, aynı zamanda potansiyel asker adayları, kendi halkları ve uluslararası toplulukları da hedef kitesine dahil ederek daha geniş bir kitleye hitap etmektedir. Örneklem kapsamında incelenen iki ülkenin Kara Kuvvetlerinin resmi Instagram hesaplarından askeri personelin gelişimine katkı sağlayan, motivasyonlarını artıran ve aidiyet duygularını geliştiren içerikler paylaşılmasına önem verilmektedir. Aynı zamanda, diğer hedef kitleler için de insan haklarına, güvenliğe ve toplumsal dayanışmaya vurgu yapan bir yaklaşım sergilemektedirler. Bu bağlamda din, dil, ırk ayrımı yapılmaksızın tüm insanlara değer verdiklerini vurgulayan mesajlar vermelerinin yanı sıra orduyu güçlü ve lider bir kurum olarak tanımlamaktadırlar.

Gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalar, dünyadaki diğer Kara Kuvvetlerinin sosyal medyadaki iletişim stratejilerini daha derinlemesine ve farklı boyutlarıyla inceleyerek, bu tür paylaşımların hedef kitle üzerindeki etkilerini analiz edebilir. Ayrıca, ordular arası işbirliği ve çok kültürlülüğün güçlendirilmesine yönelik sosyal medya kullanımının uluslararası ilişkiler ve kamu diplomasisi alanındaki yerini anlayabilmek için de araştırmalar yapılması alana değerli katkıların sunulmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akaydın Aydın, A. ve Sadakaoğlu, M. C. (2020). İdeoloji ve Instagram: Türk Silahlı Kuvvetlerinin yönettiği Instagram hesabının kamu diplomasisi açısından incelenmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(3), 221-231. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/pub/tojdac/issue/55754/762702#article_cite
- Ayten, H. (2016). *Kurumsal itibarın sosyal medyada yönetimi: İngiliz ve Türk ordusu Youtube sayfaları analizi*. (Yüksek lisans tezi). Yök Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 441027).
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün retorik, sanat ve müzik* (A. Koş ve Ö. Albayrak, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2021). *Göstergebilimsel serüven* (M. Rifat ve S. Rifat, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2016). *S/Z* (S. Öztürk Kasar, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- British Army. (t.y.). Pathfinders. <https://www.army.mod.uk/news-and-events/news/2021/07/pathfinders-pack-a-greater-punch-than-numbers-suggest/>
- Cunningham, M. A. (2015). *Social media strategies for the United States Armed Forces: An Israeli case study*. (Yüksek lisans tezi). Defense Technical Information Center veri tabanından erişildi (Erişim No. ADA601714).
- Çağlar, B. (2012). Bir iletişim biçimi olarak göstergebilim. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 22-34. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/euljss/issue/6282/84320>
- Datareportal. (2024). Digital 2024: Global overview report. Datareportal. Erişim adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Dixon, S. J. (2024). *Number of worldwide social network users 2028*. Statista. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies*. Londra: Routledge.

- Global Firepower. (t.y.). Globalfirepower.com Ranks (2005-Present). Erişim adresi: <https://www.globalfirepower.com/global-ranks-previous.php>
- Golan, O. ve Ben-Ari, E. (2018). Armed forces, cyberspace, and global images: The official website of the Israeli Defense Forces 2007–2015. *Armed Forces & Society*, 44(2), s. 280-300. doi: 10.1177/0095327X16670694
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim* (M. Yalçın, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Günay, V. D. (2002). *Göstergebilim yazıları*. İstanbul: Multilingual.
- Günay, V. D. (2008). Görsel okuryazarlık ve imgenin anlamlandırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, 1(1), s. 1-29. doi:10.21602/sgsfsd.55487
- Güneş, A. (2012). Çağdaş bir çözümleme yöntemi: Göstergebilim. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(2), s. 31-43. doi:10.12739/10.12739
- Güngör, N. (2020). *İletişim: Kuramlar ve yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kohn, A. (2017). Instagram as a naturalized propaganda tool: The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. *Convergence*, 23(2), s. 197-213. doi:10.1177/1354856515592505
- Leightley, D., Sharp, M., Williamson, V., Fear, N.T. ve Gribble, R. (2020). *Sentiment of armed forces social media accounts in the United Kingdom: An initial analysis of Twitter content*. Moehlecke de Baseggio, E., Schneider, O. ve Szvircsev Tresch, T. (Ed.), *Social media and the armed forces* (s. 145-166) içinde. doi: 10.1007/978-3-030-47511-6_9
- López-Rodríguez, G. ve Castillo-Eslava, F. (2024). A comparative study of military communication on Instagram: A research note. *Armed Forces & Society*, 50(3), s. 810-826. doi: 10.1177/0095327X221149419
- Mainka, A., Hartmann, S., Stock, W.G. ve Peters, I. (2014). Government and social media: A case study of 31 informational world cities. *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, s. 1715-1724. doi:10.1109/HICSS.2014.219
- Military Connection. (t.y.). Was Betty White in the military?. Erişim adresi: <https://militaryconnection.com/blog/was-betty-white-in-the-military/amp/>
- Office of the Chief of Public Affairs. (2016, Nisan). The United States army social media handbook. Erişim adresi: https://carson.armymwr.com/application/files/3915/5751/4186/CRSN_ACS_Army_Social_Media_Handbook_April_2016.pdf
- Olsson, E. K., Deverell, E., Wagnsson, C. ve Hellman, M. (2016). EU armed forces and social media: Convergence or divergence?. *Defence Studies*, 16(2), s. 97–117. doi: 10.1080/14702436.2016.1155412
- Peirce, C. S. (2020). *Göstergeler kuramı: Göstergebilim* (M. Rifat ve S. Rifat, Çev.). M. Rifat (Ed.), *XX yüzyılda dilbilim ve göstergebilim kuramları 2 temel metinler* (s. 231-235) içinde. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin abc'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Rifat, M. (1998). *XX. yüzyılda dilbilim ve göstergebilim kuramları: 1 tarihçe ve eleştirel düşünceler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Schneider, O. (2020). *The importance of discussions on social media for the armed forces*. Moehlecke de Baseggio, E., Schneider, O. ve Szvircsev Tresch, T. (Ed.), *Social media and the armed forces* (s. 113-127) içinde. doi: 10.1007/978-3-030-47511-6_7
- Stern, N. ve Ben-Shalom, U. (2021). Confessions and tweets: Social media and everyday experience in the Israel Defense Forces. *Armed Forces & Society*, 47(2), s. 343-366. doi: 10.1177/0095327X19859304
- Uçan, H. (2008). *Dilbilim, göstergebilim, edebiyat eğitimi*. Ankara: Hece Yayınları.
- U.K. Army. (2018, 1 Eylül). Digital army. Erişim adresi: https://www.army.mod.uk/media/4612/adr007595-asm_guide.pdf
- United States of America Department of Defense. (2022, 12 Ağustos). Official use of social media for public affairs purposes. Erişim adresi: <https://www.esd.whs.mil/Portals/54/Documents/DD/issuances/dodi/540017p.PDF>
- United We Stand. (t.y.). Army and Nike team up for 2021 army-navy uniform to honor the soldiers of the u.s. army special forces command. Erişim adresi: <https://www.unitedwestand.football/>
- U.S. Army. (t.y.). U.S. army social media guide. Erişim adresi: <https://www.army.mil/socialmedia/>
- U.S. Army Public Affairs. (2022, 28 Haziran). Army approves milestone c and awards lrip contract for the mobile protected fire-power program. Erişim adresi: <https://www.army.mil/article/257989>
- Yıldız, O. (2017). *Stratejik iletişim bağlamında orduların sosyal medya kullanımı: ABD ordusu örneği*. (Yüksek lisans tezi). Yök Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 483213).

Extended Abstract

Purpose: This research aims to examine the strategic communication practices of the Land Forces of the United States and the United Kingdom, which are among the important military actors on a global scale on digital platforms. For this purpose, the visual narratives created by the visuals shared by these countries on their official Instagram accounts and the messages these narratives want to convey to the target audience were analyzed. While the military forces of both countries attract attention not only with their defense strategies but also with the messages they give to the international public, social media platforms have become an important tool in conveying these messages to the public.

Design and Methodology: The study is framed around the central research question: “What messages are the United States and United Kingdom Land Forces seeking to convey to their target audiences through the visuals shared on their official Instagram accounts?” The research covers a one-year period encompassing six months before and six months after February 24, 2022, the date on which Russia launched its attack on Ukraine following escalating tensions in the northern Black Sea region. This event holds significant geopolitical importance, particularly for NATO member states and other countries within the region’s scope. During this timeframe, the official Instagram account of the United States Army (@usarmy) published a total of 400 posts, averaging approximately 33 posts per month, which corresponds to nearly one post per day. Collectively, these posts received 11,615,965 likes and 118,808 comments, yielding an average of 29,040 likes and 297 comments per post. The study focused on posts that generated above-average interaction in both likes and comments to capture the most impactful content. Consequently, 50 posts before February 24 and 19 posts after this date were identified as highly engaging. Given the volume of posts and the intensive interaction on the account, a further selection process was employed to narrow down the sample for detailed semiotic analysis. Ten posts were ultimately selected, representing the highest interaction levels both before and after February 24. In comparison, the official Instagram account of the United Kingdom Land Forces (@britisharmy) shared 98 posts during the same period, averaging around eight posts per month, or roughly one post every four days. These posts accumulated a total of 1,357,493 likes and 7,602 comments, resulting in an average of 13,852 likes and 77 comments per post. In this study, which has a qualitative research design, visual posts made from the Instagram accounts @usarmy, belonging to the United States Army, and @britisharmy, belonging to the United Kingdom Army, were examined using the semiotic analysis method. Roland Barthes’s concepts of denotation and connotation, and Charles Sanders Peirce’s classification of symbols, signs, and image indicators were utilized in the analysis process.

Findings: In the @usarmy post dated September 5, 2021, the American soldier is emphasized as extending a helping hand to those in need, especially women and children. The message conveys that the army is an institution defending human values beyond being just a fighting force. This content is linked to the US Army’s universal humanitarian responsibility and peacekeeping identity in the context of the evacuation operations carried out from Afghanistan in August 2021. The visual dated September 8, 2021 highlights the superiority and leadership role of the American army in training by showing an American soldier in a leadership position with superior equipment compared to Indonesian soldiers. While this post symbolizes military cooperation in a literal sense, it connotes the American army’s advanced training and equipment superiority. In the content dated October 28, 2021, the US Army’s new-generation weapon systems are introduced; these technological developments are presented as strengthening the army and especially encouraging the younger generation to consider joining. The post dated November 30, 2021 uses a photo commemorating the September 11 terrorist attacks and honoring soldiers serving in Afghanistan to symbolize both physical strength and determination in the fight against terrorism. The Betty White image dated December 31, 2021 reflects the value of military service and the lifelong honor that such service carries in a connotative sense. Regarding the UK Land Forces, the post dated September 2, 2021 focuses on the physical training of female soldiers, emphasizing the importance of cooperation and development within the army. The September 16, 2021 post highlights the strategic importance of functional military clothing and the representative power

of units in their areas of duty. The October 8, 2021 content encourages participation in the army through the image of a paratrooper soldier, carrying connotations of personal development and self-confidence. In the image dated October 31, 2021, the joint training activity of British and Omani soldiers draws attention to the significance of leadership and global cooperation. The post dated November 7, 2021 emphasizes the strengthening of the multicultural structure by honoring all soldiers regardless of religion, language, or race.

Research Limitations: Within the scope of the research, a total of ten posts published on the official Instagram accounts of the United States and the United Kingdom Army in 2021 were analyzed in depth. The limitations of the study include analyzing only a one-year period and focusing only on the Instagram platforms of the Land Forces of the United States and the United Kingdom.

Implications: Although this study has provided important findings by focusing on the strategic communication practices of the US and UK Land Forces via Instagram, some suggestions can be made for future research. First of all, it would be meaningful to compare social media strategies in different periods by expanding the time period, especially to monitor the changes in crisis and peace processes. In addition, examining the posts on different social media platforms such as X, Facebook, TikTok, and YouTube can provide a more comprehensive understanding of target audience interactions. In addition, a comparative analysis of the social media communication strategies of other countries' land forces and different military units will shed light on the diversity and common trends in the field of military communication. Using quantitative methods to measure the perception and effects of social media content on the target audience allows for a more objective assessment of the role of visual narratives in forming public opinion. The effects of multiculturalism and inclusiveness themes on military personnel and society can be examined in depth. In addition, investigating how military social media posts are used not only as a corporate image tool but also as a strategic tool in the context of international relations and public diplomacy will provide an important basis for interdisciplinary studies. Studies to be conducted in line with these suggestions will allow for a broader and deeper perspective to be evaluated regarding the positioning of military institutions on digital platforms, their relations with the public, and their international communication practices.

Originality: This research offers an original interdisciplinary analysis of the strategic communication practices of the United States and United Kingdom Land Forces on Instagram. Utilizing semiotic analysis grounded in Roland Barthes's and Charles Sanders Peirce's theories, the study examines how visual narratives convey complex messages beyond literal military content. The dataset consists of highly engaged posts from August 2021 to August 2022, a critical period marked by significant geopolitical events such as the Afghanistan evacuation and Russia's invasion of Ukraine. By analyzing content from the @usarmy and @britisharmy accounts, the research reveals how these military institutions construct narratives emphasizing humanitarian values, leadership, technological advancement, multiculturalism, and personal development. The study highlights how military communication extends beyond defense strategies to shape public perception and foster institutional identity on Instagram. It also identifies the importance of connotative meanings in conveying symbolic messages. This research fills a gap in military communication studies by focusing on Instagram as a strategic tool and suggests avenues for future research, including cross-platform comparisons and mixed-method approaches. Overall, the study contributes valuable insights into the evolving role of Instagram in military strategic communication.

Public Service Announcements About Migrants: Strategic Constructions to Reduce Prejudice

Müzeyyen Pandır¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 23.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 10.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Abstract

In countries with large refugee and migrant populations, it is crucial to build good relations between the newcomers and the host communities. One method of increasing social acceptance and reducing prejudice is using media-based information and awareness-raising activities. This study examines five public service announcement (PSA) films prepared by the Turkish Presidency of Migration Management between the years 2017-2021 to increase the social acceptance of migrants, and discusses their potential to reduce prejudice. The PSAs are examined using a visual content analysis method focusing on the migrant profile, narrative structure, language and tone, emphasis on difference or similarity, representation of stereotypes, and narrator. Three main findings emerged from the study: Firstly, the PSAs feature a theme of “Great Türkiye”, which emphasizes the greatness of Turkish history and assigns a responsibility to Turkish people to protect those in need, ultimately constructing a superiority over migrants. Secondly, PSAs present migrants in an ambivalent way as capable people contributing to the Turkish economy (visual) and as people in need of help (narrative). Thirdly, PSAs use emotional language to deliver messages of understanding and benevolence. Overall, the study argues that PSAs strategically construct Turks as superior and portray migrants as ambivalent to reduce the perception of migrants as a competitive threat to Turks and with an emotional language they make the didactic messages seem less oppressive and patronizing. While these strategies may promote acceptance, their long-term impact is questionable if they are not supported by the teaching of values such as equality and respect.

Keywords: *Living together, Migrants, Prejudice, Public service announcements, Representation, Social acceptance, Social cohesion*

¹ Işık Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, muzeyyen.pandir@isikun.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1590-4689

Göçmenlerle İlgili Kamu Spotları: Önyargı Azaltmak İçin Stratejik Kurgular

Öz

Mülteci ve göçmen nüfusunun yoğun olduğu ülkelerde, yeni gelenlerle ev sahibi topluluklar arasında iyi ilişkiler kurmak elzemdir. Sosyal kabulü artırmanın ve önyargıyı azaltmanın bir yöntemi, medya tabanlı bilgilendirme ve farkındalık yaratma faaliyetleri kullanmaktır. Bu çalışmada, Türkiye Göç İdaresi Başkanlığı tarafından göçmenlerin sosyal kabulünü artırmak amacıyla 2017-2021 yılları arasında hazırlanan beş kamu spotu filmi incelenmiş ve önyargıyı azaltma potansiyelleri tartışılmıştır. Kamu spotları, görsel içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve analizde göçmen profili, anlatı yapısı, dil ve ton, farklılık veya benzerlik vurgusu, stereotiplerin temsili ve anlatıcı üzerine odaklanılmıştır. Çalışmada üç ana bulgu elde edilmiştir: İlk olarak, kamu spotlarında öne çıkan “Büyük Türkiye” teması ile Türk tarihinin büyüklüğü vurgulanmakta ve Türk halkına ihtiyaç sahiplerini koruma sorumluluğu yüklenmekte, nihayetinde göçmenler üzerinde bir üstünlük inşa edilmektedir. İkinci olarak, kamu spotlarında göçmenler Türk ekonomisine katkıda bulunan yetenekli insanlar (görsel) ve yardıma muhtaç insanlar (anlatı) olarak ikircikli bir şekilde sunulmaktadır. Üçüncü olarak, kamu spotları anlayış ve iyilikseverlik içerikli mesajları iletmek için duygusal bir dil kullanmaktadır. Genel olarak bu çalışma, kamu spotlarının, göçmenlerin Türkler tarafından rekabetçi bir tehdit olarak algılanmasını önlemek için stratejik olarak Türkleri üstün, göçmenleri ise ikircikli olarak kurguladığını, duygusal bir dil kullanarak da didaktik mesajların baskıcı ve tepeden inme görünmesini azalttığını savunmaktadır. Bu stratejiler sosyal kabulü teşvik etse de eşitlik ve saygı gibi değerlerin öğretilmesi ile desteklenmedikleri takdirde uzun vadeli etkileri tartışmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Birlikte yaşam, Göçmenler, Önyargı, Kamu spotları, Temsil, Sosyal kabul, Sosyal uyum

Introduction

Türkiye is the country with the largest refugee population in the world for the past seven years and the Syrian corridor to Türkiye is the world's second largest migration corridor (McAuliffe, Kitimbo, Dolling and Abel, 2024, pp. 23-44). Although repatriation is discussed as a part of Türkiye's migration policy, it is expected that a large portion of the Syrian population under temporary protection will remain in Türkiye (Erdoğan, 2022, p. 158). For the smooth running of society in peace, it is important that new members integrate into the host society and that host communities are willing to accept new members. In Türkiye, the Presidency of Migration Management (Göç İdaresi Başkanlığı, henceforth GİB) is the authorized public institution in the planning and implementation of cohesion and integration activities. This study examines GİB's social cohesion activities, particularly the public service announcements (henceforth PSAs) designed to raise awareness about migration and migrants and increase social acceptance among the Turkish hosting communities. In particular, it analyzes the content of the PSAs and examines their narrative and representational constructions in terms of their potential to increase social acceptance and reduce prejudice towards migrants.²

It is argued that ethnically different groups with some common historical background and cultural similarities are advantageous in forming social cohesion (Liu, Volčič and Gallois, 2023). However, despite a common historical past and cultural affinities, since 2019, Turks have been socially distancing themselves from Syrians under temporary protection, which means that they share fewer common areas and establish fewer relationships with them (Eser and Uygur, 2019; Yetkin Aker and Erdoğan, 2023; Yıldırım, 2019). The social distance is increasing every year along with the increasing negative public opinion towards Syrians (Erdoğan, 2022). Social distance, negative opinions and prejudice between communities are challenges to social peace as they prevent good relations between communities and increase the risk of conflict.

Addressing the issue of negative opinions towards migrants, the 11th Development Plan of the Turkish Presidency for 2018-2023 has set one of its goals as to increase the number of information and awareness-raising programs aimed at reducing prejudices against foreigners. Accordingly, GİB has carried out cohesion programs and information and awareness raising activities for the Turkish communities. According to the information shared on the website of GİB, these activities are carried out in the form of one-time or repeated meetings, talks, and educational programs in which authorities or volunteers trained in social cohesion meet with local people or opinion leaders (muhtars, teachers, imams, reporters) in places where migrant populations are concentrated, and inform them about migration and the culture of living together.³ GİB (2022) also prepared PSA films about migration and presented them in the cohesion meetings with local people. The films aim to reduce prejudice towards migrants by sharing messages of living together with differences.

This study analyzes the content of these PSAs for their potential to reduce prejudice and facilitate social acceptance towards migrants, drawing on prejudice-reduction literature in the fields of sociology, social psychology, and communication studies. It asks the following research questions: How are migrants and migration portrayed in the PSAs? What do the contents of the films say about migrants, Turks, and their relationship to each other? How do the films challenge or reinforce migrant stereotypes? What is their potential to reduce prejudice towards migrants?

2 In the official migration documents, GİB uses the definition of migrant broadly to include foreigners with legal stay in the country, persons with international protection applications or status, and Syrians under temporary protection (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2020, p. 10). Following this, in the study, the term migrant will be used as a general term that refers to migrants, foreigners, refugees, asylum seekers, and Syrians under temporary protection.

3 The cohesion activities aimed at the Turkish population are listed in the website of GİB (<https://www.goc.gov.tr/uyum-faaliyetleri>). The titles of these activities are Yerelde Uyum Buluşmaları, Biz Bize Sohbetler, Uyum Mahalle Buluşmaları, Sosyal Uyum Çalıştay, Yerelde Kadın Buluşmaları, Ekonomide Uyum ve İş Dünyası ile Buluşmalar, Yerelde Basın Buluşmaları, Akran Zorbalığı Yabancı Düşmanlığı ve Duygusal Güvenlik Alanı Eğitimi, Çocuklara Yönelik Okullarda Sosyal Uyum Faaliyetleri, Çocuklara Yönelik Bilgilendirme Toplantıları, Muhtarlara Yönelik Bilgilendirme Toplantıları, and Kırılmaçlar Projesi.

The study first explains the causes of prejudice, the information and media-based studies to reduce prejudice, and the recent studies on Turkish PSAs that aim to reduce prejudice towards migrants. The methodology section details the data, data collection and the use of visual content analysis methods. The findings section presents the narrative and representational constructions in each of the PSAs which are evaluated together in the discussion section, before the conclusion.

Explaining Prejudice

Prejudice is a negative thought and attitude that people are exposed to due to their group membership (Aboud et al., 2012). It targets a particular group and its members because of perceived differences based on race, ethnicity, gender, sexual orientation, religion, or disability. Prejudice can manifest itself in ways such as humiliation, stigmatization, harassment, exclusion, and even violence. When prejudice turns into behavior and group members cannot benefit from equal rights and opportunities with other society members, it is called discrimination (Schaefer, 2012, p. 241).

Different disciplines have varying explanations for the causes of prejudice. In sociology literature, one common view explains prejudice through socialization. According to this view, individuals learn negative thoughts and attitudes targeting a group not based on concrete evidence, but through their families, peers, social environments, and social institutions (Aronson, 2008; Giddens and Sutton, 2013, p. 280; Schaefer, 2012, p. 76). A second view explains prejudice through the concept of scapegoating (Giddens and Sutton, 2013, p. 680), group threat theory (Quillian, 2006) or ethnic competition theory (Olzak, 1992). According to these views, prejudice arises due to competition, conflict, and disagreement between groups. To protect their own interests, groups denigrate the other group or target the other group as being responsible for the social problems experienced. Social psychology studies, on the other hand, link the development of prejudice to authoritarian personality traits (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson and Sanford, 1950). According to this view, children who grow up with strict disciplinary rules develop authoritarian personality traits, and so they emphasize obedience to authority and strict adherence to rules and tend not to accept people who are different (out-groups) and may hold strong racial and ethnic prejudices against out-groups (Sibley and Duckitt, 2008).

These theories demonstrate that the causes of prejudice are complex and understanding its development requires an interdisciplinary approach. Accordingly, prejudice-reduction studies have proposed approaches which can be divided into two groups: those based on intergroup contact (see Allport, 1954; Devine, 1989; Pettigrew and Tropp, 2006) and those based on information and awareness-raising (see Haaland and Roth, 2020; Lergetporer, Piopiunik and Simon, 2021; Sutton, Perry, Parke and John-Baptiste, 2007). PSAs, which are the focus of this study, aim to reduce prejudice through raising information about groups and issues, thus the following focuses on information-based approaches to reduce prejudice.

Information and Media-Based Prejudice-Reduction Studies

Government institutions, public institutions and NGOs widely use information-based approaches to raise awareness, reduce prejudice, and foster good relations between groups. Several studies have examined if and how providing information about migrants and refugees is effective in changing people's attitudes toward them. Lergetporer, Piopiunik and Simon (2021) found that providing Germans with information about the educational level of refugees not only increased their view that refugees were well-educated, but also reduced concerns about the financial burden of hosting refugees and positively affected general attitudes toward refugees. They also showed that some non-economic factors (such as refugees' desire to integrate, and humanitarian issues) were more important to participants than economic issues. Haaland and Roth

(2020) found that support for migration increased when participants were presented with evidence-based information that migration does not have a negative impact on local wages. Similarly, Grigorieff, Roth and Ubfal (2020) found that sharing information about migrants, such as the proportion of migrants in the population and the unemployment or crime rates of migrants, led to more positive attitudes toward migrants. It should be noted, however, the actual level of migration is mostly lower than what is perceived by the public (Gorodzeisky and Semyonov, 2019) and in such cases sharing the accurate information can have a positive outcome. In places where the migrant and refugee population are dense, such as Türkiye, sharing this information may not produce the same positive result.

Thus, providing the public with accurate information about migrants or any other ethnic minority group is not always sufficient to change attitudes and reduce prejudice. Vrij and Smith (1999) warn that initiatives aimed at reducing prejudice must be carefully organized and designed because they may be perceived as patronizing or favoring some ethnic groups over others, causing adverse reactions and reinforcing hatred. Therefore, awareness-raising initiatives should not only aim to reduce prejudice, but also teach the value of cultural differences among and within groups (Valentine and McDonald, 2004, p. 22).

Teaching of values and good behavior to the public is one of the roles of social institutions, such as the media. Previous studies have shown the importance of media in decreasing the levels of prejudice towards ethnic minority groups including migrants (Aboud et al., 2012; Bobba, Thijs and Crocetti, 2024; Pate, 1981), thus media tools such as films, advertisements, discussion programs on television and radio, articles and posters in newspapers, magazines, on the Internet and billboards are among the main channels for disseminating information about social groups. These media-based prejudice-reduction initiatives may be organized as public campaigns over a period of time, or as stand-alone independent projects and programs (Sutton et al., 2007).

Many studies focus on how media messages should be designed and presented to reduce prejudice successfully. They address specific qualities which can be grouped as relating to message content, representation and stereotyping, the language and tone of the message, and the narrator of the message. In a comprehensive study, Sutton et al. (2007) examine three British media campaigns, and regarding the message structure and content they suggest that the message should be striking and impressive to get the recipient's attention, to do this it must contain contrast. Each message should focus on one ethnic or religious group, should emphasize the group's similarity to the in-group rather than highlighting difference, and it should not reinforce stereotypes but contradict them (Sutton et al., 2007). It was also suggested by Mullen (2001) that emphasizing foreignness leads to more negative reactions from the viewer, thus messages should not feature different traditions and habits, but similarities with the in-group (such as working, raising families, going to the park etc.). The sense of similarity also increases the persuasiveness of the message (Vrij and Smith, 1999). Regarding the language and tone of the message, it is suggested that the message must be direct, jargon-free and not too emotional, and if the narrator is perceived as credible, reliable, attractive, and powerful, the persuasiveness of the message is more likely to be increased (Sutton et al., 2007, pp. 7–8).

Abrams (2010)"number":56,"publisher":"Equality and Human Rights Commission","publisher-place":"Manchester","title":"Processes of prejudice: Theory, evidence and intervention","URL":"https://www.equalityhumanrights.com/sites/default/files/research-report-56-processes-of-prejudice-theory-evidence-and-intervention.pdf","author":[{"family":"Abrams","given":"Dominic"}],"accessed":{"date-parts":[[2024,10,21]]},"issued":{"date-parts":[[2010]]},"label":"page","suppress-author":true},"schema":"https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json"} suggested that sometimes social pressure and social norms are more effective in influencing people's opinions than the messages we receive from the media. He argued that messages coming from the group we identify with are more persuasive than those coming from the out-group. For example, the exclusion of prejudice within a group may be a more effective way of not accepting discriminatory behavior. This argument may also indicate that self-expression of migrants may reduce the impact of the message on local

people. However, self-expression is important for embracing agency (Blomfield and Lenette, 2018) and raising empathy towards migrants among local people (Chibici-Revneanu and Dong, 2020). Therefore, it can be suggested that in addition to providing opportunities for migrants to communicate their perspectives in their own voices, the message of valuing migrant perspectives and living together should also be supported by in-group members for a more positive impact. Certainly, there is no guarantee that every media message with the above qualities will have a positive effect on reducing prejudice, since its effectiveness is also a result of historical and cultural conditions. To avoid unwanted consequences, it is suggested that media initiatives should be tested with a smaller group of target audience before their launch (Sutton et al., 2007, p. 8).

In this study, GİB's cohesion-focused PSAs and their contents are analyzed in reference to prejudice-reduction literature, in terms of if and how they meet the qualities to reinforce social acceptance and reduce prejudice. The next section focuses on the recent studies particularly on Turkish PSAs addressing migrants.

PSAs on Migrants, Cohesion and Prejudice-Reduction in Türkiye

PSAs are media-based communication tools that aim to raise awareness and influence attitudes on issues of public interest (Sivakumaran, R.M., Nandakumar and Srivastava, 2023), so they follow the aforementioned strategies suggested for media messages to be effective and persuasive. There are analyses of the Turkish PSAs that address social issues in various areas;⁴ however, those related to migrants are very few. Among these studies, some examine GİB's PSAs on human trafficking (Tuğ, 2020; Yılmaz, 2020), while others focus on the ones about migrants and integration/cohesion (Danış, 2024; Karaduman, 2022; Öztürk Terzi, 2023).

Öztürk Terzi (2023) examines GİB's PSA titled "Misafirimsin", which means "you are my guest" in Turkish. The study argues that defining migrants through vague terms such as guest is problematic because they imply temporality and that defining them in terms of universal human rights helps to avoid potential misunderstandings and reduce prejudice among the public. A shortcoming of the study is that it does not provide information on when and where this PSA was released. At the time of conducting this research, no information about this video was found in GİB's or other resources, therefore this PSA was not included in the current study sample.

Karaduman (2022) presents a semiotic analysis of GİB's PSA titled "Büyüksün Türkiye", which is also examined in this study, and investigates the themes and the representation of migrants in the film. Karaduman explains that the film portrays migrants from different cultures and professions, shows their contributions to the Turkish economy and culture, gives the message to Turkish citizens to be tolerant and helpful towards migrants, and uses emotional themes such as love, helpfulness, brotherhood, patriotism, and faith to increase the impact of the message. Karaduman provides an uncritical analysis of the PSA, however, in the analysis below I will show and discuss that a significant element in the narration of this PSA is the production of meaning based on a hierarchical "us" and "them" difference, which should be questioned when the aim is to reduce prejudice.

In another study, Danış (2024) examines the content, titles and descriptions of GİB's videos on migrant integration and monitors the changes in the channel's broadcasting policy since its establishment. He finds that integration-related content, which was initially intended to be educational, has diminished over time. Danış notes that the videos mostly see integration as a one-way road and do not sufficiently address the responsibilities of the host society, they do not explain the state's integration policies, there is insufficient information about the contributions of migrants, and the videos mostly cover anti-migration issues such as combating irregular migration, human trafficking and border security. He concludes that the issue of integration is treated superficially in the PSAs. In fact, as I will explain in the methodology section, PSAs

4 For the analyses of the Turkish PSAs on gender inequality see Akyl and Gencer (2022), Aydın and Gülerarslan Özdengül (2023), Aydınnoğlu and Çelik (2024), on health see Alptekin, Kucun, Kurt and Yalin Ozkara (2024), Aydın and Yıldırım (2020), on the environment see Bozdemir Yüzbaşıoğlu (2020), Kükrer Aydın (2016).

focusing on integration or cohesion were removed from GİB's YouTube channel as of 2024, after cohesion was no longer the focus of state's migration policy (Morgül, 2023). As a result, the cohesion films that are the subject of my study, are no longer listed on the YouTube channel and thus they are not noted in Daniş's study. Therefore, it would be more accurate to say that, compared to the past, integration or cohesion is no longer on GİB's agenda today.

Overall, the number of studies about Turkish PSAs on migration and cohesion is limited and the existing ones are not based on sufficient datasets, so a systematic and comprehensive approach needs to be developed to fill this gap. This study provides an analysis of GİB's PSAs on migration and cohesion, that were once available on its YouTube channel. It differs from the existing studies in that it focuses on the narrative and representational constructions of the migrants and Turks in the PSAs and evaluates them according to their potential to increase social acceptance and reduce prejudice, drawing on prejudice-reduction literature. The data collection and analysis processes are explained below.

Methodology

Using a visual content analysis method, this study examines five Turkish PSAs designed in the format of short films, to inform Turkish society about migrants and living together. The PSAs span from 2017 to 2021, some of them were supported by the European Union (EU) and the United Nations' International Organization for Migration (IOM).

Data collection

GİB shares information about its completed and ongoing cohesion activities on its official website.⁵ The media-based cohesion activities for Turkish people are limited to informative PSA films. These PSAs are shared with the public on GİB's official YouTube page.⁶ Until 2024, GİB shared all its films and videos under four playlists titled "Ahıska Turks", "Fighting Human Trafficking", "Migration TV", and finally "Film/Public Service Announcement". The cohesion PSAs were added to the last playlist; however, during 2024, the playlist was made unavailable to the public and a new playlist titled "Fighting Irregular Migration" was added to the page. The new playlist includes videos featuring information about border security measures and the fight against irregular migration and migrant smugglers. The replacement of cohesion films with illegal migration videos indicates a change in the country's migration management approach in recent years (Morgül, 2023) identifying the central themes and metaphors in top officials' refugee-related messages. However, since they tend to rely on qualitative analyses based on convenience or purposive samples, prior studies have failed to assess the relative frequency of these themes and fall short of reliably gauging the shifts and continuities in the official discourse on refugees. Moreover, while several studies have noted the growing emphasis on the repatriation of Syrian refugees in recent years, no research has yet explored how the Turkish government has sought to reconcile this with its pro-refugee posturing. This paper addresses these limitations via a mixed methods analysis of 382 speeches President Erdoğan gave from September 2014 through December 2022. Quantitative findings show that Islamist and neo-Ottomanist themes have played a major role in Erdoğan's refugee discourse throughout his presidency. However, since 2018, there has been a sharp increase in Erdoğan's remarks about repatriating Syrian refugees. A critical discourse analysis of these remarks indicates that Erdoğan has appropriated the language of international law and standards on refugee returns so that he can continue to claim the moral high ground while simultaneously advocating mass repatriation of the Syrians.”;container-title”:”New Perspectives on Turkey”,”DOI”:”10.1017/npt.2023.23”,”ISSN”:”0896-6346, 1305-3299”,”journalAbbreviation”:”New Perspect. Turk.”,”language”:”en”,”page”:”30-51”,”source”:”DOI.org (Crossref.

5 <https://www.goc.gov.tr/uyum-faaliyetleri>

6 <https://www.youtube.com/@gocidaresibaskanlg8338>

Currently, the cohesion PSAs are accessible on other social media platforms, such as GİB's Facebook page, film producers' Vimeo pages, and other YouTube pages. The details of the PSAs included in the data are shown in Table 1. Due to the nature of the study, informed consent or ethics committee approval was not required during data collection.

Table 1

GİB's short films about migration and cohesion

Film	Name	Release date	Length
PSA 1	Göç kamu spotu (<i>Migration public service announcement</i>)	26.11.2017	00' 45"
PSA 2	Büyüksün Türkiye (<i>You are great Türkiye</i>)	17.12.2018	01' 33"
PSA 3	Mahalle (<i>Neighborhood</i>)	21.05.2019	01' 00"
PSA 4	Suriyeliler Hakkında Doğru Bilinen Yanlışlar (<i>Misconceptions about Syrians</i>)	03.02.2020	05' 15"
PSA 5	Tanısın Sen de Seversin (<i>If you know, you'll love [them] too</i>)	14.11.2021	02' 04"

To determine the PSAs to study, a purposeful sampling technique was followed, which is used in qualitative research to sort and select those cases that contain information about the subject under study (Patton, 2002, p. 46). Accordingly, only the films that contain content about migrants and living together were included in the sample. All the PSAs in the sample, except one (PSA 1), took place in GİB's local cohesion meetings and they were shown to local people with the aim of raising awareness on living together and reducing negative perceptions towards migrants (Göç İdaresi Başkanlığı, 2021, 2022). Therefore, it is important to explore and analyze their content.

Data analysis

PSAs are analyzed using a visual content analysis method, following Gillian Rose (2001) and Philip Bell (2001). Content analysis was developed to analyze written or spoken texts, but later used to analyze visual images too (Rose, 2001, p. 54). Content analysis reveals how a group or event is represented in texts or visuals, what meanings are produced through the representational features, by asking questions about the narrative and visual features in the image (Bell, 2001). For example, it may ask questions such as through which themes migrants are represented (e.g. humanitarian aid or human rights), what messages are conveyed, what emotions are evoked in the narrative, and so on. Content analysis is generally used for quantification, but it also allows for qualitative analysis because its findings allow for an understanding of the symbolic qualities of images, because the visual and narrative content of images is always related to the broader cultural context in which they are produced (Rose, 2001, p. 55).

Content analysis is also preferred because it is an explicit method that is applied with specific rules and procedures. It involves dividing the text or image into a set of objective parts (categories), coding their contents (values) on a coding table, and discussing the meanings produced through these representational relations (Rose, 2001, p. 59). This requires a technical procedure to be followed. In this study, a coding table is prepared using the Excel program, the categories of analysis are added on the coding table, they are examined in the PSAs and their descriptive values are coded manually on the coding table. So, the data on how groups are represented are obtained.

In the study, the coding framework and categories of analysis are determined according to the research questions, and in reference to the study of Sutton et al. (2007) to interpret the contents' potential to reduce prejudice. The visual content analysis is conducted focusing on the following categories of analysis (Table 2) and asking the following questions to the PSAs:

- Migrant profile: Who are represented in the films?
- Narrative structure: What information, message, and theme are prominent in the narrative content?
- Language and tone: Is the message clear, does it explicitly promote respect and inclusivity? Is the language fact-based, terminological, or emotional? If there is an emotional appeal, does it evoke pity, or a sense of connection and empathy?
- Emphasis: Does the film feature similarity and/or difference between groups?
- Representation: Do the representation of people reinforce or challenge stereotypes?
- Narrator: Who is speaking to the viewer?

Table 2

The coding categories in content analysis

Main categories	Subcategories			
Migrant profile	Age	Gender	Ethnicity	Condition
Narrative structure	Information	Message	Subject/theme	
Language and tone	Clarity	Jargons	Emotional appeal	
Emphasis	Similarity	Difference		
Representation	Stereotyping			
Narrator	Gender	Ethnicity		

The findings of the coding procedure may be interpreted quantitatively and/or qualitatively, depending on the size of the data and purpose of the research (Rose, 2001, p. 64). For this study, the findings are qualitatively interpreted based on the theoretical and empirical literature that this study draws on. In the next section, the findings of the content analysis of each PSA are first presented individually focusing on their narration and portrayal of migrants, migration and living together; the findings are later interpreted in the discussion section.

Findings: The Narrative and Representational Constructions in the PSAs

The oldest PSA, *Migration Public Service Announcement* (2017, PSA 1) begins with a mother and daughter playing in a park. Suddenly bombs are heard, and a war starts. No information is given about their nationality or location, but the shouts of “Yallah” in the background indicate that it is Syria. The camera focuses on the face of the helpless child and the voice-over addresses the Turkish viewer, saying, “You are the one who taught mercy to three continents, seventy-two nations, who conquered hearts. Do not ignore her”.⁷ The message revokes the historical conquests of the Ottoman Empire and emphasizes greatness as a nation. This is the first implication of greatness as a theme; in subsequent videos this theme is explicitly called “Great Türkiye”. The video adopts an emotive language calling for mercy and compassion for war victims. There are relationships of similarity and difference between the viewer (us) and those in the video (them). At the beginning of the film the child says, “The sky was once blue for me too”,⁸ implying that they were ordinary people with ordinary lives like everyone else but with the start of the war, they became in need of others’ help. Thus, the similarity is established on the basis of ordinary human conditions, while the difference between us and them is established on the basis of “our” greatness and capability to help. The representation

7 Translated by the author from Turkish: “Sen, merhameti üç kıta, yetmiş iki millete öğreten, gönülleri fethedensin. Onu görmezden gelme”.

8 Translated by the author from Turkish: “Bir zamanlar gökyüzü benim için de maviydi”.

of the host society as a superior and compassionate nation is a stereotypical representation in migrant representations (Lutz and Collins, 1993) and the film reproduces this stereotype of the host people. The PSA uses a Turkish male voice-over that encourages the audience to “see” and acknowledge “her” (the child / war victim) without giving any specific message other than accepting them.

You are Great Türkiye (2018, PSA 2) is set in a Turkish bakery and the main character is the baker, Mr. İrfan. The bakery is a place where foreigners living in the neighborhood can easily come, ask the baker their simple everyday questions (such as, how to get from one place to another) and receive answers from Mr. İrfan, who is portrayed as a fatherly and generous character. The foreigners are of different nationalities, different skin colors, genders and ages. They are all well integrated into the host society; they all speak Turkish with accents, have jobs as football players, teachers and students. After getting answers to their questions, they all say “You are great”⁹ to the baker and leave the bakery with a smile. The video ends with the message of the Turkish male narrator: “Is it just brother İrfan? In these lands, every person has a big heart, a warm heart. That is why, for centuries, we have been the meeting place of sharing, of unconditional kindness, of brotherhood, and of migrants from 190 different nations today. That is why we are all Great Türkiye. You are great Türkiye”.¹⁰ The title of the video, the repetition of the word “great” and the reference to an imperial past in which different nations lived together, all underline the dominant theme of Great Türkiye, which emphasizes the greatness of the Turkish nation. The video revokes the old saying that with great power comes the responsibility to help others. The baker, with his fatherly attitude, acts as a role model for the viewer and shows the importance of benevolence towards people from different backgrounds. The video’s message appeals to the emotions with an emphasis on sharing, unconditional kindness and brotherhood.¹¹ Cultural differences and similarities are emphasized together: we recognize that the migrants are foreigners by their names and physical appearance (different skin color, eye shape etc.), but their cultural practices are not shown, and they all speak Turkish, thus forming a sense of similarity through their adaptation to Turkish society. There is stereotyping in that the migrants are portrayed as beneficiaries of Turkish benevolence. They are all working and skilled people, but the narrative emphasizes Turkish “unrequited benevolence” without making any reference to the contribution of migrants to the economy and society, as if there is a one-sided receiving relationship. The audience is asked to be understanding, kind, and helpful towards migrants.

Neighborhood (2019, PSA 3) shows children happily living and playing together in the same neighborhood, with Turkish shopkeepers watching them with love. All the children speak Turkish as their mother tongue, but their names make it clear that they come from different ethnic groups. By showing integrated minorities in a loving Turkish neighborhood, the video conveys the message of living together with cultural differences in “great Türkiye”. The narrator reads: “We are all companions, existing with love under the same sky. On this path that we advance with love, differences cannot hinder us, because love grows and multiplies even more with differences. On these lands, there are millions of great hearts full of love. We are beautiful together. Together, we are Great Türkiye”.¹² The video has an emotional appeal that focuses on the sense of love and togetherness among cultural differences in great Türkiye. Except for names with different origins, it does not show different cultural practices, but the narrator emphasizes cultural differences more than once. The message says, “differences cannot hinder us”, reminding that cultural differences can be an obstacle to living together. There is no cultural stereotyping in the portrayal of minority group children, but again the Turkish community is stereotyped as “great”, nurturing, caring and compassionate. A Turkish male voice-over calls for understanding, kindness and help.

9 Translated by the author from Turkish: “Büyüksün”.

10 Translated by the author from Turkish: “Sadece İrfan Abi mi? Bu topraklarda, her insanın yüreği büyük, yüreği sıcacık. Yüzyıllardır, paylaşmanın, karşılıksız iyiliğin, kardeşliğin ve bugün yüz doksan farklı milletten göçmenin buluşma noktası olmamızın nedeni işte bu. Bu yüzden hepimiz Türkiye’yiz. Büyüksün Türkiye”.

11 In Turkish, the word for “brotherhood” is “kardeşlik”, which is a gender-neutral word.

12 Translated by the author from Turkish: “Hepimiz aynı gökyüzünün altında, sevgiyle var olan yol arkadaşlarıyız. Sevgiyle ilerlediğimiz bu yolda, farklılıklar bize engel olamaz; çünkü sevgi, farklılıklarla birlikte daha da büyür, çoğalır. Bu topraklarda sevgi dolu, milyonlarca büyük kalp var. Biz, birlikte güzeliz. Birlikte, Büyük Türkiye’yiz”.

Misconceptions about Syrians (2020, PSA 4) is an animated, information-focused film. In a question-and-answer format, it addresses specific misconceptions of Turkish society about Syrians and replaces them with the correct information, aiming to reduce the negative perceptions. The shared information covers the issues of the status of temporary protection, the rights of Syrians, and the regulation and practice of the responsibilities and services towards Syrians under temporary protection. The language of the video is factual, simple and clear. The emphasis on difference is prominent in the video. Each question begins with “Syrians...”, separating Syrians not only from the we-group but also from other migrant groups, ensuring that they do not have the same rights and status as “us” and other groups, thus positioning them as an external group. The narrative aims to inform but produces stereotypes as it only lists the services provided to Syrians and does not mention the contributions of Syrians in society. The film is made in 2020, nine years after the first Syrians arrived, so it would have been possible to include information or statistics about Syrians who have settled, worked and contributed. The content could also include information about the challenges they face(d) and real-life stories to give the full picture. In the video, false information and perceptions are voiced by a Turkish male narrator, while correct explanations are voiced by a Turkish female narrator. In this way, false perceptions are given in a harsher voice tone (excluding), and truths are given with a softer voice tone (including). The video aims to reduce prejudice by providing accurate information.

If You Know, You’ll Love [Them] Too (2021, PSA 5) is a short film that focuses on prejudice, discrimination and exclusion against migrants. It portrays migrants of different nationalities, ages and genders (an African-looking girl, a Middle Eastern looking boy, an Asian-looking man). They are portrayed as qualified and willing to adapt, but the locals are portrayed as distant and exclusionary towards them. In the film, the problems experienced in different social environments (school, work, neighborhood) are solved with the knowledge and skills of the excluded migrants, which is followed by the beginning of communication and better relations between the groups. The film uses emotive language, and its message promotes the themes of equality and humanity, urging the audience to overcome prejudices and recognize the common humanity and potential of migrants. The narrator reads:

Each of us is human first. No matter our color or nationality, we live for equality. We all have the right to smile anywhere, under all circumstances. As we purify ourselves from prejudices, we become one, we become life. The more we see, the more we know; the more we know, the more we change the world. If you know, you will love it too.¹³

The migrants’ physical appearance is indicative of cultural differences too, but different cultural practices are not seen, and the film portrays them as having similar skills and talents. In this way, the film counters migrant stereotypes by presenting them as skilled, competent and problem-solving individuals. The Turkish male voice advocates overcoming prejudices and engaging with migrants in schools and workplaces to build better relationships.

Discussion

The findings concerning the narration and representation of migrants, migration and living together in the PSAs are discussed around three arguments: 1) the theme of Great Türkiye constructs Turkish superiority over migrants, which serves to protect social hierarchies and promote social acceptance at the same time; 2) the migrants are strategically constructed in ambivalence to reduce the risk of competitive threat perception, 3) an emotional language is used to deliver didactic messages to the public without appearing patronizing or oppressive.

¹³ Translated by the author from Turkish: “Her birimiz önce insanız. Rengimiz veya uyruğumuz ne olursa olsun, eşitlik için yaşarız. Her yerde, her koşulda gülümsemek hepimizin hakkı. Önyargılardan arındıkça bir olur, hayat oluruz. Gördükçe tanır, tanıdıkça değiştiririz dünyayı. Tanısan sen de seversin”.

Construction of Turkish superiority through the theme of “Great Türkiye”

It is suggested that prejudice reduction initiatives should focus on a single ethnic group (Sutton et al., 2007), but this is not the case in most of GİB’s films. One film is explicitly (PSA 4) and one is implicitly (PSA 1) about Syrians, others portray people of mixed origin and do not use any term revealing ethnic or national identity, and all emphasize their foreignness in the narrative. However, since Syrians are the largest foreign group in Türkiye, and since migration from Syria has been one of the most discussed social issues since the war in Syria, Syrians are the first group of people who come to mind when foreignness is emphasized. The migrants in the films are speaking Turkish, working, well-intentioned and in good health (except PSA 1). This well-integrated migrant profile is a positive feature to facilitate their acceptance among the hosting community (Lergetporer et al., 2021), it also helps to portray them as similar. When they are integrated and well-intentioned, their exclusion in society is grounded on unjustified prejudice, so the films deliver the messages of getting rid of prejudices and accepting and living together with differences.

The question is how they disseminate these messages of acceptance and inclusion, and what strategies they use to persuade the public. At this point, the films (except PSA 5) effectively use the theme of “Great Türkiye”. In a clear and direct language, and with an emotional appeal (except PSA 4), the common message of the films is to live together in peace by accepting the culturally different people among us. This message is founded on the Great Türkiye theme, which is used in reference to the historical achievements of the Ottoman Empire, particularly to the coexistence of many peoples under the same imperial rule. The narratives highlight that the Turkish state, throughout its long history, has accepted foreigners, shown mercy and extended a helping hand to them unconditionally. Helping and including foreigners is narrated as an essential characteristic of the Turkish people. This narrative constructs the Turkish state and Turkish people (“us”) as great, merciful and protective, which emphasizes Turkish superiority over migrants (“them”). The construction of superiority and protectiveness eventually establishes domination and hierarchy between Turks and migrants. Establishing hierarchical power relations is also a strategy to reduce the hosting communities’ fear of competition with the newcomers. In this way, the Great Türkiye theme functions to promote the acceptance of migrants and protect the existing social hierarchies at the same time.

In representation, the construction of “us” involves marking our difference from “others” and determining who are outside, the others, or the excluded (Hall, 1997, p. 236). What is particular about the PSAs, however, is that this construction of the superior “us” does not completely exclude the migrant who is inside. The films establish a relationship with the migrants; they acknowledge their cultural difference, and they desire to live with differences. Although the voice-over narration cites one-sided “unconditional help” to migrants, the visual portrayals depict reciprocal relationships, in which Turks and migrants work together and play together, which signifies that they deserve our friendly and good attitudes, not prejudice and exclusion. Therefore, films, in a pragmatic way, depict how we should and should not treat migrants within.

Then, the second function of the Great Türkiye theme is to instill moral values in Turkish people and motivate them to behave correctly towards migrants. In order not to appear oppressive or patronizing while doing this and not to offend the public – in a way that fits with the prejudice-reduction literature (Vrij and Smith, 1999) – films first mark and honor Turkish people’s greatness, then share didactic messages about how to approach migrants.

The strategic ambivalent migrant constructions

Research suggests that prejudice-reduction initiatives should not emphasize differences and reinforce stereotypes, but rather contradict them (Mullen, 2001; Sutton et al., 2007). GİB’s PSAs do not particularly follow these principles and highlight both similarities and differences between migrants and Turks. The foreignness of migrants is identifiable by their names, appearance, and accents, but their cultural practices are not displayed. They are seen as speaking the Turkish language, working together with Turks, and playing

in the neighborhood with Turkish children, indicating their successful adaptation to Turkish society. The sense of similarity between migrants and Turks is enabled through their integration. Migrants are like us because they are integrated.

In contrast to these images of similarity, the narrative read by the voice-over emphasizes cultural difference. Although the messages to the viewer are characterized by acceptance and coexistence, sentences such as “differences cannot hinder us” underline differences and marks them as negative. It creates a connotation such that similarity is required to live together, but despite the differences we will live together. To avoid negative connotations, the term “diversity” should have been used instead of “difference” to emphasize that cultural diversity enriches social life as it enables learning from each other and becoming better together. The term cultural diversity also includes in it the meaning that societies are diverse and never uniform (Ab-ercrombie, Hill and Turner, 2006, p. 114), thus it marks the inclusion of differences as a common situation, not a problem or an obstacle in front of living together.

The contrasting constructions of migrants in visual portrayals and the narration is also manifested through stereotypes in the PSAs. The visual migrant images of the PSAs counter the stereotypical images of needy and desperate migrants: we see the migrants as qualified, contributing to their environment, problem-solving and ultimately receiving acceptance; so, there is a mutual give-and-take situation. However, the voice-over narratives do not mention the contributions of the migrants and underline Turkish generosity, suggesting that migrants are the beneficiaries of Turkish benevolence, as if the relationship is one-sided. Thus, the narratives reproduce the helpless migrant stereotype.

The above examples show that there is an ambivalence in the visualization and narration of migrants in the films, and there is a reason for this. The ambivalent construction of migrants is strategic. The visual representation of migrants as well-integrated people is meant to indicate that they are not a burden, and they do not pose a risk to society, thus they do not deserve to be the subject of prejudice. However, the images of working migrants can also produce the view of migrants taking over local people’s jobs and enforce threat perception. When migrants are defined as in need, it is easier to appeal to people’s sense of compassion and spread the message of acceptance. Ambivalence is thus used pragmatically in the films: to support social acceptance and reduce the risk of competitive threat perception.

Foregrounding the feeling of compassion

The use of emotional language is not recommended in prejudice reduction initiatives (Sutton et al., 2007); however, in the post-truth era, it is argued that appealing to emotions and personal beliefs is more influential than objective facts in shaping public opinion (Lilleker, 2018). According to this view, to reduce prejudice against migrants it is not sufficient to correct misconceptions about them, but it is important to mobilize emotions using representational elements and strategies.

Moreover, although the use of emotional language in the films contradicts the literature on prejudice-reduction, emotional appeal seems to be an appropriate narrative element when it comes to people living together. The most important ingredient that enables people to want or accept living together in the same neighborhood with those who are different, are positive emotions such as love and respect for each other, even if at a minimal level. Therefore, it seems helpful to use an emotional language, without dramatizing the events, to evoke empathy and kindness towards the migrants. In addition, for the positive feelings between the groups to last, there must be a reciprocal relationship, a mutual benefit.

GiB’s films follow these paths and use emotive language, except for PSA 4, which aims to correct misconceptions about Syrians by replacing them with objective facts. The narrative of PSA 4 progresses through questions and answers about Syrians. In doing so, it separates and isolates Syrians from other migrant groups and portrays them as a passive group who only receive services without contributing to society and building

relationships with their environment. The lack of emotional appeal also dehumanizes and objectifies them. However, the use of emotional language in the other four PSAs seems to have a different effect, with positive and negative aspects.

The films foreground the feelings of compassion and mercy and give the Turkish public the responsibility to include and accept migrants. This use of emotional language seems to have a positive effect in terms of humanizing the relationship between Turks and migrants and finding a reason for living together. The use of emotion also helps the films deliver their didactic messages of accepting migrants without appearing patronizing or oppressive. However, there is also a downside of emphasizing compassion and mercy, because these are feelings that base the relationship on a sense of superiority. For groups living together, it would be more appropriate to cultivate feelings of empathy and respect to establish egalitarian relationships between groups. However, as discussed above, the sense of superiority in the films is preferred to protect the social hierarchies between Turks and migrants. Thus, the emotional language is used to gain the consent of the host society to accept the migrants.

Conclusion

This study examined GİB's five public service announcements on migrants and cohesion, using a visual content analysis method and drawing on prejudice-reduction literature. Focusing on their narration and representation of migrants and living together, the contents of the PSAs are discussed in terms of their potential to reduce prejudice and reinforce social acceptance. The main argument drawn from the findings of the analysis is that while the PSA films contain positive messages about living together with migrants, they also maintain an "us" and "them" distinction between Turks and migrants, and reproduce the social hierarchies by positioning Turks as "great" and as the protectors of migrants. I argue that this notion of a "superior us" is employed as a strategy to calm public concerns about migrants, thus facilitating their acceptance and reducing prejudice. The study revealed the ways in which the distinction between "us" and "them" is constructed through the narration and visual representation of Turks, migrants and other elements.

There are three main findings of the study. The first finding is that in GİB's PSAs, the common theme of Great Türkiye is used to construct Turks, the host society, as superior to migrants. The theme is narrated in such a way that it evokes the great past of the Ottoman Empire, under whose rule peoples lived together for centuries, and gives the message that we should continue this responsibility and protect the people who need our help. This is a responsibility carried from the past to the present and also it is a responsibility that comes with being "great". So, the narratives construct the Turkish state and Turkish people as great, and also position them as superior to migrants. This is a stereotypical construction of "superior us" vs. "inferior other", which also constructs a hierarchical relationship between the two; however, the difference is that the "other" in the PSAs is not a threat or an enemy, but a victim in need of protection. This hierarchical relationship between the Turks and migrants is constructed as a strategy to protect the existing social hierarchies and to calm down the Turkish community members' fear of competing with the migrants in their social environment. In this way, the theme of great Türkiye is used as a tool to promote the social acceptance of migrants.

The second finding of the study is that the PSAs represent migrants in an ambivalent way: migrants are visually presented as skilled and capable people who contribute to the Turkish economy and society, while at the same time they are narrated as people who need our help and protection. This is a strategic ambivalence, again used to facilitate the social acceptance of migrants. The purpose of portraying migrants as well-integrated and capable is to prevent the perception of migrants as a burden and a risk to the economy and society, thus to reduce prejudice against them. At the same time, however, to avoid the perception that migrants are taking the jobs of locals, PSAs narrate them as people in need, thus appealing to people's sense of compassion. In this way, ambivalent portrayals of migrants serve to facilitate social acceptance and reduce perceptions of threat, and hence prejudice.

The third finding of the study is that the PSAs mainly use emotional language to convey their messages and influence people. Although the use of an emotional language is not suggested in prejudice-reduction literature, I suggest that its use in the PSAs seems to be an appropriate element or strategy to humanize migrants and to evoke empathy, kindness, love and respect between communities living together. Also, by appealing to emotions, didactic messages of being inclusive towards migrants seem less oppressive and patronizing, thus helping to promote social acceptance. However, as compassion does not imply a relationship of equality between the parties, its long-term impact on living together is questionable.

Overall, the research reveals that PSAs do not fully comply with the recommendations offered by prejudice reduction studies, in that they emphasize differences, produce stereotypes and use emotional language. However, I discuss that the films do not comply with these points as a strategy, to gain host society's acceptance of migrants by portraying them not as a competitive threat to the local people.

A final suggestion for future work and for improving the potential of these PSAs (and other prejudice-reduction initiatives) concerns how they reach the public and how they are evaluated. GIB's PSAs are presented in face-to-face meetings with host groups. It can therefore be argued that their impact is limited both by the small number of people attending these meetings and by the fact that people are exposed to these messages in a single screening. However, it is suggested that for a lasting positive effect the positive messages should become social norms (Abrams, 2010)⁵⁶. Equality and Human Rights Commission, Manchester, "Processes of prejudice: Theory, evidence and intervention", URL: <https://www.equalityhumanrights.com/sites/default/files/research-report-56-processes-of-prejudice-theory-evidence-and-intervention.pdf>, author: [{"family": "Abrams", "given": "Dominic"}], -accessed: [{"date-parts": [{"2024", "10", "21"}]}, "issued": [{"date-parts": [{"2010"}]}]}, "schema": "https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json". For this to happen, the messages of inclusion and good behavior should be produced and distributed in society not only through the media but also through other social institutions such as the family, education, law, politics, religion etc. Discriminatory and derogatory behaviors should be widely excluded as inappropriate and unacceptable. Therefore, organizing public campaigns over a period of time, with the full support of social institutions, is likely to produce much more effective and positive results. Before these public campaigns or PSAs are launched nationally, their impact can be assessed through surveys and focus groups with smaller groups of audiences to test where they are effective and where they are not, and corrections can then be made accordingly for a positive impact of the prejudice-reduction initiatives on the public. Although the issue of integration/cohesion may not be on GIB's agenda today, a society with a culture of living together is essential for the peace and security of all.

References

- Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. S. (2006). *The Penguin dictionary of sociology* (5th ed.). London, England: Penguin.
- Aboud, F. E., Tredoux, C., Tropp, L. R., Brown, C. S., Niens, U., & Noor, N. M. (2012). Interventions to reduce prejudice and enhance inclusion and respect for ethnic differences in early childhood: A systematic review. *Developmental Review*, 32(4), 307–336. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2012.05.001>
- Abrams, D. (2010). *Processes of prejudice: Theory, evidence and intervention* (Research Report No. 56). Retrieved from Equality and Human Rights Commission website: <https://www.equalityhumanrights.com/sites/default/files/research-report-56-processes-of-prejudice-theory-evidence-and-intervention.pdf>
- Adorno, T., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. J., & Sanford, R. N. (1950). *The authoritarian personality*. New York, NY: Harper and Row.
- Akyıl, Ö., & Gencer, Z. (2022). A reception analysis on the examination of public service announcement about the violence against women. *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 4(1), 1-12. <https://doi.org/10.54089/ecider.1024743>
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Perseus Books.

- Alptekin, H. D., Kucun, N. T., Kurt, M., & Ozkara, B. Y. (2024). Neurometric and biometric measurement of the effectiveness of covid-19-related public service announcements. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 21, 625–643. <https://doi.org/10.1007/s12208-024-00399-5>
- Aronson, E. (2008). *The social animal* (10th ed.). New York, NY: Worth Publisher.
- Aydın, İ., & Yıldırım, İ. (2020). The effects of negative-framed antismoking public service announcements pertain to health risks on high school students. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 29-44. <https://doi.org/10.18037/ausbd.758027>
- Aydın, M., & Gülerarslan Özdengül, A. (2023). The representation of objecting to violence against women: A semiotic analysis. *KADEM Journal of Women's Studies*, 9(2), 367-394. <https://doi.org/10.21798/kadem.2023.139>
- Aydınoglu, Ö. & Çelik, F. (2024). Public service announcement on the theme of discrimination against women: A crosscultural approach. In Z. B. Dalaman (Ed.), *Women in a global world V: From health to art, economy to politics* (pp. 629-646). London, England: Transnational Press.
- Bell, P. (2001). Content analysis of visual images. In T. Van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *The handbook of visual analysis* (pp. 10–34). London, England: Sage.
- Blomfield, I., & Lenette, C. (2018). Artistic representations of refugees: What is the role of the artist? *Journal of Intercultural Studies*, 39(3), 322–338. <https://doi.org/10.1080/07256868.2018.1459517>
- Bobba, B., Thijs, J., & Crocetti, E. (2024). A war on prejudice: The role of media salience in reducing ethnic prejudice. *Journal of Adolescence*, 96(3), 457–468. <https://doi.org/10.1002/jad.12234>
- Bozdemir Yüzbaşıoğlu, H. (2020). Environmental issues and critical perspectives mentioned at public service announcements which are prepared by primary school pre-service teachers. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 7(4), 143–159. <https://doi.org/10.17220/ijpes.2020.04.013>
- Chibici-Revneanu, C., & Dong, J. (2020). Writing towards empathy: An expressive writing cycle with Central American migrants and host undergraduate students in Mexico. *Cogent Arts & Humanities*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2020.1720895>
- Danış, E. (2024). Göçmen entegrasyonunda kitle iletişim araçlarının kullanımı: Göç İdaresi Başkanlığı'na yönelik bir inceleme [The use of mass media in migrant integration: Analysis of Migration Management Directorate]. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 1(Special issue), 17-33.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 5–18. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.1.5>
- Erdoğan, M. (2022). *Suriyeliler barometresi 2021. Suriyelilerle uyum içinde yaşamın çerçevesi*. Ankara, Türkiye: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Eser, H. B., & Uygur, M. R. (2019). Suriyeli göçmenlere yönelik tutumların bütünleşmiş tehdit ve sosyal mesafe kuramları doğrultusunda incelenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi örneği [The study of attitudes towards Syrian immigrants within integrated theories of threat and social distance: Case of Suleyman Demirel University]. *Liberal Düşünce Dergisi*, 24(95), 131–162. <https://doi.org/10.36484/liberal.609598>
- Giddens, A., & Sutton, P. W. (2013). *Sociology* (7th ed.). Cambridge Malden, MA: Polity.
- Göç İdaresi Başkanlığı. (2021). *İlk adım mahalle muhtarları ile muhtarlar çalıştay ve istişare toplantısı gerçekleştirildi*. Retrieved June 25, 2024, from <https://samsun.goc.gov.tr/ilkadim-mahalle-muhtarlari-ile-muhtarlar-calistayi-ve-istisare-toplantisi-gercekleştirildi>
- Göç İdaresi Başkanlığı. (2022). *Niğde'de yerelde uyum buluşmaları programı gerçekleştirildi*. Retrieved June 25, 2024, from <https://nigde.goc.gov.tr/nigdede-yerelde-uyum-bulusmasi-programi-gercekleştirildi>
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2020). *Uyum strateji belgesi ve ulusal eylem planı 2018-2023*. Retrieved from <https://www.goc.gov.tr/kurumlar/goc.gov.tr/Yayinlar/UYUM-STRATEJI/Uyum-Strateji-Belgesi-ve-Ulusal-Eylem-Planı.pdf>
- Gorodzeisky, A., & Semyonov, M. (2019). Perceptions and misperceptions: Actual size, perceived size and opposition to immigration in European societies. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(3), 612–630. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1550158>
- Grigorieff, A., Roth, C., & Ubfal, D. (2020). Does information change attitudes toward immigrants? *Demography*, 57(3), 1117–1143. <https://doi.org/10.1007/s13524-020-00882-8>
- Haaland, I., & Roth, C. (2020). Labor market concerns and support for immigration. *Journal of Public Economics*, 191, 104256. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104256>

- Hall, S. (1997). The spectacle of the "Other". In S. Hall (Ed.), *Representations: Cultural representations and signifying practices* (pp. 223–279). London, England: Sage and The Open University.
- Karaduman, N. (2022). Kamu kurumlarının göçmen ayrımcılığına yönelik hazırladığı kamu spotu reklamlarının incelenmesi. In H. Altincik (Ed.), *Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler* (pp.75-100). Konya, Türkiye: Eğitim Yayınevi.
- Kükrer Aydın, Ö. (2016). A research of public service announcements on environment in the scope of the environmental communication. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(3), 785-800. <https://doi.org/10.24289/ijsser.279023>
- Lergetporer, P., Piopiunik, M., & Simon, L. (2021). Does the education level of refugees affect natives' attitudes? *European Economic Review*, 134. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2021.103710>
- Lilleker, D. G. (2018). Politics in a post-truth era. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14(3), 277–282. https://doi.org/10.1386/macp.14.3.277_2
- Liu, S., Volčič, Z., & Gallois, C. (2023). *Introducing intercultural communication: Global cultures and contexts* (4th ed.). London, England: Sage.
- Lutz, C., & Collins, J. L. (1993). *Reading national geographic*. Chicago, Il: University of Chicago Press.
- McAuliffe, M., Kitimbo, A., Dolling, J., & Abel, G. (2024). Migration and migrants: A global overview. In M. McAuliffe & L. Adhiambo Ocho (Eds.), *World migration report 2024* (pp. 19–52). Geneva, Switzerland: International Organization for Migration.
- Morgül, K. (2023). Sending "our brothers" back "home": Continuity and change in President Erdoğan's discourse on Syrian refugees. *New Perspectives on Turkey*, 69, 30–51. <https://doi.org/10.1017/npt.2023.23>
- Mullen, B. (2001). Ethnophaulisms for ethnic immigrant groups. *Journal of Social Issues*, 57(3), 457–475. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00223>
- Olzak, S. (1992). *The dynamics of ethnic competition and conflict*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Öztürk Terzi, A. (2023). Göç edenlerin tanımlanma sorunsalını Göç İdaresi Başkanlığının "Misafirimsin" adlı kamu spotu üzerinden okumak [Interpreting the problem of identification of migrants through the public spot "You are my guest" by the Directorate of Migration Management]. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(57), 38-54. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.1234183>
- Pate, G. S. (1981). Research on prejudice reduction. *Educational Leadership*, 38(4), 289–291. Retrieved from https://files.ascd.org/staticfiles/ascd/pdf/journals/ed_lead/el_198101_pate.pdf
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(5), 751–783. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.5.751>
- Quillian, L. (2006). New approaches to understanding racial prejudice and discrimination. *Annual Review of Sociology*, 32(1), 299–328. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.32.061604.123132>
- Rose, G. (2001). *Visual methodologies*. London, England: Sage.
- Schaefer, R. (2012). *Sociology* (13th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Sibley, C. G., & Duckitt, J. (2008). Personality and prejudice: A meta-analysis and theoretical review. *Personality and Social Psychology Review*, 12(3), 248–279. <https://doi.org/10.1177/1088868308319226>
- Sivakumaran, B., R. M., H., Nandakumar, N., & Srivastava, E. (2023). Public service announcements: A literature review and way forward. *International Journal of Consumer Studies*, 47(6), 2451–2478. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12942>
- Sutton, M., Perry, B., Parke, J., & John-Baptiste, C. (2007). *Getting the message across: Using media to reduce racial prejudice and discrimination*. Wetherby, England: Department for Communities and Local Government Publications.
- Tuğ, B. (2020). The role of the Directorate General of Migration Management in awareness of citizens regarding human trafficking. *The Journal of Migration Studies*, 6(1), 36-59.
- Valentine, G., & McDonald, I. (2004). *Understanding prejudice: Attitudes towards minorities*. Retrieved from https://www.overcominghateportal.org/uploads/5/4/1/5/5415260/understanding_prejudice-attitudes_toward_minorities.pdf
- Vrij, A., & Smith, B. J. (1999). Reducing ethnic prejudice by public campaigns: An evaluation of a present and a new campaign. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 9(3), 195–215. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1298\(199905/06\)9:3<195::AID-CASP504>3.0.CO;2-%23](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1298(199905/06)9:3<195::AID-CASP504>3.0.CO;2-%23)

- Yetkin Aker, D., & Erdoğan, M. M. (2023). Beyond the social distance and cultural similarities: Turkish citizens and Syrians in Şanlıurfa. *Migration and Diversity*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.33182/md.v2i1.2964>
- Yıldırım, S. (2019). Suriyelilere bakış açısının toplumsal uzaklık bağlamında incelenmesi: Sakarya İli Örneği [Examining the perspective towards Syrians in the context of social distance: The city of Sakarya Example]. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 343–363. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/884876>
- Yılmaz, A. (2020). İnsan ticaretinin kamu spotu reklamlarında sunumu: Roland Barthes'in mit olgusu üzerinden göstergebilimsel analiz [The presentation of human trafficking in public service announcements: The semiological analysis through the myth case of Roland Barthes]. *The Journal of Migration Studies*, 6(1), 8–34.

Genişletilmiş Özet

Amaç: Göçmenlere veya herhangi bir azınlık gruba yönelik önyargı, toplumsal barışın ve birlikte yaşama kültürünün inşasının önündeki en büyük engellerden biridir. Göç İdaresi Başkanlığı (GİB), Türk toplumunda göçmenlere yönelik önyargının azaltılması ve sosyal kabulün artırılması için kısa film formatında kamu spotları hazırlamıştır. Mevcut çalışma, bu filmlerdeki göç, göçmen ve birlikte yaşama anlatılarını ve temsili, özellikle sosyal kabulü artırma ve önyargıyı azaltma potansiyelleri açısından incelemektedir. Çalışma, şu sorulara cevap aramaktadır: GİB'in kamu spotu filmlerinde göç, göçmenler ve birlikte yaşam nasıl tasvir ve temsil ediliyor? Filmlerin içerikleri göçmenler, Türkler ve birbirleriyle ilişkileri hakkında neler söylüyor? Filmler, göçmen stereotiplerini güçlendiriyor mu yoksa ret mi ediyor, nasıl? Filmlerin göçmenlere yönelik önyargıyı azaltma potansiyelleri nedir?

Tasarım ve Yöntem: Bu çalışma nitel bir araştırma makalesidir. Çalışma kapsamında, Türk toplumunu göçmenlerle birlikte yaşam konusunda bilgilendirmek amacıyla hazırlanan kısa film formatında beş kamu spotu incelendi. Filmlere GİB'in resmi internet sayfaları üzerinden erişildi. Veri toplamada amaçlı örnekleme tekniği kullanıldı (Patton, 2002, s. 46) ve yalnızca göçmenler ve uyum konulu filmler örnekleme dahil edildi. Örneklemede yer alan filmlerin biri hariç hepsi, GİB'in Türk halkına yönelik düzenlediği yerel uyum toplantılarında, halk arasında göçmenlere yönelik olumsuz algıların azaltılması amacıyla gösterilen filmlerdir (Göç İdaresi Başkanlığı, 2021, 2022). Bu nedenle içeriklerinin incelenmesi ve analiz edilmesi önemlidir.

Filmlerin göçmenleri ve birlikte yaşam olgusunu nasıl temsil ve tasvir ettikleri, bu temsil özellikleri aracılığıyla göçmenler, Türkler ve iki grup arasındaki ilişkiye dair hangi anlamların üretildiği görsel içerik analiz yöntemi kullanılarak incelendi. Görsel içerik analizinin uygulanması için Gillian Rose (2001) ve Phillip Bell (2001) takip edildi. İçerik analizinin uygulanmasında, görsel, bir dizi nesnel parçaya (kategorilere) bölünür ve içerikleri (değerleri) bir kodlama tablosu üzerine kodlanır ve bu şekilde içerik özelliklerine dair veri toplanır (Rose, 2001, s. 59). Mevcut çalışma için kodlanacak analiz kategorileri, çalışmanın araştırma sorularına ve ayrıca Sutton, Perry, Barke ve John-Baptiste (2007) tarafından yapılan çalışmaya referansla belirlendi. Sutton ve diğerleri, medya tabanlı girişimlerin halk arasında önyargının azaltılmasına katkı sunabilmeleleri için ne gibi özelliklere sahip olması gerektiği üzerine çalışmışlardır. Bu çalışmalara referansla, mevcut çalışma kapsamında incelenen kamu spotu filmlerindeki anlatı ve temsil yapıları, şu analiz kategorilerine odaklanarak çalışıldı: göçmen profili (yaş, cinsiyet, etnisite, durum), anlatı yapısı (bilgi, mesaj, konu/tema), dil ve üslup (netlik, jargon, duygusallık), vurgu (benzerlik, farklılık), temsil (stereotipleştirme) ve anlatıcı (cinsiyet, etnisite).

Analiz için, Excel programı kullanılarak bir kodlama tablosu hazırlandı, analiz kategorileri kodlama tablosuna eklendi, kategorilerin tanımlayıcı içerik değerleri, filmler incelenerek kodlama tablosuna elle kodlandı. Böylece filmlerin temsil özelliklerine dair veriler elde edildi ve yorumlandı.

Bulgular: Çalışmada incelenen beş kamu spotunda göçmenler ve göç temsiline dair elde edilen en çarpıcı bulgu şu oldu: filmler birlikte yaşamayı ve göçmenlere karşı olumlu tutumları vurgularken, Türkler ve göç-

menler arasında “biz” ve “onlar” ayrımını da gözetiyorlar ve ilginç olan şu ki bunu önyargı azaltmada olumlu etkiler yaratmak için stratejik olarak yapıyorlar. Filmlerde stratejik olarak Türkler üstün, göçmenler ise muğlaklık içinde temsil ediliyor, hâkim duygu da şefkat olarak inşa ediliyor. Çalışmanın bulguları aşağıdaki üç argüman altında tartışılmıştır.

Birincisi, filmlerde göçmenler ve Türkler arasında hiyerarşik bir ilişki kurmak için “Büyük Türkiye” teması kullanılıyor. Bu tema, Türklere tarihsel bir üstünlük atfederken, bu üstünlüğe dayanarak Türklere göçmenleri kabul etme ve koruma sorumluluğunu da getiriyor. Böylece göçmenler, Türk üstünlüğü, cömertliği ve koruması altında konumlandırılıyor. Bu şekilde Büyük Türkiye teması, göçmenlerin kabulünü ve katılımını teşvik ederken, Türkler ve göçmenler arasında bir hiyerarşi kurarak mevcut güç dinamiklerini Türk halkının lehine korumayı amaçlıyor.

İkincisi, göçmenler stratejik olarak muğlak bir şekilde temsil ediliyorlar. Filmlerde uyum sağlamış, çalışan ve katkı sunan bireyler olarak görülüyorlar ve bu görsel göçmen profili, tipik muhtaç göçmen temsiline karşıt bir temsil sunuyor. Ancak seslendirmelerde, göçmenlerin topluma sunduğu katkılara değinmeden onlardan sadece Türk iyilikseverliğine muhtaç kişiler olarak bahsediliyor. Göçmen temsiline bu çelişki, pragmatik bir işlev görüyor: topluma verilen sözel mesajlarda, toplum içinde rekabeti artıracak bir tehdit unsuru olarak görülmemeleri amaçlanıyor.

Üçüncüsü, incelenen kamu spotlarında, Türkler arasında göçmenlere karşı şefkat duygusunu uyandırmak için duygusal bir dil kullanılıyor ve bunun nedeni göçmeni insanileştirmek ve ev sahibi topluma birlikte yaşamak için bir neden sunmak. Şefkat çağrışımları, ev sahibi halka sunulan didaktik mesajların baskıcı bir şekilde algılanma riskini de azaltıyor. Ancak göçmenlere yönelik duyulan şefkat, taraflar arasında eşitlikçi olmayan bir ilişkiye işaret ettiğinden, yine Türkler ve göçmenler arasında hiyerarşik bir ilişki kuruyor.

Sonuç olarak incelenen kamu spotları, Türkler ve göçmenler arasında farklılıkları vurgulama, stereotipleri yinleme ve duygusal dil kullanma açısından önyargı azaltma çalışmalarının sunduğu önerilere tam olarak uymuyorlar. Filmlerdeki anlatı ve temsil yapıları, Türk halkı arasında göçmen kabulünü kolaylaştırmak ve önyargıları ve endişeleri azaltmak için taktiksel olarak Türkler lehine olan toplumsal hiyerarşileri koruyan bir temsil sunuyorlar.

Sınırlılıklar: Çalışmaya dair en önemli sınırlılık, filmlerin önyargı azaltma yönündeki potansiyellerinin izleyiciler üzerinde bıraktıkları etkiye göre kanıta dayalı bir şekilde araştırılmamış olmasıdır. Ancak bu durum, çalışmanın bulgularının geçerliliği önünde bir engel değildir. Çünkü görsel içerik analizi yöntemi ile sistematik bir şekilde elde edilen bulgular, önyargı azaltma üzerine yayınlanmış literatüre referansla değerlendirilmiş, filmlerin anlatı ve temsil özelliklerinin önyargı azaltma potansiyelleri tartışılmıştır.

Öneriler: Önyargı, toplum içinde sosyalleşme süreciyle öğrenilir. Doğru bilgi paylaşımının, görüşleri ve tutumları değiştirme üzerindeki olumlu etkileri bildirilmesine rağmen (Grigorieff vd. 2020; Haaland ve Roth, 2020), kalıcı olumlu bir etki için olumlu mesajların toplumsal normlar haline gelmesi gerektiği de savunulmaktadır (Abrams, 2010). Bunun için, kapsayıcı mesajlar yalnızca medya aracılığıyla değil aynı zamanda aile, eğitim, hukuk, siyaset, din gibi diğer toplumsal kurumlar aracılığıyla da desteklemeli ve topluma yayılmalıdır.

Ayrıca, incelenen kamu spotu filmleri, yerel halkla yüz yüze düzenlenen toplantılarda gösterilmektedir. Etki kapasiteleri, hem bu toplantılara katılım sağlayabilen kişi sayısı ile hem de katılımcıların bu mesajlara tek bir kez maruz kalmaları nedeniyle sınırlıdır. Toplumsal kurumların desteğiyle toplum geneline yayılacak şekilde belli bir süre devam eden kampanyalar düzenlemek, önyargı azaltıcı ve toplumsal kabulü artırıcı mesajların çok daha etkili ve olumlu sonuçlar doğurmasını sağlayacaktır.

Özgün Değer: Bu çalışma, Türk toplumunda göçmenlere yönelik önyargının ve olumsuz algıların azaltılmasını amaçlayan kamu spotlarının içerik özelliklerini inceleyerek etkilerini değerlendirmektedir. Çalışmanın sonuçları, kamu spotlarının Türkler ve göçmenler arasındaki ilişkiye dair ürettikleri anlamları tartışa-

rak, olumlu ve olumsuz etkilerini yorumlamaktadır. Bu anlamda çalışma, 1) sosyoloji ve kültürel çalışmalar alanlarında sosyal gruplar arasında ilişkilerin iyileştirilmesi konulu yapılan çalışmalara, 2) iletişim çalışmaları alanında medya tabanlı girişimlerin sosyal gruplar arasında ilişkilerin iyileştirilmesinde nasıl daha etkili kullanılabileceği konulu çalışmalara, 3) göç yönetimi ve uyum çalışmaları alanlarında görev alan karar vericilerin, uygulayıcıların ve sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarına ve uygulamalarına katkı sunmaktadır.

Türk Dış Politikası Bağlamında Televizyon Dizileri ve Kamu Diplomasisi: Teşkilat Örneği

Şerif ARSLAN¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 25.10.2024, **Kabul Tarihi/Accepted:** 30.05.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Kamu diplomasisi, bir hükümetin kendi ulusunun ideallerini, fikirlerini, kurumlarını, kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve hali hazırdaki politikalarını yabancı kamuoyuna anlatmak için girdiği bir iletişim süreci şeklinde tanımlanmaktadır. Geçmişte sadece devletler arasında yürütülen klasik diplomasi anlayışı eleştirilmeye başlanmıştır. Bunun doğal sonucunda 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren Liberalizm, Davranışçılık, Neo Realizm, Neo Liberalizm, Dünya Sistemleri Teorisi, Eleştirel Kuram ve Post-modernizm gibi devleti diplomasinin tek aktörü olarak görmeyip, diplomasinin çok aktörlü bir ilişkiden oluştuğunu savunan yaklaşımlar/akımlar ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda Türkiye'nin kamusal yayıncılığı görevini üstlenen Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), ülkenin dışa açılan bir penceresi olarak özellikle 2000'li yılların başından itibaren yeniden inşa edilmiştir. Bu doğrultuda TRT, yayın içeriklerini çeşitlendirerek Osmanlı döneminden gelen kültürel bağların bulunduğu bölgeler için TRT Avaz, uluslararası kamuoyunu etkilemek amacıyla TRT World ve Arap coğrafyasına hitap etmek üzere TRT Arabi ile TRT Kürdi gibi kanalları hayata geçirmiştir. TRT'deki bu yapısal dönüşümler sadece kanal sayılarının arttırılmasıyla sınırlı kalmamıştır. TRT bu anlamda dizi yapımına da ağırlık vermeye başlamış, bu süreçte, Diriliş Ertuğrul, Payitaht Abdulhamid, Teşkilat, Barbaros: Akdeniz Kılıcı, Alparslan: Büyük Selçuklu gibi diziler yayın hayatına başlamıştır. Bu çalışma, TRT dizilerinin Türk dış politikasındaki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında örneklem olarak seçilen Teşkilat dizisinde izleyiciye ne gibi mesajlar verildiği içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, dizide Türk dış politikasına yönelik olarak; milli güvenlik, devlet ve milliyetçilik, insani yardım ve destek, küresel ve bölgesel ilişkilere dair söylemlere yer verildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, TRT, Türk Dizileri, Teşkilat Dizisi.

1 Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, serif.arslan@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4369-8982

Public Diplomacy and Television Series in Turkish Foreign Policy: A Case Study of Teşkilat

Abstract

Public diplomacy is defined as a communication process through which a government conveys its ideals, values, institutions, culture, and national policies to foreign audiences. Traditional diplomacy, conducted solely between states, has been increasingly criticized. As a result, since the mid-20th century, various approaches such as Liberalism, Behavioralism, Neo-Realism, Neo-Liberalism, World Systems Theory, Critical Theory, and Postmodernism have emerged, emphasizing the multi-actor nature of diplomacy. In this context, TRT diversified its broadcasting content by establishing channels such as TRT Avaz, aimed at regions with cultural ties dating back to the Ottoman era; TRT World, designed to influence international public opinion; and TRT Arabi and TRT Kurdi, targeting the Arab world and Kurdish-speaking audiences. TRT World, aimed at influencing international audiences, and TRT Arabi and TRT Kurdi, focusing on the Arab and Kurdish-speaking regions. Beyond expanding its channels, TRT has also prioritized producing TV series, leading to the release of popular shows like *Diriliş: Ertuğrul*, *Payitaht: Abdülhamid*, *Teşkilat*, *Barbaros*, and *Alparslan: The Great Seljuk*. This study examines TRT's television series as tools of Turkish foreign policy. The messages given to the audience in the *Teşkilat* series, which was selected as a sample within the scope of the study, were examined by content analysis method. The findings indicate that the series highlights themes such as national security, state and nationalism, humanitarian aid, and global and regional relations, reflecting Turkey's foreign policy priorities.

Key Words: Public Diplomacy, Soft Power, TRT, Turkish TV Series, *Teşkilat* Series.

Giriş

Kamu diplomasisi, devletlerin ulusal değerlerini, politikalarını ve kültürel unsurlarını yabancı kamuoyuna anlatmak ve bu yolla dış politika hedeflerine ulaşmak için yürüttükleri çok yönlü bir iletişim sürecidir. Geleneksel diplomasiden farklı olarak, kamu diplomasisi yalnızca devletlerarası resmi ilişkilerden ibaret değildir; bilakis halklar, sivil toplum kuruluşları, medya ve kültür aracılığıyla şekillenen, daha geniş bir diyalog sürecini ifade eder. Bu stratejik iletişim yöntemi, günümüzde uluslararası politikada ülkelerin imajını ve etkisini artırmak için önemli bir araç olarak öne çıkmıştır. Kavramın literatürdeki gelişimi incelendiğinde, kamu diplomasisi teriminin ilk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından ortaya atıldığı ve bu tarihten itibaren uluslararası ilişkilerin önemli bir parçası haline geldiği görülmektedir.

Uluslararası kamuoylarını ve gündemi etkileme becerisinin gittikçe önem kazanmasıyla birlikte kamu diplomasisi, dış politikanın vazgeçilmezlerinden biri olmuştur. Hükümetler kamu diplomasisi vasıtasıyla dış hedef kitle üzerinde etki oluşturmak ve istenilen şekilde davranış değişikliğine yol açmak istemektedirler. Devletler, kültürel ilişkiler, yardım faaliyetleri vasıtasıyla yabancı kamularda sempati yaratmak, yanlış anlaşılmalara ortadan kaldırmak ve istenen yönde algıları yönetmek gibi dış politika amaçları doğrultusunda medyayı da kullanarak kamu diplomasisi çalışmaları yürütmektedir. Devletler için yumuşak güç anlamına gelen kamu diplomasisi değişen geleneksel diplomasi anlayışında ülkelerin sert gücünün (askeri ve ekonomik baskı odaklı) yerini alarak, değer ve kültür üzerinden insanların akıllarına ve kalplerine seslenen bir araç haline almıştır. Bu noktada, devletlerin, dış hedef kitleyi etkileme ve ikna etmede, kültür ve ideoloji aktarımında en önemli aracı şüphesiz medyadır.

Kamu diplomasisinin ortaya çıkışında, özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren yaşanan iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ve küreselleşmenin etkisi büyüktür. Artık devletler, dış politika süreçlerinde yalnızca diğer hükümetleri değil, aynı zamanda yabancı kamuoylarını, medya organlarını ve sivil toplum örgütlerini de dikkate almak zorundadır. Bu yeni diplomasi anlayışı, devletlerin dış politika hedeflerine ulaşmak için yumuşak güç unsurlarını (soft power) kullanma gerekliliğini doğurmuştur. Yumuşak güç, ülkelerin kültürel etkileri ve ideolojik mesajları aracılığıyla uluslararası arenada nüfuz kazanmasını sağlayan önemli bir dış politika aracıdır. Kültürel ürünler, sanat, medya ve popüler kültür gibi araçlar bu bağlamda devletlerin dış hedef kitlelerini etkilemede kilit rol oynar. Bu araçlar arasında televizyon dizileri, geniş kitlelere ulaşan güçlü bir iletişim kanalı olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye, son yıllarda televizyon dizileri aracılığıyla kamu diplomasisinin etkili bir şekilde kullanıldığı ülkelerdendir. Türk dizileri, özellikle 2000'li yıllardan itibaren dünya çapında büyük bir izleyici kitlesi kazanmış ve Türkiye'nin kültürel etkisini artıran önemli bir yumuşak güç aracı haline gelmiştir. Yapılan araştırmalara göre Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra dünyada en fazla dizi ihraç eden ikinci ülke konumundadır. Bu diziler, Ortadoğu'dan Balkanlar'a, Asya'dan Latin Amerika'ya kadar geniş bir coğrafyada izlenmekte ve Türk kültürünü, değerlerini ve dünya görüşünü yansıtmaktadır. Bu bağlamda, Türk televizyon dizileri sadece birer eğlence aracı olmaktan öte, Türkiye'nin dış politika hedeflerine hizmet eden etkili bir kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirilebilir.

Türkiye'nin bu kamu diplomasi stratejisinde öne çıkan dizilerden biri de "Teşkilat" dizisidir. Dizi, Türkiye'nin ulusal güvenlik, devlet egemenliği ve dış politikadaki kararlılığını vurgulayan bir yapım olarak karşımıza çıkmaktadır. "Teşkilat", Milli İstihbarat Teşkilatı'nın faaliyetlerini ve Türkiye'nin güvenlik politikalarını konu alırken, aynı zamanda Türkiye'nin bölgesel ve küresel meselelerdeki duruşunu da izleyicilere aktarmaktadır. Bu yönüyle, dizi sadece bir aksiyon-drama dizisi değil, Türkiye'nin dış politika ve kamu diplomasisi açısından önemli mesajlar veren bir platformdur. Dizi, uluslararası izleyicilere Türkiye'nin güvenlik önceliklerini, bölgesel istikrar arayışını ve millî egemenliğe verdiği önemi vurgularken, aynı zamanda Türkiye'nin insani yardım faaliyetleri ve küresel ilişkilerdeki rolüne de dikkat çekmektedir.

"Teşkilat" dizisinin kamu diplomasisi açısından en dikkat çekici yönlerinden biri, Türkiye'nin dış politikada kullandığı yumuşak güç unsurlarını izleyiciye etkili bir şekilde sunmasıdır. Dizide yer alan karakterler ara-

cılığıyla verilen sosyal, kültürel ve uluslararası mesajlar, hem yerel izleyicilerde bir bilinç oluşturmakta hem de uluslararası izleyicilerde Türkiye'nin dış politikasına dair olumlu bir algı yaratmaktadır. Bu doğrultuda, dizi Türkiye'nin dış dünyada nasıl algılandığını şekillendirme ve uluslararası kamuoyunda Türkiye'nin konumunu güçlendirme misyonunu taşımaktadır.

Çalışmada, kavramsal çerçeve kamu diplomasisi kavramıyla açıklanmıştır. Literatürde, televizyon yayınlarıyla ilgili çalışmaların propaganda, algı yönetimi, manipülasyon vb. gibi farklı perspektiflerle ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmada, Türkiye'de bir televizyon dizisinin bu bağlamlardan koparak, dış politikada bir söylem aracı kabul edilerek oluşturulduğu ve hem iç kamuoyuna hem de dış kamuoyuna bu dizi aracılığıyla ilgili önemli mesajlar verildiği ortaya koymak adına kavramsal çerçeve «kamu diplomasisi» kavramıyla açıklanmıştır.

Günümüzde kamu diplomasisi, dış politikada yalnızca hükümetler arası ilişkilerle sınırlı kalmayıp, geniş halk kitlelerini ve sivil toplum kuruluşlarını da içine alan çok boyutlu bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu süreçte televizyon dizileri, kültürel ve ideolojik mesajları geniş kitlelere ulaştırma kabiliyetleriyle önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye, “Teşkilat” gibi yapımlarla bu süreci başarılı bir şekilde yöneten ülkelerden biridir. Dizi hem Türkiye'nin güvenlik politikalarını tanıtmakta hem de kültürel diplomasi aracılığıyla uluslararası arenada Türkiye'nin imajını güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, “Teşkilat” dizisi, Türkiye'nin dış politikasında kamu diplomasisinin önemli bir aracı olarak değerlendirilebilir. Türkiye'nin dış politika söylemleri ve yumuşak güç unsurları, bu dizi aracılığıyla geniş kitlelere aktarılmakta ve uluslararası kamuoyunda Türkiye'nin imajı olumlu yönde şekillenmektedir. Bu çalışmanın amacı, “Teşkilat” dizisinin Türk dış politikasına dair mesajlarını analiz etmek ve dizinin kamu diplomasisi üzerindeki rolünü incelemektir.

Yapılan araştırmalar ve literatür değerlendirmesinin ardından çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranması hedeflenmiştir:

- Dizide, Türk dış politikasına dair hangi mesajlar öne çıkmaktadır?
- Dizinin, dış politikada kamu diplomasisi oluşturmadaki rolü nedir?
- Dizide milli güvenlik, devlet ve milliyetçilik gibi kavramlar nasıl temsil edilmektedir?
- Dizide yer alan temaların (insani yardım, küresel ilişkiler vb.) sıklığı nedir?
- Dizi içerisindeki karakterler aracılığıyla verilen sosyal, kültürel ve uluslararası mesajlar nelerdir?

Kamu Diplomasisi: Geçmişten Günümüze Gelişimi ve Dönüşümü

Kamu diplomasisi, henüz nispeten yeni bir alan olup hızla gelişen bir uygulama ve çalışma sahasıdır. Dünya genelinde yabancı izleyicilerle ilişki kurma gerekliliği göz önüne alındığında, kamu diplomasisi projeleri oldukça yaratıcı bir yaklaşım gerektirmektedir. İngilizce’de “public diplomacy” ve Fransızca’da “la diplomatie publique” olarak kullanılan bu kavram, Türkiye’de son yıllarda akademik çalışmaların popüler konularından biri haline gelmiştir. Kamu diplomasisi, hükümetler ve hükümet dışı aktörlerin, doğrudan ya da dolaylı olarak, başka bir hükümetin dış politika kararlarını etkileyebilecek kamusal tutumları şekillendirme biçimi olarak tanımlanmaktadır (Potter, 2002, s. 46).

Melissen (2005, s. 15), kamu diplomasisini, diplomatik hedeflere ulaşmak için dış kamuoylarını etkileme çabası ve uygulanan açık diplomasi tarzı olarak tanımlar. Türk Dil Kurumu (2020) ise kamu diplomasisini, bir ulusun düşüncelerini, hedeflerini, ideallerini, politikalarını, kurumlarını ve kültürünü yabancı ülkelerin kamuoylarına tanıtmak amacıyla uygulanan politika olarak tanımlanmaktadır.

Diplomasi terimini ilk kez kullanan kişi Gullion’dur. Gullion, kamu diplomasisini, dış politikanın formülasyonu ve yürütülmesi üzerindeki kamu tutumlarının etkilerini ele alan bir alan olarak tanımlar. Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasi anlayışının ötesindeki boyutlarını, hükümetlerin diğer

ülkelerde kamuoyu oluşturmalarını, özel ve çıkar gruplarının etkileşimlerini, dışişleri raporları ve bunların politikaya etkisini, iletişim uzmanları ve diplomatlar arasındaki kültürler arası iletişim sürecini kapsayan uzun ve karmaşık bir süreçtir (Pınar, 2017, s. 262-263). Bu tanımda, kamu diplomasisinin dış politika ile olan ilişkisi vurgulanmakta ve kamuoyu oluşturma süreci, hedef kitleye yönelik tutumların değiştirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Ayrıca, halkla ilişkilerle benzerlikler de ortaya çıkmaktadır. Gullion'a göre, kamu diplomasisi yalnızca hükümet yetkilileri tarafından değil, toplumun diğer kesimleri tarafından da yapılabilir. Son olarak, tanımda yer alan kültürler arası iletişim/etkileşim süreci, kamu diplomasisinin en önemli uygulama alanlarından biri olarak kültür aktarımını işaret etmektedir. Kültürün kamu diplomasisi yöntemleriyle aktarılması, ülkelerin yumuşak gücüne önemli bir katkı sağlamaktadır (Ekşi, 2018: 129).

Kamu diplomasisi alanında, Gullion'dan sonra en çok referans verilen isimlerden biri olan United States Information Agency (USIA) eski direktörü Tuch (1990, s. 3-4), kamu diplomasisini, 'bir ulusun fikir ve ideallerini, kurumlarını ve kültürünü, ulusal amaç ve politikalarına karşı anlayış geliştirmek amacıyla hükümetlerin yabancı kamularla iletişim süreci' olarak tanımlar.

Sosyal bilimlerdeki birçok kavramda olduğu gibi, kamu diplomasisi de çok sayıda tanıma sahiptir. Evrensel bir kamu diplomasisi tanımı oluşturmak oldukça zordur. Her disiplinin güçlü olduğu kadar zayıf yönleri de vardır. Yine de disiplinler arası sınırlar, uygulamanın kapsamlı bir resmini sunmaktan uzak kalmaktadır. Örneğin, iletişim çalışmaları perspektifinden bakıldığında diplomasi, uluslararası toplumun iletişim sistemi olarak kabul edilmektedir. Riggins (1998, s. 4) ise kamu diplomasisini, bir hükümetin açık bir şekilde yabancı kamuoyunu oluşturma çabası olarak tanımlar. William (2004, s. 1) başka bir tanımda, kamu diplomasisini, bir ülkenin ulusal çıkarları doğrultusunda yabancı halkları bilgilendirme ve gerektiğinde bu süreçte dâhil etme girişimi olarak ifade etmektedir. Nye (2020, s. 107) de yumuşak güç kavramını geliştirirken, kamu diplomasisine teorik bir bakış sunmuştur. Nye (2020, s. 107), kamu diplomasisini, sadece hükümetler tarafından değil, hükümet dışı bireyler ve organizasyonlar tarafından da gerçekleştirilen bir süreç olarak tanımlamaktadır. Szondi (2008, s. 7) ise kamu diplomasisini, hedef ülkedeki halkı etkileme ve onları kendi hükümetlerinin iç ve dış politikalarını değiştirmeleri için baskı altında tutma süreci olarak tanımlar.

Değişen koşullara göre ülkeler arasındaki diplomatik ilişkilerde, günümüz tabiriyle diplomasiğin gelişiminde değişiklikler görülmüştür. Tarihsel süreçte diplomasi uygulamalarına bakıldığında, kavramın doğuşu ve ortaya çıkışı ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Eski diplomat olan Tuncer (2009, s. 53), diplomasi uygulamalarının ilk örneklerini tarih öncesinde varlık gösteren ilkel kabilelerin savaşa son vermek, yaralı ve ölülerini gömmek için yapılan görüşmelere dayandırmaktayken; Cohen (2001, s. 23-24) ise diplomasiğin doğuş yeri olarak günümüzde de çatışmaların eksik olmadığı Ortadoğu ve Mezopotamya bölgesine, yani Mezopotamya Uygarlığına dayandırmaktadır.

Diplomasiğin ilk örneklerine Eski Mısır ve Hititlerde rastlanmaktadır. M.Ö. 1278'de yapılan Kadeş Antlaşması, tarihteki ilk yazılı antlaşma ve diplomasiğin erken bir uygulaması olarak kabul edilir. Ayrıca, diplomatik yazışmaların bir diğer örneği olan Akadca yazılmış Avarna Mektupları, siyasi içerikleriyle diplomasi tarihinde önemli bir arşiv olarak görülmektedir (Anderson, 1993, s. 89-90). Bunun yanı sıra, Eski Yunanlıların diplomasiye katkıları büyüktür. Şehir devletleri sistemi, diplomasiğin kurumsallaşmasına zemin hazırlamış; dokunulmazlık, konsolosluk ve çok taraflı diplomasi anlayışı bu dönemde gelişmiştir. Peoxenos adı verilen konsolosluk kurumu, devlet ve vatandaşların çıkarlarını korumak amacıyla hizmet etmiştir. (İskit, 2018, s. 70-74). Romalılar, Yunanlıların diplomasi mirasını geliştirmesine rağmen, bu gelişim Yunanlıların ölçüsünde olmamıştır. Romalılar gerek askeri gerekse ekonomik gücünden dolayı diğer ülkelerle olan ilişkilerinde diplomasiyi çok fazla kullanmamışlardır. Romalıların aksine Bizans'ta ise diplomasi çok büyük bir ustalıkla kullanılmıştır. Hatta Bizans'ın her geçen dönem azalan askeri gücüne rağmen uzun yıllar hayatta kalabilmelerini çoğu kesim diplomasiyi ustalıkla kullanabilmelerine bağlamaktadır (Kodaman ve Akçay, 2010, s. 78-79). Bizans, öncelikle elçilerin niteliğinde değişiklik yapmıştır. Hatip diplomat yerine gözlemci diplomatları kullanmış, bu sayede komşu ülkelerin/devletlerin zayıf yönlerini, kaynaklarını, amaçlarını ve politikalarını öğrenip bu bilgiler eşliğinde politikalar üretmiştir (Nicholson, 1998, s. 165)

12. ve 13. Yüzyıllarda ise, diplomasinin kurumsallaşma sürecinin tamamlandığı görülmektedir. Özellikle 15. yüzyılda İtalyan şehir devletlerinde diplomasi uygulamaları günümüzdeki anlayışa denk gelecek şekilde icra edilmiştir. Söz konusu dönem içerisinde Venedik Cumhuriyeti çeşitli ülkeler ile ticari ilişkiler içinde bulunmuş, bu ticari ilişkilerde temsilciler göndermiş ve günümüz anlamda elçiliklerin temelinı atmışlardır (Aydemir, 2016, s. 74-75).

15. ve 16. yüzyıllar Avrupa'da savaşların yoğun olduğu bir dönemdir. Bu süreçte, 1618-1648 yılları arasında gerçekleşen ve 30 Yıl Savaşları olarak bilinen çatışmanın ardından Westphalia (Vesfalya) Antlaşması imzalanmıştır. Ulus devletlerin ortaya çıkışını başlatan bu antlaşma, Avrupa'da daimi elçiliklerin açılmasına zemin hazırlamıştır. Günümüz egemenlik, sınırların korunması, bağımsızlığa saygı, içişlerine karışmama ve diplomasi gibi kavramlar Vesfalya düzeninin birer ürünü olarak kabul edilir. Ulus devletlerin oluşumuyla birlikte askeri, bürokratik ve diplomatik kurumsallaşma hız kazanmış, 17. yüzyıldan itibaren modern diplomasi uygulanmaya başlanmıştır. Bu gelişme, uluslararası ilişkilerin genişlemesine ve devletlerarası etkileşim imkanlarının artmasına olanak tanımıştır (Daban, 2017, s. 25-26; Erzen, 2012, s. 53-55).

Yukarıda ifade edildiği üzere, kamu diplomasisi iletişim süreçlerinin sivil toplum kuruluşlarını da kapsayacak şekilde genişlediğini söylemek mümkündür. Ayrıca, kamu diplomasisi, “devletten devlete”, “devlet dışı aktörlerden devlete” veya “devlet dışı aktörlerden devlet dışı aktörlere” yönelik süreçleri içerebilmektedir. Bu doğrultuda; Bostancı, (2012, s. 26) kamu diplomasisini, devletlerin yabancı halklarla doğrudan iletişimi olarak tanımlar. Plavşak (2005, s. 113) ise kamu diplomasisini, devletler ve devlet dışı aktörler arasındaki yoğun bilgi alışverişi olarak ifade eder. Payne, kamu diplomasisi projelerinin “insanlardan insanlara stratejik iletişim” içinde yer alması gerektiğini vurgular ve “devletten devlete” iletişim boyutunu ön plana çıkarır (Aktaran Sevin, 2017: 20-21). Payne'in stratejik iletişim vurgusu önemlidir. Manheim (1994, s. VIII), kamu diplomasisinin halkla ilişkiler boyutuna odaklanarak, kavramı stratejik iletişim olarak ifade eder. Manheim (1994, s. VIII), kamu diplomasisini “stratejik kamu diplomasisi” olarak tanımlayarak, kamu diplomasisinin stratejik ve taktiksel yönlerini vurgulamaktadır.

Kamu diplomasisi, son yıllarda ‘yeni kamu diplomasisi’ adı altında net bir şekilde tanımlanabilen multidisipliner bir alana dönüşmüştür. Bu alandaki yapılan tanımlarda da görüldüğü üzere, kamu diplomasisinin başlıca özellikleri, uzun vadeli ilişki kurma, dinleme boyutunu küçümsemeyen diyalog uygulamaları ve kültürler arası diyalogda güvenilir yorumlayıcıların ve alıcıların önemine vurgu yapmaktadır. Yabancı halklarla etkileşim, çoğu tanımda belirgin şekilde vurgulanır ve ulusötesi ortamda ortak ilgi alanlarıyla ilgilidir.

Snow (2009, s. 6) geleneksel diplomasiyi, hükümetler arası ilişkiler olarak tanımlar ve bunun örneklerini başka bir ülkenin dışişleri bakanı ile masada oturan bir diğer ülkenin dışişleri bakanı olarak verir. Geleneksel kamu diplomasisi, hükümetlerin küresel halklarla iletişim kurma çabalarını ifade eder ve ulusal hedefler ve dış politikalar doğrultusunda halkları bilgilendirme, etkileme ve meşgul etme sürecini içerir. Snow (2009, s. 8-9), geleneksel kamu diplomasisi ile yeni kamu diplomasisi arasındaki farkları, dış ilişkiler hakkında halkın katılımını artıran iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kamuoyunun dış politika yapımına katılımındaki artış olarak açıklar. Diğer bir gelişme ise, sanal ve kişisel olarak insanlar arası değişimlerin artmasıdır.

Görüldüğü üzere, kamu diplomasisi, geçmişten günümüze önemli bir evrim geçirmiş ve modern ilişkilerde kritik bir rol oynamaktadır. Bu alan, hükümetlerin ve devlet dışı aktörlerin, uluslararası kamuoylarını etkileyerek dış politikalarını şekillendirme çabalarını kapsar. Günümüzde, özellikle “yeni kamu diplomasisi” yaklaşımı, kültürler arası diyalog ve güvenilir iletişim stratejilerine dayanmaktadır. Teknolojinin etkisiyle, geleneksel diplomasi ile yeni kamu diplomasisi arasındaki farklar daha belirgin hale gelmiş, küresel etkileşim artmıştır. Bu dönüşüm, devletler arası ilişkilerde halkların katılımını güçlendirerek diplomasiye yeni bir boyut kazandırmıştır.

Kamu Diplomasisi ve Medya

Kamu diplomasisi ve medya, uluslararası ilişkilerin şekillendirilmesinde, karşılıklı anlayışın güçlendirilmesinde ve küresel kamuoyunun etkilenmesinde birbirine sıkı sıkıya bağlı iki alan olarak büyük bir öneme sahiptir. Bilginin hızla yayıldığı ve dünyadaki bağlantıların giderek arttığı bir dönemde, bu iki alan arasındaki etkileşim daha da kritik hale gelmiştir. Kamu diplomasisi, devletler, kuruluşlar ve bireylerin kendi uluslarının kültürlerini, değerlerini, politikalarını ve çıkarlarını tanıtmak amacıyla yabancı halklarla gerçekleştirdiği etkileşim sürecini ifade eder. Medya ise bu mesajların yayıldığı, yorumlandığı ve güçlendirildiği başlıca kanaldır. Bu iki alanın nasıl kullanıldığına bağlı olarak, kültürel bölünmelerin ortadan kaldırılmasında köprü kurabilir ya da yanlış anlamaları derinleştirebilir (Özkan, 2015, s. 5).

Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerde önemli bir unsura dönüşmüş ve devletlerin, diğer ülkelerin halklarıyla etkileşime girerek algıları şekillendirmelerine, anlayış oluşturmalarına ve işbirliği teşvik etmelerine olanak sağlamıştır. Geleneksel diplomasi genellikle devletler arası etkileşimlere dayalıyken, kamu diplomasisi, sivil toplum, akademik kurumlar ve halk gibi devlet dışı aktörleri hedef alarak daha geniş bir etkileşim alanı sunmaktadır. Bu süreç, devletlerin dış politika hedeflerini daha etkin bir şekilde ilerletmelerine, ulusal çıkarlarını desteklemelerine ve medyanın etkisiyle yanlış algılamalara karşı koymalarına imkan tanır.

Kamu diplomasisi kavramı zaman içinde büyük bir evrim geçirmiştir. Eskiden, devletler genellikle büyükelçilikler, kültürel değişim programları ve uluslararası medya aracılığıyla yabancı halklarla doğrudan iletişim kurarlardı. Ancak dijital medya ve sosyal platformların yükselmesiyle birlikte, bu alan yalnızca devlet aktörlerinin ötesine geçerek, STK'lar, özel sektör ve bireyleri de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bu dönüşüm, diplomasi sürecini daha demokratik hale getirmiş ve daha fazla sesin küresel tartışmalara katılmasına olanak tanımıştır. Bu noktada medya, kamu diplomasisinin merkezinde yer almış, dünya çapında gerçek zamanlı iletişim ve etkileşim sağlanmasını mümkün kılmıştır.

Medyanın kamu diplomasisindeki en kritik fonksiyonlarından biri, anlatıları şekillendirme yeteneğidir. Anlatılar, ulusların ve kültürlerin nasıl algılandığını belirleyen öykülerdir ve bu öyküler kamuoyunu etkilemede büyük rol oynar. Örneğin, medyada olumlu bir şekilde temsil edilen bir ülke, turistler, yatırımcılar ve uluslararası ortaklar için daha cazip hale gelirken, olumsuz haberler ise ülkenin itibarına zarar verebilir ve diplomatik çabaları baltalayabilir (Eren, 2019, s. 31). Bu nedenle, birçok hükümet ulusal imajlarını yurtdışında tanıtmak için medya kampanyalarına ciddi yatırımlar yapmaktadır. ABD'nin Amerika'nın Sesi (VOA) ve İngiltere'nin BBC gibi devlet destekli medya organları, küresel izleyicilere bilgi sunarken, aynı zamanda ülkelerinin imajlarını olumlu bir şekilde yansıtmaya çalışmaktadır (Sancar, 2012, s. 190). Ancak, bu medya ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkinin zorlukları da mevcuttur. Medyanın önyargılı olma potansiyeli, özellikle devletin kontrolündeki ya da özel sektöre ait medya kuruluşlarının belirli bir gündemle hareket etmeleri, uluslararası olayların nasıl raporlandığını etkileyebilir. Bu durum, yanlış bilgilerin yayılmasına veya kalıplaşmış yargıların sürmesine neden olabilir, dolayısıyla diplomatik çabalar engellenebilir. Özellikle, çatışma dönemlerinde medyada yer alan haberler, gerilimi arttıracak şekilde meseleleri çerçeveleyebilmektedir.

Medya, kamu diplomasisinin temel araçlarından biri olarak, devletlere küresel kitlelere etkili bir şekilde ulaşma imkânı sunmaktadır. İletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişmesi, medyanın kapsamını ve etkisini genişletmiş, bilginin gerçek zamanlı olarak sınır ötesine yayılmasını mümkün kılmaktadır (Koçyiğit ve Darı, 2024, s. 82). Geleneksel medya araçları olan gazeteler, radyo ve televizyon, ulusal anlatıları yansıtmak ve kamuoyunu etkilemek amacıyla uzun yıllar kullanılmıştır. Ancak dijital devrim, sosyal medya, çevrimiçi haber platformları ve multimedya içerikleri gibi yeni araçlarla bu süreci köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu dönüşüm, devletlerin uluslararası imajlarını oluşturma, krizlere yanıt verme ve kültürel alışverişlerde bulunma şekillerini yeniden şekillendirmiştir.

Dijital medyanın yükselmesiyle birlikte, "dijital diplomasi" veya "e-diplomasi" gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu terimler, dijital araçların ve platformların diplomatik faaliyetler için kullanılmasını ifade eder. Özellikle sosyal medya, diplomatlara ve hükümetlere gerçek zamanlı güncellemeler yapma, krizlere mü-

dahale etme ve kamusal diyalog oluşturma imkânı sağlamıştır (Ekşi, 2022, s. 12-13). Örneğin, COVID-19 salgını sırasında birçok hükümet, sosyal medyayı vatandaşlar ve uluslararası toplumla iletişim kurmak için etkin bir şekilde kullanmış, virüsle ilgili bilgileri, aşı kampanyalarını ve seyahat kısıtlamalarını duyurmuştur. Bu durum, medyanın kriz zamanlarında kamu diplomasisi için nasıl kritik bir kanal işlevi gördüğünü açıkça ortaya koymaktadır.

Medya, anlatıları şekillendirmenin ve kültürel alışverişi teşvik etmenin ötesinde, uluslar arasında diyalog ve anlayışa zemin hazırlamak açısından da büyük bir rol üstlenmektedir. Kamu diplomasisi, sadece mesaj iletmekle değil, aynı zamanda dinlemek ve iki yönlü bir iletişim kurmakla da ilgilidir. Medya platformları, bireylerin ve kuruluşların görüşlerini paylaşmasına, sorular sormasına ve varsayımlara meydan okumasına olanak tanıyarak, karşılıklı anlayışa dayalı bir diyalog için fırsatlar yaratmaktadır. Bu, özellikle küresel düzeyde karmaşık meseleler olan iklim değişikliği, göç ve insan hakları gibi konularla ilgili olarak büyük önem taşır. Örneğin, Al Jazeera ve CNN gibi uluslararası haber kuruluşları, farklı ülkelerden uzmanları ve politika yapımcıları bir araya getirerek çok sesli bir tartışma ortamı sunmakta ve farklı bakış açılarını duyurmayı sağlamaktadır (Aksu, 2024, s. 216).

Medyanın kamu diplomasisindeki temel işlevlerinden biri, bir ülkenin uluslararası algısını şekillendirmektir. BBC World News, Al Jazeera ve TRT World gibi küresel yayın kuruluşlarına yatırım yapan devletler, uluslararası olayları kendi bakış açılarına göre sunarak, yabancı medyadaki olumsuz ya da önyargılı temsillere karşı koymaktadırlar (Baritci ve Aydeniz, 2019, s. 1557). Aynı zamanda kültürel ve eğlence medyası, bir ülkenin değerlerinin ve yaşam biçimlerinin daha derin bir şekilde anlaşılmasına katkı sağlar. Bu bağlamda özellikle Türk televizyon dizilerinin son dönemde, Orta Doğu, Balkanlar ve Latin Amerika'da büyük ilgi görmüş ve Türk kültürünü ve dış politika hedeflerini ince ince tanıtmıştır (Arslan, 2022, s. 112-120).

Medya, kamu diplomasisinde kriz iletişimi ve itibar yönetimi açısından da hayati bir rol üstlenmektedir. Çatışma, kargaşa veya insani kriz dönemlerinde, hükümetler medyayı kullanarak yanlış bilgileri düzeltir, uluslararası güvenilirliklerini korur ve resmi duruşlarını ilan ederler. Kriz anlarında anlatıları kontrol etme yeteneği, diplomatik ilişkiler üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilir (Obasi, 2024, s. 78-79; Şener, 2018, s. 158). Özellikle sosyal medya, hükümetlerin küresel kitlelerle anında etkileşime geçebilmesi için önemli bir araç haline gelmiştir. Twitter, Facebook ve YouTube gibi platformlar, gerçek zamanlı iletişime olanak tanıırken, aynı zamanda kamuoyu oluşturma ve kamu diplomasisi stratejilerini şekillendirmede etkilidir.

Genel anlamda değerlendirilecek olursa, medya ve kamu diplomasisi arasındaki etkileşim, uluslararası ilişkilerin evriminde kritik bir rol oynamaktadır. Medyanın gücü, yalnızca bilgi iletmekle sınırlı kalmaz, aynı zamanda kültürel değişim, karşılıklı anlayış ve diyalog kurma süreçlerinde de önemli bir araçtır. Kamu diplomasisi stratejilerinin başarısı, büyük ölçüde medya organlarının doğru ve etkili bir şekilde kullanılmasına bağlıdır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, kamu diplomasisinin bir aracı olarak medyanın rolünü ve “Teşkilat” dizisi özelinde Türk dış politikasındaki etkisini derinlemesine incelemektir. Kamu diplomasisi, bir hükümetin ulusal ideallerini, politikalarını ve kültürel değerlerini yabancı kamuoyuna iletme süreci olarak tanımlanmakta; bu süreçte medya önemli bir iletişim aracı haline gelmektedir. Özellikle günümüz dünyasında, devletlerin yalnızca klasik diplomasi yöntemleriyle değil, aynı zamanda medya ve kültürel ürünlerle kamuoyunu etkileme kapasitesi artmıştır.

Kamu diplomasisi, yumuşak güç stratejileri kapsamında ele alınmakta ve medya unsurları, toplumların birbirini anlama ve etkileme süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır. “Teşkilat” dizisi, Türkiye’nin kültürel değerlerini yansıtan bir yapım olarak, izleyicilere milli güvenlik, devlet ve milliyetçilik gibi kavramlar hakkında önemli mesajlar iletmektedir.

Bu çalışma, “Teşkilat” dizisinin Türk dış politikası ve kamu diplomasisi bağlamında nasıl konumlandığını analiz ederek, medya ve diplomasi ilişkisini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Küresel siyasette devletler arasındaki etkileşim yalnızca geleneksel diplomasiyle sınırlı kalmayıp, medya ve popüler kültür gibi yumuşak güç unsurlarının etkisi giderek artmaktadır. Özellikle uluslararası arenada kamu diplomasisi uygulamaları, devletlerin kendi söylemlerini yaymada ve uluslararası kamuoyunu yönlendirmede önemli bir araç haline gelmiştir. Bu bağlamda, ulusal televizyon dizileri, yalnızca birer kültürel üretim değil, aynı zamanda ülkelerin dış politika söylemlerini inşa eden ve pekiştiren stratejik iletişim araçları olarak değerlendirilmektedir.

“Teşkilat” dizisi, Türkiye’nin ulusal güvenlik, milliyetçilik, devlet ideolojisi ve dış politika hedefleri gibi unsurları dramatik bir kurgu içinde sunarak, hem yerel hem de uluslararası kamuoyuna mesajlar iletmektedir. Bu durum, dizinin yalnızca eğlence amaçlı bir yapım olmanın ötesine geçtiğini ve siyasi bir söylem aracı olarak kullanıldığını göstermektedir. Dizide geçen diyaloglar ve karakterlerin söylemleri, Türkiye’deki iktidarın resmi dış politika söylemiyle büyük ölçüde örtüşmekte ve kamu diplomasisi sürecinde televizyon dizilerinin rolünü ortaya koymaktadır. Bu nedenle, çalışma, “Teşkilat” dizisini sadece bir televizyon yapımı olarak değil, aynı zamanda devlet söyleminin bir parçası ve kamu diplomasisi aracı olarak ele alarak medya-diplomasi ilişkisini analiz etmektedir.

Ayrıca, çalışma, medya ve kamu diplomasisi üzerine yapılan akademik tartışmalara katkıda bulunarak, televizyon dizilerinin yumuşak güç unsuru olarak nasıl kullanıldığına dair yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Literatürde, televizyon dizilerinin genellikle propaganda ve ideolojik yönleri üzerinde durulmuşken, bu çalışma dizilerin kamu diplomasisi ve uluslararası algı yönetimi süreçlerindeki rolüne odaklanmaktadır. Televizyon dizilerinin yalnızca dış hedef kitleye yönelik bir yumuşak güç aracı olarak değil, aynı zamanda iç kamuoyunu motive eden, belirli siyasi ve ideolojik çerçeveleri pekiştiren bir unsur olarak da işlev gördüğü vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, çalışma, medya, dış politika ve kamu diplomasisi alanındaki literatüre yeni bir perspektif kazandırmayı amaçlamaktadır.

Son olarak, araştırma, televizyon dizilerinin kamu diplomasisi stratejilerinde ne derece etkili olduğunu belirlemek açısından da önem taşımaktadır. Kamu diplomasisi ve yumuşak güç çalışmalarında, etkili bir ikna yöntemi veya ölçülebilir bir argüman geliştirilmesi konusunda akademik literatürde önemli eksiklikler bulunmaktadır. Bu çalışma, “Teşkilat” dizisinin kamu diplomasisine katkısını değerlendirerek, medya temelli diplomatik çabaların sınırlarını ve etkinlik düzeyini tartışmaya açmaktadır. Bu yönüyle çalışma, ilerleyen araştırmalara temel oluşturabilecek bir çerçeve sunmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada, nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak TRT’nin popüler dizisi “Teşkilat” incelenmiştir. Nitel içerik analizi, metinlerin sistematik ve derinlemesine incelenmesine olanak tanıyan bir araştırma yöntemidir. Bu yöntem, dizinin anlatı yapısındaki temaların ve mesajların hem izleyiciye nasıl aktarıldığını hem de Türkiye’nin dış politikası, milli güvenlik stratejileri ve kamu diplomasisi ile nasıl ilişkilendirildiğini anlamak amacıyla tercih edilmiştir. Araştırma sürecinde, dizinin izleyicilere verdiği tematik mesajların analiz edilmesi, Türkiye’nin ulusal çıkarlarını ve dış politika hedeflerini medya aracılığıyla nasıl sunduğunu ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırma hem dizinin içerik yapısını hem de bu içeriklerin Türkiye’nin dış politikada bir söylem aracı olarak rolünü ortaya koyarak, Türk dış politikasının yumuşak güç stratejileri bağlamında medya aracılığıyla nasıl işlediğine dair kapsamlı bir değerlendirme sunmayı hedeflemektedir.

Veri toplama süreci ve temaların belirlenmesi

Nitel içerik analizi günümüzde iletişim çalışmaları başta olmak üzere birçok disiplinde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Çalışmada amaçlı örneklem metoduyla ‘Teşkilat’ dizisi örneklem olarak tercih edilmiştir. Teşkilat dizisinin künyesi aşağıda verilmiştir:

Kanal	: TRT 1
Yapımcı	: Tims&B
Bölümü Sayısı ²	: 117
Bölüm Süresi	: 135 dakika (ortalama)
Oyuncular	: Tolga Sarıtaş, Aybüke Pusat, Yunus Emre Yıldırım, Serdar Yeğin, Tuvana Türkay, Murat Aygen, Murat Han
Dizinin Konusu	: Teşkilat dizisi, ülkesi için kendi hayatlarından vazgeçip kalabalıkların içinde görünmez olmaları gereken bir görevi kabul ederek, “yer altına” inen yedi vatan sevdalısının hikâyesini ele almaktadır.

Dizinin künyesinde de görüldüğü gibi, Teşkilat dizisinin toplam bölüm sayısı 117’dir. Bu bağlamda, dizinin içerisinden rastgele örneklem metoduyla 1, 7, 19, 36, 52, 71, 86 ve 108. Bölümleri değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Çalışmanın veri toplama aşamasında, dizinin ilk beş bölümü titizlikle izlenmiş ve tematik içerik analizi yöntemi kullanılarak çeşitli temalar tespit edilmiştir. Yapılan ön izlemeden sonra, ana temalar ve bu ana temalara bağlı alt kavramlar oluşturulmuştur. Bu bölümler, dizide öne çıkan önemli olaylar, karakterlerin davranışları, diyaloglar ve sahnelerin kurgusal yapısı açısından analiz edilmiştir. Her bölüm, dizinin dış politika ve kamu diplomasisi ile nasıl ilişkilendirildiğini gösterecek şekilde yapılandırılmıştır.

İzlenen bölümlerden elde edilen veriler doğrultusunda, dizide belirgin bir şekilde yer alan ana temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Milli Güvenlik ve Savunma, Yumuşak Güç ve Diplomasi, Devlet ve Milliyetçilik, Teknoloji ve İstihbarat, Medya ve Propaganda, Kültürel Diplomasi, Aile ve Toplumsal Değerler, İslamofobi ve Dini Diplomasi, Küresel ve Bölgesel İlişkiler ve İnsani Yardım ve Destek olmak üzere on ana tema belirlenmiştir. Her bir tema altında, bu temaları destekleyen alt kavramlar da tanımlanmıştır. Örneğin, Milli Güvenlik ve Savunma temasında “istihbarat”, “terör”, “müttefik” ve “güvenlik” gibi alt kavramlar yer alırken, Yumuşak Güç ve Diplomasi teması altında “barış”, “diyalog”, “diplomasi”, “kültürel etkileşim” gibi kavramlar analiz edilmiştir. Tablo 1, çalışmada içerik analizinde kullanılacak ana temaları ve alt kavramları göstermektedir:

Tablo 1

İçerik Analizinde Kullanılacak Ana temalar ve Kavramlar

ANA TEMALAR	KAVRAMLAR
Milli Güvenlik ve Savunma	İstihbarat, Operasyon, Terör, Güvenlik, Asker, Tehdit, Müdahale, Savunma, Strateji, Müttefik
Yumuşak Güç ve Diplomasi	Barış, Müzakere, İşbirliği, Yardım, Diplomasi, Arabulucu, İmaj, Prestij, Hoşgörü, Diyalog, Etkileşim, Uzlaş, Temsil, Vizyon, İkna, Uzlaşma, Kültür, İtibar, Eşgüdüm, Stratejik İletişim, Kamuoyu, Yönetişim, Güven, Gönüllü Diplomasi, Liderlik, Arabuluculuk, Misyon, Barışçıl Çözüm, Ticari Diplomasi, Kültürel Etkileşim, Çok Taraflılık
Devlet ve Milliyetçilik	Vatan, Bayrak, Millet, Lider, Devlet, Egemenlik, Güç, Bağımsızlık, Kimlik, Ulus

2 24 Dizi 2021 yılı mart ayında yayın hayatına başlamış ve halen devam etmektedir. Belirtilen bölümü sayısı 24 Ekim 2024 tarihi itibarı ile.

Teknoloji ve İstihbarat	Siber, Kripto, Gizli, Dijital, Uydu, Yazılım, Güvenlik, Hack, Teknoloji, İstihbarat
Medya ve Propaganda	Haber, Algı, Medya, Manipülasyon, Propaganda, Kamuoyu, İmaj, Etki, Dezenformasyon, Bilgilendirme
Kültürel Diplomasi	Gelenek, Kültür, Değerler, Miras, Tarih, Dil, Sanat, Kimlik, Turizm, Hoşgörü
Aile ve Toplumsal Değerler	Aile, Dayanışma, Sadakat, Onur, Sorumluluk, Fedakârlık, Sevgi, Güven, Ahlak, Vefa
İslamofobi ve Dini Diplomasi	İslam, İnanç, Hoşgörü, Barış, Diniyet, Terörizm, Önyargı, Diyalog, Medeniyet, Müslüman
Küresel ve Bölgesel İlişkiler	Koalisyon, Müttefik, İttifak, Çatışma, Kriz, Çözüm, Uluslararası, Bölgesel, Strateji, Liderlik
İnsani Yardım ve Destek	Yardım, Destek, Göç, İnsani, Mülteci, Sığınmacı, Afet, Kurtarma, Kriz, Dayanışma

Veri analizinde, dizideki görsel ve işitsel materyaller ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Diyaloglar, karakterlerin jest ve mimikleri, görsel simgeler (örneğin bayrak, üniforma, resmi törenler gibi unsurlar) ve olayların tematik yoğunluğu gibi unsurlar dikkate alınarak, her bölümde öne çıkan ana ve alt temalar değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, her tema için bir analiz tablosu oluşturulmuş ve bu tablolar içerik analizinin sistematik bir parçası haline getirilmiştir.

Örneğin, Milli Güvenlik ve Strateji teması altında, istihbarat ve askeri operasyonlar milli egemenliğin korunması bağlamında işlenmiş ve uluslararası tehditlere karşı koyma sürecinin dizinin ana anlatılarından biri olduğu tespit edilmiştir. Devlet ve Milliyetçilik temasında ise vatanseverlik ve devletin bekası sürekli vurgulanmış, karakterler devlet için fedakarlık yapmaya hazır bireyler olarak sunulmuştur. Bu tür tematik analizler, dizinin ulusal güvenlik ve milliyetçilik ekseninde bir dış politika söylemi ürettiğini göstermektedir. Ayrıca, görsel anlatım unsurları da önemli bir analiz unsuru olarak ele alınmıştır. Bayrak, üniformalı karakterler, resmi törenler, silahlar gibi görsel simgeler, her bir temanın nasıl görsel olarak temsil edildiğini anlamak için analiz edilmiştir. Bu simgeler, dizinin milli güvenlik, devlet ve milliyetçilik temaları etrafında nasıl bir anlatı kurduğunu göstermekte ve izleyiciye bu mesajların görsel düzeyde nasıl iletildiğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca, dizideki temaların sahnelerdeki duygusal ve tematik yoğunluğu da analiz edilmiştir. Dizinin ana temalarının her birinin sahnelerdeki duygusal etkilerini ve tematik ağırlığını değerlendirmek için kritik bir araç olarak işlev görmektedir. Duygusal yoğunluk, her bir temanın izleyici üzerindeki etkisini anlamak için önemlidir. Örneğin, Milli Güvenlik ve Strateji ve Teknoloji ve İstihbarat temalarının dramatik sahnelerle ön plana çıktığı, izleyicilere güçlü bir güvenlik algısı ve ulusal aidiyet duygusu sunduğu gözlemlenmiştir. Yumuşak Güç ve Diplomasi teması ise daha çok motive edici sahnelerle işlenerek, izleyiciye barışçıl bir yaklaşım ve uluslararası ilişkilerdeki yumuşak güç kullanımının önemini vurgulamaktadır. Bu yapısal analiz, dizinin genel anlatısının ve izleyici üzerindeki etkisinin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.

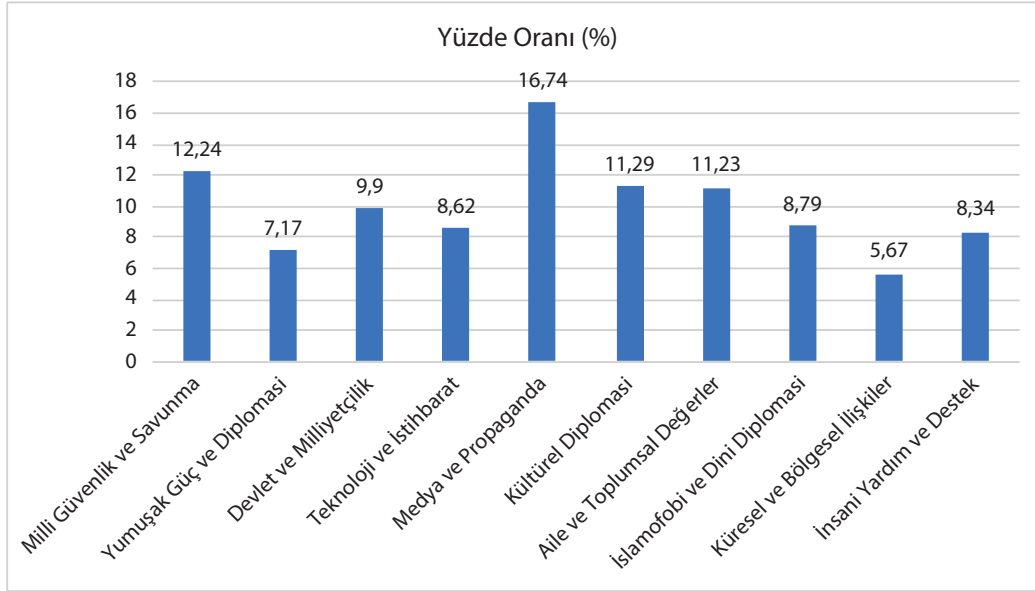
Son analizde ise ana temanın dizideki işleniş biçimine yer verilmiştir. Belirlenen on ana temanın dizide nasıl inşa edildiğini ve bu bağlamda Teşkilat dizisinin Türk dış politikasındaki söylemlerin de hangi temellere dayandırıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Güvenilirlik ve geçerlilik

Araştırmada, nitel içerik analizinin güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamak amacıyla, farklı araştırmacılar tarafından aynı temalar tekrar gözden geçirilmiş ve kodlama süreçleri karşılaştırılmıştır. Temalar ve kavramlar arasındaki uyum sağlanarak, içerik analizinin sistematik ve tutarlı olması hedeflenmiştir. Ayrıca, dizinin farklı bölümlerinden alınan örneklemelerin analize dahil edilmesi, bulguların genellenebilirliğini artırmak adına önem taşımaktadır. Çalışmanın güvenilirliği açısından elde edilen bulgular, önceden belirlenen kavramsal çerçeveye sadık kalınarak değerlendirilmiştir.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular verilmiştir. Şekil 1, “Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç ile İlişkilendirilebilecek Kavramlar” başlığı altında çeşitli temaların yüzdelerini sunarak “Teşkilat” dizisinin içerik yapısını detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır.



Şekil 1. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç ile İlişkili Kavramların Dizideki Görünümü

Şekil değerlendirildiğinde, medya ve Propaganda, %16,74 oranıyla en yüksek yüzdede yer almaktadır. Bu durum, dizinin medya aracılığıyla kamuoyunu şekillendirme rolünü vurgulamakta ve izleyicilere bilgilendirme ve etkilendirme potansiyelini göstermektedir. Medyanın nasıl bir yumuşak güç unsuru olarak kullanıldığına dair önemli çıkarımlar yapılabilir.

Milli Güvenlik ve Savunma, %12,24 ile ikinci en yüksektir. Bu tema, dizinin Türkiye'nin ulusal çıkarlarını koruma kararlılığını ve güvenlik konularının önemini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, izleyicilere güvenlik tehditlerine karşı nasıl bir duruş sergilendiği hakkında bilgi sunulmaktadır.

Kültürel Diplomasi (%11,29) ve Aile ve Toplumsal Değerler (%11,23) temaları, benzer yüzdelere dizinin Türk kültürünü ve toplumsal normları nasıl yansıttığını göstermektedir. Bu temalar, Türkiye'nin kültürel değerlerini uluslararası düzeyde tanıtmaya yönelik çabalarını vurgulamakta ve izleyicilerin bu değerlere dair bir bağ kurmasına olanak sağlamaktadır.

İslamofobi ve Dini Diplomasi, %8,79 oranıyla, Türkiye'nin İslam dünyasındaki rolüne dikkat çekmektedir. Bu tema, izleyicilere dini çatışmaların ve farklılıkların uluslararası ilişkilerdeki etkilerini anlamalarına yardımcı olabilir.

Teknoloji ve İstihbarat, %8,62 ile modern güvenlik dinamiklerini yansıtarak, Türkiye'nin güvenlik stratejilerinin nasıl teknolojiyle entegre edildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, günümüzdeki istihbarat savaşlarının dinamiklerini anlamak için kritik bir perspektif sunmaktadır.

Yumuşak Güç ve Diplomasi, %7,17 ile Türkiye'nin yumuşak güç stratejilerine dair önemli bilgiler sunmaktadır. Dizi, bu stratejilerin nasıl uygulanması gerektiği konusunda izleyicilere düşünme fırsatı vermektedir.

İnsani Yardım ve Destek, %8,34 oranıyla Türkiye'nin uluslararası yardımlarının yumuşak güç stratejisi içinde nasıl yer aldığını vurgular. Bu tema, izleyicilere Türkiye'nin uluslararası krizlere nasıl yanıt verdiği ve bu yanıtların uluslararası imajını nasıl şekillendirdiği konusunda bir anlayış sunar.

Şekli genel olarak değerlendirecek olursak, “Teşkilat” dizisi, çeşitli temalar aracılığıyla Türkiye’nin kamu diplomasisi ve yumuşak güç stratejilerini çok boyutlu bir şekilde ele almakta ve izleyicilere bu konulardaki derin bir anlayış kazandırmaktadır. Her bir tema, dizinin sadece bir eğlence aracı olmanın ötesine geçtiğini, aynı zamanda toplumsal değerler ve uluslararası ilişkiler hakkında önemli mesajlar ilettiğini göstermektedir.

Tablo 2, “Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güce İlişkin Kavramların Öne Çıktığı Temalar” başlığı altında sunulan çeşitli temaların ve bunlara ait kavramların frekanslarını içermektedir. Bu veriler, “Teşkilat” dizisinin anlatısının nasıl şekillendiğine ve izleyicilere vermek istediği mesajlara dair önemli bilgiler sunmaktadır.

Tablo 2

Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güce İlişkin Kavramların Öne Çıktığı Temalar

Temalar	Kavramlar	F	%
Milli Güvenlik ve Strateji	İstihbarat ve askeri operasyonlar, milli egemenliğin korunması ve uluslararası tehditlere karşı koyma sürecinin ayrılmaz bir parçası olarak gösterilmiştir.	26	2,09
	Karakterler, ülke içi ve dışındaki operasyonlarda fedakârlık, cesaret ve vatan sevgisiyle hareket eden kahramanlar olarak yansıtılmıştır.	45	3,62
	Terörizm ve yabancı tehditler, milli güvenliği tehlikeye atan ana unsurlar olarak konumlandırılmış ve ulusal egemenliğin kırmızı çizgileri üzerinde durulmuştur.	37	2,98
	Müttefik ve dost ülke ilişkileri, her zaman güvenilir olmamakla birlikte, stratejik çıkarlar doğrultusunda işbirliği yapılması gereken unsurlar olarak ele alınmıştır.	19	1,53
Yumuşak Güç ve Diplomasi	Diplomasi ve barışçıl çözüm arayışları, genellikle sert güç unsurlarının başarısızlığı sonrasında başvurulmuş bir yöntem olarak yansıtılmıştır.	9	0,72
	Kamu diplomasisi ve imaj yönetimi, Türkiye’nin uluslararası alanda kendisini temsil ediş biçiminin önemli bir aracı olarak sunulmuştur.	47	3,78
	Kültürel etkileşim ve çok taraflılık, ulusal çıkarların korunmasında bir yöntem olarak kullanılmış, ancak çoğu zaman zorlayıcı güç unsurları tarafından gölgelenmiştir.	8	0,64
	İşbirliği ve arabuluculuk, devletin kriz çözme kapasitesini göstermenin yanı sıra, uluslararası ilişkilerde liderlik ve vizyon sunma aracı olarak konumlandırılmıştır.	28	2,25
Devlet ve Milliyetçilik	Devletin varlığı ve ulusun bağımsızlığı, karakterler için en üst değer olarak yansıtılmıştır.	38	3,06
	Milliyetçilik ve vatan sevgisi, operasyonlara katılan her bireyin temel motivasyon kaynağı olarak gösterilmiştir.	24	1,93
	Devletin egemenlik hakları, her türlü iç ve dış tehdide karşı savunulan, tartışılmaz bir kavram olarak konumlandırılmıştır.	73	5,88
	Ulus kimliği ve birlik duygusu, dizinin kahramanları tarafından sürekli olarak vurgulanmış ve devlete sadakat bir erdem olarak gösterilmiştir.	63	5,07
Teknoloji ve İstihbarat	Siber operasyonlar, istihbarat toplamanın ve ulusal güvenliğin korunmasında kritik bir araç olarak yansıtılmıştır.	76	6,12
	Dijital izleme ve kripto teknolojileri, tehditlerin tespiti ve bertaraf edilmesi için kullanılan gizli ve hayati araçlar olarak konumlandırılmıştır.	47	3,78
	Teknolojik gelişmeler, devletin istihbarat kapasitesini artıran ve modern savaşın yeni cepheleri olarak sunulmuştur.	38	3,06
	Hack saldırıları ve dijital casusluk, ülkeye yönelik yeni nesil tehditlerin en önemli unsurları olarak ele alınmıştır.	24	1,93

Medya ve Propaganda	Medya, algı yönetimi ve dezenformasyon kampanyalarında kullanılan stratejik bir araç olarak gösterilmiştir.	53	4,27
	Propaganda, hem devlet tarafından halkı mobilize etmek hem de düşman tarafından kamuoyu oluşturmak için kullanılan bir taktik olarak yansıtılmıştır.	37	2,98
	Algı operasyonları, ulusal güvenliği tehdit eden unsurların toplumdaki etkisini azaltmak veya artırmak için kullanılan bir yöntem olarak betimlenmiştir.	45	3,62
	Dezenformasyon ve manipülasyon, düşman unsurların devletin meşruiyetini zedelemek için kullandığı başlıca araçlar olarak sunulmuştur.	25	2,01
Kültürel Diplomasi	Kültürel değerler ve gelenekler, Türkiye'nin uluslararası alanda kendi kimliğini ve yumuşak gücünü ortaya koymanın bir yolu olarak gösterilmiştir.	24	1,93
	Sanat ve dil, devletin uluslararası imajını güçlendiren ve kültürel bağları artıran unsurlar olarak konumlandırılmıştır.	14	1,13
	Turizm ve kültürel miras, yabancı ülkelerle barışçıl ilişkilerin geliştirilmesi ve Türkiye'nin küresel imajının güçlendirilmesi için bir araç olarak kullanılmıştır.	21	1,69
	Hoşgörü ve kültürel etkileşim, ulusal kimliğin güçlenmesi ve dış politikadaki esneklik açısından önemli bir rol oynamaktadır.	43	3,46
Aile ve Toplumsal Değerler	Aile bağları ve toplumsal dayanışma, dizideki karakterlerin motivasyon kaynağı olarak sıkça vurgulanmış ve milli duyguların güçlendiricisi olarak ele alınmıştır.	67	5,39
	Fedakârlık ve sadakat, özellikle istihbarat operasyonlarına katılan karakterlerin ahlaki sorumluluklarının ve ulusal görevinin bir parçası olarak gösterilmiştir.	36	2,90
	Toplumsal onur ve ahlak, bireylerin devletin çıkarlarına hizmet etmelerini sağlayan temel bir unsur olarak yansıtılmıştır.	78	6,28
	Aile kavramı, ulusal kimliğin ve devletin temel değerlerinin taşınmasında kritik bir rol oynamıştır.	63	5,07
İslamofobi ve Dini Diplomasi	İslami kimlik taşıyan karakterler, ahlaki değerleriyle barışa, hoşgörüye ve toplumsal uyuma katkı sağlayan kişiler olarak tasvir edilmiştir.	24	1,93
	Dini pratikler ve ibadetler (örneğin, namaz kılma, dua etme), karakterlerin içsel güç ve huzur kaynağı olarak yansıtılmış ve topluma pozitif enerji katan bir unsur olarak gösterilmiştir.	28	2,25
	Müslüman kimliği ve kültürü, farklı kültürlerle köprü kuran ve çok kültürlü diyalogu teşvik eden bir unsur olarak ele alınmıştır.	17	1,37
	Dini kurumlar ve cemaatler, sosyal dayanışmayı ve yardımlaşmayı güçlendiren, toplumun birlik ve beraberliğini pekiştiren yapılar olarak tanımlanmıştır.	13	1,05
	İslami değerler ve öğretiler, insan hakları, adalet ve barış gibi evrensel değerlerle örtüşen ve karakterlerin yaşamlarında olumlu değişimlere yol açan ilkeler olarak sunulmuştur.	29	2,33
	Dini hassasiyetler, karakterlerin fedakârlık ve sevgi dolu yanlarını ön plana çıkarmış, toplumun farklı inançlara karşı daha hoşgörülü olmasını sağlayan örnekler olarak vurgulanmıştır.	23	1,85
Toplam		1242	100

Milli Güvenlik ve Strateji teması, dizide en çok yer verilen konulardan biridir. İstihbarat ve askeri operasyonlar, %2,09 oranıyla, milli egemenliğin korunması ve uluslararası tehditlere karşı koyma sürecinin ayrılmaz bir parçası olarak gösterilmektedir. Karakterlerin fedakârlık, cesaret ve vatan sevgisi ile hareket etmesi, dizinin milliyetçi bir bakış açısını desteklediğini göstermektedir. Terörizm ve yabancı tehditlerin milli güvenliği tehdit eden unsurlar olarak ele alınması (%2,98), izleyicilere ulusal güvenlik algısının pekiştirilmesi gerektiğini ima etmektedir. Müttefik ve dost ülke ilişkileri, %1,53 oranıyla, güvenilirliğin sorgulandığı bir ortamda stratejik çıkarlar doğrultusunda iş birliğine vurgu yapmaktadır. Bu, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki karmaşık dinamiklerini anlamak açısından önemlidir.

Yumuşak Güç ve Diplomasi temasında ise diplomasi ve barışçıl çözüm arayışları (%0,72) genellikle sert güç unsurlarının başarısızlığından sonra başvurulan bir yöntem olarak yansıtılmaktadır. Kamu diplomasisi ve imaj yönetimi, %3,78 oranıyla, Türkiye'nin uluslararası alanda kendisini temsil etme biçimini önemli bir araç olarak sunmaktadır. Kültürel etkileşim ve çok taraflılık ise, ulusal çıkarların korunmasında bir yöntem olarak kullanılsa da (%0,64) çoğu zaman zorlayıcı güç unsurları tarafından gölgelenmektedir. İş birliği ve arabuluculuk, %2,25 oranıyla, devletin kriz çözme kapasitesini ve uluslararası ilişkilerdeki liderlik rolünü göstermektedir.

Devlet ve Milliyetçilik teması, dizinin milliyetçi bir söylemi desteklediğini gösteren önemli veriler içermektedir. Devletin varlığı ve ulusun bağımsızlığı, %3,06 oranıyla, karakterlerin motivasyon kaynakları olarak belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Milliyetçilik ve vatan sevgisi, %1,93 ile, operasyonlara katılan bireylerin temel motivasyon kaynağı olarak gösterilmektedir. Devletin egemenlik hakları ise, %5,88 oranıyla, tartışılmaz bir kavram olarak konumlandırılmıştır. Ulus kimliği ve birlik duygusu, %5,07 oranıyla, devlete sadakat bir erdem olarak sunulmakta ve karakterlerin motivasyonlarında önemli bir yer tutmaktadır.

Teknoloji ve İstihbarat teması, dizideki modern güvenlik dinamiklerini yansıtarak önemli bir yer tutmaktadır. Siber operasyonlar, %6,12 oranıyla, istihbarat toplamının ve ulusal güvenliğin korunmasında kritik bir araç olarak tanımlanmaktadır. Dijital izleme ve kripto teknolojileri, %3,78 ile, tehditlerin tespitinde ve bertaraf edilmesinde kullanılan gizli araçlar olarak konumlandırılmaktadır. Bu tema, Türkiye'nin modern güvenlik stratejilerinin nasıl bir teknoloji entegrasyonu ile desteklendiğini göstermektedir.

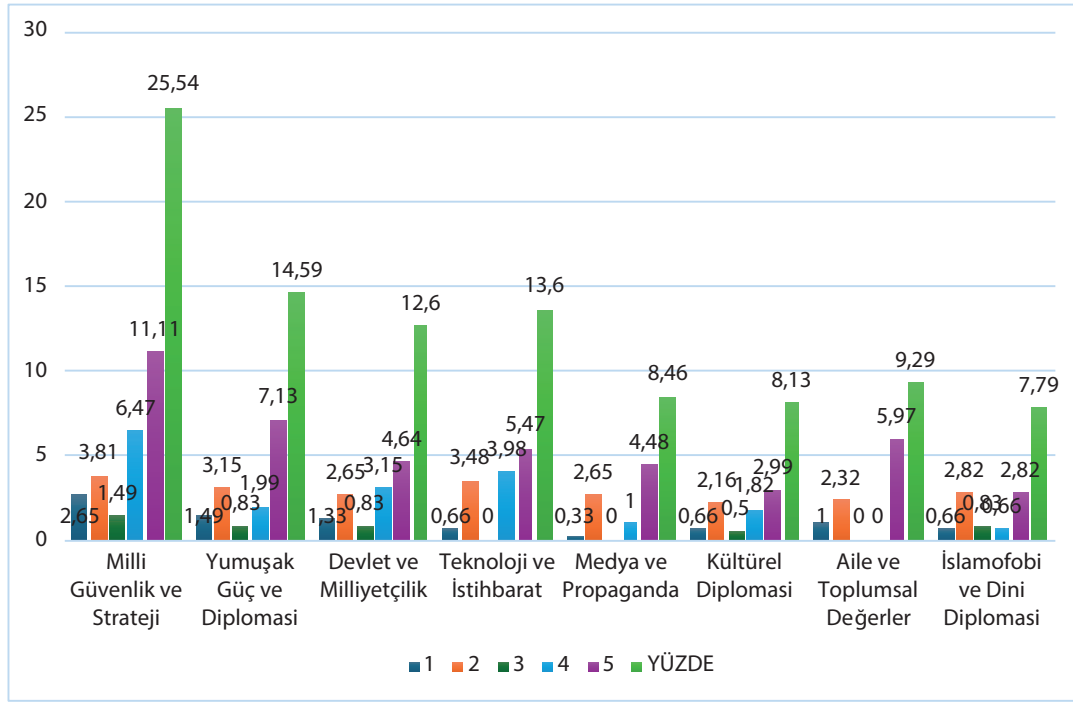
Medya ve Propaganda teması, %4,27 oranıyla, algı yönetimi ve dezenformasyon kampanyalarında kullanılan stratejik bir araç olarak ele alınmaktadır. Bu, dizinin, devletin meşruiyetini koruma çabalarını yansıttığına dair önemli bir mesaj taşımaktadır. Algı operasyonları, %3,62 ile ulusal güvenliği tehdit eden unsurların toplum üzerindeki etkisini azaltmayı veya artırmayı amaçlayan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır. Dezenformasyon ve manipülasyon ise, düşman unsurların devletin meşruiyetini zedelemek için kullandığı başlıca araçlar olarak sunulmaktadır (%2,01).

Kültürel Diplomasi, dizinin Türkiye'nin uluslararası alanda yumuşak gücünü artırma çabalarını öne çıkarmaktadır. Kültürel değerler ve gelenekler, %1,93 oranıyla, Türkiye'nin kimliğini ortaya koymada bir yol olarak gösterilmektedir. Hoşgörü ve kültürel etkileşim ise, %3,46 oranıyla, ulusal kimliğin güçlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Son olarak, Aile ve Toplumsal Değerler teması, dizinin karakterleri üzerinden vurgulanan milli duyguları güçlendirmektedir. Aile bağları ve toplumsal dayanışma, %5,39 ile dizinin önemli motivasyon kaynakları olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal onur ve ahlak, %6,28 ile bireylerin devletin çıkarlarına hizmet etmesini sağlayan temel bir unsur olarak betimlenmektedir. Bu durum, dizinin sadece bir eğlence unsuru olmanın ötesine geçerek toplumsal değerleri ve ulusal kimliği güçlendirmeyi amaçladığını göstermektedir.

Bu bulgular, "Teşkilat" dizisinin Türkiye'nin kamu diplomasisi ve yumuşak güç stratejilerini nasıl işlediğini, izleyicilere hangi mesajları ilettiğini ve ulusal güvenlik ile kimlik duygusunu nasıl pekiştirdiğini anlamak açısından önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Şekil 2, "Temaların Kavramların Görsel Anlatımı ve Sunumu" başlığı altında, "Teşkilat" dizisinde yer alan çeşitli temaların görsel unsurlarının frekanslarını ve yüzdelerini sunmaktadır. Bu veriler, dizinin hangi görsel unsurları kullanarak izleyicilere belirli temaları ilettiğine dair önemli bilgiler sağlamaktadır.

Şekil 2. Ana Temaların Dizideki Görsel Anlatımı ve Sunumu³

Milli Güvenlik ve Strateji teması, %25,54 oranıyla en fazla görsel anlatıma sahip olan temadır. Bu temada, bayrak görüntüleri, üniformalı karakterler, resmi törenler, silahlar ve karakterlerin jest ve mimikleri gibi unsurlar, dizi boyunca sıkça kullanılmaktadır. Özellikle, %6,47 oranıyla resmi tören ve geçitlerin yer alması, devletin otoritesini ve gücünü pekiştirirken, izleyiciler üzerinde milli bir his uyandırmayı hedeflemektedir. Karakterlerin cesur duruşları ve silah kullanımı, güvenlik algısını güçlendirmekte ve milli dayanışma duygusunu pekiştirmektedir.

Yumuşak Güç ve Diplomasi teması, %14,59 oranında bir görsel anlatım sunmaktadır. Burada, özellikle barışçıl çözüm arayışlarına ve diplomatik ilişkilerin önemine vurgu yapılmaktadır. Resmi törenler ve karakterlerin mimikleri, diplomasi çabalarının somutlaştırılması için önemli araçlar olarak öne çıkmaktadır. Dizi, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki yumuşak gücünü ve imaj yönetimini destekleyen görsellerle bu temayı güçlendirmektedir.

Devlet ve Milliyetçilik teması da önemli bir yere sahiptir ve %12,60 oranında görsel anlatım sunmaktadır. Devletin varlığı ve bağımsızlığı ile ilgili görseller, izleyicilere ulusal kimliğin önemi hakkında mesajlar vermekte ve milliyetçi duyguları pekiştirmektedir. Özellikle, üniformalı karakterlerin ve silahların sık kullanımı, güvenlik ve savunma konularındaki kararlılığı vurgulamaktadır.

Teknoloji ve İstihbarat teması, %13,60 oranıyla dizide görsel olarak yer bulmaktadır. Siber güvenlik unsurları ve modern teknolojilerin kullanımı, dizinin güncel meseleleri nasıl ele aldığını gösterirken, karakterlerin bu konudaki uzmanlıkları ve başarıları, izleyicilere ilham vermektedir.

Medya ve Propaganda teması, %8,46 oranıyla görsel anlatımda yer almakta, dizinin algı yönetimi stratejilerini nasıl benimsediğini ortaya koymaktadır. Bu tema, karakterlerin jest ve mimikleri aracılığıyla propaganda mesajlarının etkili bir biçimde iletilmesine olanak tanımaktadır.

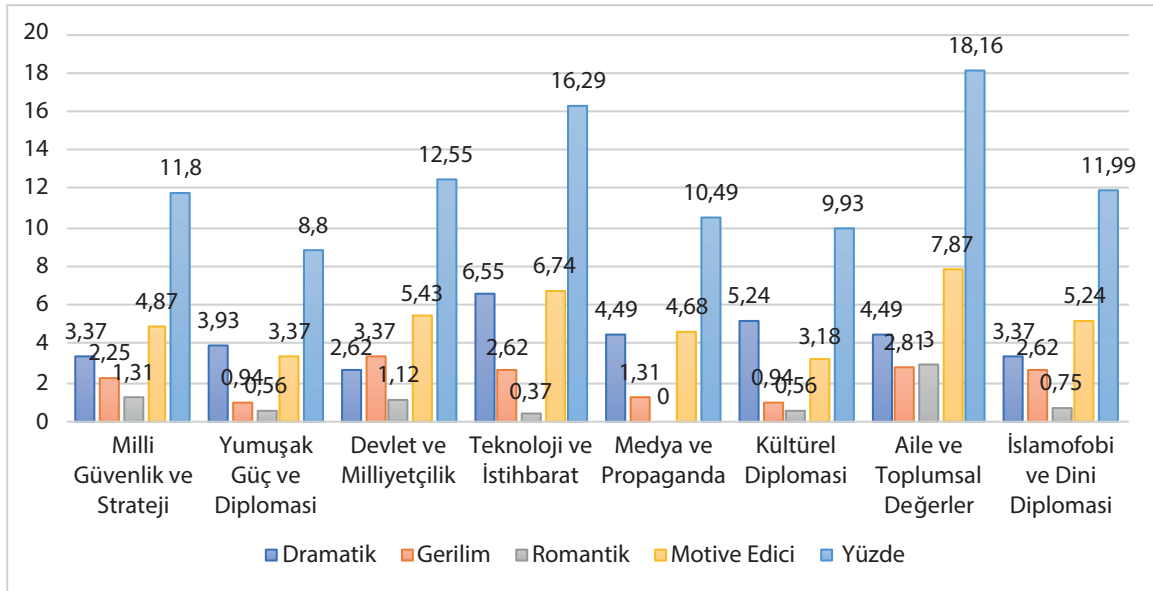
Kültürel Diplomasi teması, %8,13 oranında görsel unsurlara sahiptir. Burada, Türkiye'nin kültürel değerleri ve gelenekleri ön plana çıkarılmakta, dizi aracılığıyla Türkiye'nin uluslararası alandaki yumuşak gücü desteklenmektedir. Aile ve Toplumsal Değerler teması, %9,29 ile, karakterlerin aile bağları ve toplumsal dayanışmayı öne çıkaran görsel anlatımlarla güçlendirilmektedir. Bu unsurlar, izleyicilere milli duyguları artırma ve toplumun temel değerlerini yüceltme çabalarını göstermektedir.

3 1. Bayrak vb. görüntü, 2. Üniformalı/resmi kıyafetli karakter, 3. resmi tören/geçit, 4. silah/ekipman, 5. Jest ve mimikler.

Son olarak, İslamofobi ve Dini Diplomasi teması, %7,79 oranında bir görsel anlatıma sahiptir. Dini değerlerin ve pratiklerin karakterlerin kimliklerini nasıl şekillendirdiği, izleyicilere sunulan önemli bir mesaj niteliğindedir. Bu bağlamda, dini unsurların görsel anlatımı, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki konumunu pekiştirmek ve hoşgörü mesajını yaymak açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Genel olarak, "Teşkilat" dizisi, Türk toplumunun milli kimliğini ve ulusal güvenlik algısını güçlendirmek amacıyla çeşitli temalar ve görsel anlatımlar kullanmaktadır. Bu yapım, izleyicilere sadece bir eğlence ürünü sunmaktan öte, kamu diplomasisi ve yumuşak güç stratejilerini de içererek Türkiye'nin uluslararası arenadaki imajını pekiştirmeye yönelik bir çaba içinde olduğu görülmektedir. Ayrıca, kültürel değerlerin ve toplumsal bağların ön plana çıkarılması, Türk toplumunun dayanışma ve birlik duygusunu pekiştirmekte, bu da diziyi olan bağlılığı artırmaktadır. Dizi, karakterler aracılığıyla ideolojik bir mesaj vermekle kalmayıp, izleyicilerin duygusal bağlarını da güçlendiren unsurlar sunarak, bir nevi toplumsal bir bilinç oluşturmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, dizinin görsel anlatımları, yalnızca eğlenceli bir içerik değil, aynı zamanda bir eğitim ve bilinçlendirme aracı olarak da işlev görmektedir.

"Teşkilat" dizisindeki sahnelerin duygusal ve tematik yoğunluğu, dizinin ana mesajlarını ve izleyici üzerindeki etkisini derinlemesine ortaya koymaktadır. Şekil 3, kamu diplomasisi ve yumuşak güce ilişkin sahnelerin duygusal ve tematik yoğunluğunu göstermektedir.



Şekil 3. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güce İlişkin Sahnelerin Duygusal ve Tematik Yoğunluğu

Şekildeki veriler değerlendirildiğinde, Milli Güvenlik ve Strateji teması, toplam sahnelerin %11,80'ini oluşturarak dikkate değer bir dramatik yoğunluk sunmaktadır. Bu tema, kahramanların cesaret ve fedakarlıklarını ön plana çıkararak, izleyicilerin milli kimliklerine yönelik bir bağlılık hissetmelerini sağlamaktadır. Özellikle, 26 motivasyonel sahne ile izleyicilere ulusal güvenlik konularında umut ve cesaret aşılanmaktadır.

Teknoloji ve İstihbarat teması %16,29 ile en yüksek dramatik yoğunluğu göstermektedir. Bu durum, dijital çağın getirdiği yeni tehditler ve savunma stratejileri hakkında izleyiciye derinlemesine bir anlayış kazandırmayı hedeflemektedir. Sahnelere entegre edilen siber saldırılar ve istihbarat operasyonları, modern savaşın dinamiklerini aktarmaktadır.

Aile ve Toplumsal Değerler teması ise %18,16 ile en yüksek duygusal yoğunluğa sahip olmaktadır. Bu, karakterlerin aile bağları ve toplumsal dayanışma üzerine odaklanarak, izleyicilere bu değerlere dair güçlü bir mesaj sunmaktadır. Bu bağlamda, karakterlerin moral ve motivasyon kaynağı olarak aile yapısının önemine vurgu yapılmaktadır.

Yumuşak Güç ve Diplomasi teması %8,80 ile, Türkiye'nin uluslararası alandaki imajını güçlendirmek için diplomatik çabaların önemini aktarmaktadır. Bunun yanı sıra, Kültürel Diplomasi %9,93 ile Türkiye'nin kültürel değerlerini uluslararası alanda öne çıkararak, sosyal bir bağ kurma çabalarına ışık tutmaktadır.

“Teşkilat” dizisi, sahnelerinin duygusal ve tematik yoğunluğuyla izleyici üzerinde derin bir etki bırakmayı hedeflemektedir. Özellikle, Milli Güvenlik ve Strateji ile Teknoloji ve İstihbarat temalarının yüksek dramatik oranları, Türkiye'nin güvenlik politikalarını ve uluslararası ilişkilerdeki karmaşık dinamikleri yansıtarak izleyicilerin bilinçaltında ulusal bir kimlik ve aidiyet duygusu oluşturur. Aile ve Toplumsal Değerler temasındaki yoğunluk ise, toplumsal dayanışmanın ve aile bağlarının önemi üzerinden, izleyicilere güçlü bir ahlaki ve duygusal motivasyon sunmaktadır. Dizi, bu yönleriyle sadece bir eğlence aracı olmanın ötesine geçerek, izleyicilere millî değerleri içselleştirme ve toplumsal konulara duyarlılık kazandırma amacını taşımaktadır. Bu durum, Türkiye'nin dış politikasını ve toplumun genel bakış açısını şekillendirme noktasında önemli bir rol oynamaktadır. “Teşkilat”, böylece izleyicilerde millî bir bilincin yanı sıra, Türkiye'nin uluslararası alandaki duruşunu anlamalarına yönelik bir çerçeve sunmaktadır.

Son olarak, tablo 3'te ana temalara uygun şekilde dizide geçen diyaloglara yer verilmiştir.

Tablo 3

Dizide Geçen Diyalog Örnekleri

Temalar	Dizide Geçen Diyaloglar	Bölüm	Zaman Dilimi
Milli Güvenlik ve Strateji	Mete: Allah ikisine de rahmet eylesin. Türkan Hanım: Sağ olun. Şimdi baba oğul buluşmuşlardır. Yukarıdan bana bakıyorlardır. Sıralı ölüm nasip etmedi Rabbim bize...	7. bölüm	2:13.45
	Mete: Öyle düşünmeyin Türkan Hanım. Hulki şehit oldu. Mehmet Bey de onun yanında. Ama sizin güçlü olmanız gerekiyor. Bu devlet sizin gibi kuvvetli anaların omuzunda ayakta kalıyor Türkan Hanım: Vatan sağ olsun!		
	Mete: Bu devlet ne bir karış toprağını, ne bir damla suyunu ne de bir evladını kalleşlerin eline bırakmaz	19. bölüm	02:12
	Mete: Sizin özel hayatınız yok, onu geçtim hayatınız bile yok. Sizin sadece ve sadece devletin var. Bayrağınız var ve vazifeniz var.	36. bölüm	45:10:00
	Bedro: Burada mücadele veren biziz. Bıçak kemiğe dayandı artık. (Türkiye'yi kastederek) Düşman topuyla tüfeğiyle, ihasıyla sihasıyla, askeriyle istihbaratıyla tepemize çöktü!	52. bölüm	01:19:15

Yumuşak Güç ve Diplomasi	Serdar: Başkanım Ceren'in gerçekten kızı varmış. Görüntülü konuştu ben de şahit oldum. Halit Başkan: İşlerini sağlama almışlar yani. Serdar: Ne yapalım başkanım. Halit: Aynen devam, yıldırım durmayacak. Serdar: Çok af edersiniz başkanım, bizim ülkemizde bizim şehrimizde altımızı oyarlarken öyle durup izleyecek miyiz? Halit: Serdar burası bir hukuk devleti. Öyle kafamıza göre adam alamayız. Dinleme kararı almak için bile bir haftadır uğraşıyorum ben.	19. bölüm	34:40:00
Devlet ve Milliyetçilik	Mete: Benim adım Mete. Seni Türkiye'ye götüreceğim. Çocuk: Benim Türkiye'de kimsem yok ki. Mete: Devletin var. Artık annen de baban da Türkiye Cumhuriyeti devleti. Hakkı Dayı: (Yunan gerilimi ile ilgili) Bu suların altı onların batıklarıyla dolu. Hala akıllanmamışlarsa onların bileceği iş! Halit Başkan: Pilavdan dönenin kaşığı kırılısın Hakkı. Pınar: Başkanım ciddi ciddi savaşa giriyoruz. Hakkı: Adamlar topraklarımıza göz dikmiş. Uzay: Daha ziyade denizlerimize! Hakkı: Deniz, toprak ya da hava fark etmez. Bizim olan bizimdir. Altı da bizim üstü de bizim. Göz dikenin gözü oyulur.	1. Bölüm	03:30
Teknoloji ve İstihbarat	Zehra: Peşine takıldılar. En yakın sihayı gönder. Hemen! Görevli: Bu kargo. Silahlı bir kamikaze dron. Tamamen Türk mühendislerin eseri. Orada ihtiyacınız olacak. Hulki: Neden ihtiyacımız olacak. Uzay: Gideceğimiz yer düşman sahasının derinliklerinde. Orada sinyal bozucular var. Ayrıca onlara destek olan hava savunma sistemleri de var. Sihaları gönderemiyoruz, hava desteği de olmayacak. Görevli. Onlarcası havalanabiliyor ve kendi aralarında haberleşebiliyorlar.	1. Bölüm	17:40
Medya ve Propaganda	Yıldırım: Burası Türkiye'nin kıta sahası, burası da diğer ülkelerin. Burada Türkiye'nin dışında kaldığı bir anlaşma bölgenin kontrolünü tamamen size bırakır. İsrail Dış İşleri Temsilcisi Bunu konuşmuştuk. Yıldırım: Konuştunuz ama neden yapmadınız? Yunanistan Dış İşleri Temsilcisi: Türkler ne diyecek? Uluslararası hukuk ne diyecek? Yıldırım: Türkiye'den bahsediyoruz. Hiç bir uluslararası hukuk onların yanında yer almaz.	19. bölüm	54:14:00
Aile ve Toplumsal Değerler	Uzay: Ebru'yu düşünüyorum bu aralar. Zehra: Ben de kızımı düşünmeden edemiyorum. Ama biz işimizi en iyi şekilde yapmalıyız. Bizim hata yapma şansımız yok "Biz Türklerde vatan uğruna ölmek kutsal sayılır"	7. bölüm	1:05.50
İslamofobi ve Dini Diplomasi	Tövbekar: Allah'amıza bin şükür tövbeliyiz. Senin gibi bir köpek için de tövbemizi çiğnemeye niyetli değiliz.	36. bölüm	01:09:09
		52. bölüm	49:24

Tabloda yer alan diyaloglar, dizinin Türk dış politikasına dair çeşitli mesajlar verdiğini ve bu mesajların temalar aracılığıyla izleyiciye aktarıldığını göstermektedir. Özellikle milli güvenlik, devlet ve milliyetçilik kavramları öne çıkmaktadır. Milli Güvenlik ve Strateji başlığı altında yer alan diyaloglar, Türkiye'nin toprak bütünlüğüne ve devletin bekasına verdiği önemi vurgulamaktadır. Mete karakteri üzerinden işlenen bu diyaloglar, devletin sadece toprak değil, aynı zamanda su ve insan kaynaklarını da koruma yükümlülüğü olduğu fikrini pekiştirir. Bu mesaj, Türkiye'nin dış politikasında ulusal güvenliğin ne kadar öncelikli olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Örneğin, "Bu devlet ne bir karış toprağını ne de bir damla suyunu kalleşlerin eline bırakmaz" ifadesi, dış politikada taviz verilmeyeceğini ve Türkiye'nin her türlü tehdide karşı kararlı bir duruş sergileyeceğini vurgular.

Bununla birlikte, dizideki diyaloglar, sadece milli güvenlik odaklı bir dış politika mesajı vermekle kalmaz, aynı zamanda kamu diplomasisi aracılığıyla Türkiye'nin uluslararası arenada kendini nasıl konumlandığına dair ipuçları da sunar. Özellikle Yumuşak Güç ve Diplomasi başlığı altındaki diyaloglar, Türkiye'nin bir hukuk devleti olarak hareket ettiğini vurgular. Serdar ve Halit karakterleri arasındaki diyalog, hukukun üstünlüğü ve uluslararası normlara uygun hareket etmenin önemini dile getirir. Bu bağlamda, Türkiye'nin dış politikadaki diplomatik girişimlerinin sadece sert güç unsurlarına dayanmaktan ziyade, hukuk ve diplomasi aracılığıyla kamu diplomasisi oluşturmaya çalıştığı görülmektedir.

Devlet ve Milliyetçilik teması, dizinin önemli bir diğer odak noktasıdır. Karakterler üzerinden Türkiye'nin ulusal kimliği ve devletin kutsallığı ön plana çıkarılır. Mete'nin, bir çocuğa Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin artık onun anne ve babası olduğunu söylemesi, devletin bireyler üzerindeki koruyucu rolünü sembolize eder. Bu tür diyaloglar, devletin, vatandaşlarının güvenliği ve refahı için her türlü fedakarlığı yapacağına dair güçlü bir milliyetçi mesaj verir. Aynı zamanda bu diyaloglar, dizinin izleyicilerine milliyetçilik ve devletin gücüne dair olumlu bir algı oluşturmaya hedeflemektedir.

Teknoloji ve askeri yenilikler de dizide önemli bir rol oynamaktadır. Teknoloji ve İstihbarat teması altında yer alan diyaloglar, Türkiye'nin yerli savunma sanayisine yaptığı yatırımların önemini vurgular. Örneğin, silahlı kamikaze drone'ların Türk mühendisler tarafından geliştirildiğinin belirtilmesi, Türkiye'nin dış politikada sadece diplomatik ve askeri olarak değil, aynı zamanda teknolojik üstünlükle de varlık gösterdiğini anlatır. Bu mesaj, Türkiye'nin savunma sanayisindeki yerli üretim kapasitesine ve bunun ulusal güvenliğe olan katkısına işaret eder.

Dizi, aynı zamanda sosyal ve kültürel mesajlar da verir. Aile ve Toplumsal Değerler başlığı altındaki diyaloglarda, karakterlerin ailelerine olan bağlılıkları ve vatanseverlikleri arasındaki dengeyi nasıl kurdukları gösterilir. Bu diyaloglar, toplumsal değerlerin ve ailenin Türk kültüründe ne kadar önemli olduğunu ortaya koyar. Aynı zamanda, İslamofobi ve Dini Diplomasi başlığı altında geçen diyaloglar, Türkiye'nin İslam dini üzerinden yürüttüğü diplomasiye ve bu bağlamda uluslararası arenada İslamofobiye karşı duruşuna dair mesajlar içermektedir. Bu bağlamda, dizi, sadece askeri ve siyasi bir perspektif sunmamakta, aynı zamanda Türkiye'nin kültürel ve dini değerlerini de izleyiciye aktarmaktadır.

Sonuç olarak, tablo incelendiğinde dizinin, Türkiye'nin dış politikasını ve kamu diplomasisini güçlendirme ye yönelik bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Dizideki karakterler ve diyaloglar aracılığıyla, Türkiye'nin ulusal güvenliği, devletin bekası, milliyetçilik ve teknolojik üstünlüğü gibi kavramlar sıkça işlenirken, aynı zamanda hukukun üstünlüğü, diplomasi ve kültürel değerler gibi daha yumuşak temalar da işlenmektedir. Bu durum, dizinin hem iç hem de dış kamuoyunda Türkiye'nin pozitif imajını oluşturma ve güçlendirme amacını taşıdığını göstermektedir.

Değerlendirme ve Sonuç

Çalışmada elde edilen bulgular ve araştırma sorularına dayanarak “Teşkilat” dizisinin Türk dış politikası ve kamu diplomasisi üzerindeki etkisi üzerine yapılan analizlerde güçlü çıkarımlar yapılabilir. Öncelikle, dizinin işlediği ana temalar ve bunlara ilişkin diyaloglar, Türkiye’nin ulusal güvenliği, devletin bekası ve milliyetçilik gibi kavramların nasıl ele alındığını ortaya koymaktadır. Dizi, bu temalar aracılığıyla hem yerel hem de uluslararası izleyici kitlesine güçlü mesajlar sunmaktadır.

“Teşkilat” dizisi, Türk dış politikasına dair mesajlarını çoğunlukla milli güvenlik ve devletin sürekliliği üzerinden vermektedir. Bulgulara göre, dizide milli güvenlik ve savunma teması oldukça yüksek bir oranda işlenmiş olup (%12,24), izleyicilere Türkiye’nin dış politika önceliklerini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Özellikle Türkiye’nin dış tehditlere karşı kararlılığını ve toprak bütünlüğünü koruma gücünü vurgulayan diyaloglar, izleyicilerde güçlü bir ulusal güvenlik algısı oluşturmaktadır. Örneğin, Mete karakterinin “Bu devlet ne bir karış toprağını ne de bir damla suyunu kalleşlerin eline bırakmaz” şeklindeki ifadesi, Türkiye’nin dış politikasında taviz vermeyen, kararlı bir duruşu temsil etmektedir. Bu duruş, dizinin dış politika bağlamında sert bir güce dayalı bir mesaj ilettiğini ortaya koymaktadır.

Ancak dizinin sunduğu mesajlar sadece milli güvenlik eksenli değildir. Çalışmada elde edilen bulgular, dizinin kamu diplomasisi oluşturmada nasıl bir rol oynadığını da göstermektedir. Dizi, Türkiye’nin uluslararası imajını yumuşak güç stratejileri aracılığıyla güçlendirme çabasıdadır. Örneğin, kamu diplomasisi ve imaj yönetimi temaları dizide önemli bir yer tutmakta (%37,8) ve izleyicilere Türkiye’nin uluslararası arenada nasıl temsil edildiği konusunda ipuçları sunmaktadır. Halit ve Serdar karakterleri arasındaki diyaloglar, Türkiye’nin bir hukuk devleti olarak hareket ettiğini ve hukukun üstünlüğüne verdiği önemi vurgulamaktadır. Bu, izleyiciye Türkiye’nin uluslararası arenada sadece askeri güçle değil, hukuki ve diplomatik kanallar aracılığıyla da var olduğunu anlatmaktadır. Diplomatik çözümler ve barışçıl müzakereler dizide sıkça işlenmiş olmasa da (%72), bu durum sert güç unsurlarının başarısız olduğu zamanlarda devreye giren önemli bir strateji olarak sunulmaktadır.

Devlet ve milliyetçilik kavramları, dizide en çok işlenen temalardan biridir. Bulgulara göre, devletin varlığı ve bağımsızlığı, dizideki karakterler için en yüksek değer olarak yansıtılmıştır. Milliyetçilik ve vatan sevgisi, izleyicilerde güçlü bir aidiyet duygusu yaratacak şekilde sürekli olarak işlenmektedir. Özellikle Mete karakterinin yetim bir çocuğa “Artık annen de baban da Türkiye Cumhuriyeti Devleti” demesi, devletin birey üzerindeki koruyucu rolünü yüceltmekte ve milliyetçiliğin ana motivasyon kaynağı olarak gösterildiğini ortaya koymaktadır. Bu tür mesajlar, izleyicilerin devletin gücüne ve bağımsızlığına olan inançlarını pekiştirir.

Dizi, aynı zamanda Türkiye’nin teknolojik kapasitesi ve istihbarat gücüne dair de önemli mesajlar vermektedir. Elde edilen bulgular, teknoloji ve istihbarat temasının yüksek bir sıklıkta işlenmiş olduğunu (%86,2) göstermektedir. Türkiye’nin yerli savunma sanayisine yaptığı yatırımlar ve bu yatırımların sonuçları dizide sıkça vurgulanmakta, bu da izleyicilere Türkiye’nin modern savaş teknolojileri ve güvenlik politikalarında ne kadar ileri bir noktada olduğunu göstermektedir. Örneğin, silahlı kamikaze drone’ların Türk mühendisler tarafından geliştirilmiş olması, Türkiye’nin dış politikada sadece askeri ve diplomatik başarılarla değil, aynı zamanda teknolojiyle de güçlendiğini ifade eder. Bu, Türkiye’nin ulusal güvenlik stratejilerinin teknoloji ile nasıl entegre edildiğine dair izleyicilere önemli ipuçları sunmaktadır.

Dizide işlenen bir diğer önemli tema ise medya ve propaganda temasıdır. Medya, dizide stratejik bir araç olarak kullanılmakta ve dezenformasyon kampanyaları ile algı yönetimi üzerine yoğun bir vurgu yapılmaktadır. Bulgulara göre, medya ve propaganda teması dizide en çok işlenen temalardan biri olup (%16,74), bu

durum dizinin izleyiciler üzerindeki etkisini artırma potansiyeline sahiptir. Propaganda, sadece düşman tarafından değil, aynı zamanda devlet tarafından halkı mobilize etmek ve milli bilinç oluşturmak için kullanılan bir taktik olarak sunulmaktadır. Bu, dizinin sadece eğlence amaçlı bir yapım olmadığını, aynı zamanda ulusal güvenliği destekleyen ideolojik bir mesaj taşıdığını ortaya koymaktadır.

Dizide işlenen kültürel diplomasi ve insani yardım temaları, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki yumuşak gücünü desteklemek amacıyla öne çıkarılmaktadır. Kültürel diplomasi, Türkiye'nin geleneksel değerlerini ve hoşgörü anlayışını uluslararası arenada tanıtmaya çabalarını yansıtırken, insani yardım teması Türkiye'nin bölgesel krizlerde oynadığı yapıcı rolü vurgulamaktadır. Bu, Türkiye'nin uluslararası imajını yumuşak güç stratejileri aracılığıyla güçlendirme çabalarını destekler niteliktedir. Aynı şekilde, İslamofobi ve dini diplomasi temaları da dizide önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'nin İslam dünyasındaki lider rolü ve İslamofobi ile mücadelesi dizide işlenen önemli konular arasındadır. Bu, Türkiye'nin dini değerlerini uluslararası alanda bir barış ve hoşgörü aracı olarak kullanma stratejisini destekler.

Sonuç olarak, "Teşkilat" dizisi, Türk dış politikasını ve kamu diplomasisini destekleyen güçlü bir araç olarak işlev görmektedir. Dizide işlenen temalar, izleyicilere Türkiye'nin ulusal güvenlik önceliklerini, dış politika stratejilerini ve uluslararası imajını yansıtmakta etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Dizi, sadece sert güç unsurlarına dayalı bir dış politika mesajı vermekle kalmayıp, aynı zamanda kamu diplomasisi ve yumuşak güç stratejileri aracılığıyla Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki konumunu pekiştirmektedir. Ancak burada bir meydan okuma da mevcuttur: Dizi, sert güç unsurlarını ön planda tutarken, yumuşak güce dair daha dengeli bir yaklaşım sergilememektedir. Bir diğer ifadeyle, sert güç unsurlarının (sınır ötesi operasyonlar, ülke içindeki operasyonlar vb.) diplomasi kanallarının işe yaramadığı durumlarda kullanılması göze çarpmaktadır. Bu durum hem iç hedef kitleye hem de dış hedef kitleye, Türkiye'nin sadece çatışmaya yönelik bir strateji/diplomasi yürütmediğini, önceliğin iletişim/diyalog olduğunu göstermektedir. Böylece dizide, Türkiye'nin dış politikasında sadece askeri ve teknolojik üstünlük değil, diplomatik ve kültürel etkileşimlerin de önemi vurgulanmaktadır. Dizide anlatılan temalar, izleyicilere daha geniş bir perspektif sunarak Türkiye'nin dış politikadaki çok yönlülüğünü ve esnekliğini daha güçlü bir şekilde ortaya koymaktadır.

Son olarak bu çalışma, Türk dış politikasında dizilerin rolünü kamu yayıncılığı politikası olan TRT'de yayınlanan "Teşkilat" dizisi örneğinde ele almıştır. Araştırmanın sonuçları, Türkiye'nin son dönemde dünya konjektüründe kendi haklı olduğu konuları hem iç hedef kitleye hem de dış hedef kitleye anlatmak için dizileri bir araç olarak kullandığını göstermektedir. Bununla birlikte çalışmanın şüphesiz eksik tarafları da olabilmektedir. Dış politika ve yumuşak güç bağlamında medyanın rolünü ortaya koymaya çalışan çalışmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda, geniş bir izleyici kitlesi üzerinde anketler veya odak grup çalışmaları yapılarak dizinin kamu diplomasisi üzerindeki gerçek etkisi daha somut şekilde incelenebilir. Ayrıca, farklı dizilerle karşılaştırmalı analizler yaparak, Türkiye'nin yumuşak güç stratejilerinde televizyon yapımlarının genel rolü daha kapsamlı bir şekilde ele alınabilir. Bu tür çalışmalar, medya ve dış politika ilişkisini daha derinlemesine anlama fırsatı sunacaktır.

Kaynakça

- Aksu, F. (2024). Kamu diplomasisi: kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24((Özel Sayı)), s. 211-230. doi:<https://doi.org/10.18037/ausbd.1479007>
- Anderson, M. S. (1993). *The Rise of Modern Diplomacy 1450-1919*. London and New York: Longman Press.
- Arslan, Ş. (2022). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Oluşturmada Türk Dizileri*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aydemir, E. (2016). *Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Barıtcı, F., & Aydeniz, H. (2019). Kamu diplomasisi aracı olarak medya: TRT World örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), s. 1551 - 1576. doi:<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.509054>
- Bostancı, M. (2012). *Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi*. İstanbul: Anahtar Yayınları.
- Cohen, R. (2001). The great tradition: The spread of diplomacy in the ancient world. *Diplomacy and Statecraft*, 12,1, 23-38. <https://doi.org/10.1080/09592290108406186>.
- Daban, C. (2017). Uluslararası ilişkilerde siyasal aktörler, bürokrasi ve jeopolitik bağlamında diplomasi: Türkiye Cumhuriyeti örneği. *BEU Akademik İzdüşüm / Academic Projection*, 2(2), 22-50.
- Ekşi, M. (2018). *Kamu Diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Ekşi, M. (2022). Kamu diplomasisinde post-truth: bir meydan okuma olarak dezenformasyon. *İletişim ve Diplomasi*, 9, s. 3-24. doi:<https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1183447>
- Eren, E. (2019). Medya diplomasisi aktörü olarak TRT ve Balkanlardaki örnek faaliyetleri. *TRT Akademi*, 4(7), s. 26-41. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/638706#page=5.61> adresinden alındı
- Erzen, M. Ü. (2012). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- İskit, T. (2018). *Diplomasi Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Koçyiğit, A., ve Darı, A. (2024). Sosyal medya ve kamu diplomasisi: Türk Devletleri Teşkilatı perspektifinden küresel etkileşim ve iletişim yönetimi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 9(1), s. 79-93. doi:<https://doi.org/10.58648/inciss.1421099>
- Kodaman, T., ve Akçay, E. (2010). Kurulustan yıkılışa kadar Osmanlı diplomasi tarihi ve Türkiye'ye bıraktığı miras. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 75-92.
- Manheim, J. B. (1994). *Strategic Public Diplomacy ve American Foreign Policy: The Evolution of Influence*. New York: Oxford University Press.
- Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. J. Melissen içinde, *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations* (s. 3-27). New York: Palgrave Macmillan.
- Nicholson, H. (1998). *Diplomacy*. London-New York: Oxford University Press.
- Nye, J. (2020). *Yumuşak Güç*. İstanbul: BB101 Yayınları.
- Obasi, H. U. (2024). The role of media in public relations crisis communication. *British Journal of Mass Communication and Media Research*, 4(4), s. 77-86. doi:<https://doi.org/10.52589/BJMCMR-CBQRSM5Z>
- Özkan, A. (2015). 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları. Stratejik Rapor, 70.
- Pınar, L. (2017). Amerika Birleşik Devletleri'nin yumuşak gücü ve Hollywood. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 253-274.
- Potter, E. (2002). Canada and the new public diplomacy. *International Journal*, 58(1), 43-64.
- Plavşak, K. (2005). Public diplomacy: Basic Concepts And Trends. 25 Ocak 2025 tarihinde <https://www.ifimes.org/en/researches/public-diplomacy-basic-concepts-and-trends/2995> adresinden alındı

- Riggins, J. (1998). *A Strategic Assessment of Public Diplomacy*. USA: ASAF.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Sevin, E. (2017). *Public Diplomacy And The Implementation Of Foreign Policy In The Us, Sweden And Turkey*. Washington: Palgrave Macmillan.
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. N. Snow, ve P. M. Taylor içinde, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s. 3-12). New York: Routledge.
- Szondi, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. Clingendael: Nederland Institute of International Relations.
- Şener, B. (2018). *Savaş İle Barış Arasında Bir Kriz Yönetim Stratejisi Olarak Zorlayıcı Diplomasi ve Türk Dış Politikasındaki Örnekleri*. İstanbul: Tasam.
- Tuch, H. A. (1990). *Communicating with the World: U. S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's Press.
- Tuncer, H. (2009). *Diplomasinin Evrimi Gizli Diplomasiden Küresel Diplomasiye*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- William, A. R. (2004). *Engaging The Arabs And Islamic Worlds Through Public Diplomacy*. Washington: The Public Diplomacy Council.

Extended Abstract

Purpose: The TV series *Teşkilat* is a key element in Turkey's public diplomacy strategy, highlighting themes of national security, state sovereignty, and foreign policy. Focusing on the National Intelligence Organization's operations, the series conveys Turkey's approach to regional and global issues, blending action with messages of Turkey's foreign policy priorities. It emphasizes Turkey's commitment to security, stability, and sovereignty, as well as its humanitarian role in international relations. By showcasing Turkey's soft power, *Teşkilat* fosters positive perceptions of Turkey abroad. This study explores how Turkish TV series like *Teşkilat* can further enhance Turkey's image globally, suggesting elements and strategies for effective cultural diplomacy.

Design and Methodology: This study employs qualitative content analysis to investigate the popular TRT series *Teşkilat*. Qualitative content analysis is a widely recognized research method for systematically and comprehensively examining textual and audiovisual materials. It enables researchers to delve into thematic structures, narrative strategies, and the underlying messages embedded within the content. This approach was selected to uncover how *Teşkilat* communicates its themes and messages to the audience while establishing a connection with Turkey's foreign policy objectives, national security strategies, and public diplomacy efforts.

The research process involved a detailed examination of the series' episodes, focusing on their narrative construction, character development, and thematic presentation. Specifically, key episodes were chosen as samples for their significance in illustrating pivotal moments related to Turkey's national interests and diplomatic initiatives. By categorizing and analyzing these thematic elements, the study aims to demonstrate how *Teşkilat* aligns with the broader soft power strategies employed by Turkey in international relations.

In the analysis, particular attention was paid to recurring themes such as national security, international diplomacy, and humanitarian efforts. These themes were assessed for their portrayal of Turkey's values and strategic priorities. Furthermore, the study sought to understand how these narratives resonate with both domestic and international audiences, contributing to the country's image and cultural diplomacy.

The study also examines the interplay between the narrative structure and the visual aesthetics of the series, such as settings, props, and costumes, to understand their role in reinforcing thematic messages. By integrating textual analysis with visual interpretation, the research provides a holistic view of the series as a soft power instrument. Ultimately, the study aims to offer insights into how *Teşkilat* serves as a cultural vehicle for projecting Turkey's foreign policy narratives on a global stage.

Findings: The TV series *Teşkilat* delivers its messages regarding Turkey's foreign policy through a strong focus on themes of national security and the continuity of the state. These themes dominate the narrative, with national security and defense receiving significant emphasis (12.24%), underscoring Turkey's foreign policy priorities. For instance, the character Mete's declaration, "This state will not surrender a single inch of its land or a drop of its water to traitors," vividly encapsulates the nation's resolute stance against external threats and its commitment to safeguarding sovereignty.

While hard power remains a central narrative element, the series also integrates soft power themes, reflecting a balanced portrayal of Turkey's international strategies. Public diplomacy and image management, highlighted in 3.78% of the narrative, underscore Turkey's diplomatic prowess and its reliance on legal and institutional frameworks. Characters like Halit and Serdar often articulate these aspects, emphasizing the country's capacity to engage with the global community through non-military means.

Another significant theme in the series is Turkey's technological and intelligence capabilities (8.62%). The narrative showcases the nation's advancements in the defense industry and highlights the integration of cutting-edge technologies with national security strategies. This portrayal aligns with the broader agenda of demonstrating Turkey's self-reliance and innovative potential on the international stage.

Media and propaganda also emerge as key themes, receiving the highest emphasis (16.74%). The series portrays media as a vital instrument for fostering national awareness and unity. Through its depiction of strategic communication efforts, *Teşkilat* illustrates the role of media in shaping public perception and supporting national interests.

By weaving together these themes, the series effectively conveys Turkey's foreign policy objectives and reinforces its image as a nation capable of balancing hard and soft power strategies.

Research Limitations: This study employed qualitative content analysis to examine the popular TRT series *Teşkilat*. While the series consists of a total of 117 episodes, the research focused on a smaller subset due to practical limitations. To achieve a representative analysis, specific episodes were selected through random sampling. Episodes 1, 7, 19, 36, 52, 71, 86, and 108 were analyzed in detail. These episodes were chosen because they reflect pivotal developments and recurring themes within the series, offering a comprehensive understanding of its narrative structure. This approach enabled the study to effectively explore the series' portrayal of Turkey's foreign policy, national security strategies, and public diplomacy efforts. By focusing on this carefully selected sample, the research provides meaningful insights while maintaining a systematic and manageable scope.

Implications: The number of studies examining the role of media in the context of foreign policy and soft power is steadily increasing. In future research, surveys or focus group studies with larger audiences could more concretely assess the series' real impact on public diplomacy. Additionally, conducting comparative analyses with different series could provide a more comprehensive understanding of the overall role of television productions in Turkey's soft power strategies. Such studies would offer valuable insights into the relationship between media and foreign policy.

Originality/Value: This study examines the role of television series in Turkish foreign policy through the example of *Teşkilat*, a popular show aired on TRT. The findings reveal that Turkey utilizes television series as a tool to communicate its own narratives to both national and international audiences. The *Teşkilat* series stands out as an effective vehicle for supporting Turkey's foreign policy and public diplomacy efforts. The themes presented in the show strongly reflect Turkey's national security priorities, foreign policy strategies, and international image to its viewers. In addition to conveying a message rooted in hard power, the series also strengthens Turkey's position in international relations through public diplomacy and soft power strategies. However, instances where hard power is prioritized are also notable, particularly in cases where cross-border and domestic operations are used when diplomatic solutions fail. This underscores the message that Turkey's strategy is not solely conflict-based but places priority on dialogue and communication. Thus, the series conveys the importance of Turkey's military and technological strength alongside its diplomatic and cultural interactions.

Algılanan Örgütsel Destek ile Psikolojik Sahiplenme Arasındaki İlişkide Kontrol Algısının Aracı Rolü: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma*

Ersan DİKİLİ¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 28.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 22.04.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Bu araştırma, algılanan örgütsel desteğin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisinde kontrol algısının aracılık rolünü aydınlatmaya odaklanarak, Türk havacılık sektöründeki çalışanlar arasında algılanan örgütsel destek, kontrol algısı ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkileri araştırmayı ve böylece örgütsel faktörlerin çalışanların işlerine yaptıkları psikolojik yatırımı nasıl artırabileceğini açıklamayı amaçlamaktadır. Araştırma örneklemini, Türkiye’de havacılık sektöründe en az bir yıldır çalışan 392 sivil havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanından oluşmaktadır. Veriler, algılanan örgütsel destek, kontrol algısı ve psikolojik sahiplenmeyi ölçen yapılandırılmış bir anket aracılığıyla toplanmış ve Smart PLS 4.1 ile kısmi en küçük kareler yöntemi çerçevesinde yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, algılanan örgütsel desteğin ve kontrol algısının psikolojik sahiplenme üzerinde anlamlı pozitif etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte algılanan örgütsel desteğin çalışanlar arasında kontrol algısını anlamlı bir şekilde artırdığı bulunmuştur. Diğer taraftan kontrol algısı algılanan örgütsel destek ile psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkide bir aracı değişken olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar örgütlerin, örgütsel desteği artırarak ve çalışanlara işleri üzerinde daha fazla kontrol yetkisi vererek çalışanlar arasında psikolojik sahiplenmeyi teşvik edebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan örgütsel destek, kontrol algısı, psikolojik sahiplenme.

JEL Kodları: M10, M12, L20

* Makalede yer alan araştırma, Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu’nun onayıyla gerçekleştirilmiştir (Onay Tarihi: 02.04.2024; Onay No: 2024/97999). The research included in the article was carried out with the approval of the Ethics Committee of Istanbul Şırnak University (Approval Date: 27.11.2023; Approval No: 2023/10).

1 İçişleri Bakanlığı, Şırnak İl Jandarma Komutanlığı, ersandikili@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3042-3592

The Mediating Role of Control Perception in the Relationship Between Perceived Organizational Support and Psychological Ownership: A Research in the Aviation Industry

Abstract

This study aims to investigate the relationships between perceived organizational support, perception of control, and psychological ownership among employees in the Turkish aviation industry, with a focus on elucidating the mediating role of perception of control in the effect of perceived organizational support on psychological ownership, thereby explaining how organizational factors can enhance employees' psychological investment in their work. The research sample consists of 392 civil aviation sector ground services employees who have been working in the aviation sector in Turkey for at least one year. Data were collected through a structured questionnaire measuring perceived organizational support, perception of control and psychological ownership and analyzed using structural equation modeling with Smart PLS 4.1 and partial least squares method. The findings of the study show that perceived organizational support and perception of control have a significant positive effect on psychological ownership. In addition, perceived organizational support was found to significantly increase the perception of control among employees. On the other hand, perception of control was determined as a mediating variable in the relationship between perceived organizational support and psychological ownership. These results suggest that organizations can promote psychological ownership among employees by increasing organizational support and giving employees more control over their work.

Keywords: Perceived organizational support, perception of control, psychological ownership.

Giriş

İş dünyasının hızla değişen ve gelişen rekabetçi iş ortamına örgütlerin uyum sağlaması, bu doğrultuda yenilik yapması ve gelişmesi için maddi olmayan varlıkların önemi giderek artmaktadır. Bu bağlamda örgütlerin sahip olduğu insan sermayesi bu kaynakların en önemlisi olarak görülmekte, bu sermayenin örgütler için en etkin rolleri üstlenebilmesi için stratejiler üretilmekte ve çalışanların örgütlerini sahiplenebilmesini sağlamanın yolları aranmaktadır (Avey, Avolio, Crossley ve Luthans, 2009). Bireylerin örgütlerine karşı geliştirdikleri sahiplenme ve bağlanma duygularını kapsayan bir kavram olan psikolojik sahiplenme, Pierce, Kostova ve Dirks (2001) tarafından “bireylerin sahiplenme hedefinin veya bir parçasının ‘kendilerine ait’ olduğunu hissetmeleri durumu” olarak tanımlanmıştır. Psikolojik sahiplenme, sadece bir iş tatmini olarak değil, örgütsel sonuçlar için faydalı olabilecek isteğe bağlı proaktif davranışları motive eden bir bağ olarak incelenmektedir (Mayhew, Ashkanasy, Bramble ve Gardner, 2007; O’Driscoll, Pierce ve Coghlan, 2006). Psikolojik sahiplenmenin ortaya çıkmasının bir sonucu olarak çalışan örgüt ile ilgili sahiplik hissetmekte, psikolojik olarak o örgüte bağlanmakta ve örgüt, çalışanın kimliğinin bir parçası haline gelmektedir (Ökten, 2015). Bu nedenle, içsel olarak motive olan güçlendirilmiş bir işgücü yetiştirmeyi ve bunun bir sonucu olarak da sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeyi hedefleyen örgütler açısından çalışanların psikolojik sahiplenmesini teşvik eden unsurların belirlenmesi stratejik bir önceliktir.

Literatürde yer alan çalışmalarda örgütsel destek algısının çalışanların psikolojik sahiplenme düzeyini artıran bir unsur olduğu (Ökten, 2015; Jing ve Yan, 2022) ortaya koyulmuştur. Çalışanların, örgütün kendilerine değer verdiğine ve refahlarını önemseydiğine dair algıları, literatürde ‘örgütsel destek’ olarak tanımlanmaktadır (Randall, Cropanzano, Bormann ve Birjulin, 1999). Bu algı, çalışanın örgütün kendisine samimi biçimde olumlu davrandığını düşünmesini sağlamakta; buna karşılık olarak da çalışan, örgütüne karşı örgütsel bağlılık temelinde karşılık verme yönünde motivasyon hissetmektedir (Eisenberger, Cummings, Armeli ve Lynch, 1997; Wayne, Shore ve Liden, 1997). Bununla birlikte örgütsel destek, çalışanların kendilerini iş süreçleri üzerinde etkili ve güvende hissettikleri bir çalışma ortamı oluşturarak, görev ve sorumlulukları üzerindeki kontrol duygularını artırmaktadır (Aube, Rousseau ve Morin, 2007; Costa, Duarte ve Palermo, 2014; Çetin, Hazır ve Basım, 2013). Çünkü çalışanlar daha yüksek düzeyde destek algıladıkça, karar vermek ve etki uygulamak için özerkliğe, kaynaklara ve desteğe sahip olduklarını hissetmeleri daha olasıdır; bu da öz yeterliliklerini ve çalışma ortamları üzerindeki hakimiyet duygularını artıracaktır (Abdullah, Ismail, Alnoor ve Yaqoub, 2021). Ayrıca iş süreçleri ve sonuçları üzerinde kontrol sahibi olduklarını algılamalarının doğal bir sonucu olarak çalışanlar, bu unsurlarda kişisel bir payları olduğunu hissetmeye başlayacak ve örgütlerine yönelik psikolojik sahiplenme/sahiplik hissedeceklerdir (Liu, Wang, Hui ve Lee, 2012; Pierce, O’driscoll ve Coghlan, 2004).

Öz Belirleme Kuramına (ÖBK) göre insanlar, çevreleriyle etkileşim kurarak gelişen, meraklı ve sosyal varlıklardır (Deci ve Ryan, 1980). Bu kuram çerçevesinde, çalışanların örgütsel destek algısı yükseldiğinde, özerklik gibi temel psikolojik ihtiyaçları karşılanmakta ve bu durum, çalışma ortamı üzerindeki kontrol duygusunu artırmaktadır (Deci ve Ryan, 2000). Kontrol duygusunun gelişmesi, bireyin çevresi üzerinde etkili olabileceğine dair inancını güçlendirmekte ve bu da öz yeterlik, umut, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık gibi olumlu kaynakları içeren psikolojik sermayenin gelişimini desteklemektedir (Gagné ve Deci, 2005). Bu bağlamda psikolojik sermaye, örgüt içinde bireyin kendisini değerli, etkili ve anlamlı hissetmesine katkı sağlayarak, sahiplenme duygusunun oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla kontrol algısının, algılanan örgütsel destek ile psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkide aracılık eden temel bir mekanizma olarak rol oynaması beklenmektedir.

Literatürde algılanan örgütsel destek, kontrol algısı ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkileri ortaya koyan çalışmaların varlığına rağmen, spesifik olarak kontrol algısının aracı rolünü inceleyen herhangi bir çalışma bulunmadığı görülmüştür. Bu bağlamda mevcut araştırma kapsamında sivil havacılık sektörü çalışanlarında algılanan örgütsel desteğin psikolojik sahiplenmeye etkisinde kontrol algısının aracı rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

Literatür Taraması ve Hipotez Geliştirme

Psikolojik Sahiplenme

Psikolojik sahiplenme, nesnelerin ve varlıkların yalnızca yasal veya resmi olarak sahiplenilmesinin ötesine uzanarak, bireylerin bir nesneyi, rolü veya örgütü “kendilerine ait” olarak algıladıkları ve böylece bir aidiyet ve bağlılık duygusunu içselleştirdikleri psikolojik bir durumdur (Avey vd., 2009). İlk olarak Pierce vd. (1991) tarafından tanımlanan kavram, sahipliğin yasal mülkiyetten bağımsız olarak var olabileceğini vurgulamakta ve bireyin sahiplik hedefine yaptığı duygusal ve psikolojik yatırımı kapsamaktadır. Bu bağlamda, psikolojik sahiplenme, bireylerin örgütleri ile nasıl ilişki kurduklarını, bu kurumlardaki tutumlarını, davranışlarını ve performanslarını nasıl şekillendirdiklerini anlamak için önemli bir yapı oluşturmaktadır (Demirkaya ve Şimşek Kandemir, 2014; Yılmaz, Erdoğan, Kayar ve Yılmaz, 2023). Psikolojik sahiplenme duygusu, kendilerini işlerinden sorumlu hisseden çalışanlardan, resmi bir sahiplenme olmamasına rağmen kendilerini duygusal olarak spor takımlarına bağlayan taraftarlara kadar çeşitli alanlarda ortaya çıkmaktadır (Cocieru, Delia ve Katz, 2019; Kim ve So, 2024).

Literatürde yer alan çalışmalar, örgütlerine ya da görevlerine karşı bir sahiplenme duygusu geliştiren çalışanların motivasyonlarının yükseldiğini, iş tatminlerinin arttığını ve sorumluluk duygularının geliştiğini tespit etmiştir (Brown, Pierce ve Crossley, 2014; Kim ve So, 2024). Bu psikolojik yatırım da örgütsel vatandaşlık davranışı ve gönüllü inovasyon gibi ekstra rol davranışlarını yönlendiren bir bağlılık duygusunu teşvik etmektedir (Wilhelm, Simarasl, Riar ve Kellermanns, 2024; Hao, Chen, Mahsud ve Yu, 2024). Literatür ayrıca, çalışanların örgütlerine karşı hissettikleri duygusal ve psikolojik bağlılığın genel örgütsel etkililiğe önemli ölçüde katkıda bulunduğunu vurgulamakta ve psikolojik sahiplenmenin örgütsel başarının itici gücü olarak rolünün altını çizmektedir (Mayhew vd., 2007). Dolayısıyla, psikolojik sahiplenme, sahiplenme duygusu yasal olarak temellendirilmemiş olsa da, olumlu örgütsel sonuçların teşvik edilmesinde kritik bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte Pierce, Kostava ve Dirks, (2003) aşırı psikolojik sahiplenmenin, bölgecilik ve değişime direnç gibi zararlı etkilere yol açabileceğini belirtmektedir. Nitekim Lim ve So (2004) kişi tarafından algılanan etki alanını aşırı korumasıyla karakterize edilen bölgesel davranışların, ekipler içinde sürtüşme yaratabileceğini ve işbirliğine dayalı çabaları engelleyebileceğini belirtmiştir. Dahası, aşırı gelişmiş bir sahiplenme duygusuna sahip çalışanlar, işlerine bağlı olarak algıladıkları kontrol veya kimlik duygusuna meydan okuyan örgütsel değişikliklere direnebilirler (Cocieru, Lyle, Hindman ve McDonald, 2019). Genellikle psikolojik sahiplenmenin “karanlık yüzü” olarak adlandırılan bu sonuçlar, bu kavramın örgütsel bağlamlardaki iki uçlu doğasını göstermektedir. Sonuç olarak, psikolojik sahiplenme önemli faydalar sunarken, potansiyel olumsuz etkilerini azaltmak için dikkatli bir yönetim de gerektirmektedir (Zhang, Liu, Zhang, Xu ve Cheung, 2021).

Algılanan Örgütsel Destek

Örgütsel davranış literatürü öğelerinden algılanan örgütsel destek, çalışanların örgütlerinin katkılarına değer verdiğine ve refahlarını önemseydiğine ne ölçüde inandıklarını ifade etmektedir (Randall vd., 1999). Bu yapı ilk olarak Eisenberger, Huntington, Hutchison ve Sowa (1986) tarafından, sosyal mübadele teorisi merceğinden örgüt ve çalışanları arasındaki ilişkiyi anlamamanın bir yolu olarak araştırmalara konu edilmiştir.

Sosyal mübadele teorisi, bireylerin olumlu muameleye daha fazla çaba ve sadakatle karşılık vereceğini öne sürmektedir (Blau, 1964). Dolayısıyla algılanan örgütsel destek, bir örgütün ne derece destekleyici, yardımsever ve çalışanlarının refahına kendini adanmış olarak görüldüğünü yansıtmaktadır (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Shore ve Wayne (1993) algılanan örgütsel desteği, çalışanın özellikle ihtiyaç duyulan zamanlarda örgütün gerekli yardım ve kaynakları sağlayacağına dair inancı olarak tanımlamıştır. Bu tanım, örgütün güvenilirliği ve becerikliliği algısının altını çizmekte ve algılanan örgütsel desteğin, duygusal desteğin öte-

sine geçerek maddi ve araçsal kaynakları da içerdiğini ima etmektedir. Benzer şekilde, Wayne vd. (1997) algılanan örgütsel desteğin örgüt ile çalışan arasında, örgütün hem maddi hem de maddi olmayan ihtiyaçları karşılamaının beklendiği örtük bir sözleşme içerdiğini öne sürmüştür. Algılanan örgütsel desteğin teorik temeli, çalışanların desteklendiklerini hissettiklerinde, bu desteği artan performans, sadakat ve isteğe bağlı çabalar yoluyla geri vermek zorunda hissettikleri varsayımı etrafında dönmektedir (Eisenberger vd., 1986).

Yüksek örgütsel destek algılayan çalışanlar, örgütleri ile daha güçlü duygusal bağlar geliştirme eğilimindedir ve örgütü, ihtiyaçlarını ve mesleki gelişimlerini gözetken güvenilir bir varlık olarak görürler (Kurtessis vd., 2017). Bu güven ve karşılıklı saygı duygusu, artan iş tatmini, bağlılık ve azalan işten ayrılma niyeti gibi olumlu çalışan sonuçlarının teşvik edilmesinde çok önemlidir (Murtaza, Roques, Talpur, Khan ve Haq, 2024). Diğer araştırmacılar, algılanan örgütsel desteği örgütsel adaletle ilişkilendirerek, örgütlerin çalışanlara adil ve eşit davrandığı düşünüldüğünde, örgütsel destek algısının arttığını öne sürmüşlerdir (Onn ve Lung, 2014; Kaya, 2024). Buna ek olarak, çalışanlarla anlamlı şekillerde ilişki kuran, onların katkılarını tanıyan ve empati gösteren destekleyici liderler, örgütün çalışanlarına değer verdiği algısını güçlendirmektedir (Mehrad, Fernández-Castro ve de Olmedo, 2020; Dağ ve Bozkurt, 2023; Klein, 2023).

Diğer taraftan algılanan örgütsel destek, gelişmiş iş performansı, daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı ve daha yüksek çalışan tutma oranları dahil olmak üzere bir dizi faydalı sonuçla ilişkilendirilmiştir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Örgütsel destek algılayan çalışanların, resmi iş görevlerinin ötesine geçen ve örgütün genel başarısına katkıda bulunan isteğe bağlı davranışlar olan örgütsel vatandaşlık davranışının katılma olasılığı daha yüksektir (Sumardjo ve Supriadi, 2023). Ayrıca literatürde örgütleri tarafından desteklendiğini hissedenden çalışanların işle ilgili zorlukların üstesinden gelmek için daha donanımlı oldukları ve bunun bir sonucu olarak da işyeri stresi ve rol belirsizliğinin etkilerinin azaldığı bulunmuştur (Akgunduz, Bardakoglu ve Kizilcalioglu, 2023; Rahimi, Hassani ve Ghalavandi, 2024). Algılanan örgütsel desteğin strese karşı koruyucu etkisi duygusal tükenme ve tükenmişliğe kadar uzanmakta, bu da örgütsel desteğin çalışanların psikolojik refahını sürdürmede çok önemli olduğunu göstermektedir (Cropanzano, Howes, Grandey ve Toth, 1997). Bununla birlikte, algılanan desteğin yokluğu, iş tatmininin azalması, devamsızlığın artması ve işten ayrılma niyeti gibi olumsuz sonuçlara yol açabilir (Krishnan ve Mary, 2012; Tetteh vd., 2020).

Algılanan Örgütsel Destek ve Psikolojik Sahiplenme İlişkisi

Psikolojik sahiplenme ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalar, özellikle olumlu çalışan tutum ve davranışlarını teşvik etmede önemli bir bağlantıya sahip olduklarını vurgulamaktadır. Pierce vd. (2001), algılanan örgütsel desteğin çalışanların öz yeterlilik ve aidiyet gibi psikolojik ihtiyaçlarını karşılayarak psikolojik sahiplenmenin temel bir öncülü olarak hizmet ettiğini belirtmektedir. Çalışanlar, örgütlerin katkılarına değer verdiğini ve yeterli kaynak sağladığını algıladıklarında, işleri ve kurumun kendisi üzerinde bir sahiplenme duygusu geliştirmeleri daha olasıdır (Avey vd., 2009). O'Driscoll ve arkadaşları (2006) tarafından yapılan çalışmada, algılanan örgütsel desteğin çalışanların örgütleriyle özdeşleşmelerini artırdığı belirtilmiştir. Bu özdeşleşmenin ise örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışları gibi olumlu tutum ve davranışlarla ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Söz konusu bulgular, psikolojik sahiplenme duygusunun gelişimini destekleyen bir çerçeve sunmaktadır. Ayrıca Rhoades ve Eisenberger (2002) tarafından yapılan meta-analitik değerlendirme, algılanan örgütsel desteğin; adil muamele, yönetici desteği ve elverişli iş koşulları gibi olumlu uygulamalarla güçlendiğini ortaya koymuştur. Çalışmada ayrıca, yüksek düzeyde algılanan örgütsel desteğin çalışanlar açısından iş tatmini ve olumlu duygudurum; örgüt açısından ise duygusal bağlılık, performans artışı ve kaçınma davranışlarında azalma gibi sonuçlarla ilişkili olduğu belirtilmiştir.. Ötken (2015) tarafından yapılan çalışmada algılanan örgütsel desteğin iş ile ilgili destek ve duygusal destek boyutlarının psikolojik sahiplenmeyi artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Jing ve Yan (2022) da benzer şekilde algılanan örgütsel desteğin psikolojik sahiplenmeyi artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar algılanan örgütsel destek ile psikolojik sahiplenme arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Algılanan örgütsel destek ile psikolojik sahiplenme arasındaki ilişki, ÖBK çerçevesinde açıklanabilir. Bu kurama göre bireyler, özerklik, yeterlik ve ilişkisellik gibi temel psikolojik ihtiyaçları karşılandığında çevrelerine yönelik daha güçlü bir aidiyet ve sahiplenme hissi geliştirirler (Deci ve Ryan, 2000). Algılanan örgütsel destek, çalışanlara kaynak sağlama, takdir edilme ve duygusal destek sunma yoluyla bu ihtiyaçların karşılanmasına katkı sunmakta; bu sayede bireylerin kendilerini daha özerk ve yetkin hissetmeleri mümkün olmaktadır (Kraimer, Wayne ve Jaworski, 2001). Bu psikolojik doyum ortamı, bireyin yalnızca örgütte kalma isteğini değil, aynı zamanda örgütü kendi varlığının bir parçası olarak görmesini sağlayarak, psikolojik sahiplenme duygusunu da güçlendirecektir. ÖBK tarafından teşvik edilen içsel motivasyon, çalışanların işlerine ve örgütlerine yaptıkları duygusal yatırımı güçlendirerek resmi iş gerekliliklerinin ötesine geçen davranışları ortaya çıkaracaktır. Dahası, ÖBK psikolojik ihtiyaçların karşılanmasının psikolojik sahiplenme ile yakından bağlantılı olan içsel motivasyon için gerekli olduğunu öne sürmektedir (Deci ve Ryan, 2000). Yüksek düzeyde örgütsel destek algılayan çalışanların karar alma süreçlerinde özerk ve görevlerini yerine getirmede yetkin hissetme olasılıkları daha yüksektir ve bu da işleri ve örgütleri üzerindeki sahiplik duygularına doğrudan katkıda bulunacaktır. Algılanan örgütsel destek çalışanların yetkinlik ve özerklik duygularını besledikçe, psikolojik sahiplenmenin kilit bir bileşeni olan örgüt daha fazla özdeşleşmelerini sağlayacaktır (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Çalışanların daha fazla desteklendiklerini hissettikçe, içsel motivasyonlarının artması ve örgütün başarı ve başarısızlıklarını kendi başarı ve başarısızlıkları olarak içselleştirme olasılıkları artması döngüsü algılanan örgütsel destek ve psikolojik sahiplenmenin karşılıklı olarak birbirini güçlendiren doğasını vurgulamaktadır. ÖBK ve literatürdeki çalışmalar dikkate alınarak araştırmanın ilk hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

H₁: *Çalışanların algıladığı örgütsel destek düzeyi, psikolojik sahiplenme düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.*

Kontrol Algısı

Kontrol algısı, bireyin yaşamındaki olayları ve sonuçları kendi davranışları aracılığıyla yönlendirme kapasitesine dair öznel inancıdır (Demokan, 2009; Uçar, 2016). Skinner'e (1996) göre bu kavram, bireyin ne ölçüde "etkide bulunabileceğine" dair bilişsel bir yapıyı ifade eder ve Thompson (2002) tarafından adaptif işleyişin temel mekanizmalarından biri olarak tanımlanmıştır. Rotter'in içsel ve dışsal kontrol odağı ayrımından (Rotter, 1966) türeyen kontrol algısı, daha sonra Carver ve Scheier'in (1982) geri bildirim kontrol teorisi ve Bandura'nın (1992;1997) öz-yeterlik modelinde kavramsallaştırılan öznel etki beklentileriyle zenginleştirilmiştir. Nesnel kaynaklara veya görev özerkliğine değil, "bireyin bu kaynakları nasıl algıladığına" odaklanmaktadır (Demokan, 2009; Uçar, 2016). Örgütsel bağlamda kontrol algısı, çalışanların karar alma süreçlerine, iş süreçlerinin organizasyonuna ve alınan sonuçlara dair öznel etki beklentilerini yansıtmaktadır (Skinner, 1996). Dolayısıyla kontrol algısı, çalışma ortamındaki belirsizlikleri ve zorlukları algılama biçimini yönlendiren temel bir bilişsel mercek görevi üstlenmektedir (Thompson, 2002).

Yüksek kontrol algısına sahip bireyler, psikolojik iyi oluş ve stres tepkileri bakımından avantajlıdır. Lachman ve Weaver'ın (1998) çalışması, yüksek algılanan kontrol düzeyine sahip bireylerin hem fiziksel hem de zihinsel sağlığının daha iyi olduğunu ve depresif semptom raporlarının daha düşük kaldığını göstermiştir. Thompson (2002), kontrol algısının adaptif başa çıkma stratejilerini aracılık ederek stresle mücadele kapasitesini artırdığını ortaya koymuştur. Carver ve Scheier (1982), kontrol beklentilerinin duygudurum düzenlemesinde kritik bir rol oynadığını ve negatif duygulanımı azalttığını belirtmiştir. Ayrıca, Maslach, Schaufeli ve Leiter (2001) ile Cordes ve Dougherty'nin (1993) bulguları, kontrol algısı yüksek çalışanların tükenmişlik düzeylerinin ve işten ayrılma niyetlerinin daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, kontrol algısının bireysel düzeyde hem psikolojik sağlığı hem de iş doyumunu olumlu yönde etkileyen önemli bir kaynak olduğunu doğrulamaktadır.

Örgütsel çıktılar açısından kontrol algısı, hem tutumları hem de davranışları şekillendirmektedir. Spreitzer (1995), psikolojik güçlenmenin bilişsel boyutlarından biri olarak özerkliği—yani kontrol algısının iş ortamındaki yansımaları—vurgulamış ve bunun örgütsel vatandaşlık davranışlarını artırdığını göstermiştir. Pierce, Kostova ve Dirks (2001), kontrol algısının psikolojik sahiplenme duygusunu besleyerek çalışanın örgüte karşı sorumluluk ve sahiplenme hissini pekiştirdiğini ileri sürmüştür. De Lange ve arkadaşları (2003) dört dalgalı çalışmalarında, yüksek iş kontrolünün devamsızlık ve işten ayrılma oranlarını anlamlı şekilde düşürdüğünü ortaya koymuştur. Son olarak, Parker (2003), iş süreçleri üzerindeki kontrol algısının proaktif davranışları ve ekip etkinliğini artırarak örgütsel performansa doğrudan katkı sağladığını rapor etmiştir. Bu bulgular, kontrol algısının yalnızca bireysel psikolojik kaynağı değil, aynı zamanda örgütsel verimlilik ve bağlılık mekanizmalarının da temel bileşeni olduğunu göstermektedir.

Kontrol Algısının Psikolojik Sahiplenme ve Algılanan Örgütsel Destek ile İlişkisi

Kontrol algısı, örgütlerin psikolojik sahiplenmenin gelişiminde kritik bir rol oynamaktadır. Kontrol algısının teorik modelleri, sahiplik duygusunu besleyen birincil mekanizmalardan birinin bireyin hedef nesne üzerindeki algılanan kontrolü olduğunu öne sürmektedir (Pierce vd., 2001). Bireyin nesne ile ilgili olarak kendini etkili ve yetkin hissetmesini ve onu benlik duygusuyla bütünleştirmesini sağladığı için kontrol gereklidir (Uçar, 2016). İş görevlerini ve süreçlerini kontrol etme, değiştirme veya etkileme becerisi, bireyin örgüt içindeki rolüne ilişkin psikolojik sahipliğini doğrudan artırmaktadır (Ghafoor, Qureshi, Khan ve Hijazi, 2011). Dahası, çalışanlara özerklik ve görevleri üzerinde kontrol sağlama fırsatı sunan karmaşık iş yapıları, psikolojik sahiplenmenin gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Pierce, Jussila ve Cummings., 2009). Uçar (2016) tarafından yapılan çalışmada kontrol algısının psikolojik sahiplenmeyi artırdığı ve bu ilişkide algılanan aşırı vasıflılığın düzenleyici rol üstlendiği belirlenmiştir. Liu vd. (2012) tarafından yapılan çalışmada da hem birey hem de takım düzeyindeki kontrol algısının psikolojik sahiplenmeyi artırdığı belirlenmiştir. Benzer şekilde Pierce vd. (2004) tarafından yapılan çalışmada da kişinin işi ve çalışma ortamı üzerindeki deneyimlediği kişisel kontrolün örgütsel psikolojik sahiplenme üzerinde pozitif etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öz belirleme teorisi perspektifinden bakıldığında, kontrol algısı, içsel motivasyonu ve psikolojik sahiplenmeyi teşvik etmek için gerekli olan özerklik için temel psikolojik ihtiyaçla uyumludur. Deci ve Ryan'a (2000) göre, özerklik - ya da kişinin eylemleri ve çevresi üzerinde kontrol sahibi olduğu hissi - psikolojik refah ve bağlılığın temel itici gücüdür. Psikolojik sahiplenme bağlamında, kontrol algısı bu içsel özerklik ihtiyacını karşılayarak bireylerin görev ve rollerini benliklerinin bir uzantısı olarak içselleştirmelerini sağlayacaktır. Çalışanlar, çalışma ortamlarında sonuçları etkileyebileceklerini ve kararlar alabileceklerini hissettiklerinde, işleri üzerinde bir sahiplik duygusu geliştirmeleri daha olasıdır. Bu özerklik sadece daha fazla psikolojik yatırımı teşvik etmekle kalmayacak, aynı zamanda iş tatminini ve bağlılığı da artıracaktır (Gagné ve Deci, 2005). Dolayısıyla, kontrol algısı sadece psikolojik sahiplenmenin kolaylaştırıcısı değil, aynı zamanda bir çalışanın işine olan daha geniş psikolojik bağlılığının da kritik bir bileşenidir. ÖBK ve literatürdeki çalışmalar dikkate alınarak araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

H₂: *Çalışanların kontrol algısı, psikolojik sahiplenme düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.*

Diğer taraftan literatürdeki çalışmalar, çalışanların örgütlerin katkılarına değer verdiğine ve refahlarını önemseydiğine dair genel inançlarının, kendilerinin çevresini ve sonuçlarını kontrol etme yeteneğine olan inancını artırdığını göstermektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). İşleri ve iş ilişkileri üzerinde yüksek kontrol algısına sahip çalışanlar zaten kendi çabalarıyla olayları etkileyebileceklerine inanma eğilimindedir (Rotter, 1966; Skinner, 1996) ve güçlü örgütsel destekle birleştiğinde bu kontrol algısı daha da güçlenmektedir (Riggle, Edmondson ve Hansen, 2009). Örgüt tarafından sağlanan destek, çalışanların özerklik ve yetkinliklerinin dışsal bir onayı olarak işlev görmekte ve onları karar alma süreçlerine daha aktif bir şekilde katılmaları için güçlendirmektedir (Spector vd., 2002). Araştırmalar, çalışanlar örgütlerini destekleyici

olarak algıladıklarında, görevleri üzerinde daha yüksek bir kontrol duygusu hissettiklerini ve bunun da daha fazla motivasyon, iş tatmini ve bağlılığa yol açtığını göstermektedir (Aube vd., 2007; Costa vd., 2014; Çetin vd., 2013). Algılanan örgütsel destek aynı zamanda çalışanların kendilerini daha güvende ve örgütsel ortamdaki zorlukların üstesinden gelebilecek kapasitede hissetmeleri nedeniyle iş stresi ve işten ayrılma niyetinin azalmasıyla da ilişkilendirilmiştir (Cropanzano vd., 1997; Toptaş, 2023). Bu dinamik, çalışanların rollerinin yüksek düzeyde özerklik gerektirdiği bağlamlarda özellikle önemlidir, çünkü örgütsel destek algısı dış belirsizliklere karşı tampon görevi görerek çalışanların kendi iç kontrol odaklarına ve sonuçları etkileme yeteneklerine odaklanmalarını sağlamaktadır (Chen ve Silverthorne, 2008; Costa vd., 2014).

ÖBK perspektifinden bakıldığında, kontrol algısı içsel motivasyonu teşvik etmede kritik bir faktördür ve bu da örgüt tarafından sağlanan destekten etkilenmektedir. ÖBK'ye göre özerklik, yetkinlik ve bağlılık içsel motivasyonu yönlendiren üç temel psikolojik ihtiyaçtır ve algılanan örgütsel destek bu ihtiyaçları, özellikle de özerkliği doğrudan tetiklemektedir (Deci ve Ryan, 2000). Çalışanlar, örgütlerinin gelişimlerini desteklediğini ve başarılı olmak için gereken kaynakları sağladığını hissettiklerinde, işlerini yönlendirmede ve istenen sonuçlara ulaşmada kendilerini daha özerk hissettikleri için kontrol algıları artacaktır (Gagné ve Deci, 2005). Ayrıca çalışmalar, çalışanlar yüksek düzeyde örgütsel destek algıladıklarında, zorlukların üstesinden gelme ve çevreleri üzerinde kontrol sahibi olma konusunda kendilerini yeterli hissettikleri için yeterlilik duygularının da arttığını göstermektedir (Baard, Deci ve Ryan, 2004). ÖBK ve literatürdeki çalışmalar dikkate alınarak araştırmanın üçüncü hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

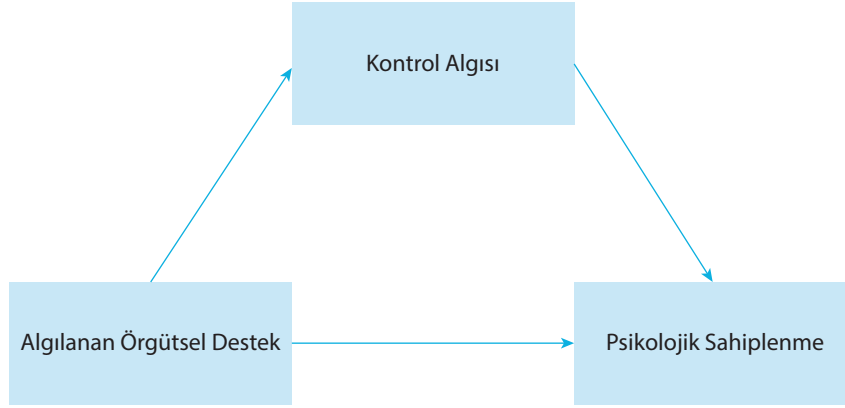
H₃: *Çalışanların algıladığı örgütsel destek düzeyi, kontrol algısını pozitif yönde etkilemektedir.*

Algılanan Örgütsel Destek ile Psikolojik Sahiplenme İlişkisinde Kontrol Algısının Aracı Rolü

ÖBK kapsamında algılanan örgütsel destek, çalışanlara özerklik ve yeterliliği teşvik etmek için çok önemli olan bir değer ve destek duygusu sunarak bu bireylerin özerklik, yetkinlik ve ilişkisellik için temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Gagné ve Deci, 2005). Ancak bu desteğin, çalışanların işleri üzerinde bir sahiplik duygusuna dönüşmesi için güçlendirici olarak algılanması gerekmektedir. Kontrol algısı, çalışanların örgütsel desteği görevleri üzerinde daha fazla özerklik için bir araç olarak yorumlamalarına izin vererek bu süreçte aracı mekanizma görevi görecektir. Çalışanlar, işlerini kontrol ettiklerini hissettiklerinde, görevleri kendi benlik kavramlarına daha derinlemesine entegre edebilmekte ve bu da psikolojik sahiplenmenin gelişmesini sağlayabilmektedir (Pierce vd., 2001). Algılanan kontrol sayesinde, çalışanlar örgütsel desteğin faydalarını içselleştirebilir ve aldıkları dış desteği, çalışma ortamları üzerinde yetkileri ve etkileri olduğuna dair içsel bir inanca dönüştürebilirler (Uçar, 2016; 2017; 2018). Bu algı, kişinin çabalarının işinin sonuçlarını doğrudan etkileyebileceği inancına dayanan psikolojik sahiplenmeyi teşvik etmek için gereklidir. Sonuç olarak, görevleri üzerinde daha fazla kontrol algılayan çalışanların bu görevler üzerinde sahiplik duygusu hissetme olasılığı daha yüksektir çünkü kontrol, öz belirleme teorisinde (Deci ve Ryan, 1980) tanımlandığı gibi özerklik ihtiyaçlarını karşılamaları esastır. Bu şekilde, algılanan kontrol, örgütsel desteğin dış kaynağı ile sahipliğin iç deneyimi arasında bir köprü görevi görecektir. Bu algı olmadan, örgüt tarafından sağlanan dış destek psikolojik sahiplenmeye dönüşmeyebilir, çünkü çalışanlar rollerini özerk olarak yönlendirilmekten ziyade dışarıdan yönetilen roller olarak görebilirler. Bu nedenle, algılanan kontrolün, çalışanların aldıkları desteğin işlerini sahiplenmeleri için kendilerini güçlendirdiğini hissetmelerini sağlayarak örgütsel destek algısı ile psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkiye aracılık ettiği varsayılmaktadır. Bu çıkarım çerçevesinde araştırmanın dördüncü ve son hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

H₄: *Çalışanların algıladığı örgütsel destek ile psikolojik sahiplenme düzeyi arasındaki ilişkide, kontrol algısı aracılık rolü üstlenmektedir.*

İlgili literatür ve kuram çerçevesinde geliştirilen araştırma hipotezlerine dayanarak oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de sunulmuştur:



Şekil 1. Araştırma Modeli

Yöntem

Araştırma için etik kurul izni alınmış olup, araştırma verileri 14.06.2024- 14.07.2024 tarih aralığında toplanmıştır. Araştırmaya dahil edilen katılımcılardan gönüllü onam formu talep edilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Türkiye genelinde havacılık sektöründe en az 1 yıldır çalışan kişilerden oluşmaktadır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü verilerine göre 2024 yılı itibarıyla sektörde toplam istihdam sayısı 262925’tir (geçici çalışanlar bu sayının dışında bırakılmıştır) ve bu sayı araştırmanın evrenini göstermektedir. Evren içinden ulaşılması gereken minimum örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Cochran (1977) örneklem hesabı kullanılmış, %95 güven aralığı ve %5 anlamlılık düzeyinde minimum örneklem sayısı 384 olarak belirlenmiştir. Araştırma örnekleme ulaşabilmek için anket formları basılı formatta araştırmacının çevresindeki sektör çalışanlarına iletilmiş ve kendilerinden anket formunun çevrelerindeki diğer sektör çalışanlarına ulaştırılması talep edilmiştir. Katılımcılara başka kimlerle görüşebilecekleri sorularak yeni bilgi yüklü durumların elde edilmesi olarak tanımlanan kartopu örnekleme yöntemi (Biernacki ve Waldorf, 1981) izlenmiştir. Bu çerçevede toplam 410 katılımcıdan yanıt alınmıştır. Yanıtların tümü sivil havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarından alınmıştır. Bu yanıtların 18’sinin analizler için gerekli nitelikleri taşıdığı belirlenmiş ve sonuç olarak araştırma örnekleme 392 sivil havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanından oluşmuştur. Örnekleme ilişkin özellikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1

Örnekleme İlişkin Özellikler

		f ($\bar{X}\pm ss$)	% (Min-Maks)
Cinsiyet	Kadın	176	44,9
	Erkek	216	55,1
Yaş (yıl)		(31,460 $\pm$ 7,631)	(20-60)
Medeni Durum	Evli	192	49,0
	Bekar	200	51,0
Eğitim Düzeyi	Lise ve altı	91	23,2
	Ön lisans	39	9,9
	Lisans	178	45,4
	Lisansüstü	84	21,4
İşletmedeki tecrübe (yıl)		(5,279 $\pm$ 5,811)	(1-33)
Havacılık sektörü tecrübe (yıl)		(5,461 $\pm$ 5,790)	(1-33)

Tablo 1’de sunulan özelliklere göre araştırma örnekleminin %55,1’i erkektir ve örneklemin yaş ortalaması 31,460 $\pm$ 7,631’tir. Bununla birlikte %51 ile çoğunluk bekar ve %45,4 ile yine çoğunluk lisans mezunudur. Diğer taraftan işletmedeki tecrübenin ortalaması 5,279 $\pm$ 5,811 yıl ve havacılık sektöründeki tecrübenin ortalaması ise 5,461 $\pm$ 5,790 yıldır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın veri toplama aracı; Demografik Bilgi Formu, Algılanan Örgüt Desteği Ölçeği, İşyerinde Kontrol Algısı Ölçeği ve Psikolojik Sahiplenme Ölçeğinden oluşmaktadır. *Demografik Bilgi Formu* araştırmacı tarafından hazırlanmış olup; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, işletme tecrübesi ve havacılık sektörü tecrübesi olmak üzere altı madde içermektedir.

Algılanan Örgüt Desteği Ölçeği; Eisenberger vd. (1986) tarafından geliştirilmiş ve Eisenberger vd. (1997) tarafından kısaltılmıştır. Mevcut araştırma kapsamında Şener (2023) araştırmasında kullanılan Türkçe formu alınmıştır. Türkçe formu 8 maddeden oluşan ölçek 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (kesinlikle katılıyorum) aralığında puanlanmakta olup; ölçeğin toplamından alınan puanın artması algılanan örgütsel desteğin arttığını göstermektedir. Şener (2023) tarafından yapılan çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0,94 olarak hesaplanmıştır.

İşyerinde Kontrol Algısı Ölçeği; Demokan (2009) tarafından geliştirilmiştir. 13 maddeden oluşan ölçek, 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (kesinlikle katılıyorum) aralığında puanlanmakta olup; ölçekten alınan toplam puanın artması işyerinde kontrol algısının arttığını göstermektedir. Demokan (2009) tarafından yapılan çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0,87 olarak hesaplanmıştır.

Psikolojik Sahiplenme Ölçeği; Shukla ve Singh (2015) tarafından geliştirilmiş, Aslan ve Ateşoğlu (2020) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Türkçe formu 10 maddeden oluşan ölçek 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (kesinlikle katılıyorum) aralığında puanlanmakta olup; ölçekten alınan toplam puanın artması psikolojik sahiplenmenin arttığını göstermektedir.

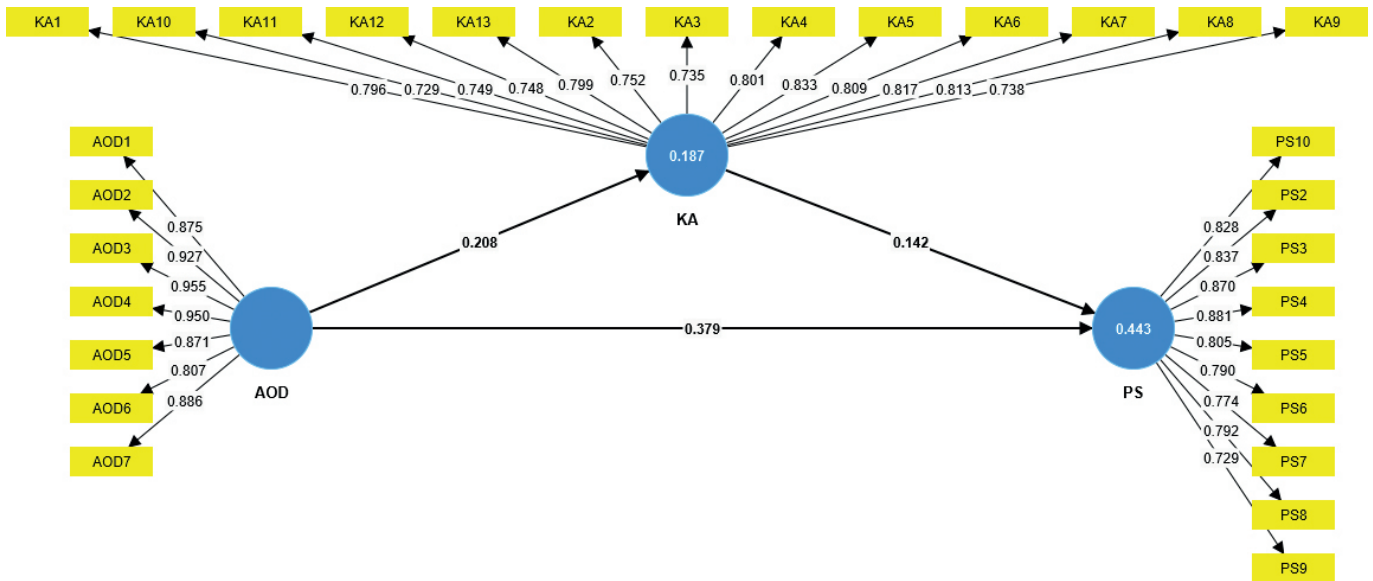
Verilerin Analizi

Araştırma verileri öncelikle SPSS 26.00 kullanılarak Tabachnick ve Fidell (2019) tarafından öngörülen kayıp veri, sapkın değerler, normallik, doğrusallık ve eşvaryanslık açısından incelenmiş ve temizleme işlemine tabi tutulmuştur. Bu adımda 18 katılımcının yanıtlarının uygun olmadığına karar verilmiş ve bu katılımcılar araştırma dışında bırakılmıştır. Veri setinin temizlenmesinin ardından Smart PLS 4.1 kullanılarak kısmi en küçük kareler yöntemi (PLS) çerçevesinde yapısal eşitlik modellemesi yapılarak araştırma modeline ilişkin güvenilirlik ve geçerlik analizleri yapılarak araştırma hipotezleri test edilmiştir. Elde edilen bulguların değerlendirilmesinde %95 aralığı ve %5 anlamlılık düzeyi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikle ölçüm modeli değerlendirilmiştir. Ölçüm modelinin değerlendirilmesi için literatürdeki çalışmalarda sıklıkla güvenilirlik ve geçerlik analizlerine başvurulmaktadır (Hair vd., 2021). Bu analizler kapsamında Cronbach Alfa, birleşik güvenilirlik (CR) değerleri, birleşme için faktör yükleri, açıklanan ortalama varyans değerleri (AVE), ayırt edici geçerlik (çapraz yükleme matrisi, Fornell-Larcker Kriteri ve HTMT Oranı) ve Varyans Büyüme Faktörü (VIF) değerleri kontrol edilmektedir (Leguina, 2015; Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2016; Hair vd., 2021). Mevcut araştırma kapsamında öncelikle İç tutarlılık güvenilirliği kapsamında Cronbach Alfa ve CR değerleri, yapısal geçerlik kapsamında ise birleşme için faktör yükleri ve AVE ile birlikte madde bazında VIF değerleri incelenmiştir.

Bu çerçevede her bir ifadenin faktör yükünün 0,70'ten, Cronbach Alfa değerinin 0,60'tan, CR değerinin 0,70'ten, AVE değerinin 0,50'den büyük olması ve bununla birlikte CR değerinin tüm yapılarda AVE'den yüksek olması beklenmektedir. Bununla birlikte her madde için VIF değerinin 5'ten küçük olması gerekmektedir (Hair vd., 2021). Yapılan analizler çerçevesinde algılanan örgütsel destek değişkenine ilişkin AOD8 ve psikolojik sahiplenme değişkenine ilişkin PS1 kodlu maddelerin faktör yüklerinin 0,05'ten küçük olduğu görülmüş ve bu maddeler ölçüm modelinin dışında bırakılmıştır. Kalan maddeler üzerinden ölçüm modeline ilişkin gerekli kriterlerin sağlandığı görülmüştür. İlgili ölçüm modeli Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Yapısal Ölçüm Modeli

Ölçüm modeli çerçevesinde elde edilen faktör yükü, Cronbach Alfa, CR, AVE ve madde bazında VIF değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2

Araştırma Modeli Ölçüm Sonuçları

Değişken	İfade	Faktör Yükü	Cronbach Alfa	CR	AVE	VIF
Algılanan Örgütsel Destek (AOD)	AOD1	0,875				3,748
	AOD2	0,927				3,648
	AOD3	0,955				2,928
	AOD4	0,950	0,950	0,984	0,760	4,497
	AOD5	0,871				3,245
	AOD6	0,807				2,490
	AOD7	0,886				3,575
Kontrol Algısı (KA)	KA1	0,796				3,528
	KA2	0,752				4,642
	KA3	0,735				2,252
	KA4	0,801				1,247
	KA5	0,833				1,320
	KA6	0,809				2,025
	KA7	0,817	0,903	0,909	0,664	2,944
	KA8	0,813				3,002
	KA9	0,738				3,484
	KA10	0,729				3,432
	KA11	0,749				3,236
	KA12	0,748				3,452
	KA13	0,799				3,302
Psikolojik Sahiplenme (PS)	PS2	0,837				1,908
	PS3	0,870				3,898
	PS4	0,881				3,668
	PS5	0,805				4,276
	PS6	0,790	0,873	0,889	0,603	2,656
	PS7	0,774				2,832
	PS8	0,792				2,837
	PS9	0,729				3,633
	PS10	0,828				2,336

Bir sonraki basamakta ayırt edici geçerliğin sınanması için çapraz yükleme matrisi, Fornell-Larcker ve HTMT kriterleri kullanılmıştır (Leguina, 2015). Çapraz yükleme matrisi için her bir maddenin yüklendiği faktör değerinin, diğer faktörlere olan yüklenme değerinden yüksek olması durumunda ayırt edici geçerlik sağlanmaktadır (Hair vd., 2021). Mevcut araştırmaya ilişkin çapraz yükleme matrisi Tablo 3’te sunulmuştur. Tabloda koyu işaretlenen faktör yükleri ilgili maddenin ait olduğu faktöre yüklenme değerini göstermektedir ve tüm faktörler için bu yüklerin diğer maddelere yüklenme değerinden yüksek olduğu belirlenmiştir.

Bu bağlamda çapraz yükleme matrisine ilişkin kriterin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 3

Çapraz Yükleme Matrisi

	AOD	KA	PS
AOD1	0,875	0,200	0,301
AOD2	0,927	0,188	0,185
AOD3	0,955	0,157	0,173
AOD4	0,950	0,211	0,216
AOD5	0,871	0,239	0,147
AOD6	0,807	0,116	0,112
AOD7	0,886	-0,017	0,075
KA1	0,082	0,796	0,312
KA2	0,033	0,752	0,291
KA3	0,197	0,735	0,303
KA4	0,175	0,801	0,362
KA5	0,121	0,833	0,292
KA6	0,167	0,809	0,197
KA7	0,243	0,817	0,233
KA8	0,128	0,813	0,161
KA9	0,188	0,738	0,187
KA10	0,149	0,729	0,254
KA11	0,151	0,749	0,348
KA12	0,108	0,748	0,342
KA13	0,064	0,799	0,211
PS2	0,246	0,252	0,837
PS3	0,151	0,173	0,870
PS4	0,072	0,241	0,881
PS5	-0,042	0,223	0,805
PS6	0,075	0,393	0,790
PS7	0,192	0,319	0,774
PS8	0,15	0,313	0,792
PS9	0,213	0,314	0,729
PS10	0,260	0,306	0,828

Ayırt edici geçerlik için çapraz yükleme matrisinin ardından Fornell ve Larcker Kriteri incelenmiştir. Bu kriter gereği bir değişkene ilişkin AVE'nin karekök değerinin ilgili değişkenin, modeldeki diğer değişkenler ile korelasyonundan yüksek olması durumunda ayırt edici geçerlik sağlanmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981). Bu kapsamda mevcut araştırmaya ilişkin Fornell ve Larcker Kriteri çıktısı Tablo 4'te sunulmuş olup, tablo içerisinde AVE'nin karekök değerleri koyu işaretlenmiştir. Tablo incelendiğinde Fornell ve Larcker Kriteri'nin öngördüğü şartların sağlandığı görülmektedir.

Tablo 4

Fornell ve Larcker Kriteri

	AOD	KA	PS
AOD	0,872		
KA	0,308	0,815	
PS	0,421	0,209	0,777

Koyu işaretli köşegen değerleri AVE'nin karekökünü, diğer değerler ise değişkenler arası korelasyonları göstermektedir.

Ayırt edici geçerliğin son basamağında ise HTMT kriteri kontrol edilmiştir. Bu kritere göre değişkenler arasıki kesişimler ile belirlenen HTMT değerinin 0,90'dan küçük olması, ayırt edici geçerliğin sağlandığını göstermektedir (Hair vd., 2021). Bu kapsamda mevcut araştırma kapsamında HTMT değerleri belirlenmiş ve Tablo 5'te sunulmuştur. Tabloda yer alan değerlerde tüm değişkenlerin kesişimi 0,90'dan küçüktür ve buna göre HTMT kriterinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 5

HTMT Kriteri

	AOD	KA	PS
AOD			
KA	0,305		
PS	0,422	0,338	

Hipotez testleri öncesinde son basamak olarak çoklu doğrusallığı test etmek üzere ölçüm modelinde yer alan değişkenlere ilişkin VIF değerleri kontrol edilmiştir. Madde bazındaki VIF değerlerine ilişkin kriterlerde olduğu gibi değişkenler arası ilişkilere yönelik VIF değerlerinin de 3'ten küçük olması çoklu doğrusallığın olmadığını göstermektedir (Hair vd., 2021). Mevcut araştırma için oluşturulan VIF değerleri Tablo 6'da sunulmuştur. Buna göre araştırma modelinde çoklu doğrusallık problemi görülmemektedir.

Tablo 6

Çoklu Doğrusallık Değerlendirmesi (VIF Kriteri)

	AOD	KA	PS
AOD		1,000	1,045
KA			1,044
PS			

Ölçüm modeline ilişkin yapılan analizlerin tümü değerlendirildiğinde, oluşturulan modelin hipotez testlerine uygun olduğu görülmüştür. Bu aşama için öncelikle Tablo 7’de araştırma değişkenlerine ilişkin betimleyici istatistikler verilmiş ve ardından hipotez testlerine geçilmiştir.

Tablo 7

Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimleyici İstatistikler

	$\bar{X} \pm ss$	Skewness	Kurtosis
AOD	3,468±1,195	1,020	-0,040
KA	3,29±0,843	0,067	-0,832
PS	3,371±0,783	0,286	-0,820

Tablo 7’de yer alan bulgulara göre araştırma değişkenleri George ve Mallery (2019) tarafından normal dağılım için önerilen Skewness ve Kurtosis değerlerinin $\pm 2,00$ aralığında kalması şartını sağlamakta ve değişkenler normal dağılım göstermektedir. Bununla birlikte araştırma değişkenlerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri de Tablo 7’de görülmektedir.

Hipotezlerin test edilmesi aşamasında model uyum indeksleri kontrol edilmiştir. PLS yöntemi çerçevesinde model uyumunun kontrolü için Ortalama Karekök (SRMR), Normlaştırılmış Düzeltme İndeksi (NFI) ile birlikte determinasyon katsayıları olan Düzeltilmiş R^2 ve Stone-Geisser Q^2 değerleri kullanılmaktadır (Hair vd., 2021). SRMR için 0,08’den küçük değerler ve NFI için 0,80’den büyük değerler iyi model uyumuna işaret etmektedir (Hair vd., 2021). Mevcut araştırma için uyum indekslerinin yer aldığı Tablo 8’e bakıldığında SRMR değerinin $0,042 < 0,08$ ve NFI değerinin $0,868 > 0,80$ olduğu görülmektedir ve bu değerler iyi uyumu doğrulamaktadır.

Tablo 8

Model Uyumu (SRMR ve NFI) ve Determinasyon Katsayıları (R^2 ve Q^2)

Endojen Gizil Değişkenler	R^2	Q^2
KA	0,187	0,119
PS	0,443	0,189
Model Uyumu	SRMR	NFI
	0,042	0,868

Tablo 8’de Model uyum indeksleri (SRMR ve NFI) ile birlikte Determinasyon Katsayıları (R^2 ve Q^2) da yer almaktadır. Hair vd. (2021) endojen gizil değişkenler için Düzeltilmiş R^2 değerinin 0,10’dan ve Stone-Geisser Q^2 değerinin ise 0’dan büyük olması gerektiğini belirtmiştir. Mevcut araştırmada düzeltilmiş R^2 değerleri KA için 0,187 ve PS için 0,443 olarak hesaplanırken; Stone-Geisser Q^2 değerleri ise KA için 0,119 ve PS için 0,189 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler determinasyon katsayılarının ilgili kriterleri sağladığını göstermektedir. Tüm bu sonuçlar çerçevesinde Tablo 9’da araştırma hipotezlerinin 5000 yeniden örnekleme prosedürü (bootstrapping) çerçevesinde test edilmesine ilişkin yol katsayıları, t değerleri, anlamlılık değerleri (p) ve güven aralığı değerleri (BC; LL ve UL) sunulmuştur.

Tablo 9

Hipotez Test Sonuçları

	Hipotez	β	ss	t	p	Güven Aralığı (BC)		Sonuç
						LL	UL	
H ₁	AOD → PS	0,379	0,049	8,193	0,000	0,034	0,231	Kabul
H ₂	KA → PS	0,142	0,046	2,919	0,000	0,275	0,457	Kabul
H ₃	AOD → KA	0,208	0,048	4,355	0,000	0,104	0,291	Kabul
H ₄	AOD → KA → PS	0,109	0,022	3,638	0,000	0,036	0,120	Kabul

Tablo 8’de yer alan sonuçlara göre algılanan örgütsel destek (AOD → PS, $\beta=0,379$, $t=8,193$ ve $p=0,000$) ve kontrol algısı (KA → PS, $\beta=0,142$, $t=2,919$ ve $p=0,000$) psikolojik sahiplenmeyi artırmaktadır. Bununla birlikte algılanan örgütsel destek, kontrol algısını artırmaktadır (AOD → KA, $\beta=0,208$, $t=4,355$ ve $p=0,000$). Bu çerçevede aracı rol tespiti için yapılan analiz sonuçlarında ise algılanan örgütsel desteğin psikolojik sahiplenmeye etkisinde kontrol algısının aracı rol üstlendiği görülmüştür (AOD → KA → PS, $\beta=0,109$, $t=3,638$ ve $p=0,000$). Bu sonuçlar çerçevesinde H₁, H₂, H₃ ve H₄ hipotezleri kabul edilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre algılanan örgütsel destek psikolojik sahiplenmeyi artırmaktadır. Bu bulgu, bireylerin yetkinlik, özerklik ve ilişkili olmaya yönelik psikolojik ihtiyaçları karşılandığında içsel motivasyon geliştirdiklerini öne süren ÖBK (Deci ve Ryan, 2000) ile açıklanabilir. Algılanan örgütsel destek, kaynak, takdir ve duygusal destek sağlayarak bu ihtiyaçların karşılanmasında önemli bir rol oynamakta ve böylece çalışanların rollerinde daha yetkin ve özerk hissetmelerini sağlamaktadır (Kraimer vd., 2001). Bu güçlendirme duygusu, çalışanların örgütsel hedef ve değerleri içselleştirmeye başlamasıyla psikolojik sahiplenmeye doğrudan katkıda bulunarak, işlerine ve kuruma karşı daha güçlü bir duygusal bağ kurmalarını sağlayacaktır. Literatürdeki çalışmalar da, algılanan örgütsel destek ile psikolojik sahiplenme arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koyarak bu teorik çerçeveyi desteklemektedir. Pierce vd. (2001) algılanan örgütsel desteği, çalışanların öz yeterlilik ve aidiyet gibi psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığı için psikolojik sahiplenmenin kilit bir öncülü olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde, O’Driscoll vd. (2006) örgütsel desteğin çalışanların örgütle özdeşleşmesini artırdığını, bunun da örgütsel bağlılıklarını, iş tatminlerini ve psikolojik sahiplenme duygularını artırdığını bulmuştur. Avey vd. (2009) ayrıca, çalışanların katkılarına değer verildiğini algıladıklarında hem görevleri hem de örgüt üzerinde sahiplik geliştirmelerinin daha olası olduğunu vurgulamaktadır. Ötken (2015) tarafından yapılan çalışma, işle ilgili ve duygusal destek boyutlarının çalışanların sahiplenme duygusunu artırdığını tespit ederek algılanan örgütsel desteğin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisini daha da vurgulamaktadır. Jing ve Yan (2022) da algılanan örgütsel desteğin destekleyici ve özerk bir çalışma ortamını teşvik ederek psikolojik sahiplenmeyi güçlendirdiği sonucuna varmıştır. ÖBK tarafından sağlanan teorik temel ve destekleyici ampirik çalışmalar, algılanan örgütsel desteğin, çalışanların psikolojik ihtiyaçlarını karşılayarak psikolojik sahiplenmeyi teşvik etmek için önemli bir mekanizma olarak hizmet ettiğini göstermekte ve mevcut bulguyu desteklemektedir.

Araştırmanın ikinci bulgusuna göre kontrol algısı psikolojik sahiplenmeyi artırmaktadır. ÖBK açısından incelendiğinde işyerindeki kontrol algısı, çalışanların görev ve rollerini etkilemelerine ve bunlarla ilgili kararlar almalarına olanak tanıyarak özerklik ihtiyacını karşılamaktadır. Bu özerklik psikolojik refahı teşvik edecek ve birey ile işi arasındaki duygusal bağı güçlendirerek psikolojik sahiplenmede artış sağlayacaktır (Gagné ve Deci, 2005). Çünkü psikolojik sahiplenmenin gelişiminde merkezi bir mekanizma olan algılanan kontrol bireylerin kendilerini yetkin hissetmelerini ve iş görevlerini benlik duygularıyla bütünleştirmelerini sağlamaktadır (Pierce vd., 2001). Literatürdeki çalışmalardan Uçar (2016), kontrol algısının, özellikle de çalışanlar çalışma ortamlarındaki sonuçları ve süreçleri etkileme gücüne sahip olduklarını hissettiklerinde, psikolojik sahiplenmeyi artırdığını bulmuştur. Bu sonuç, iş görevlerini değiştirme veya etkileme becerisinin çalışanların psikolojik sahiplenmesini önemli ölçüde güçlendirdiğini kaydeden Ghafoor vd. (2011) tarafından da desteklenmektedir. Ayrıca Liu vd. (2012) hem birey hem de takım düzeyindeki kontrol algısının psikolojik sahiplenmeyi artırdığını ortaya koymuş, Pierce vd. (2004) ise kişinin işi ve çalışma ortamı üzerinde deneyimlediği kişisel kontrolün örgütsel psikolojik sahiplenme üzerinde pozitif etki yarattığını göstermiştir. Dolayısıyla, kontrol algısının psikolojik sahiplenmeyi artırdığı bulgusu hem teorik çerçevelerle hem de literatürdeki çalışmalar ile tutarlıdır.

Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre algılanan örgütsel destek, kontrol algısını artırmaktadır. ÖBK çerçevesinde incelendiğinde algılanan örgütsel destek, çalışanlara kaynak, takdir ve duygusal destek sağlayarak psikolojik ihtiyaçları karşılayacak, böylece çevrelerini ve sonuçlarını kontrol etme yeteneklerine olan inançlarını artıracaktır (Gagné ve Deci, 2005). Bu özerklik duygusu, bireylerin çabalarının olayları etkileyebileceğine inandıkları kontrol algısı ile yakından uyumludur (Carver ve Scheier, 1982; Skinner 1996). Literatürdeki çalışmalar da bu teorik çerçeveyi desteklemektedir. Riggall vd. (2009) güçlü örgütsel desteğin, özellikle halihazırda iç kontrol odağına (Rotter, 1966) meyilli olanlarda bu kontrol algısını pekiştirdiğini göstermiştir. Aube vd. (2007), Costa vd. (2014) ile Çetin vd. (2013) tarafından yapılan çalışmalar da destekleyici örgütsel ortamların çalışanların görevleri üzerindeki kontrol hissini artırarak motivasyon, iş tatmini ve bağlılığın artmasını sağladığını göstermektedir. Bu dinamik, algılanan örgütsel destek dış belirsizliklere karşı tampon oluşturarak çalışanların sonuçları etkileme kabiliyetlerine odaklanmalarını sağladığından, yüksek düzeyde özerklik gerektiren rollerde özellikle önemlidir (Chen ve Silverthorne, 2008; Costa vd., 2014). Dolayısıyla, mevcut bulgu, algılanan örgütsel desteğin temel psikolojik ihtiyaçları karşılayarak ve çalışanların çalışma ortamlarını etkileme kapasitelerine olan inançlarını güçlendirerek kontrol algısını artırdığını teyit eden mevcut literatürle uyumludur.

Araştırmanın son bulgusuna göre algılanan örgütsel desteğin psikolojik sahiplenmeye etkisinde kontrol algısının aracı rolü bulunmaktadır. ÖBK'ye göre (Deci ve Ryan, 1980) göre, çalışanların özerklik, yetkinlik ve ilişkili olmaya yönelik temel psikolojik ihtiyaçları vardır. Algılanan örgütsel destek, özerklik ve yetkinliği teşvik etmek için çok önemli olan bir değer ve destek duygusu sağlayarak bu ihtiyaçları karşılamaktadır (Gagné ve Deci, 2005). Ancak, bu desteğin psikolojik sahiplenmeyi etkili bir şekilde teşvik edebilmesi için, çalışanların işleri üzerinde kontrol sahibi olmalarını sağlayacak şekilde güçlendirici olarak algılanması gerekmektedir. Kontrol algısı, çalışanların örgütsel desteği görevleri üzerinde daha fazla özerklik için bir araç olarak yorumlamalarına izin vererek (Pierce vd., 2001) aracı bir mekanizma görevi görecektir. Çalışanlar iş süreçleri üzerinde kontrol sahibi olduklarını hissettiklerinde, görevlerine daha fazla anlam yükleyebilmekte ve bu görevleri kişisel sorumluluklarının bir parçası olarak görmeye başlayabilmektedir. Bu durum da psikolojik sahiplenme duygusunun gelişmesini desteklemektedir. Algılanan kontrol sayesinde, çalışanlar örgütsel desteğin faydalarını içselleştirir ve dış desteği kendi otoritelerine ve çalışma ortamları üzerindeki etkilerine dair içsel bir inanca dönüştürebilir. Bu algı, kişinin çabalarının iş sonuçlarını doğrudan etkileyebileceği inancına dayanan psikolojik sahiplenmeyi teşvik etmek için ge-

reklidir. Sonuç olarak, görevleri üzerinde daha fazla kontrol algılayan çalışanların sahiplenme duygusu hissetme olasılığı daha yüksektir çünkü kontrol, ÖBK'de (Deci ve Ryan, 1980) tanımlandığı üzere özerklik ihtiyacını karşılamak için hayati önem taşımaktadır. Bu şekilde, algılanan kontrol, dışsal örgütsel destek kaynağı ile içsel sahiplenme deneyimi arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu algı olmadan, örgüt tarafından sağlanan destek psikolojik sahiplenmeye dönüşmeyebilir, çünkü çalışanlar rollerini özerk olarak yönlendirilmekten ziyade dışarıdan yönlendirilmiş olarak görebilirler. Bu nedenle, kontrol algısının aracı rolü, çalışanların aldıkları desteğin işlerini sahiplenmelerini sağladığını hissetmelerinin önemini vurgulamakta, teorik beklentilerle uyum sağlamak ve örgütsel desteğin psikolojik sahiplenmeyi nasıl teşvik ettiğine dair anlayışı geliştirmektedir.

Araştırma bulguları, algılanan örgütsel destek ve kontrol algısının, havacılık sektöründe görev yapan çalışanlar arasında psikolojik sahiplenmeyi teşvik etmede önemli rol oynadığını göstermektedir. Özellikle bu iki değişkenin etkileşimi, çalışanların işlerine ve örgütlerine karşı daha derin bir bağ hissetmelerine, sorumluluk almalarına ve kendilerini iş süreçlerinin ayrılmaz bir parçası olarak görmelerine katkı sağlamaktadır. Bu durum, yalnızca örgütsel düzeyde sunulan destekleyici faktörlerin değil, aynı zamanda bireylerin iş süreçleri üzerindeki etkilerine dair öznel değerlendirmelerinin de psikolojik sahiplenme gelişiminde belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, çevresel (örgütsel destek gibi) ve bireysel (kontrol algısı gibi) faktörlerin birlikte etkileşerek, çalışanların işlerine yönelik aidiyet ve sorumluluk hislerini artırabileceğini göstermekte ve bütüncül bir psikolojik süreçte işaret etmektedir. Bu kapsamda elde edilen veriler, destekleyici bir örgüt iklimi yaratılması ve çalışanlara etkin kontrol mekanizmalarının sunulmasının, psikolojik sahiplenme düzeyini artıran temel unsurlar arasında yer aldığını göstermektedir.

Bu bulgular doğrultusunda, psikolojik sahiplenmeyi artırmak isteyen örgütlere yönelik çeşitli yönetsel önerilerde bulunmak mümkündür. Öncelikle, örgütler çalışanlar tarafından algılanan örgütsel desteği artıracak iletişim, takdir ve kaynak sağlama gibi uygulamalara öncelik vermelidir. Çalışanların değerli hissetmelerini sağlayan bu unsurlar, örgütsel aidiyetin gelişimini desteklemektedir. Bununla birlikte, çalışanlara karar alma süreçlerine katılım imkânı sunmak, görev planlamalarına yönelik görüş bildirebilecekleri alanlar oluşturmak ve öneri geliştirme gibi mekanizmalar yoluyla görevlerini etkileyebilecek kontrol alanları sağlamak, kontrol algısının güçlenmesini sağlayacaktır. Bu tür uygulamalar, özellikle operasyonel düzeyde karar alma özerkliği sınırlı olan yer hizmetleri personeli gibi çalışanlar için daha uygulanabilir ve etkili stratejiler sunabilir. Ancak havacılık sektörü, görev türleri açısından yüksek çeşitliliğe ve belirgin hiyerarşik yapılara sahip bir yapıya sahiptir. Bu nedenle önerilerin, görev bazlı farklılıklar dikkate alınarak esnek biçimde uygulanması gerekmektedir. Havacılık sektörü, güvenlik ve emniyetin ön planda olduğu, yüksek düzeyde regülasyona ve standart operasyonel prosedürlere bağlı bir çalışma ortamı sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışanların karar alma ve özerklik algılarının, sektörün yapısal kısıtları ve ekip temelli işleyişiyle birlikte değerlendirilmesi gerektiği unutulmamalıdır. Bu nedenle sunulan önerilerin uygulanabilirliği, sektörel operasyonel bağlam çerçevesinde ele alınmalıdır.

Gelecekteki çalışmalar, bu araştırmanın sınırlılıklarını dikkate alarak daha kapsamlı örneklem ve metodolojik çeşitlilik içerecek biçimde planlanmalıdır. Araştırma, yalnızca Türkiye'de sivil havacılık sektöründe yer hizmetleri alanında çalışan personel ile sınırlı bir örneklem üzerinden yürütülmüştür. Dolayısıyla elde edilen bulgular, havacılık sektörünün diğer alt alanlarında (ör. kabin hizmetleri, teknik bakım, uçuş operasyonları vb.) görev yapan çalışanlara genellenemez. Bu nedenle, gelecekteki çalışmaların farklı görev türlerini ve pozisyonları içeren karşılaştırmalı araştırmalar yoluyla pozisyonel farklılıkların etkilerini analiz etmesi önerilmektedir. Ayrıca bu çalışmada kesitsel bir araştırma deseni benimsenmiş olup, değişkenler

arasındaki ilişkiler yalnızca belirli bir zaman dilimine ilişkin bir görünüm sunmaktadır. Algılanan örgütsel destek, kontrol algısı ve psikolojik sahiplenme gibi kavramların zaman içinde nasıl değiştiğini anlamak adına boyamsal araştırma desenleri önerilmektedir. Buna ek olarak, nitel veri toplama tekniklerinin (örneğin yarı yapılandırılmış görüşmeler, gözlemler) dahil edilmesi, çalışanların sahiplenme duygularını nasıl inşa ettiklerine dair daha derinlemesine içgörüler sağlayabilir ve öz bildirim temelli verilerin sınırlılıklarını telafi edebilir.

Kaynakça

- Abdullah, H., Ismail, I., Alnoor, A. and Yaqoub, E. (2021). Effect of perceived support on employee's voice behaviour through the work engagement: a moderator role of locus of control. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, 11(1), 60-79. <https://doi.org/10.1504/IJPMB.2021.112253>
- Akgunduz, Y., Bardakoglu, O. ve Kizilcalioglu, G. (2023). Happiness, job stress, job dedication and perceived organizational support: a mediating model. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 654-673. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2021-0189>
- Aslan, M. ve Ateşoğlu, H. (2020). Psikolojik sahiplenme ölçeğinin Türkçe uyarlaması, güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4184-4195.
- Aube, C., Rousseau, V., & Morin, E. M. (2007). Perceived organizational support and organizational commitment: The moderating effect of locus of control and work autonomy. *Journal of Managerial Psychology*, 22(5), 479-495. <https://doi.org/10.1108/02683940710757209>
- Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D. and Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 30(2), 173-191. <https://doi.org/10.1002/job.583>
- Baard, P. P., Deci, E. L. and Ryan, R. M. (2004). Intrinsic need satisfaction: a motivational basis of performance and well-being in two work settings. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(10), 2045-2068. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02690.x>
- Bandura, A. (1992). On rectifying the comparative anatomy of perceived control: Comments on "Cognates of personal control". *Applied and Preventive Psychology*, 1(2), 121-126. [https://doi.org/10.1016/S0962-1849\(05\)80153-2](https://doi.org/10.1016/S0962-1849(05)80153-2)
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- Biernacki, P. and Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research*, 10(2), 141-163. <https://doi.org/10.1177/004912418101000205>
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. Oxford: Wiley.
- Brown, G., Pierce, J. L. and Crossley, C. (2014). Toward an understanding of the development of ownership feelings. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 318-338. <https://doi.org/10.1002/job.1869>
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1982). Control theory: A useful conceptual framework for personality-social, clinical, and health psychology. *Psychological Bulletin*, 92(1), 111-135. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.92.1.111>
- Chen, J. C. and Silverthorne, C. (2008). The impact of locus of control on job stress, job performance and job satisfaction in Taiwan. *Leadership & Organization Development Journal*, 29(7), 572-582. <https://doi.org/10.1108/01437730810906326>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. Oxford: John Wiley and Sons.
- Cocieru, O. C., Delia, E. B. and Katz, M. (2019). It's our club! From supporter psychological ownership to supporter formal ownership. *Sport Management Review*, 22(3), 322-334. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.04.005>
- Cocieru, O. C., Lyle, M. C., Hindman, L. C. and McDonald, M. A. (2019). The 'dark side' of psychological ownership during times of change. *Journal of Change Management*, 19(4), 266-282. <https://doi.org/10.1080/14697017.2019.1584121>

- Cordes, C. L., & Dougherty, T. W. (1993). A review and integration of research on job burnout. *Academy of Management Review*, 18(4), 621–656. <https://doi.org/10.5465/amr.1993.9402210153>
- Costa, T., Duarte, H., & A. Palermo, O. (2014). Control mechanisms and perceived organizational support: Exploring the relationship between new and traditional forms of control. *Journal of Organizational Change Management*, 27(3), 407-429. <https://doi.org/10.1108/JOCM-11-2012-0187>
- Cropanzano, R., Howes, J. C., Grandey, A. A. and Toth, P. (1997). The relationship of organizational politics and support to work behaviors, attitudes, and stress. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 18(2), 159-180. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199703\)18:2%-3C159::AID-JOB795%3E3.0.CO;2-D](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199703)18:2%-3C159::AID-JOB795%3E3.0.CO;2-D)
- Çetin, F., Hazır, K. ve Basım, H. N. (2013). Destekleyici örgüt kültürü ile örgütsel psikolojik sermaye etkileşimi: Kontrol odağının aracılık rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 31-52. <https://doi.org/10.17065/huniibf.103653>
- Dağ, A. ve Bozkurt, B. (2023). Dağıtımçı liderlik ile algılanan örgütsel destek arasındaki ilişki. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 289-307. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.1292058>
- de Lange, A. H., Taris, T. W., Kompier, M. A. J., Houtman, I. L. D., & Bongers, P. M. (2003). The very best of the demands-control model. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76(2), 145–161. <http://dx.doi.org/10.1037/1076-8998.8.4.282>
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (1980). Self-determination theory: When mind mediates behavior. *The Journal of Mind and Behavior*, 33-43. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/43852807>
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (2000). The” what” and” why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Demirkaya, H. ve Şimşek Kandemir, A. (2014). 21. Yüzyılın anahtar rekabet faktörü olan psikolojik sahiplenme üzerine bir işletme incelemesi. *Çalışma Dünyası Dergisi*, 2(3), 7-21. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Demokan, A. (2009). *The influence of social support, perceived control, locus of control and job/home demands on coping with work-family conflict*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S. and Lynch, P. (1997). Perceived organizational support, discretionary treatment, and job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 82(5), 812-820. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.82.5.812>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. and Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gagné, M. and Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362. <https://doi.org/10.1002/job.322>
- George, D. and Mallery, P. (2019). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference*. London: Routledge.
- Ghafoor, A., Qureshi, T. M., Khan, M. A. and Hijazi, S. T. (2011). Transformational leadership, employee engagement and performance: Mediating effect of psychological ownership. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7391-7403. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.126>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. New York City: Sage Publications.
- Hao, J. X., Chen, Z., Mahsud, M. and Yu, Y. (2024). Organizational psychological ownership and innovative work behavior: the roles of coexisting knowledge sharing and hiding across organizational contexts. *Journal of Knowledge Management*, 28(8), 2197-2219. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2022-0965>

- Henseler, J., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Jing, J. and Yan, J. (2022). Study on the effect of employees' perceived organizational support, psychological ownership, and turnover intention: A case of China's employee. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(10), 6016. <https://doi.org/10.3390/ijerph19106016>
- Kaya, A. (2024). Örgütsel adalet ile işyeri maneviyatı arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin aracı rolü. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 159-177. <https://doi.org/10.33416/baybem.1514084>
- Kim, H., Li, J. and So, K. K. F. (2024). Psychological ownership research in business: a bibliometric overview and future research directions. *Journal of Business Research*, 174, 114502. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114502>
- Klein, G. (2023). Transformational and transactional leadership, organizational support and environmental competition intensity as antecedents of intrapreneurial behaviors. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2), 100215. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100215>
- Krainer, M. L., Wayne, S. J. and Jaworski, R. A. A. (2001). Sources of support and expatriate performance: The mediating role of expatriate adjustment. *Personnel psychology*, 54(1), 71-99. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2001.tb00086.x>
- Krishnan, J. and Mary, V. S. (2012). Perceived organisational support—an overview on its antecedents and consequences. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(4), 1-13. Erişim adresi: http://www.zenithresearch.org.in/images/stories/pdf/2012/April/ZIJMR/1_ZIJMR_APRIL12_VOL2_ISSUE4.pdf
- Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A. and Adis, C. S. (2017). Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation of organizational support theory. *Journal of Management*, 43(6), 1854-1884. <https://doi.org/10.1177/0149206315575554>
- Lachman, M. E., & Weaver, S. L. (1998). The sense of control as a moderator of social class differences in health and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 763-773. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.3.763>
- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Int. J. Res. Method Educ.*, 38, 220-221. <https://doi.org/10.1080/1743727X.2015.1005806>
- Liu, J., Wang, H., Hui, C., & Lee, C. (2012). Psychological ownership: How having control matters. *Journal of Management Studies*, 49(5), 869-895. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2011.01028.x>
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.397>
- Mayhew, M. G., Ashkanasy, N. M., Bramble, T. and Gardner, J. (2007). A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings. *The Journal of Social Psychology*, 147(5), 477-500. <https://doi.org/10.3200/SOCP.147.5.477-500>
- Mehrad, A., Fernández-Castro, J. and de Olmedo, M. P. G. G. (2020). A systematic review of leadership styles, work engagement and organizational support. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(4), 66-77. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i4.735>
- Murtaza, G., Roques, O., Talpur, Q. U. A., Khan, R. and Haq, I. U. (2024). Effects of perceived organisational politics and effort-reward imbalance on work outcomes—the moderating role of mindfulness. *Personnel Review*, 53(1), 76-98. <https://doi.org/10.1108/PR-09-2020-0706>
- O'driscoll, M. P., Pierce, J. L. and Coghlan, A. M. (2006). The psychology of ownership: Work environment structure, organizational commitment, and citizenship behaviors. *Group & Organization Management*, 31(3), 388-416. <https://doi.org/10.1177/1059601104273066>
- Onn, C. Y. and Lung, C. K. (2014). Supervisory support, organizational justice and perceived organizational support: A review and research agenda. *Information Management and Business Review*, 6(5), 255-260. <https://doi.org/10.22610/imbr.v6i5.1123>

- Ötken, A.B. (2015). Algılanan örgütsel destek ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişki ve bu ilişkide örgütsel adaletin rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(2), 113-140. <https://doi.org/10.17065/huiibf.83618>
- Parker, S. K. (2003). Longitudinal effects of lean production on employee outcomes and the mediating role of work characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 88(4), 620-634. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.4.620>
- Pierce, J. L., Jussila, I. and Cummings, A. (2009). Psychological ownership within the job design context: Revision of the job characteristics model. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 30(4), 477-496. <https://doi.org/10.1002/job.550>
- Pierce, J. L., Kostava, T. and Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *General Psychology*, 7(1), 84-107. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84>
- Pierce, J. L., Kostova, T. and Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378028>
- Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378028>
- Pierce, J. L., O'driscoll, M. P., & Coghlan, A. M. (2004). Work environment structure and psychological ownership: The mediating effects of control. *The Journal of social psychology*, 144(5), 507-534. <https://doi.org/10.3200/SOCP.144.5.507-534>
- Rahimi, M., Hassani, M. and Ghalavandi, H. (2024). Investigating the mediating role of self-efficacy in the relationship between role ambiguity and perceived organizational support on employees' well-being based on JD-R Model. *Iranian Journal of Ergonomics*, 11(4), 283-292. Erişim adresi: http://journal.iehfs.ir/browse.php?a_id=987&sid=1&slc_lang=en&ftxt=0
- Randall, M. L., Cropanzano, R., Bormann, C. A. and Birjulin, A. (1999). Organizational politics and organizational support as predictors of work attitudes, job performance, and organizational citizenship behavior. *Journal of organizational behavior: The international journal of industrial, occupational and organizational psychology and behavior*, 20(2), 159-174. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199903\)20:2%3C159::AID-JOB881%3E3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199903)20:2%3C159::AID-JOB881%3E3.0.CO;2-7)
- Rhoades, L. and Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.698>
- Riggle, R. J., Edmondson, D. R. and Hansen, J. D. (2009). A meta-analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes: 20 years of research. *Journal of Business Research*, 62(10), 1027-1030. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.05.003>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Shore, L. M. and Wayne, S. J. (1993). Commitment and employee behavior: Comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 78(5), 774. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.78.5.774>
- Shukla, A. and Singh, S. (2015). Psychological ownership: scale development and validation in the Indian context. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 10(2), 230-251.
- Skinner, E. A. (1996). A guide to constructs of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(3), 549-570. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.71.3.549>
- Spector, P. E. and O'Connell, B. J. (1994). The contribution of personality traits, negative affectivity, locus of control and Type A to the subsequent reports of job stressors and job strains. *Journal of Occupational and Organizational psychology*, 67(1), 1-12. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1994.tb00545.x>
- Spector, P. E., Cooper, C. L., Sanchez, J. I., O'Driscoll, M., Sparks, K., Bernin, P., ... & Yu, S. (2002). Locus of control and well-being at work: how generalizable are western findings?. *Academy of Management Journal*, 45(2), 453-466. <https://doi.org/10.5465/3069359>

- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465. <https://doi.org/10.5465/256865>
- Sumardjo, M. and Supriadi, Y. N. (2023). Perceived organizational commitment mediates the effect of perceived organizational support and organizational culture on organizational citizenship behavior. *Calitatea*, 24(192), 376-384. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.192.45>
- Şener, A.A. (2023). *Örgütsel güvenin iş performansına etkisinde algılanan örgütsel destek ile kendini işletmeden hissetmenin aracılık rolü: sivil havacılıkta bir araştırma*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Tetteh, S., Wu, C., Opata, C. N., Asirifua Agyapong, G. N. Y., Amoako, R. and Osei-Kusi, F. (2020). Perceived organisational support, job stress, and turnover intention: The moderation of affective commitments. *Journal of Psychology in Africa*, 30(1), 9-16. <https://doi.org/10.1080/14330237.2020.1722365>
- Thompson, S. C. (2002). The role of personal control in adaptive functioning. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp. 202-213). Oxford University Press.
- Toptaş, A. (2023). Otel işletmelerinde kişi-örgüt uyumu ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Algılanan örgütsel desteğin aracılık etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(1), 53-67. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/touraj/issue/77918/1272758>
- Uçar, Z. (2016). Kontrol algısı-psikolojik sahiplenme ilişkisi üzerinde algılanan aşırı vasıflılığın düzenleyicilik etkisi. *International Journal of Applied Business and Management Studies*, 1(1), 40-58. Erişim adresi: https://www.ijabms.com/documents/Vol1/04_UCAR_PB.pdf
- Uçar, Z. (2017). Psikolojik sahiplenme: örgütsel alana ilişkin bir model önerisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 167-200. <https://doi.org/10.24988/deuiibf.2017321552>
- Uçar, Z. (2018). In Relationship Among Perceived Autonomy-Impact and Psychological Ownership The Mediating Effect Of Perceived Control: A Research on Banking Employees. *Ege Academic Review*, 18(1), 1-14. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/561813>
- Wayne, S. J., Shore, L. M. and Liden, R. C. (1997). Perceived organizational support and leader-member exchange: A social exchange perspective. *Academy of Management Journal*, 40(1), 82-111. <https://doi.org/10.5465/257021>
- Wilhelm, B., Simarasl, N., Riar, F. J. and Kellermanns, F. W. (2024). Organizational citizenship behavior: understanding interaction effects of psychological ownership and agency systems. *Review of Managerial Science*, 18(1), 1-27. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00610-z>
- Yılmaz, N., Erdoğan, E., Kayar, Z. ve Yılmaz, E. (2023). Sağlık Çalışanlarında Etik Liderlik Algısının Psikolojik Sahiplenme Üzerine Etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1005-1024. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1259182>
- Zhang, Y., Liu, G., Zhang, L., Xu, S. and Cheung, M. W. L. (2021). Psychological ownership: A meta-analysis and comparison of multiple forms of attachment in the workplace. *Journal of Management*, 47(3), 745-770. <https://doi.org/10.1177/0149206320917195>

Extended Abstract

Purpose: Psychological ownership is examined not only as job satisfaction but also as a bond that motivates voluntary proactive behaviors that can be beneficial for organizational outcomes (Mayhew, Ashkanasy, Bramble and Gardner, 2007; O'Driscoll, Pierce and Coghlan, 2006). As a result of the emergence of psychological ownership, the employee feels ownership of the organization, is psychologically attached to that organization, and the organization becomes a part of the employee's identity (Ökten, 2015). In the studies in the literature, it has been revealed that the perception of organizational support is a factor that increases the level of psychological ownership of employees (Ökten, 2015; Jing & Yan, 2022). In addition, organizational support increases the perceived control over their duties and responsibilities by creating an environment where employees feel strong and secure about their ability to influence work processes and results (Aube et al., 2007; Costa et al., 2014; Çetin et al., 2013). In addition, as a natural consequence of perceiving that they have control over work processes and results, employees will begin to feel that they have a personal stake in these elements and will psychologically own their organizations (Liu, Wang, Hui & Lee, 2012; Pierce et al., 2004). Although there are studies in the literature that reveal the relationships between perceived organizational support, perception of control and psychological ownership, there is no study that specifically examines the mediating role of control perception. In this context, within the scope of the current study, it is aimed to determine the mediating role of the perception of control in the effect of perceived organizational support on psychological ownership in civil aviation sector employees.

Design and Methodology: The population of the research consists of people who have been working in the aviation sector in Turkey for at least 1 year. According to the data of the General Directorate of Civil Aviation, the total number of employment in the sector as of 2024 is 262925 (temporary employees are excluded from this number) and this number shows the population of the research. Cochran (1977) sampling calculation was used to calculate the minimum sample size to be reached from the population, and the minimum sample size was determined as 384 at 95% confidence interval and 5% significance level. In order to reach the research sample, the questionnaire forms were sent in printed format to the sector employees in the researcher's circle and they were requested to deliver the questionnaire form to other sector employees in their circle. Snowball sampling method (Biernacki and Waldorf, 1981), which is defined as obtaining new information-laden situations by asking the participants who else they can interview, was followed. In this framework, responses were received from 410 participants in total. It was determined that 18 of these responses did not meet the qualifications required for the analysis and as a result, the research sample consisted of 392 civil aviation sector ground services employees.

The questionnaire form used to collect the research data consists of 4 sections. The first section includes the *Demographic Information Form* prepared by the researcher, which includes six items: gender, age, marital status, education level, business experience and aviation industry experience. The second part includes the 8-item, 5-point Likert-type *Perceived Organizational Support Scale* developed by Eisenberger et al. (1986), shortened by Eisenberger et al. (1997), and Turkish form was created by Şener (2023). The third section includes the 13-item, 5-point Likert-type *Perception of Control at Workplace Scale* developed by Demokan (2009). The last section includes the 10-item, 5-point Likert-type *Psychological Ownership Scale* developed by Shukla and Singh (2015) and adapted into Turkish by Aslan and Ateşoğlu (2020).

The research data were analyzed with a partial least square approach using Smart PLS 4. In the analysis of the data, firstly, the characteristics of the sample were presented, and then reliability, confirmatory factor analysis and validity analyses were performed for the scales. Structural equation modeling was used to test the hypotheses. The findings were evaluated at 95% confidence interval and 5% significance level.

The hypotheses tested within the scope of the research are given below:

H₁: Perceived organizational support increases psychological ownership.

H₂: Perception of control increases psychological ownership.

H₃: Perceived organizational support increases perception of control.

H₄: Perception of control has a mediating role in the effect of perceived organizational support on psychological ownership.

Findings: The majority of the research sample is male with 55.1% and the average age of the sample is 31.460 ± 7.631 . In addition, 51% of the sample is single and 45.4% of the sample has a bachelor's degree. On the other hand, the average experience in the organization is $5,279 \pm 5,811$ years and the average experience in the aviation sector is $5,461 \pm 5,790$.

According to the hypothesis test results, perceived organizational support ($AOD \rightarrow PS$, $\beta=0.379$, $t=8.193$ and $p=0.000$) and perception of control ($KA \rightarrow PS$, $\beta=0.142$, $t=2.919$ and $p=0.000$) increase psychological ownership. In addition, perceived organizational support increases the perception of control ($AOD \rightarrow KA$, $\beta=0.208$, $t=4.355$ and $p=0.000$). In the results of the analysis conducted to determine the mediating role in this framework, it was seen that the perception of control played a mediating role in the effect of perceived organizational support on psychological ownership ($AOD \rightarrow KA \rightarrow PS$, $\beta=0.109$, $t=3.638$ and $p=0.000$). Within the framework of these results, hypotheses H_1 , H_2 , H_3 and H_4 are accepted.

Limitations: The most important limitation of the research is the sample of 392 people working in the civil aviation sector. The use of cross-sectional method as a design constitutes a limitation for the research. In addition, the quantities measured by the measurement tools used in the research are another limitation of the research. On the other hand, the inclusion of perceived organizational support, perception of control and psychological ownership among the variables used in the research is a limitation of the research model.

Implications: Based on the research findings, several recommendations can be made for organizations seeking to increase psychological ownership among their employees. First, organizations should focus on creating structures that increase perceived organizational support, as this is a key element that indirectly influences psychological ownership through perceptions of control. Providing employees with open communication, necessary resources and recognition can create a supportive atmosphere where employees feel valued. Organizations should also implement initiatives that promote a greater perception of control, such as offering employees more autonomy in decision-making processes or giving them the ability to influence their job tasks. These strategies can empower employees and increase psychological ownership through stronger internalization of their roles and responsibilities. By implementing these strategies, organizations can foster a workforce that is not only more engaged but also more committed to the long-term success of the organization as employees begin to see their contributions as integral to the organization's success.

Future studies should address the limitations of the current research to broaden and deepen the findings on the relationships between organizational support, control and ownership. The fact that the study focused only on the aviation industry in Turkey limits the generalizability of the findings. Future studies should investigate these dynamics in different sectors and cultural settings to determine whether the observed relationships hold in different contexts. Furthermore, this study utilized a cross-sectional design, which provides a snapshot of the relationships between variables at only one point in time. Longitudinal studies are recommended to examine how perceived organizational support, perceptions of control, and psychological ownership develop over time and what their long-term effects might be. The inclusion of qualitative methods or observational data would also provide richer insights into the processes through which employees develop psychological ownership, address the limitations of self-report data, and provide a more comprehensive understanding of these complex psychological mechanisms.

Originality/Value: The originality and value of this study lies in examining the mediating role of perceived control in the relationship between perceived organizational support and psychological ownership, specifically in the context of the Turkish aviation industry. This research offers new insights by highlighting how organizational support fosters an environment in which employees feel empowered and thus increases psychological ownership, a critical concept in industries such as aviation where operational efficiency and safety are paramount. In contrast to previous studies that have generally considered organizational support and ownership independently, this study advances theoretical understanding by linking these variables through the perception of control, in line with Self-Determination Theory's proposition that autonomy, competence, and relatedness are essential for intrinsic motivation. By addressing the psychological needs of aviation employees and emphasizing the interplay between organizational and individual psychological factors, the research highlights the importance of strengthening support structures in organizations. The research findings not only enrich the literature on psychological ownership and organizational support, but also provide practical recommendations for enhancing employee engagement and retention in high-risk industries and represent an important step towards integrating psychological mechanisms into organizational practices for sustainable competitive advantage.

Bizans İmparatorluğu'nda Ordu / Kilise Denkleminde Yönetimin Törensel Gücü ve Dini Sembolizm

Erkan KAYA¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 26.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 03.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Bu makale, Milano Fermanı (313) sonrasında Hristiyanlığın törensel boyutunun nasıl değiştiğini ve bu değişimlerin Bizans İmparatorluğu'nun politik ve dini yapısına olan etkilerini incelemektedir. Milano Fermanı, Hristiyanlığın serbest din olarak kabul edilmesini sağlayarak, ayin düzeninde hızlı bir biçimlenmeye yol açmıştır. Constantin Dönemi'nde, Hristiyanlık kilise litürji ve ayinlerdeki yerini güçlendirirken, imparatorluk törenleri de kiliseye kaymıştır. Roma imparatorluk geleneğine uygun olarak, Geç Roma – Erken Bizans Dönemi'nde ordu, imparatorların tahta çıkmasında belirleyici bir güç olmuş ve bu yüzden taç törenleri askeri nitelik taşımıştır. 5. yüzyıldan itibaren kilisenin etkisinin artmasıyla birlikte, taç törenlerinde imparatorun ilahi gücün desteğiyle yönetime geçmesi ön plana çıkmıştır. Bu değişimle, Bizans'ın politik yapısındaki değişikliklerle taç törenleri Hipodrom'da yapılmaya başlanmıştır. Iustinianus Dönemi'nde Ayasofya'nın ihtişamlı bir kilise olarak inşa edilmesi, imparatorluk tören ve ayinlerinin kilise üzerinden yürütülmesini sağlamış ve imparatorluk iradesinin dini güçle pekişmesini desteklemiştir. İmparatorun taç töreninin dini liderlerin önderliğinde gerçekleştirilmesi, halk nezdinde hem dini hem de siyasi otoritenin güçlü görünmesine hizmet etmiştir. Araştırma, Bizans İmparatorluğu'nda imparatorluk sarayı ve kilise arasındaki bağlantının, ayinlerin imparatorluk iradesiyle uyum içinde yürütülmesine nasıl olanak tanıdığını ve bu güç dengesinin nasıl sağlandığını ele almaktadır. Ayrıca, taç törenlerinin ordu ve kilise arasındaki güç dinamiklerini nasıl yansıttığı değerlendirmektedir. Sonuç olarak, Bizans İmparatorluğu'nda kilisenin siyasi anlamda güçlenmesiyle birlikte, imparatorluk törenlerinin kiliselerde düzenlenmesi, katedrallerin ilahi gücü simgeleyen ve imparatorlar tarafından da kullanılan bir güç unsuru haline gelmesine neden olmuştur. Bu çalışmada Bizans İmparatorluğu'nda ordu ve kilisenin imparatorluk üzerindeki sembolik gücü ve etkileri tören ve dini mimari ilişkisi üzerinden genel bir değerlendirmeye açıklanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bizans, Kilise, Ayin, Tören, Sembolizm, Litürji.

1 Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, erkankayauludag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8235-052X

The Ceremonial Power of Governance and Religious Symbolism in the Military - Church Equation of the Byzantine Empire

This article examines how the ceremonial dimension of Christianity changed following the Edict of Milan (313) and the impact of these transformations on the political and religious structures of the Byzantine Empire. By recognizing Christianity as a legally accepted religion, the Edict of Milan triggered a rapid restructuring of ritual practices. During the Constantinian period, Christianity strengthened its position within church liturgy and ceremonies, while imperial rituals began to gravitate towards the church. In accordance with Roman imperial traditions, the army played a decisive role in the ascension of emperors during the Late Roman and Early Byzantine periods, rendering coronation ceremonies distinctly military in nature. However, starting from the 5th century, as the influence of the church grew, the notion of the emperor assuming power with divine support gained prominence in coronation ceremonies. This shift also brought changes to the political structure of Byzantium, with coronation ceremonies being relocated to the Hippodrome. During the reign of Justinian, the construction of Hagia Sophia as a magnificent church facilitated the integration of imperial ceremonies and rituals within the church, reinforcing the alignment of imperial authority with divine power. The coronation of the emperor under the leadership of religious figures served to enhance the perception of both religious and political authority among the populace. The study explores how the connection between the imperial palace and the church in the Byzantine Empire enabled the harmonization of rituals with imperial authority and maintained the balance of power. Furthermore, it evaluates how coronation ceremonies reflected the dynamics of power between the military and the church. Ultimately, with the increasing political influence of the church in the Byzantine Empire, the organization of imperial ceremonies in churches transformed cathedrals into symbols of divine power, wielded as instruments of authority by emperors. This study aims to provide a comprehensive analysis of the symbolic power and influence of the military and the church over the Byzantine Empire, through the relationship between ceremonial practices and religious architecture.

Keywords: Byzantine, Church, Ritual, Ceremony, Symbolism, Liturgy.

Giriş

Roma İmparatorluğu'nun gücünü temsil eden çeşitli semboller, imparatorluğun erken dönemlerinden itibaren özellikle imparatorluk kültürü olarak halk arasında kabul görmüştür. Bu semboller, sadece imparatorluk görevlileri ve zengin aileler tarafından değil, aynı zamanda dini liderler tarafından da taşınmış ve bu semboller halk nezdinde büyük bir saygı kazanmıştır. İmparatorluk ve kilise arasındaki güç dengesi, her iki tarafın da birbirinden faydalanmasına olanak sağlamıştır. İmparatorluk, dini sembolizmle güç kazanırken, kilise de siyasi ve idari alanda güç elde etmiş ve halk arasında saygın bir konum kazanmıştır.

Bizans İmparatorluğu'nda, imparatorun tahta çıkışında ordu ve kilisenin rolü, imparatorun meşruiyetini sağlamada belirleyici olmuştur. 5. ve 6. yüzyıllarda, ordu, imparatorun tahta çıkışında kilit bir rol oynamış, taç törenleri genellikle askeri nitelikte olmuştur. Ancak zamanla kilisenin bu törenlerdeki rolü artmış ve dini sembollerle desteklenen imparatorluk, halk nezdinde daha da güçlenmiştir. Özellikle Iustinianus Dönemi (527-565)'nde, Ayasofya'nın inşa edilmesi ve kilise ile imparatorluk sarayı arasındaki bağların güçlenmesi, imparatorluk ve kilise arasındaki ilişkinin sembolik olarak da pekişmesine yol açmıştır (Kalavrezou, 1991a, s. 533; Garland, 1999; Barker, 1966; Walker, 2012; Angelov, 2006, s. 117-133; Fasolt, 2002).

Bizans İmparatorluğu'nda dini ve askeri güçler, siyasi ve idari yapılarla birleşerek toplum üzerinde derin etkiler bırakmıştır. Ordu ve kilisenin birleşmesi, imparatorluğun siyasi gücünü pekiştirmiş ve halk üzerinde güçlü bir otorite kurulmasını sağlamıştır. İmparatorluk törenleri ve kilise ayinleri, halk arasında imparatorluğun gücünün sembolik olarak temsil edilmesine ve bu gücün meşruiyet kazanmasına katkıda bulunmuştur. Bizans İmparatorluğu'nda imparatorluk, kilise ve ordu arasındaki güç ilişkileri, toplumsal yapı üzerinde kalıcı ve derin etkiler yaratmış, imparatorluk sembollerinin toplum üzerindeki etkisi her alanda hissedilmiştir.

Bizans İmparatorluğu'ndaki kilise, ordu ve yönetim arasındaki etkileşimler, özellikle törenlerin ve dini sembollerin rolü üzerine yapılan az sayıda çalışma, Bizans'ın yönetim biçiminde sembolik ve ritüelistik yönlerin önemini anlamak açısından kritiktir. Bizans'ta din ve devlet ilişkisinin yönetime nasıl entegre olduğunun anlaşılmasının yanı sıra kilise ile ordu arasındaki bağın güç yapıları üzerindeki etkilerinin özellikle erken dönem imparatorluk tören ve ayinlerinde daha detaylı incelenmesine ihtiyaç duymaktadır. Bu alanın daha derinlemesine araştırılması, Bizans toplumunun siyasi ve kültürel yapısındaki dini sembolizmin köklü etkilerini, eksik kalan noktaları ele alarak, hem sanat tarihi hem de Bizans sanatları alanlarında yapılacak araştırmalarda önemli bir katkı sağlayabilir.

Roma ve Bizans imparatorlukları boyunca imparatorluk gücünün toplumsal olarak kabul görmesi ve sembolik değerler aracılığıyla halk nezdinde meşruiyet kazanması, kilise ve ordu gibi etkili kurumlarla sağlanan dengelerle doğrudan bağlantılıdır. Erken Roma döneminde imparatorluk sembollerinin güç ve meşruiyet kaynağı olarak benimsenmesi, kilise ve devlet arasındaki ilişkinin toplum üzerindeki etkilerini anlamak adına araştırma gerekliliğini doğurmuştur. Bizans İmparatorluğu'nda kilise ile ordu arasındaki iş birliğinin halkın gözünde imparatorluğun gücünü nasıl pekiştirdiği, özellikle Iustinianus Dönemi'nde Ayasofya gibi dini yapılarla desteklenen sembolik değerlerin yaygınlaşması ve bunun toplum üzerindeki yansımaları, yazın alanında derinlemesine incelenmesi gereken bir boşluk bırakmaktadır. Bu konu üzerine yapılan araştırmalar, dönemin toplumsal yapısındaki güç dinamiklerini ve dini sembollerin siyasi güce etkisini anlamak için önem taşır ve Bizans araştırmalarına katkıda bulunur.

Literatür Taraması / Yazın İncelemesi

Hristiyan kiliselerinde uygulanan en eski yazılı kuralları içeren ve 4. yüzyıla tarihlendirilen yazılı metnin, kilise yönetimi ve ayin kurallarına dair içerdiği bilgiler açısından değerlendirilmesi konusunda 1891 yılında Funk tarafından yayınlanan "Die apostolischen Konstitutionen" adlı yayından faydalanılmıştır. Fortescue tarafından 1917 yılında yayınlanan "The Ceremonies of the Roman Rite Described" adlı kaynak, Katolik

kilisesinin ayin ve törenlerine dair kapsamlı tanımlamalar yapması ve Roma ayinlerinin detaylı yapısı ve anlamsal geri planı üzerine yoğunlaşması, Erken Bizans litürjisinden günümüze kadar yaşanan değişimlerin anlaşılması noktasında teorik olarak katkı sağlamıştır. Callewaert tarafından 1934 yılında yayınlanan “Caeremoniale in Missa privata et solemnialisque frequentioribus functionibus liturgicis servandum” adlı kaynak özellikle Roma Katolik kilisesinin özel ve cemaatle birlikte yapılan ayinlerde izlenmesi gereken kuralları ele alması ve düzen hakkında detaylı bilgiler vermesi açısından değerlendirme ve yorumlama aşamasında olumlu bir katkı sağlamıştır. Roma İmparatoru Constantine’in Hristiyanlığa dönüşünü ve Roma’daki pagan inançların bu süreçteki etkilerini ele alan ve özellikle Constantine’nin dine olan bakış açısının ve Roma’nın Hristiyanlığa geçiş sürecinin detaylı analizini yapan Alföldi, 1948 yılında yayınlanan “The Conversion of Constantine and Pagan Rome” adlı yayınında oldukça faydalı bilgiler vermektedir. Bu yayının yorumlama ve dönemlerin karşılaştırılması açısından makalenin yaklaşımında etkileri söz konusudur. 1978 yılında Gussone tarafından yazılan “Thron und Inthronisation des Papstes von den Anfängen bis zum 12. Jahrhundert” adlı yayın, Papa’nın tahta çıkış törenlerinin 12. yüzyıla kadar olan sürecini değerlendiren bir çalışma olması bakımından teorik olarak katkı sağlamış bir araştırmadır. 1987 yılında Baldovin tarafından hazırlanan “The Urban Character of Christian Worship: The Origins, Development, and Meaning of Stational Liturgy” adlı kaynak ise Hristiyanlıkta litürjinin gelişimini ve bu ibadetlerin şehir yaşamındaki yansımalarını araştırır. Erken Hristiyanlık dönemi boyunca gelişen şehir temelli ibadetlerin kökenlerini incelemesi bakımından oldukça faydalı olan yayın literatüre farklı bir yaklaşım kazandırmıştır. Bezdek tarafından hazırlanan “Bischofsstab und Zepter, Kathedra und Herrscherthron. Ein Vergleich ausgewählter geistlicher und weltlicher Zeichen der Herrschaft” yönetimin dini sembollerinin görsel yansımalarını karşılaştırarak imparatorluk tahtını kavramsal bakımdan ele alması açısından değerlendirme sürecinde katkı sağlamıştır. 2016 yılında Greenall tarafından hazırlanan “Acting Virtuously: Ceremonial Displays of Imperial Virtue in Byzantium” adlı yayın ise Bizans imparatorlarının özellikle gerçekleştirilen törenler aracılığıyla kendilerine yükledikleri erdemleri halka nasıl sergilediğine dair ve imparatorluk erdemlerinin halk önünde aktarımına dair yapılan faydalı bir yayın olmuştur. 2016 yılında Becker’in “Dieu et le Couronnement des Empereurs Protobyzantins” adlı makalesi, Erken Bizans İmparatorluğu’nda (4.-7. yüzyıllar) imparatorların tahta çıkış ve taç takma ritüellerinde Tanrı’nın rolünü ele alır. Makale, Bizans’ın teokratik yapısını ve imparatorların ilahi meşruiyet iddialarını inceler. Özellikle taç törenlerinin sembolizmi, dini ritüellerle olan bağlantısı ve kilisenin bu süreçteki etkisi tartışılır.

Yöntem

Bu araştırmada, Bizans İmparatorluğu’nda; imparatorluk, kilise ve ordu arasındaki ilişkilerin törensel ve sembolik yönlerini incelemek için tarihsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle kaynakçada verilen literatüre ek olarak Bizans dönemine ait yazılı belgeler, tarihi kayıtlar ve litürji metinleri incelenmiş, bunların yanı sıra mimari yapıların ve arkeolojik bulguların görsel ve fiziksel incelemeleri yapılmıştır. Ayrıca Bizans imparatorluk törenlerine dair yazılı kaynaklar ve bu törenlerin düzenlendiği yapılar arasında kurulan ilişkiler incelenerek, dini ve askeri otoritenin törensel gücü nasıl şekillendirdiği ortaya konulmuştur. Törenlerde kullanılan semboller ve uygulanan ritüeller, imparatorun ilahi ve siyasi gücünü pekiştiren unsurlar olarak değerlendirilmiş, kilisenin imparatorluk üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma, literatür taraması ve nitel analiz teknikleri ile yürütülmüş olup, Bizans’ın teokratik yapısındaki değişimlerin tören ve sembolizm üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Bulgular ve Tartışma

Erken Bizans Dönemi’nde imparatorluk gücü, toplumsal yapının her katmanında hissedilen bir güçtür. Bu dönemde imparator, yalnızca siyasi bir lider değil, aynı zamanda toplumun ahlaki ve dini rehberi olarak

görülmüştür. Toplumun çeşitli kesimleri imparatorun koruyuculuğu altında şekillenmiş, özellikle de vatan-daşlık hakları, ticaret yolları ve askeri düzenlemeler konusunda imparatorluk gücüne güvenilmiştir. İmparatorların halk önündeki erdemli ve dindar görüntüsü, imparatorluğun gücünü pekiştirmek için kullanılan bir propaganda aracı olmuştur. Ayrıca, imparatorluğun yaydığı refah ve güvenlik, Roma toplumunda derin sosyal değişimlere yol açmış, sınıflar arası hareketliliği kolaylaştırmıştır.

Bizans İmparatorluğu'nda imparatorların taç törenleri hem askeri hem de dini otoritelerin desteğiyle gerçekleşmiştir. 4. yüzyıldan itibaren, askeri liderlerin desteği, bir imparatorun meşruiyetini sağlamada kritik bir rol oynamıştır. Ancak 5. yüzyıla doğru kilisenin etkisinin artmasıyla taç törenleri dini bir boyut kazanmıştır. Ayasofya Kilisesi'nde gerçekleştirilen taç törenlerinde, imparatorun ilahi olarak seçilmiş bir lider olduğu vurgulanarak hem kilisenin hem de ordunun desteği ön plana çıkarılmıştır. Kilise ve ordu arasındaki bu denge, Bizans siyasi yaşamının temel taşlarından biri olmuştur.

Bizans İmparatorluğu'nda dini gücün mimaride sembolizmi, özellikle büyük kiliselerin ve kutsal alanların yapısında gözlemlenebilir. Ayasofya Kilisesi, bu sembolizmin en önemli örneğidir (Pavlos, 2015). Hem imparatorluk hem de kilise için bir güç merkezi olan bu yapı, mimari tasarımıyla ilahi gücü ve imparatorun Tanrı tarafından seçildiği düşüncesini yansıtır. Kiliselerin kubbeleri, yüksekliği ve ihtişamı, cennetin yer-yüzündeki temsili olarak görülmüştür. Bu yapılar, hem halk hem de yöneticiler için dini ve siyasi gücün bir sembolü olmuştur. Bu sembolizm ayin ve törenlerde kullanılan birçok litürjik eser ya da mimari düzenlemelere de yansımıştır.

Erken İmparatorluk Gücünün Toplumsal Yansımaları

Hristiyanlığın zor dönemler geçirdiği ve yoğun baskı altında güçlenme çabalarını sürdürdüğü 2. yüzyılda Aziz Paulus (muhtemelen 53-57 yılları arasında yaptığı 3. yolculuğunda) ve Azize Thekla Antakya'ya gittiğinde, imparatorluk gücünün halk arasında temsiline yapılan bir saygısızlık Azize Thekla'nın ölümüne sebep olmuştur (Pick, 1909, s. 24-25). İmparator kültü rahibi ve aynı zamanda tiyatrodaki gerçekleşen vahşi hayvan oyunlarının da yürütücüsü olan Alexander'ın Azize Thekla'ya sözlü tacizi sonucunda tartışma çıkmıştır. Bu tartışmada Azize Thekla, Alexander'ın başında taşıdığı ve Caesar'ın figürü bulunan altın tacı yere atmasıyla birlikte imparatorluğun güç simgesine yaptığı saygısızlıktan (Thekla Sacrilegium) dolayı ölüme mahkûm edilmiştir (Price, 1984, s. 170). Thekla'nın ölümüyle ilgili farklı anlatımlar söz konusudur. Ancak bu olayda konumuz açısından değerlendirilmesi gereken durum, Geç Antik Çağ'da imparatorluğun ve gücün simgesel temsilcisi olan hiçbir görevlinin sembolik unsurlara bile olsa saygısızlığa asla müsamaha göstermedikleridir.

İmparatorun gücünü özellikle imparatorluk kültürünü, Roma erken imparatorluk döneminden 3. yüzyılın başlarına kadar halk içinde simgesel olarak temsil eden kişilerin ön planda olmasının toplumsal yansımaları Azize Thekla örneğinde olduğu gibi farklı olaylarla da görülebilir. Tabii ki bu güç (simgesel olarak bir taçla) sadece imparatorluk görevlilerine ya da tanınmış zengin aile üyelerine değil; dini anlamda imparatorluk kültürüne olan inancıyla ön plana çıkan ve halk nezdinde belirli bir saygı edinen inanç önderlerine de verilmiştir (Pleket, 1965, s. 338-341). İmparatorluğun toplumsal anlamda temsil ettiği güç ile Hristiyanlığın yani dolayısıyla kilisenin tanrısal sembolizmle temsil ettiği güç arasındaki menfi ilişkinin olumlu ve olumsuz yanları bakımından değerlendirilmesi gerekir. Siyasi-idari erkin dini sembolizme yaklaşan kutsal ritüel ve törenlerle gücünü beslemesi; kilisenin ise siyasi güçten beslenmesi karşılıklı çıkar ilişkisini de içinde barındırır. Bu iki farklı yaklaşımın bir araya gelerek tek bir güç haline dönüşmesi, imparatorluğun siyasi ve idari yönetimi rahat sürdürmesini sağlarken, kilisenin de toplum içinde yaydığı inançla birlikte hem siyasi ve dolaylı yoldan idari paye kazanmasını sağlamış hem de halk içinde saygın bir konuma erişmesine vesile olmuştur.

Bizans dünyasında her anlamda ön planda olan güç kavramının, imparatorlukta dini ve askeri güç olarak; kilise ve manastırlarda siyasi ve idari güç olarak; orduda ise dini ve idari güç olarak açığa çıkmasının toplumsal etkileri Bizans İmparatorluğu sınırlarında her alanda sembolik olarak izlenebilir. Örneğin, impero-

run kilisede dini törenle taç takması ve ordunun da bu safhada hizmet etmesi, siyasi idari gücü elinde tutan imparatorluğun dini gücü arkasına aldığı ve ordu gücünü de elinde tuttuğunun sembolik bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Dahası askeri güce sahip olan ordu Milvian Köprüsü'nde yaptığı savaşta, imparatorun isteğiyle dini bir sembol olan haçı kalkanlara çizerek siyasi-idari ve dini gücü bir araya getirerek sembolizmin gücünü kullanmıştır². Ekümenik (evrensel) konsillerin toplandığı ya da Geç Bizans Dönemi'nde imparatorluk törenlerinin yapıldığı bazı kiliselerde bir portatif kathedra bir de synthrononda yer alan kathedranın bulunması (Rose, 2017, s. 166) dini güce sahip olan kilisenin portatif bir kathedrayla imparatorluk ve dâhilindeki ordu gücünü de bünyesine dâhil etmesi sonucu halk nezdinde güç kazanarak sembolizmin kullanımına iyi bir gösterge olmuştur.

Bizans İmparatorluğu'nda Ordu-Kilise Desteğinde Taç Törenleri

Bizans tarihinde 5. yüzyıl sonlarından 6. yüzyıl başlarına kadar imparatorların tahta çıkışında en baskın rol orduya aittir. İmparatorun meşruiyetini sağlama konusunda ordu desteği önemli bir rol oynarken, taç takma seremonisi genellikle askeri bir tören niteliği taşımaktadır. Ordu komutanının askeri gücü temsilen sadakat yemini etmesi ve imparatora taç (Torque³) takması ise askeri gücün imparatorluk siyasetindeki belirleyici etkisini göstermektedir. İmparatorun güvenliğinin yanı sıra özellikle imparatorluk sarayının ve tahtın muhafızı olarak görev yapan Praetorian Muhafızları, dönemin politik olaylarında etkin bir rol oynamaktadır. Erken Bizans döneminde özellikle 4-5. yüzyıllarda Praetorian muhafızları, ordu iradesinde imparatora taç töreninde hükümdarlık sembollerinin (altın mühür, taç, mor giysi ve pelerin, imparatorluk arması, Labarum gibi) ve imparator tacını giydirmekle askeri gücü ve imparatora bağlılığını göstermektedir (Kalavrezou, 1991a, s. 533).

İmparatorluk için önemli törenlerden biri olan taç töreni, 361 yılında askerin taktığı taçla imparator olan Iulianus'tan 5. yüzyıla kadar imparatorluk ordusunun iradesinde sürdürülmüştür. Ordu elinden taç takılması geleneği ve dolayısıyla taç törenlerindeki askeri kimliğin yansımaları yaklaşık 6. yüzyılın başlarına kadar sürmüştür. Ancak 5. yüzyılda Constantinopolis patriğinin imparator nişanını (mor kurdele) kutsamasıyla birlikte başlayan taç giydirmede kilisenin baskın rolü 400 yılından 1000 yılına kadar sürmüştür. 6. yüzyılda Iustinianus'la birlikte Bizans'ın politik yapısında görülen değişimlerle, daha önceleri Hebdomon (Bakırköy)'da yapılan taç törenleri Hippodrom'da yapılmaya başlanmıştır (Kalavrezou, 1991a, s. 533; Garland, 1999; Barker, 1966; Walker, 2012; Angelov, 2006, s. 117-133; Fasolt, 2002).

Özellikle I. Iustinianus Dönemi ve sonrasında yaşanan değişimlerle birlikte Ayasofya'nın 6. yüzyılda ihtisamlı bir kilise olarak inşa edilmesi; tören, ayin ve litürjide imparatorluğun etkisini arttırmıştır. İmparatorluk sarayı ile kilisenin bağlantılı olması, ayinlerin imparatorluk iradesinde sürdürülmesini kolaylaştırmış ve karşılıklı güç dengesini sağlamıştır. Yeni imparatorun taç töreni de kilisede dini lider (patrik-piskopos) önderliğinde imparatorluk iradesiyle sürdürülmektedir. İmparatora patriğin taç takması, dini sembolizm içermekte ve imparatorun tanrı tarafından seçilmiş kutsal bir yönetici olduğunu vurgulayarak hem dini hem de idari gücün imparatora yüklenmesi anlamına gelmektedir. Bu noktada tanrının yeryüzündeki temsilcisi imparator, bu sembolizmin aracısı ise yine kilisede ayinlerde kathedrada tanrıyı temsilen oturan patrik ya da piskopostur.

2 Konu hakkında detay için bkz. (Odahl, 2010; Caesarea, 2013; Alfoldi, 1948).

3 Torque, Roma İmparatorluğu ve antik dünyada önemli bir sembol ve aksesuardır. Bu obje, genellikle bir tür kolye ya da boyun halkası olarak kullanılmış hem askeri başarıların hem de sosyal statünün bir işareti olarak anlam taşımıştır. Roma İmparatorluğu'nda, özellikle lejyonerlere veya kahramanlık gösteren askerlere bir tür madalya olarak verilmiştir. Roma İmparatorluğu Torque kullanımında Cermen ve Kelt kültürlerinden etkilenmiştir. Özellikle Galyalı savaşçılar, kendilerine has büyük ve gösterişli torque'ler kullanmıştır. Bu kullanım, Romalıların ilgisini çekmiş ve Roma kültürüne de uyarlanmıştır. Torque, genellikle liderlik, güç ve zenginliğin bir sembolüdür. Roma toplumunda, bu aksesuar aynı zamanda askeri veya idari başarıları vurgular. Torque hakkında daha detaylı bilgi için bkz: (Ross, 1967; MacGregor, 1976; Stead, 1985; Megaw ve Megaw, 1989; Green, 1992)

II. Constans'a 641 yılında Ayasofya'nın ambonunda patriğin elinden taç takılırken; VI. Constantin, Ayasofya ile Hippodrom arasında 776 yılında yapılan törende yardımcı imparator olarak taç takmıştır (Jenkins, 1987, s. 7-34; Greenall, 2016; Kaldellis, 2015; Smyrlis, 2017). Patriğin imparatora ambonda taç takması halk tarafından kutlanır, imparatorun tahta çıkmasının ardından proskynesis⁴ gerçekleşir ve imparatorun göğsünün, ellerinin ve ayaklarının öpülmesiyle birlikte imparator ilan edilir. Taç töreninin ardından litürjik geleneklerle sürdürülen Eukharistia ayini başlar.

Bizans İmparatorluğu'nda Dini Gücün Mimari Sembolizmi

Bizans tarihinde Hristiyanlıkta orationun⁵ ve Hristiyanlığın törensel boyutunun 313 yılındaki Milano Fermanıyla değişmesinin ardından, Hristiyanlığın 230 civarına atfedilen Didascalia Apostolorum'da vurgulanan kurallar ayinlerde yerleşik hale gelmeye başlamıştır (Funk, 1891, s. 28). Hristiyanlığın Constantin Dönemi'nde serbest hale gelmesi ve cemaat üyelerinin artışıyla birlikte ayin düzeninde hızlı bir biçimlenme gerçekleşmiştir. Bizans teokrasisinde daha belirgin değişimlerin yaşandığı bu dönemde kilisenin güçlenmeye başlaması ve imparatorluk tarafından kilisenin varlığının kabul edilmesi, kilise litürjisinde ve ayinlerde etkili olmakla birlikte imparatorluk törenlerinin de kiliseye kaymasını sağlamıştır.

Erken Hristiyanlık Dönemi'ndeki ayinlerin, Geç Bizans Dönemi'nde yapılan ayinlerden farklılıkları vardır. Erken Hristiyanlıkta 5. yüzyıla kadar ayin kavramının anlamsal karşılığında dahi farklı imalar bulunmaktadır. Ayin kavramsal olarak 5. yüzyıl itibarıyla kilise gibi kapalı mekânlarda değil; açık alanda yapılan tören alaylarını ifade etmek için kullanılmaktadır (Baldovin, 1987, s. 207). Ancak kiliselerin güçlenmesiyle birlikte tören alaylarının da düzeninde değişiklik olmuş ve kiliselerde düzenlenmesiyle birlikte ilahi bir gücü simgeleyen katedraller imparatorlar tarafından da kullanılmaya başlanan bir güç unsuru olmuştur (Rose, 2017, s. 166).

Bizans litürji tarihi bakımından İmparator I. Iustinianus'un altın çağı (527-565), dindarlıkta ve dini litürjide derin bir değişim dönemi olarak nitelendirilebilecek dönüm noktası olmuştur (Taft, 1980, s. 46). Iustinianus Dönemi'nde ciddi toplumsal bir hareket halini alan Nika İsyanı (532), kilise-imparatorluk birlikteliği ile halk arasında baskın güç savaşına dönüşmüştür. İmparatorluğu destekleyen ordu ve kilise birliği ile isyanın bastırılmasıyla Ayasofya Kilisesi'nin inşasıyla dini güç ile siyasi güç birleşmiştir. Dolayısıyla halk bu gücü kabullenerek dini-siyasi idarenin baskısıyla yönetimi kabullenmek zorunda kalmıştır.

6. yüzyılda imparatorluk nezdinde Constantinopolis Ayasofya Kilisesi'nin inşası, dini törenlerin çok daha ihtişamlı yapılmasını ve emperyal hale gelmesini sağlamıştır (Peschlow, 1977, s. 24-25; Mathews, 1982, s. 126; Wybrew, 2013, s. 73). Bu aşamada mimari düzenlemenin litürjik güç için göz alıcı düzenlemelere sahip olması etkileyici bir yöntem olmuştur. Ancak 6. ve 7. yüzyıllarda Constantinopolis'te ayinlerin sık sık yapılmasına rağmen daha sonrasında sadece önemli olaylarda ihtişamlı ayin ve törenler yapılmıştır (Taft ve Kazhdan, 1991a, s. 1240). İkonoklast Dönem (726-843) tartışmalarında manastırlar imparatorluğu destekler görüşte durdukları için 843 yılından sonra manastırların ve keşişlerin etkisi yükselişe geçmiş ve manastır yönetimi piskoposluklardan bağımsız hareket edebilir hale gelmişlerdir (Marinis, 2023, s. 398).

İmparator VII. Constantin Porphyrogenitos, imparatorluk nezdinde yapılan tüm törenlerin kayda alınması için 913-959 yıllarını ele alan iki ciltlik "Törenler Kitabı" hazırlatmıştır (Oconnel, 1943). Bu kitap yapılan törenlerin düzenine dair birtakım bilgiler içermektedir. İmparatorluğun bu konuya eğilerek bir kitap hazırlatması ve törenleri kayıt altına alması, imparatorluk gücünün fiilen baskın rol oynadığını göstermektedir. Erken Hristiyanlık itibarıyla şekillenmeye başlayan ayin kuralları 10. yüzyıla kadar geleneksel olarak yerleşmiş ve imparatorluk üzerinde dini bir otorite de kurulmuş durumdadır. Özellikle katedrallerin impara-

4 Proskynesis: Taç giyme töreninde imparatorun göğsünün, ellerinin ve ayaklarının öpülmesi ya da eğilme, diz çökme ve yere kapanma hareketini ifade eder. Özellikle Doğu Ortodoks Kilisesi geleneğinde litürjik ve kutsal eşyalar ile ikonalar önündeki saygı ile eğilmeyi de ifade etmektedir.

5 Oratio: ibadet.

torluk tahtına göre daha ön plana çıkmış olmasının yanı sıra kilise ve manastırların arka planda süregelen baskın gücü, siyasi yönetimde ve halk arasında alışlagelmiş bir düzene dönüşmüştür. Litürjinin törenlerde yerleşik bir yapı kazandığı zamandan İkonoklast Dönem'e kadar geçen süreçte, imparatorun gücüne ve piskoposluğun otoritesine katkı sağlayan tüm sembolik düzenlemeler ve ihtişamlı törenler; dini otoriteyi ve imparatorun devamlılığını sağlamaya yönelik çalışmalarla birlikte varlığını göstermeye devam etmiştir. Özellikle imparatorluğun başkenti Constantinopolis'te varlığını gösteren kilise ve manastırların litürjik düzenlemeleri, imparatorluk törenlerinin yanı sıra imparatorluk sınırlarındaki kiliselerde de etkilerini göstermeye devam etmiştir. Dini otorite ile imparatorluk gücünün tek merkezde bir arada olduğunu kanıtlayan çeşitli uygulamalar söz konusudur. Özellikle gücü temsil eden kathedranın kilisede iki adet olması, Geç Bizans Dönemi'nde törenlerde ve dini ayinlerde ön plana çıkan bir uygulamadır. Dahası imparatorluk törenlerinde iki portatif, iki sabit düzenlenen dört ayrı kathedranın kullanıldığı zamanlar dahi söz konusu olmuştur (Rose, 2017, s. 166).

Portatif katedralardan birisi apsiste bulunan sabit kathedranın yanında yer alırken, diğer portatif kathedra ise nartekste veya vaftizhanede kullanılmaktadır. Nartekste yer alan kathedra, törendeki sırasını bekleyen rahip, piskopos ya da imparator tarafından kullanılmaktadır. Portatif kathedra gerektiği durumlarda ise vaftizhaneye taşınarak vaftiz törenlerinde de kullanılmıştır. Kiliselerde iki ya da daha fazla kathedranın varlığına dayanarak, dini ve idari gücün temsilcileri için düzenlenen kutsal alana yerleştirilen mimari unsurlar yönetimin törensel güç ile yaptığı iş birliğini sembolik olarak göstermektedir. Bu durumda, imparatorun kendisi için hazırlanan portatif kathedrada oturması ile piskoposun sabit kathedrada oturması güç birliğinin sembolik bir temsili olmuştur. Başkent Constantinopolis'te litürjik uygulamalar hakkında bilgi veren Pseudo-Kodinos'a göre, imparatorluk törenleri ve dini ayinler Blakhernai Sarayı'nda bulunan kilisede, patrik ile diakonların eşliğinde ve imparatorun önderliğinde yapılmaktaydı (Verpeaux, 1966, s. 238). 11. yüzyıldan 13. yüzyıla kadar dini güç üzerinde otoriteye sahip imparatorlar sebebiyle, imparatorluk törenleri ve önemli dini ayinler imparatorluk sarayındaki kilisede yapılmıştır (Verpeaux, 1966, s. 238). Kutsal emanetlerin ve değerli litürjik öğelerin saray skeuophlakionunda korunması ve saraydaki kilisede sergilenerek tören alayına başlanması, idari gücün siyasi ve dini otoritesinin gücünü göstermektedir⁶. Törenlerde özellikle ihtiyaç halinde kullanılan portatif katedraların günümüze ulaşan az sayıda örneği vardır. Ancak imparator tarafından kullanımına dair doğrudan bilgi veren kaynak olmamasına rağmen yazılı metinlerden çıkarım yapılabilir. İmparatorun yönettiği Augustus taç töreninde, imparatorun apsisin batısında bir tahtta oturduğu sırada patrik ve diğer görevlilerin apsis arkasındaki gizli bölümlerden taç ve cübbe gibi diğer eşyaları alarak taç töreninin sürdürüldüğü bilinmektedir (Constantinus VII Porphyrogennetos, 1829, s. 207-8). Patrik ve diakonlara yapacakları işler için başıyla onay veren imparatorun hem din adamlarını hem de tören alanını rahatça görebilecek bir konumda oturduğu ve bu konumun da portatif bir kathedrayla sağlanabileceği anlaşılmaktadır.

Ayin ve törenlerde siyasi-idari yönetimin sembolik gücünün yanı sıra, dini hiyerarşide de çeşitli dönemlerde güç anlaşmazlıkları olmuştur. Yönetim, dini veya idari olsun, dönem dönem çeşitli tartışmalara ve anlaşmazlıklara konu olmuştur. İmparatorluk törenlerine katılımda ya da imparatorluk katılımıyla yapılan ayinlerde hiyerarşik düzenin gözetildiği aşikârdır. Din adamları arasında gözetilen hiyerarşik düzen çoğu zaman uygulanmış ve cemaat içinde bu duruma saygı duyulmuştur. Dini hiyerarşide rütbeli din adamları tören alayında daha arka sırada yer almaktadır. Dolayısıyla imparatorun kilise ya da saray kilisesindeki tören alanına en son gelmesi olağan ve geleneksel bir kuraldır. Ancak ayinlerde farklı bir düzen daha gözetilmektedir ki, o da rütbeli din adamı sembolik gücü de temsil eden cübbesini giyerek en önde yürümeye başlarsa hiyerarşik düzen değişir. Bu düzende alay dizilimi rütbeliden rütbesize doğru sıralanmaya başlar (Fortescue, 1917, s. 31; Callewaert, 1934, s. 3). Dolayısıyla tören ya da ayin alayında dahi sembolizmin gücü yansıtması takip edilebilir. Dini sembolizmde gücün ve hâkimiyetin en belirgin simgesi kathedradır. İmparatorun yönetim gücünü sarayda pekiştiren taht, piskoposun dini gücünü kilisede pekiştiren kathedra olarak değerlendirilebilir. Kathedra piskoposlar için oldukça önemli olduğundan dolayı anlaşmazlıkların

6 İmparatorluk sarayındaki kutsal emanetler ve saray törenleri hakkında bkz: (Klein, 2006, s. 79-99).

çıkması ve çeşitli tartışmaların yaşanması kaçınılmaz olmuştur⁷. Kiliselerde tanrısal hâkimiyetin simgesi olan ve ilahi gücü temsil eden kathedra, piskoposun toplum içindeki yönetim gücünü yansıtmaya önceliğiyle litürjik bir öge olarak varlığını 14. yüzyıla kadar devam ettirmiştir (Gussone, 1978, s. 138; Bezdek, 2013, s. 82). Dolayısıyla Bizans imparatorluğunda yönetimin törensel ve idari gücü çoğunlukla kathedra etrafında gelişen bir düzende görülmektedir. 980’li yıllarda Piskopos Willigis (Mainz Piskoposu) ve Piskopos Osdag (Hildesheim piskoposu) arasında yaşanan bir olayda Piskopos Osdag kendi kilisesinde yapılacak törende yönetim hakkını savunabilmek için portatif kathedrayı altın yanına kurdurmuş ve Piskopos Willigis’i saf dışı bırakarak törendeki ağırlığını korumuştur (Gehle, 1866, s. 19). Kathedranın sembolik anlamıyla yüklendiği gücün sayesinde piskoposun kendi makamını ve yönetme gücünü koruma girişimi yönetimin törensel güce verdiği önemi göstermektedir.

Hristiyanlık tarihinin önemli dönüm noktalarının yaşandığı konsillerin imparator yönetiminde kiliselerde toplanması, inanç merkezi olan kiliselerin dini güç yanında idari gücü de bünyesinde ağırlaması anlamına gelmiştir. Bu durum da kiliselere ve dolaylı olarak da dini liderlere itibari bir güç kazandırmıştır.

Sonuç

Bulgulardan Hristiyanlığın törensel boyutu, 313 yılındaki Milano Fermanı’nın ardından değişmeye başlamıştır. Bu değişim, Hristiyanlıkta 230 yılı civarında yazıldığı düşünülen “Didascalia Apostolorum” adlı metinde yer alan kuralların ayinlerde yerleşik hale gelmesiyle daha da pekişmiştir. Constantin Dönemi’nde Hristiyanlığın serbest din olması ve cemaat üyelerinin artmasıyla birlikte ayin düzeninde hızlı bir biçimlenme yaşanmış ve sürecin işleyişine göre kurallar şekillenmeye başlamış olmalıdır. Bu dönemde Bizans teokrasisinde ve yönetimde Hristiyanlığın ve dolayısıyla kilisenin güçlenmesi ve imparatorluğun kiliseyi muhatap kabul etmesi, kilise litürjisi ve ayinlerin ön plana çıkmasının yanı sıra imparatorluk törenlerinin de kiliseye kaymasını sağlamıştır.

Bizans İmparatorluğu’nda ordu, imparatorların tahta çıkmasında belirleyici bir güçtür. İmparatorluk meşruiyeti ordunun desteği ile sağlanırken, taç törenleri askeri nitelik taşır ve ordu komutanının imparatora sadakat yemini etmesi ve taç takmasıyla gerçekleşirdi. Ayrıca, Praetorian Muhafızları gibi diğer saray muhafızları politik olaylarda etkin bir rol oynamıştır. Taç törenlerinin ordu desteğiyle 361 yılında başlaması ve bu etkin gücün 5. yüzyıla kadar devam ederek ordu tarafından gerçekleştirilmesi askeri ve siyasi ilişkinin hangi bağlamda geliştiğini göstermektedir. Ancak 5. yüzyılda kilisenin etkisinin artmasıyla taç törenlerinde imparatorun ilahi gücün desteğiyle yönetime geçmesi daha ön plana çıkan bir tercih olmuştur. Ayrıca, 6. yüzyılda, Bizans’ın politik yapısındaki değişikliklerle daha önceleri ordugâhın da bulunduğu Hebdomon (Bakırköy)’da yapılan taç törenleri Hipodromda yapılmaya başlanmıştır.

Bizans İmparatorluğu’nda Iustinianus Dönemi ve sonrasında yaşanan değişimlerle birlikte Ayasofya’nın 6. yüzyılda ihtişamlı bir kilise olarak inşa edilmesi tören, ayin ve litürjide imparatorluğun etkisini güçlendirmiştir. İmparatorluk sarayı ile kilisenin doğrudan bağlantılı olması, ayinlerin imparatorluk iradesinde gerçekleştirilmesini sağlarken imparatorluğun ilahi gücünü de pekiştirmiştir. Yeni imparatorun taç töreni ve ihtişamlı kutlamaların kilisede patrik ya da piskopos gibi bir dini lider önderliğinde imparatorluk iradesiyle sürdürülmesi dini ve siyasi etkiyi besleyerek halk nezdinde her iki tarafın da güçlü görünmesine hizmet etmiştir. İmparatorluğun önemli törenlerinden biri olan taç töreni, 361 yılında ordunun imparator olan Iulianus’tan 5. yüzyıla kadar imparatorluk ordusunun nezdinde yapılması askeri iradenin siyasi ve idari yönetimde daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Erken imparatorluk döneminden süregelen ve ordu tarafından takılan Torque, Roma imparatorluğundaki geleneksel varlığını sürdürerek yaklaşık 6. yüzyılın başlarına kadar askeri kimliğin ön planda olmasını sağlamıştır. Ancak 5. yüzyılda İstanbul patriğinin imparator nişanını kutsamasıyla birlikte taç töreninde kilisenin etkisi zamanla baskın bir rol oynamıştır.

⁷ Konstantinopolis Ayasofya Kilisesi’nde yapılacak ayinde, kilisenin piskoposu patriğin halefi synkellos’a hiyerarşik olarak rütbesine uygun yer vermediği için anlaşmazlık çıkmıştır. Detaylı bilgi için bkz. (Skylitzes, 2011, s. 355).

İmparatorluk sarayıyla kilise arasındaki bağlantı, ayinlerin imparatorluk iradesiyle uyum içinde yürütülmesine ve karşılıklı güç dengesinin sağlanmasına olanak tanır. Yeni imparatorun taç töreni, kilisede dini lider eşliğinde gerçekleştirilir ve patriğin imparatora taç takması, imparatorun tanrısal güce sahip olduğunu vurgular. İmparator, tanrı temsilcisi olarak kabul edilirken, patrik veya piskopos da kathedrada oturan bir lider olarak kilisede İsa'yı yani ilahi gücü temsil eder.

Bizans imparatorluğunda kiliselerin siyasi anlamda da güçlenmesiyle birlikte törenlerin düzeninde değişiklikler olmuş ve imparatorluk törenlerinin kiliselerde düzenlenmesiyle birlikte ilahi bir gücü simgeleyen katedraller, imparatorlar tarafından da kullanılan bir güç unsuru haline gelmiştir. Bizans İmparatoru II. Konstantin'e Ayasofya Kilisesi ambonunda ilahi gücü temsil eden patriğin elinden; VI. Konstantin'e ise, Hipodrom ile Ayasofya kilisesi arasında yapılan törende yardımcı imparator sıfatıyla kutsanmış bir taç takılmıştır. Patrik tarafından imparatora ambonda taç takılması halk tarafından kutlanarak imparatorun tahta geçmesiyle birlikte proskynesis gerçekleştirilir. Proskynesisin ardından litürjik geleneklere göre olağan düzeninde devam eden eukharistia ayini başlar. Dolayısıyla tören ve ayinlerde, ilahi güç ile idari gücün birlikteliğini ve yönetimde etkin güç olma düzeninin işleyişi anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, Bizans İmparatorluğu'nda, imparatorluk gücü ve dini otorite birbirini destekleyen iki önemli unsur olmuştur. İmparatora taç takma törenleri kilisede yapılmış ve bu törenler hem siyasi hem de dini bir meşruiyet sağlamıştır. İmparatorun kilisede taç takması, onun Tanrı tarafından seçilmiş bir lider olduğu inancını pekiştirmiştir. Siyasi ve dini otoritenin sembolleri (taç, kathedra vb.) önemli rol oynamıştır. Özellikle kathedra, hem imparator hem de dini liderler için gücün ve otoritenin simgesi olarak kabul edilmiştir. Bu semboller, törenlerde ve ayinlerde sıkça kullanılarak gücün görünür kılınmasını sağlamıştır. Bizans İmparatorluğu'nda ordu ve kilisenin yakın ilişkisi, imparatorun meşruiyetini pekiştiren bir diğer önemli faktördür. Ordunun dini sembolleri (haç gibi) kullanması, imparatorun gücünü halk nezdinde daha kabul edilebilir hale getirmiştir. Kiliselerin mimari düzenleri, dini törenlerin ihtişamını artırmış ve imparatorluk gücünü desteklemiştir. Özellikle Ayasofya gibi büyük yapılar, imparatorluğun hem dini hem de siyasi gücünün sembolü olarak kullanılmıştır. Törenlerdeki kathedra kullanımı, dini ve idari gücün birlikteliğini sembolize etmiştir. Geç Bizans Dönemi'nde kilise-devlet ilişkileri açısından, kilise ve imparatorluk, karşılıklı bir çıkar ilişkisi içinde olmuş, kilise siyasi gücü desteklemiş ve karşılığında imparatorluktan güç kazanmıştır. Bu ilişki, konsiller ve diğer dini törenler aracılığıyla güçlendirilmiştir.

Kaynakça

- Alfoldi, A. (1948). *The conversion of Constantine and pagan Rome*. Oxford: Clarendon Press.
- Angelov, D. (2006). *Imperial ideology and political thought in Byzantium, 1204–1330*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baldovin, J. F. (1987). *The urban character of Christian worship: The origins, development, and meaning of stationary liturgy*. Roma: Institutum Studiorum Orientalium.
- Barker, J. W. (1966). *Justinian and the later Roman Empire*. London: The University of Wisconsin Press.
- Becker, A. (2016). *Dieu et le couronnement des empereurs protobyzantins*. In M.-F. Baslez ve Ch.-G. Schwentzel (Ed.), *Les dieux et le pouvoir. Aux origines de la théocratie* (s. 35-50). Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Bezdek, S. (2013). *Bischofsstab und zepter, kathedra und herrscherthron. Ein vergleich ausgewählter geistlicher und weltlicher zeichen der herrschaft*. (Doktora tezi) Viyana Üni. veri tabanından erişildi (<https://phaidra.univie.ac.at/detail/o:1295370>)
- Callewaert, C. (1934). *Caeremoniale in Missa privata et solemnii aliisque frequentioribus functionibus liturgicis servandum*. Bruges: Beyaert Publication.
- Constantinus VII Porphyrogenetos. (1829). *De Ceremoniis Aulae Byzantinae: Christum amantis et in eodem Christo aeterno regis imperatoris filii Leonis sapientissimi et perpetua memoria celebrandi imperatoris syntagma et imperatoria industria vere dignum opus*. (Ed. J. J. Reiske). Bonnae: Impensis Ed. Weberi.
- Eusebius of Caesarea. (2013). *The life of Constantine: Vita Constantini*. Cambridge: Create Space Independent Publishing Platform.
- Fasolt, C. (2002). *Council and hierarchy: the political thought of William Durant the Younger*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fortescue, A. (1917). *The ceremonies of the Roman rite described*. London: Burns Oates and Washbourne.
- Funk, F. X. (1891). *Die apostolischen Konstitutionen*. Rottenburg: Rottenburg A.N.
- Garland, L. (1999). *Byzantine empresses: women and power in Byzantium AD 527-1204*. London: Routledge.
- Gehle, F. (1866). *De S. Bernwardi, episcopi hildesheimensis, vita et rebus gestis*. Bonnae: Alma Universitate Litterarum Fridericia.
- Green, M. J. (1992). *Dictionary of Celtic myth and legend*. London: Thames and Hudson.
- Greenall, J. (2016). *Acting virtuously: ceremonial displays of imperial virtue in Byzantium*. Thompson Rivers University.
- Gussone, N. (1978). *Thron und inthronisation des papstes von den Anfängen bis zum 12. Jahrhundert*. Bonn.
- Jenkins, R. J. (1987). *Byzantium: The imperial centuries, AD 610-1071*. Canada: University of Toronto Press.
- Kalavrezou, I. (1991a). Coronation. *The Oxford Dictionary of Byzantium* (Cilt 1). New York: Oxford University Press.
- Kaldellis, A. (2015). *The Byzantine republic: people and power in New Rome*. Cambridge: Harvard University Press.
- Klein, H. A. (2006). Sacred relics and imperial ceremonies at the Great Palace of Constantinople. (F. A. Bauer, Dü.) *Byzas*, 5, 79-99.
- MacGregor, M. (1976). *Early Celtic art in North Britain*. Leicester: Leicester University Press.
- Marinis, V. (2023). Litürjik alanı tanımlama. P. Stephenson (Ed.), *Bizans dünyası içinde* (s. 390-412). İstanbul: Alfa.
- Mathews, T. F. (1982). "Private" liturgy in Byzantine architecture: Toward a re-appraisal. *Cahiers Archéologiques*, 30, 125-138.
- Megaw, R., ve Megaw, V. (1989). *Celtic art: From its beginnings to the Book of Kells*. London: Thames and Hudson.
- Oconnel, L. J. (1943). *The book of ceremonies*. Milwaukee: The Bruce Publishing Company.
- Odahl, C. (2010). *Constantine and the christian empire*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Pavlos. (2015). *Ekphrasis of Hagia Sophia*. (Çev. G. Downey). New York: Academic Press.
- Peschlow, U. (1977). *Die Irenenkirche in Istanbul: untersuchungen zur architektur (Istanbuler Mitteilungen. Beihefte)*. Berlin: Verlag Wasmuth & Zohlen.
- Pleket, H. W. (1965). An aspect of the emperor cult: imperial mysteries. *The Harvard Theological Review*, 58 (4), 331-347.
- Pick, B. (1909). *The Apocryphal Acts of Paul, Peter, John, Andrew and Thomas*. Chicago: Open Court Publishing Co.
- Price, S. R. F. (1984). *Rituals and power: The Roman imperial cult in Asia Minor*. Cambridge University Press.
- Price, S. R. (2004). *Ritüel ve iktidar: Küçük Asya'da Roma imparatorluk kültü*. (T. Esin, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.

- Rose, J. R. (2017). *Descending from the throne: Byzantine bishops, ritual and spaces of authority*. California: University of California Riverside.
- Ross, A. (1967). *Pagan Celtic Britain: Studies in iconography and tradition*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Skylitzes, J. (2011). *A synopsis of Byzantine history, 811-1057*. (J. Wortley, Çev.) New York: Cambridge University Press.
- Smyrlis, K. (2017). Priesthood and empire: ecclesiastical wealth and privilege under the early Palaiologoi. (C. Gastgeber, E. Mitsiou, J. Preiser-Kapeller, ve V. Zervan, Ed.) içinde *The patriarchate of Constantinople in context and comparison* (s. 95-104). Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften.
- Stead, I. M. (1985). *The Battersea Shield*. London: British Museum Publications.
- Taft, R. F. (1980). The liturgy of the Great Church: an initial synthesis of structure and interpretation on the eve of Iconoclasm. *Dumbarton Oaks Papers*, 34-35, 45-75.
- Taft, R. F. ve Kazhdan, A. P. (1991a). Liturgy. *The Oxford Dictionary of Byzantium* (Cilt 2). New York: Oxford University Press.
- Verpeaux, J. (1966). *Pseudo-Kodinos traité des offices*. Paris: Du Centre National de la Recherche Scientifique.
- Walker, A. (2012). *The emperor and the world: exotic elements and the imaging of Middle Byzantine imperial power, ninth to thirteenth centuries C.E.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Wybrew, H. (2013). *The Orthodox liturgy: the development of the eucharistic liturgy in the Byzantine rite*. Great Britain: Society for Promoting Christian Knowledge (SPCK).

Extended Abstract

Purpose: The purpose of this study is to examine the evolution of imperial authority in the Byzantine Empire by focusing on coronation rituals as a reflection of shifting sources of legitimacy. Specifically, the study investigates the transition from a military-centered power structure, where the army held substantial sway over imperial rule, to a theocratic governance model. By analyzing key historical shifts, such as the influence of the Edict of Milan and the increasing integration of Christian elements into state functions, the study aims to highlight how religious endorsement became paramount to imperial legitimacy by the 6th century. Additionally, this research explores the symphonia, or harmonious relationship, established between church and state, as epitomized by the construction and ceremonial use of the Ayasofya. Through these lenses, the study elucidates how Byzantine emperors utilized both military and religious backing to bolster their authority, ultimately forging a legacy of combined sacred and secular power.

Design and Methodology: This study employs a historical-analytical methodology, drawing upon primary sources from the Byzantine era, including the Didascalia Apostolorum and other third to sixth-century texts. Through these sources, the research traces the integration of Christian influence into Byzantine political structures, with a particular focus on coronation rituals. Key events, such as Emperor Constantine's endorsement of Christianity and the construction of the Ayasofya under Emperor Justinian, serve as anchor points in this analysis. The study's approach also includes a comparative framework to analyze the shifting role of military and religious authorities. By comparing earlier coronation ceremonies in military settings with later rituals conducted within the Ayasofya, this research explores how the locus of imperial authority transitioned from military endorsement to ecclesiastical validation. This shift is examined by analyzing the evolving role of ecclesiastical figures like the Patriarch of Constantinople, whose crowning of emperors signified a symbolic transfer of legitimacy from the military to the church. Additionally, elements like the proskynesis and the inclusion of the Eucharist in coronation ceremonies are explored as reflections of the emperor's dual secular and divine roles. The methodology also integrates architectural and symbolic analyses, considering how monumental structures, particularly the Ayasofya, embodied the synthesis of church and state authority. By contextualizing the cathedra, or bishop's seat, as a dual symbol of spiritual and temporal power, this study seeks to underscore the ceremonial spaces where emperors were crowned as significant

markers of Byzantine political ideology. This historical analysis is complemented by secondary scholarly interpretations that frame Byzantine governance as a unique fusion of military prowess and theocratic legitimacy, capturing the interplay between ecclesiastical support and imperial stability over time.

Findings: The findings of this study reveal that Byzantine coronation rituals underwent a significant transformation, reflecting a shift in imperial legitimacy from military to religious endorsement. Initially, during the 4th and early 5th centuries, the army played a central role in establishing and sustaining imperial power, with generals often present at coronations to underscore the emperor's reliance on military backing. Coronations were frequently held in military settings, emphasizing the emperor's martial authority. However, this dynamic began to change as the Christian church gained prominence and began to influence the foundation of imperial power. By the 6th century, under Emperor Justinian, the church's role in legitimizing imperial authority had become indispensable. The Ayasofya's use as a site for coronations and other imperial ceremonies symbolized this new fusion of secular and divine power. The Patriarch of Constantinople's active role in crowning emperors marked a transition from military support to religious validation, with the patriarch's blessing underscoring the emperor's divinely sanctioned rule. This shift was further exemplified in the introduction of Christian symbols and rituals into the coronation process. Proskynesis, for instance, a gesture of reverence performed before the emperor, now took on a religious dimension, reinforcing the emperor's association with divine authority. The study also reveals that the symphonia, or harmonious relationship between church and state, became foundational to Byzantine governance. This balanced power dynamic allowed the church to exercise considerable influence over state affairs, while emperors benefited from the perceived divine endorsement of their rule. This evolving relationship between church and state not only redefined the Byzantine emperor's role as a quasi-divine figure but also solidified the church's influence within Byzantine society, extending beyond spiritual guidance to political authority. Ultimately, these findings highlight how Byzantine emperors harnessed both military and religious support to legitimize their rule, establishing a governance model that integrated the sacred with the secular.

Research Limitations: The study's reliance on historical texts presents limitations, primarily due to the potential biases in primary sources, especially those produced under Byzantine emperors' influence. Additionally, interpretations of symbolic acts and architectural elements, such as the role of the Ayasofya and coronation rituals, may be influenced by modern scholarly perspectives, which could introduce contemporary biases into historical analysis. Another limitation lies in the scope of comparative analysis, as the research focuses exclusively on Byzantine sources and does not incorporate extensive comparisons with other contemporary empires, such as the Roman or Persian Empires. This limits the understanding of broader influences on Byzantine coronation practices. Furthermore, due to the temporal gap, the study cannot account for unwritten or informal aspects of the coronation process that may have significantly influenced imperial legitimacy. Despite these constraints, the research provides valuable insights into the interplay between religious and military authority in Byzantine political life.

Implications: This study has significant implications for understanding the role of religious institutions in legitimizing political authority and shaping governance structures. By examining the Byzantine Empire's integration of church and state, this research contributes to a broader comprehension of how spiritual endorsement can influence, stabilize, and even redefine secular power. The Byzantine model exemplifies a unique historical case where religious validation became essential for imperial authority, a dynamic that resonates in various forms throughout history and in modern governance structures where religious and political alliances remain influential. The findings also underscore the importance of ceremonial spaces and symbols in constructing and reinforcing authority. The Ayasofya, as both a religious and political symbol, illustrates how architecture can serve as a powerful tool in conveying legitimacy. This insight has implications for the study of political authority in other historical contexts, suggesting that spaces where state and religious powers converge may play a crucial role in sustaining governance. Additionally, the Byzantine

symphonia model provides a framework for analyzing contemporary relationships between religious and political authorities. The research encourages a reevaluation of how modern states interact with religious institutions, particularly in contexts where religious endorsement is intertwined with political legitimacy. By illuminating how the Byzantine Empire utilized religious symbolism to strengthen imperial authority, this study offers a historical perspective that can inform current discussions on the role of religion in statecraft and the continuing impact of religious endorsement in governance structures.

Kıbrıs Meselesinin Karikatüre Yansımaları: Akşam ve Milliyet Gazetelerinin 1955 Yılı Karikatürlerinin Analizi

Samet KAVOĞLU¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 30.10.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 10.03.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Politik gündeme dair yorum ve analizlerin çizimler üzerinden yapıldığı bir mecra olan politik karikatüre, yazılı basında uzun yıllardır önem atfedilmekte ve çok sayıda gazetenin birinci sayfalarında yer ayrılmaktadır. Bu gücü nedeniyle literatürde de politik karikatür üzerine dikkate değer sayıda araştırma yapılmıştır. Fakat ilgili çalışmalar incelendiğinde araştırmaların ağırlıklı olarak iç politikaya odaklandığı görülmektedir. Millî meseleler olarak tanımlanabilecek dış politika konularını spesifik olarak inceleyen araştırma az sayıdadır. Kıbrıs sorununun resmî olarak Türkiye'nin öncelikli dış politika gündemlerinden biri olmaya başladığı 1955 yılına odaklanan bu çalışma, bulgularıyla alandaki ifade edilen boşluğu doldurma arayışındadır. Dönemin önde gelen gazeteleri Akşam ve Milliyet'in baş karikatüristleri Mustafa Eremektar ve Turhan Selçuk'un Kıbrıs konulu karikatürlerinin Rudolf Wittkower'in yorumlama yöntemiyle analiz edildiği çalışmada simge ve semboller üzerinden çok sayıda mesajlar verildiği tespit edilmiştir. Özellikle Yunanistan'ın dönemsel zayıflıklarının altı mizahı bir dille çizilmiş; Yunanistan'ın sonu kâbus olacak hayaller kurduğu vurgulanmıştır. Karikatüristlerin millî mesele olarak gördükleri Kıbrıs konusunda benzer bir duruş sergiledikleri ve millî kimliğin içeriği şekillendirdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Politik Karikatür, Kıbrıs, Dış Politika, Türkiye, Yunanistan.

¹ Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, samet.kavoglu@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1585-9881

Reflections of the Cyprus Issue on Caricature: Analysing the Caricatures of Akşam and Milliyet Newspapers in 1955

Abstract

Political caricature, a medium in which comments and analyses on the political agenda are made through drawings, has been attributed importance in the print media for many years and has been allocated space on the front pages of many newspapers. Due to this power, a considerable number of studies have been conducted on political cartoons in the literature. However, when the related studies are analysed, it is seen that the studies mainly focus on domestic politics. There are few studies that specifically examine foreign policy issues that can be defined as national issues. This study, which focuses on the year 1955, when the Cyprus problem officially became one of Turkey's prioritized foreign policy agendas, seeks to fill this gap in the field with its findings. Analyzing the Cyprus caricatures of Mustafa Eremektar and Turhan Selçuk, the chief caricaturists of the leading newspapers of the period, Akşam and Milliyet, using Rudolf Wittkower's interpretation method, the study reveals that many messages were conveyed through symbols and icons. In particular, Greece's periodical weaknesses were underlined with humour and it was emphasised that Greece was dreaming of a nightmare. It was determined that the caricaturists took a similar stance on Cyprus, which they regarded as a national issue, and that national identity shaped the content.

Keywords: Political Caricature, Cyprus, Foreign Policy, Turkey, Greece.

JEL Kodu: Z00

Giriş

Sayfalarca yazı, saatlerce konuşmayla anlatılabilecek konuları birkaç kalem darbesiyle küçük bir görsel içinde anlatmaya yarayan karikatürler, toplumsal sorunları mizah ve hiciv yoluyla kamuoyu gündemine taşıyabilme potansiyellerinin keşfedilmesiyle birlikte yazılı basında müstesna bir yer kazanmış; uzun yıllar gazetelerin ağırlıklı olarak ilk sayfalarında yer bulmuştur. Mizahın en saf ve yoğunlaşmış dışavurum biçimi olan karikatürler (Güneş, 2011, s. 323), gazetelerde yazılı ve görsel içeriği pekiştirme noktasında önemli işlev görürken, özellikle sansür ve/veya otosansürün arttığı dönemlerde sözcüklerle ifade edilemeyen düşüncelerin okurlarla buluşmasına fırsat sunma işlevi görmüştür.

Alan yazınında da karikatürlerin ağırlıklı olarak güldürü ve politik karikatür olarak iki aks üzerinden incelendiği görülmektedir. Politik karikatürler de iç gündemler (iktisadi, siyasi, toplumsal meseleler) ekseninde ideoloji ve mülkiyet başlıkları altında analize tabi tutulmuştur. Karikatürlerin, uluslararası meseleler ve dış politika konularındaki rolü alan yazınında inceleme konusu yapılmamıştır.

Bu çalışmada Türkiye'nin günümüzde en önemli dış politika gündemlerinin başında gelen Kıbrıs'ta, EOKA terör örgütünün kurulduğu, Rumların ayrılıkçı hareketlerinin ve Türklere yönelik mezalimin artış eğilimine girdiği 1955 yılında Londra Konferansı'na kadar geçen dönemde (01.01.1955- 07.09.1955) yayımlanan Kıbrıs konulu karikatürler mercek altına alınmaktadır. Dönemin tiraj bakımından üst sıralarda yer alan iki gazetesi olan Akşam ve Milliyet gazetelerinin çizerleri Mustafa Eremektar ve Turhan Selçuk'un karikatürleri Wittkower'in yorumlama yöntemi ile analize tabi tutulmaktadır.

Araştırmada aşağıdaki sorulara cevaplar aranmaktadır;

1. Eremektar ve Selçuk'un Kıbrıs Sorunu temalı karikatürleri semiyolojik, semantik ve teknik olarak okundunda hangi verilere ulaşılır?
2. Karikatüristler konuya dair nasıl bir politik duruş sergilemiştir?
3. Millî kimlik, içeriği etkilemiş midir? Etkilediyse nasıl etkilemiştir?

Kıbrıs Sorunu gibi uzun dönemli bir konuyu 1955 yılı özelinde, ulusal yazılı basın evreninin iki gazetesinin çizerleri üzerinden incelediği için zamansal ve örneklem boyutlarında sınırlılıklara sahip çalışma, karikatürler üzerinden dış politika okuması yaparak Türkçe alan yazınına zenginleştirme arayışındadır.

Kıbrıs Sorunu ve Türkiye - Yunanistan İlişkilerine Etkileri

Osmanlı Devleti tarafından 1571 yılında fethedilen Kıbrıs, 4 Haziran 1878'de İngiltere'ye "geçici" olmak kaydıyla devredilmiş; Osmanlı'nın I. Dünya Savaşına Almanya saflarında katılmasını bahane eden İngiltere, 5 Kasım 1914'te antlaşma hilafına hareket ederek adayı ilhak etmiştir (Balyemez, t.y.). Üç asırdan fazla Türk hâkimiyetinde kalan Kıbrıs'ta İngiliz yönetiminde de adanın iki etnik grubundan biri olarak dikkate değer sayıda Türk yaşamaya devam etmiştir. Adanın diğer etnik grubu olan Rumlar, 1931'den itibaren Yunanistan'la birleşme yönünde taleplerde bulunmuş, II. Dünya Savaşı sonrası dönemde Kıbrıs'ın "Elen" adası haline getirilmesi olarak ifade edilebilecek enosis kampanyasına hız vermişlerdir. Bu bağlamda Yunanistan da 1954'ten başlayarak 1958'e kadar Kıbrıs'ın self-determinasyonu amacıyla Birleşmiş Milletlere çeşitli başvurularda bulunsa da istediği yönde bir sonucu BM'den çıkaramamıştır (Dışişleri Bakanlığı, t.y.).

Türkiye ise Lozan Barış Antlaşması hükümlerine bağlı kalarak İngiltere egemenliğindeki Kıbrıs'ın "iç sorunlarına" müdahil olmama yönünde bir yaklaşım benimsemiş ve Atatürk dönemi, tek parti dönemi ve Demokrat Parti iktidarının ortalarına kadar bu yaklaşımını devam ettirmiştir. Kıbrıs Türk toplumuyla kültürel ilişkilerin yoğun olduğu bu süreçte siyasal aktörler, Kıbrıs Türklerini Türkiye'ye göçe özendirmek dışında bir girişimde bulunmamıştır (Babaoğlu, 2018, s. 323).

Türkiye ile kurulan ilişkilerin bozulmamasına dikkat eden Yunanistan'ın 1952'de NATO'ya üye olduktan sonra tutumunun değişmeye başlaması; Ankara (1953) ve Bled (1954) antlaşmalarının hilafına hareket ederek enosisi destekler adımlar atması (Balyemez, t.y.); Yunanlı Albay Grivas'ın 1955'te Kıbrıs'ta EOKA terör örgütünü kurması ve adada şiddet eylemlerinin artış göstermesi gibi gelişmeler Türkiye'yi Kıbrıs siyasetini değiştirmeye zorlamıştır.

İngiltere'nin, Kıbrıs'taki saldırıların kanlı bir boyut kazanmasını takiben üzerindeki yükü azaltmak veya sorumluluğu paylaşmak için Türk ve Yunan hükümetlerini Londra Konferansına davet etmesiyle (Zorbay, 2019, s. 258) Türkiye bir yandan sorunun içine çekilirken, diğer yandan geçmiş çekinceleri ortadan kaldıracak bir zeminin oluşmasını da fırsat olarak değerlendirmiştir.

27 Ağustos 1955'te İngiltere, Türkiye ve Yunanistan'ın katılımıyla başlayan konferansta Yunanistan enosis planını savunurken, Dışişleri Bakanı Vekili Fatin Rüştü Zorlu başkanlığındaki Türk heyetinin tezi şu şekildedir (Yüksel, 2011, s. 106);

Lozan Antlaşması'nın 16. maddesi gereğince Türk Devleti, Osmanlı İmparatorluğu'ndan ayrılan topraklar üzerinde hak iddia etmemeyi kabul etmiştir. Ancak, 30 ve 31. maddelerde Kıbrıs adasına özel bir statü tanınmıştır. Burada Türkiye, egemenlik hakkını sadece İngiltere'ye devrettiğini belirtmiştir. Türkiye'nin Ada üzerinde titizlikle durma nedeni, tarihi, coğrafi, etnik ve stratejik verilere dayanmaktadır. Ada, dört yüz yıla yakın süre Türklerin elinde kalmış, tarihte hiçbir zaman Yunan yönetiminde olmamıştır. Anadolu kıyılarına kırk, Yunanistan'a bin mil uzaklıktadır. I. Dünya Savaşı'na kadar Ada halkının çoğunluğunu Türkler oluşturmuştur ve hâlâ tapulu toprakların %60'ı Türklere aittir. Güvenlik bakımından da Türkiye için önemi büyüktür. Bu şartlar altında İngiltere, Türkiye'den aldığı bir toprağı, çağdaş Devletler Hukuku'na göre, Yunanistan'a devreder. Şu halde Yunanistan, Kıbrıs meselesinde Türkiye için muhatap bile değildir.

Özetle Türkiye mevcut statükonun devamını, mümkün olmaması durumunda adanın Türkiye'ye bırakılması tezini savunarak (Kaya ve Yeter, 2018, s. 215) Kıbrıs'ta tek taraflı bir çözümün olamayacağını dünya kamuoyunun da gündemine taşımış; sonuç alınamayacağı anlaşılan toplantıların sona ermesi gündemdeyken, Türkiye'de 6 Eylül 1955 tarihinde başlayan olaylar, toplantıları sonlandırmıştır (Kavoğlu, 2014, s. 10).

5 Eylül 1955 gecesi Selanik'te Atatürk'ün doğduğu ev ile Türk Konsolosluğu'nun olduğu bölgeye ses bombası atılması hadisesinin, 6 Eylül tarihli İstanbul Ekspres gazetesinin ikinci baskısında "Atamızın Evi Bomba ile Hasara Uğradı" manşetiyle duyurulması, siyasi tarihe "6/7 Eylül Olayları" olarak geçecek kitlesel hareketin kıvılcımını ateşlemiş, İstanbul ve İzmir'de Rumlar başta olmak üzere gayrimüslimlerin ev ve işyerlerine dönük saldırılar gerçekleşmiştir. Hükümet aynı gece İstanbul, Ankara ve İzmir'de sıkıyönetim ilan etmesine rağmen olayların bilançosu oldukça ağır olmuştur (Kavoğlu, 2013, s. 10-12).

Görüleceği üzere 1955 yılı Kıbrıs meselesinin Türk dış politikasının gündemine girmenin ötesinde Lozan Konferansı ile birlikte kırmızıçizgilerinden biri haline gelmiş; dâhili kamuoylarının da meseleyi sahiplenip iktidarlar üzerinde baskı oluşturmaya başladığı bir yıl olarak Türk-Yunan ilişkilerinin günümüzde de devam eden istikrarsız seyrinde dönüm noktası olmuştur. Bu nedenle çalışmada tarihsel süreçten anlamlı bir kopuş ve kırılım dönemi olan 1955 yılı karikatürlerine odaklanılmıştır.

Kıbrıs Meselesi Özelinde Politik Karikatür

Karikatürün iki temel türünden biri olan politik karikatürü açıklamadan önce karikatür kavramının tanımlanmasıyla sürece başlanması faydalı olacaktır. Erken modern İtalya'da belirgin bir sanat formu olarak ortaya çıkan karikatür, bu tür imgeleri üretmek için gereken abartma sürecine bir gönderme olarak yükleme, doldurma anlamına gelen İtalyanca *caricare* kelimesinden türemiştir. Çizim becerisini geliştirme egzersizinden toplumsal hicvin görsel bir biçimine dönüşen karikatürün gelişiminde grotesk ve ucubeliğe olan çağdaş hayranlık şekillendirici olmuştur. Annibale ve Agostino Carracci ile Ludovico tarafından Bologna'da çizim

becerilerinin çeşitli yönlerini keşfetmek için eğlenceli çizim egzersizlerini kullanan bir sanat akademisinin kurulması ve Annibale'in ölümünden sonra *Le Arti di Bologna* adıyla yayınlanan çizimleri, karikatürün gelişiminde kilometre taşları olarak ifade edilebilir. On yedinci yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise karikatür, özellikle Gian Lorenzo Bernini'nin çizimlerinde hicivsel bir hal almıştır (Cheng, 2024). Tarihsel seyri içerisinde karikatürün kavramsal derinliği artarken, tanımları da çeşitlenmiştir. En genel tanımıyla karikatür, "insan ve toplumla ilgili her tür olayı konu alarak abartılı bir biçimde veren, düşündürücü ve güldürücü resim" (sozluk.gov.tr, 2024) olarak ifade edilebilir. Yengin de sayfalar dolusu yazılıp-çizilip anlatılmak istenen fikirlerin basit ama önemli bir şekilde ele alınarak tek bir karede anlatılabilmesi olarak tanımladığı karikatürün önemli bir düşünce tarzı olduğunun altını çizmektedir (2011, s. 335). Tarihsel süreçte okuryazarlığın görece düşük olduğu dönemlerde, güçlü görsel anlatısıyla okuryazar olan, olmayan geniş kitleler için ideoloji ve simgelerin kaynaştığı ortak bir zemin oluşturması (Brummet, 2003, s. 57) karikatürün önemini arttırmıştır.

Güldüren, düşündüren ve eleştiren yapısıyla karikatür, siyasal, sosyal ve güncel hadiselerle dair mesajlarını mizahi anlatımla okuyucusuna aktarırken, amaç genellikle sistem eleştirisi yapmaktır. Bazı durumlarda ise sisteme hizmet eden bir araca dönüşebilmektedir (Aşlakçı ve Öztekin, 2021, s. 485).

İlgili tespitlerden hareketle, karikatürün odağının salt mizah olmadığı, mizahın çoğu zaman söylenemeyecek şeylerin ifade edilmesine imkân tanıyan bir araç olduğu belirtilebilir. Özellikle politik karikatürde mizahın belirginleşmesi ve anlamlandırılabilir olması için abartma, alay, dikotomi, gülünçlük, ironi, karşılaştırma, kişileştirme ve sürprizler gibi anlatı öğelerine ihtiyaç duyulduğu ve bu anlatı öğelerinin anlatının ait olduğu, içinde geliştiği kültürle doğrudan ilintili olduğu vurgulanmalıdır (Tellan ve Tellan, 2011, s. 990).

Sosyo-politik eleştiri ve yorum sunmak için stilistik teknikler, abartılı fizyonomik çarpıtma, metin ve imgelelerin kombinasyonu, mizah, sembolizm ve görsel metaforlar kullanan bir görsel hiciv formu olarak politik karikatürler (Mathur, 2021, s. 115), fikir ve sanat dergileri ile gazetelerde makaleler kadar ciddi, ağırbaşlı fikir ve felsefe yüklü bir mecraya dönüşmüştür (Özer, 1994, s. 3'ten akt. Aşlakçı ve Öztekin, 2021, s. 493).

Fakat bu dönüşümün zorlukları olduğu da belirtilmelidir. Uzun bir metinde fikirlerin, ideolojilerin, felsefi arka planın oluşturulması daha olanaklı iken aynı işlevin küçük bir görsel içerisinde sunulması görece daha zordur. Bu nedenle karikatürde karmaşıklığı basitleştirmek için yoğunlaştırma kullanılır. Örneğin bir siyasi lider, hatta tüm ulusal topluluk basit bir temaya veya nesneye indirgenebilir. Bu temalar tekrarlandıkları oranda daha etkili hale gelebilir. Bunun yanı sıra dramatizasyon, abartı ve alay da anlatının önemli unsurlarıdır (Dodds, 2010, s. 118-119).

Özellikle iktidarın işleyişini ve ifadelerini hem paradoksal bir şekilde somutlaştıran hem de altüst eden politik karikatürler bilgilendirici, ikna edici olmanın yanı sıra belirli bir yorumu ve eylem arzusunu iletmek için ortak bir okuyucu topluluğunun sağduyu anlayışlarından da yararlanabilmektedir. Bu nedenle neyin komik olduğu her zaman siyasi bir konudur. Örneğin yönetimi eleştirenler tarafından beğenilen bir karikatür, iktidar destekçileri tarafından saygısızca olduğu ve komik olmadığı gerekçesiyle kınanabilir. Bu nedenle karikatürlerin çoklu anlam ve etkileşim taşıma kapasitesine sahip olduğu belirtilmelidir (Dodds, 2010, s. 119-128).

Yansız olması beklenemeyecek, siyasal bir düşünce sahibi olan politik karikatürcünün verdiği mesajın siyasal bir yorum olduğu (Topuz, 1997, s. 12) düşünüldüğünde kimlikler, aidiyetler, ideolojiler vb. zeminlerde ayrışan toplulukların karikatüre farklı şekillerde yaklaşımları beklenen bir durumdur.

Gayesi sadece güldürmek olmayan (Selçuk, 1998, s. 14-15), gönderme yaparak tanımlama, gerçek ile kurgu arasında köprü görevi icra etme, hiciv, eleştirel bakış ve mecaz özellikleriyle (Karakaş ve Yılmaz, 2023, s. 106-107) politik karikatürün, muhalif mizahçının elinde tuttuğu patlamaya hazır bomba (Kamiloğlu, 2013, s. 166-167) olarak tanımlanması çoklu okumayla ilişkilendirilebilir.

Fakat çoklu okumaların belirli konularda istisna olduğu da görülmektedir. Zira mizahın güldürme, eğlen-dirme ve yergi işlevlerinin yanı sıra birlikteliği güçlendiren yönü de bulunmaktadır (Oğuzhan, 2011, s. 112;

Çimen ve Yüksel, 2017, s. 224). Politik mizahın birlikteliği güçlendirme işlevi, dar bağlamda ideolojik kamplaşmalar şeklinde tezahür ederken, geniş manada ulusal meselelerde birliği pekiştiren bir araca da dönüşebilir. Çalışmanın odağındaki Kıbrıs meselesi gibi dâhili kamuoyunun hassasiyetlerinin yüksek olduğu dış politika konularının karikatüre yansımaları da bu perspektiften değerlendirilebilir.

Araştırma dönemi ve örnekleme itibarıyla bu çalışma, Kıbrıs olaylarına Türkiye'nin doğrudan dahil olduğu 1955 yılını ve dönemin önde gelen iki gazetesinin karikatürlerini mercek altına alsa da 1974 öncesi adadaki Türklerin korunması, Barış Harekatı sonrasında ise statükonun korunması ve kazanılmış hakların geliştirilmesi mücadelesi yazar ve çizerlerin konuya ilgisini her daim canlı tutmuştur. İnternet arama motorlarında "Kıbrıs karikatür" anahtar kelimeleri girilerek yapılan aramalarda elde edilen karikatürden hareketle son çeyrek asırda Türkiye ve Kıbrıs'ın Avrupa Birliği süreçleri, Annan Planı ve referandum, Akdeniz'de kıta sahanlığı ve deniz yetki alanları, GKRY'nin silahlandırılması ve KKTC-Türkiye ilişkilerinin gelişimi gibi konuların önemli gündemlerin karikatüre konu edildiği görülmektedir.

Yöntem

Kıbrıs meselesinde, Kıbrıslı Rumlar ile Yunanistan'ın eylem ve söylemlerini konu alan 1955 tarihli Eremektar (Akşam) ve Selçuk (Milliyet) karikatürlerini inceleyen bu çalışmada karikatürler, Rudolf Wittkower'in (1955) yorumlama yaklaşımına göre analiz edilecektir. Akşam ve Milliyet gazeteleri dönemin tiraj bakımından önde gelen gazeteleri olmakla birlikte Eremektar ve Selçuk da dönemde ve sonrasında Türk karikatürüne iz bırakmış önemli çizerler olmaları nedeniyle örneklem olarak tercih edilmiştir.

Wittkower, sanat tarihçisi olmakla birlikte özellikle ikonografi ve ikonoloji konularına eğilmiş, 1955 yılında A.J. Ayer'in editörlüğünde kaleme alınan *Studies in Communication* adlı eserde yer alan *Interpretation of visual symbols in the arts* başlıklı çalışmasıyla iletişim araştırmalarında kullanılabilecek bir yorumlama yaklaşımı ortaya koymuştur. Görsel simgeleri suret anlamı, tema anlamı, anlamda çeşitlilik ve ifade anlamı olmak üzere dört başlıkta analiz eden Wittkower'in yaklaşımından hareketle incelenen karikatürlerde, kültürel ve dönemsel süreçleri inceleme pratiğinin içine alan bir yaklaşımla semantik ve simgesel çözümlemeler yapılacak; simge ve/veya semboller aracılığıyla yapılan atıf ve göndermeler anlamlandırılacaktır.

Sanatta Görsel Simgelerin Yorumu adlı çalışmasında Wittkower'in yorumlama için gerekli olduğunu belirttiği dört başlıktan ilki olan suret anlamı (*Abbildungsbedeutung*), belirli ipuçlarının verilmesi halinde anlamın kolayca anlaşılabilirliği aşamadır. Bu noktada inceleme nesnesinin gösterge biçimi (*Zeichenform*), kavramsal yönünden soyutlanmadığı; tasarım, belirli alışkanlık dizileri ve gelenekle bütünleştiği oranda anlamın üretilebildiği belirtilmelidir. Aksi takdirde yorumlama ya mümkün olmayacak ya da yorumlarda çok-anlamlılık oluşacaktır. Wittkower'in, yorumlamada üzerinde durduğu ikinci unsur olan tema anlamını, suret anlamından ayırıştırırken anlamın kültür dairesi içerisinde oluşma pratiğine vurgu yapılmalıdır. Wittkower bu durumu, 11. yüzyıldan Değirmen Taşlı Melek (*Der Engel mit dem Mühlstein*) resmi üzerinden açıklamıştır. Kanatlı insan figürünün çok farklı anlamları (barış, ün, erdem vb.) olabileceğini belirten Wittkower, ilgili resimde bunun sadece melek olarak nitelendirilebileceğini, zira Hristiyanlıkta kanat ve halenin birlikte kullanımının meleği simgelediğini ifade etmektedir.² Bu nedenle temaların anlamını belirlemek için kuşaklar arası sözlü aktarım ve/veya yazılı belgelere ihtiyaç duyulmaktadır (akt. Ergüven, 1992, s. 104-105; Güder, 2012, s. 92).

Anlamda çeşitlilik, araştırmanın öznel riskler ihtiva eden adımlarında biridir. Wittkower'a göre görselleri anlamlandırabilmek için bir takım arka plan bilgilerine de sahip olunmalıdır. Örneğin Ganymed ve Tit-

2 Çizimdeki teolojik göndermeyi anlayabilmek için İncil'in Vahiy 18:21 bölümünde yer alan "Güçlü bir melek değirmen taşı büyüklüğünde bir taş alıp denize attı ve şöyle dedi: "Böylece büyük Babil kenti fırtınayla yıkılacak ve bir daha bulunamayacak" (Offenbarung 18,21, t.y.) ifadesi de bilinmelidir.

yus'u, Michelangelo'nun Tommaso dei Cavalieri'ye duyduğu platonik sevgi bilinmeden anlamlandırmak eksik ve/veya hatalı çıkarımlara yol açacaktır. İfade anlamı (*Ausdrucksbedeutung*) aşamasında ise ne yerine nasıl sorusu gündeme gelmektedir. Zira ne'ye gösterilen tepki nasıl'a bağlıdır. Daha açık bir ifadeyle "resme özgü gereçle eklemlenebilen resimsel ideaların "oluş"u (*genesis*) ve bununla ilgili karmaşık sürecin söz diliyle çözümlenme istemi" ifade anlamının ortaya çıkardığı sorundur. Üstelik "çoşkusal tepkiler[in], algılayanın ayırımına vardığından çok daha az bireysel" olduğu, modadan ahlak kurallarına kadar çok sayıda etmende olduğu gibi coşkunun da zaman ve mekândan soyutlanamayacağı görülmektedir. Bu nedenle anlama ile beğenme arasındaki ilişki da sorgulamaya açıktır. İzleyici anladığını varsayarak karikatürü beğendiğini beyan ederken, beğenilerine gerekçeler de uydurabilir (Ergüven, 1992, s. 105-106; Güder, 2012, s. 92-93).

Wittkower'ın görsel simgeleri yorumlama yaklaşımını esas alan bu çalışmada, verilerin analizinde, Tetens'in karikatür analiz tablosunu, Streicher'in politik karikatür unsurlarıyla harmanlayan Güder'in (2012) inceleme pratiği tercih edilmiştir. Siyasal iletişimde politik mizahı, Semih Balcıoğlu karikatürleri üzerinden inceleyen Güder, Tetens'in üç aşamalı karikatür analiz tablosunun nesnel veriler üzerinden analize imkan tanıyan ilk iki adımını inceleme yaklaşımına dahil ederken, üçüncü aşamada yer alan "Sizin kişisel yorumunuz nedir? Karikatüristle aynı fikirde misiniz? Sizce karikatür ikna edici midir? gibi sübjektif değerlendirmelerin yerine sembol çözümlemelerden çıkan anlamları sentezleyip dönemsel okumalar yapma yaklaşımını benimsemiştir. Yorumlamalar da Streicher'in (1967), politik karikatürün teorik analizi için gerekli olduğuna işaret ettiği unsurlar (karikatürün kendisi, karikatürist, karikatürün kullanıldığı dönem ile toplumsal yapının anlaşılması) ekseninde yapılmıştır.

Çalışmada da, Tablo 1'de ayrıntılı olarak yer verilen sorular çerçevesinde 01 Ocak 1955 tarihinden Londra Konferansının sonuçsuz olarak dağıldığı 07 Eylül 1955 tarihine kadar Akşam ve Milliyet gazetelerinin baş karikatüristleri tarafından çizilen ve birinci sayfada yayımlanan toplam 10 adet karikatür analize tabi tutulmaktadır.

Tablo 1

Karikatür Analiz Basamakları

Adım	Sorular
Birinci Adım	Gösterilen nedir? Nasıl gösterilmiştir? 1) Karikatürde görünen nesne ve insanlar 2) Olay, hareketin tanımlanması 3) Ortam, olay yeri neresidir? Olay nerede ve ne zaman gerçekleşmektedir? 4) Karikatürist hangi anlatım tekniğini kullanmaktadır? Abartı, giydirme, yerleştirme, karakterin ebadı, yüz ifadesi, vücut dili, renk) 5) Başlık, önemli kelime, sayı ve ifade kullanılmış mıdır?
İkinci Adım	Mesaj Nedir? 6) Hangi nesne ve karakterler semboldür? 7) Sembollerin anlamı nedir? 8) Karikatüristin vermek istediği mesaj yorum nedir?
Üçüncü Adım	9) Mesajla, karikatürün yayınlandığı dönem ve toplumsal yapı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Karikatürlerde yer alan simge ve sembollerin tanımlanmasıyla başlanan analizde, ifade edilen simge ve sembollerin anlamlandırılması ve aralarındaki ilişki durumu sorgulanarak, çizerin vermek istediği mesaj tespit edilmeye çalışılmıştır. Dünü, bugünün bakış açısıyla anlamlandırma yanılığısına düşmemek için karikatü-

rün yayımlandığı döneme ait iktisadi, siyasi ve toplumsal yapı bileşenleri analize dahil edilerek veriler anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Bu aşamada araştırmanın amacına uygun olarak aşağıda sıralanan araştırma soruları belirlenmiş ve bunların cevapları aranmıştır.

1. Eremektar ve Selçuk'un Kıbrıs Sorunu temalı karikatürleri semiyolojik, semantik ve teknik olarak okundunda hangi verilere ulaşılır?
2. Karikatüristler konuya dair nasıl bir politik duruş sergilemiştir?
3. Milli kimlik, içeriği etkilemiş midir? Etkilediyse nasıl etkilemiştir?

Türkçe alan yazınında politik karikatür incelemeleri mercek altına alındığında iç siyasi gündemler ile politik aktörlerin söylem ve eylemlerini hicveden karikatürleri analize odaklanan dikkate değer sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Buna mukabil çalışmanın kaleme alındığı dönemde Kıbrıs konulu karikatürleri inceleme nesnesi haline getiren araştırma tespit edilememiştir. Bu bağlamda Kıbrıs meselesi gibi hâlâ gündemde olan önemli bir konunun başlangıç noktası olarak tanımlanabilecek, konu özelinde çok sayıda politik ve toplumsal olayın yaşandığı 1955 yılında yayımlanan karikatürlerin incelenmesi anlamlıdır. İnceleme dönemi, çalışmanın kaleme alındığı dönemden 70 yıl önceki bir tarih olduğu için ulusal basın evreninin tamamına ulaşma ve tiraj tespit edebilme imkanı bulunmamaktadır. Bu nedenle örneklem tespitinde ulusal basın evreni içerisinde yer alıp arşivlerine kesintisiz erişim imkânı sunan gazeteler öncelenmiştir. Örneklem alınan Akşam ve Milliyet gazeteleri, dönemin önemli yayın organları, Eremektar ve Selçuk da dönemde ve sonrasında Türk karikatüründe iz bırakmış önemli çizerler oldukları için örneklem olarak tercih edilmişlerdir.

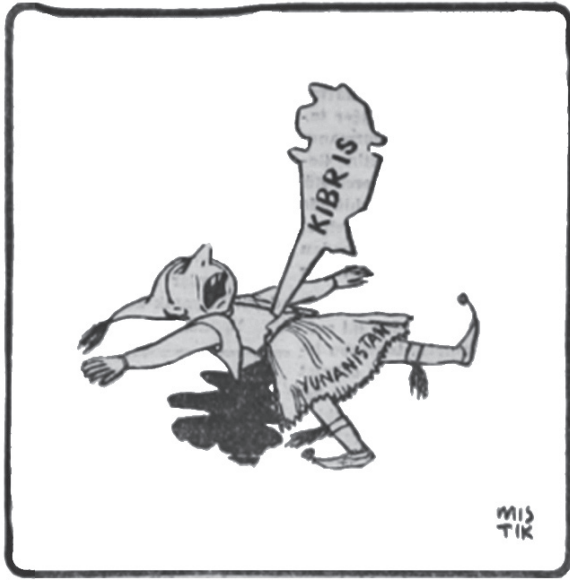
Çalışmada, veriler belirtilen kapsam ve sınırlılıklar içinde değerlendirilecektir. Yazılı basın evrenine genelleştirme ya da zamansal sınırlılıklarının (1955 yılı) ötesinde yorumlardan özellikle kaçınılmaktadır. Politik karikatür literatürüne dış politika eksenli yeni bir perspektif kazandırma arayışındaki çalışma, bulgu ve yorumlarıyla alanda yapılacak yeni çalışmalara ışık tutacak öncü bir araştırma olarak değerlendirilmelidir. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Mustafa Eremektar'ın Kıbrıs Temalı Karikatürlerinin Çözümlemesi

Karikatürlerini "Mıstık" adıyla imzalayan 1930 İstanbul doğumlu karikatürist Mustafa Eremektar, mesleğe 1947'de Doğan Kardeş dergisinde çizer olarak başlamış; Yavrutürk, Milliyet Çocuk, Akbaba, Tef ve Dolmuş dergileriyle Son Posta, Akşam, Vatan, Cumhuriyet ve Yeni Sabah gazetelerinde çalışmıştır (Milliyet, 2000).

Araştırmanın inceleme dönemi olan 1955 yılında Akşam'ın birinci sayfasında yer alan karikatürlerinde Eremektar'ın iç siyasal gündemler, hayat pahalılığı, şehir hayatı gibi konuları ile Kıbrıs'taki gelişmeler gibi dış politika konularını da çizimlerine taşıdığı görülmektedir.

Mustafa Eremektar'ın Akşam'da yayımlanan 03.02.1955 tarihli karikatüründe (Şekil 1) göğüs bölgesine sivri bir cisim batan erkeğin kanlar içerisinde yerde yatar şekilde tasvir edildiği görülmektedir. Ölümcül yaralanmaya sebep olan cismin Kıbrıs haritası şeklinde çizildiği ve yaralanan kişinin de üzerindeki geleneksel kıyafetlerle Yunanlı olduğu anlaşılmaktadır. Çizimde sinekdoşlara ve kişi metonimilerine başvuran karikatürist, okurun çözümleme yapabilmesini kolaylaştırmak adına Kıbrıs ve Yunanistan sözcüklerini de karikatür içerisinde kullanmıştır. Dönemin Yunanistan Tarım Bakanı'nın "Ölüm Kadar Gerçek" başlıklı makalesinde Kıbrıslı Rumların isyan hareketlerine desteğini açıklamasına karşılık olarak çizilen karikatürde Kıbrıs'ın Yunanistan için ölümcül sonuçlar doğuracağı gösterilirken, Yunanlı tasvirinin özellikle fustanella üzerinden yapılması da dikkate değerdir. Kısa etek benzeri bir giysi olan, beyaz çorap ve ponponlu ayakkabılarla birlikte giyilen fustanella geleneksel bir Yunan kıyafeti olmakla birlikte dönemin düşünce iklimi içerisinde Türk toplumsal yapısı açısından etek ve ponponlu ayakkabı giyen erkek figürü gülünç addedileceğinden karikatürist tarafından bilinçli olarak seçildiği düşünülmektedir.



Gazetelerden: (Yunan Tarım Bakanı <ÖLÜM KADAR GERÇEK> adlı bir makale ile Kıbrıstaki isyan hazırlıklarını destekliyor.)

ÖLÜM KADAR GERÇEK...

Şekil 1. Ölüm kader gerçek karikatürü



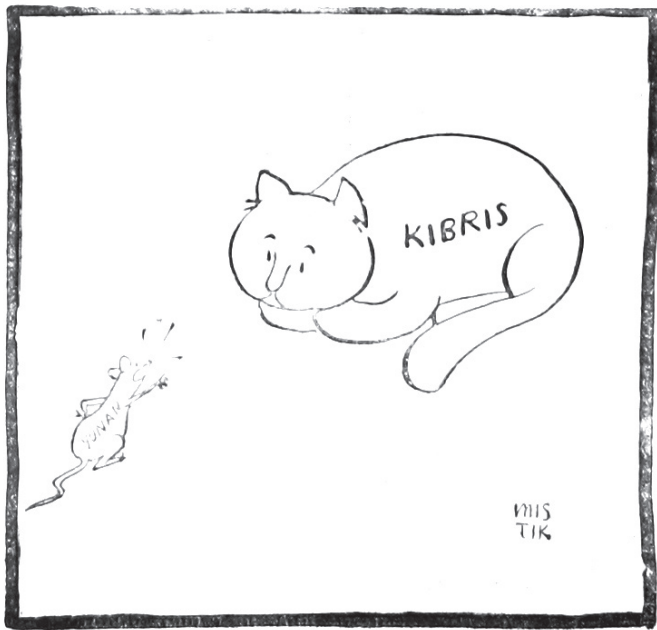
Gazetelerden. Yunanistan Kıbrısı almak için and içmiş!

İÇKİ CİNNETTİR

(Yeşilay)

Şekil 2. İçki cinnettir karikatürü

Mustafa Eremektar'ın 26.03.1955 tarihli karikatürü (Şekil 2) incelendiğinde, iki elinde içki şişeleri olan ve bunlardan birini içmekte olan bir erkek görülmektedir. Erkeğin üzerindeki kıyafetlerden Yunan olduğu, arkaya yatık postüründen ve ellerindeki şişelerden alkollü olduğu anlaşılmaktadır. Karikatürün altında yer alan "Yunanistan Kıbrısı almak için and içmiş!" ve "İçki cinnettir (Yeşilay)" yazılarıyla birlikte değerlendirildiğinde Eremektar'ın, dönem gazetelerinde yer alan Yunan söylemlerini, yüksek alkol tüketimine dayalı sarhoşluk etkisinde akli muhakemeden uzak beyanlar olarak yorumladığı görülmektedir.



Şekil 3. Kedi - fare karikatürü



Kitaplardan ithamlar
GÖLGE

Şekil 4. Gölge karikatürü

Akşam gazetesinde 02 Nisan 1955 tarihinde yayımlanan incelemeye konu üçüncü görselde ise bağırmakta olan küçük bir fare ve onu şaşkınlıkla ama sakince izleyen görece büyük bir kedi görülmektedir. Farenin üzerinde “Yunan”, kedinin üzerinde ise “Kıbrıs” yazmaktadır. Eremektar burada hem boyutlandırma hem de doğa halinde hayvanların davranış pratikleri üzerinden metalepsis olarak tanımlanabilecek göndermeler yapmaktadır. Yunanistan’ı sembolize eden farenin, Kıbrıs’ı sembolize eden kediden çok küçük olarak çizilmesi, Yunanistan’ın Kıbrıs meselesinde boyundan büyük bir işe kalkıştığını göstermek açısından orantılar üzerinden verilen güçlü bir göndermedir. Diğer taraftan doğa hali içerisinde kedilerin fareleri yiyeceği değerlendirildiğinde Yunanistan’ın oluşturduğu gürültünün şimdilik şaşkın ama sakin olan kediye (Kıbrıs’ı) bir noktada rahatsız edebileceği ve kedinin yaradılışının gereğini yerine getirebileceği mesajı çizginin içerisinde saklı olarak durmaktadır.

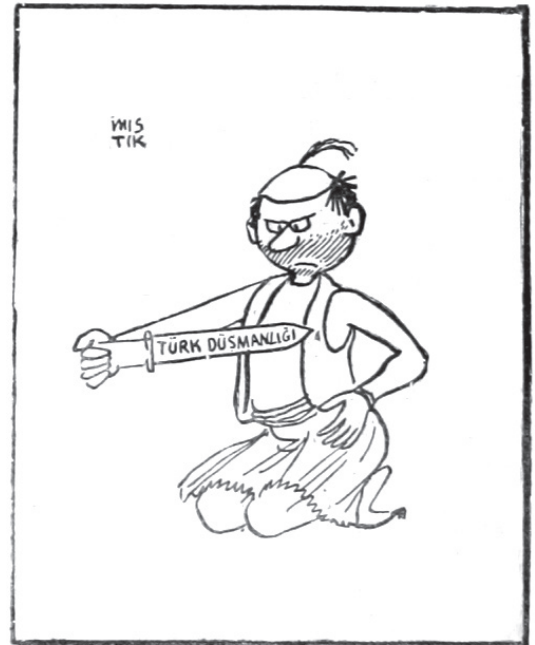
Şekil 4, Eremektar’ın incelemeye konu diğer karikatürlerine oranla daha fazla mitik göndermelerin olduğu bir çizimdir. Önde elinde zeytin dalı tutan, kanatları olan bir kadın görülürken, kadının kendisinden çok daha büyük gölgesi, elinde kılıç tutan Roma lejyonerine benzemektedir.

Eski Ahit’ten Yunan mitolojisine kadar çok sayıda antik anlatıda yer alan zeytin ağacı, barışın, bereket ve gücün, dinsel inanışlarda ise “günahlardan arınmış olmanın” sembolü olarak gösterilmiştir. Nuh Tufanının ardından bir güvercin tarafından Nuh Peygambere getirilen zeytin dalı ile yeniden başlangıç ve huzur dönemine geçiş betimlenirken, Yunan mitolojisinde ise tanrıça Athena ile deniz tanrısı Poseidon arasındaki mücadeledede mızrağını zeytin ağacına çeviren Athena’nın galip gelmesi anlatısı üzerinden zeytin dalı önem atfedilen bir sembole dönüştürülmektedir. Bu nedenle Yahudi ve Hristiyan geleneklerinde zeytin ağacı sürekli bir sulh sembolü olmuştur (Ersoy, 2007, s. 24; Çakır, 2013, s. 63; Küçükkömürler ve Ekmen, 2015, s. 812).

İncelemeye konu kadın görselinde bir diğer husus da semavi dinlerde melek tasvirinde yer verilen kanatlarıdır. Özellikle Hristiyanlıkta kilise sanatı içerisinde resim ve heykellerde sıkça kullanılan kanatlı melek figürleri ile günahsız olma hali vurgulanmaktadır. Son olarak gösterenin kadın olarak seçilmesi, kıyafette sade ve beyaz renk tercihiyle de bu durum pekiştirilmiştir. Kadının Avrupalı tarzda çizilmesi de yine tanımlayıcı referans olarak okunmalıdır.

Burada karikatüristin, Batılı ve Hristiyan değer kodlarına gönderme yaparak kendisini Avrupalı, barış yanlısı, suçsuz ve günahsız gösteren Yunanistan’ın duruşunu arka plana yansıyan gölgesi üzerinden okumayı salık verdiği görülmektedir. Burada da yine batılı tarihsel imgelere yer veren çizer, Roma ordusunun paralı askerleri lejyonerlere benzettiği gölgede dönemin tarihsel gelişmeleriyle örtüşen göndermelerde bulunmaktadır. Çizimdeki gölgeye dair ilk olarak Yunanistan’ın görünenin aksine karanlık arka planda enosisin gerçekleşmesi için şiddet barındıran askeri yöntemleri desteklediği değerlendirilmesi yapılabilir. Bununla birlikte gölgenin aslından büyük resmedilmesi Yunanistan’ın kendisini olduğundan büyük gördüğü, lejyoner kıyafetiyle de dönemin muktedir batılı güçlerinin paralı askerine dönüştüğü okuması yapılabilir. Zira karikatürün yayımlandığı dönem Yunanistan’ın bir yandan Kıbrıs’ın “self-determinasyon” hakkını kullanması için konuyu Birleşmiş Milletler gündemine taşıırken, diğer taraftan da EOKA terör örgütünü organize etmesi için Albay Grivas’ı Kıbrıs’a gönderdiği dönemlere denk gelmektedir.

Eremektar’ın incelemeye konu son karikatürü ise şekil 5’te yer alan 10 Nisan 1955 tarihli Akşam gazetesinde yayımlanan çizimdir. Kılıç benzeri kesici ve delici bir cismi kalbine doğru götürmüş, dizlerinin üzerine çökmüş bir erkeğin tasvir edildiği karikatürdeki göstergeler incelendiğinde Eremektar’ın diğer karikatürlerinde olduğu gibi Yunan temsiline geleneksel kıya-



Şekil 5. İntihar karikatürü

fetler üzerinden yapıldığı görülmektedir. Burada hem kimlik saptaması hem de kültürel kodlar üzerinden alaycı bir gönderme yapılmaktadır. Karikatürde yer alan kılıç üzerindeki “Türk düşmanlığı” ve alt ortada yer alan “intihar” kelimeleriyle de mesaj belirginleştirilmeye çalışılmaktadır.

Balkan Savaşı, I. Dünya Savaşı sonrası Anadolu ve Trakya’nın işgali, Kurtuluş Savaşı gibi savaşlarla dolu tarihsel yükleri geride bırakarak 1930 gibi görece erken bir dönemde Türk-Yunan Dostluk ve İşbirliği Anlaşması’nı imzalayan; 1934 yılında Yunanistan Başbakanı Elefterios Venizelos’un Atatürk’ü Nobel Barış Ödülü’ne aday göstermesi (Çakmak, 2008) ile daha ileri bir boyuta taşınan Türk-Yunan ilişkilerinde, İtalya ve revizyonist Bulgaristan tehditlerinin ortadan kalkmasını takip eden süreçte Kıbrıs gündemiyle gerilimler yaşanmıştır. Karikatürist de buna göndermede bulunarak Türkiye düşmanlığı yapmanın Yunanistan’ı güçsüzleştirerek bölgesel risklere açık hale getireceğini ve üreteceği sonuçların Yunanistan için hayati riskler üreteceğini işaret etmektedir.

Turhan Selçuk’un Kıbrıs Temalı Karikatürlerinin Çözümlemesi

1922 yılında Muğla’nın Milas ilçesinde doğan Turhan Selçuk, babasının mesleği gereği Anadolu’nun birçok şehrinde yaşamış, ilk karikatürünü de lise yıllarında Adana’da Türk Sözü gazetesinde yayınlamıştır. Akabinde İstanbul’da Kırmızı Beyaz ve Şut spor dergilerinde, Akbaba dergisinde ve Tasvir gazetesinde karikatürist ve ressam olarak çalışmış; 1948-1949’da Aydede’nin baş çizeri olmuştur. 1949’da Yeni İstanbul gazetesinde baş çizerlik görevini üstlenen Selçuk, Yeni Gazete ve Akşam’ın ardından, 1953 yılında Milliyet gazetesinde çalışmaya başlamış ve 1954 sonunda gazetenin baş karikatüristi olmuştur (Uştuk, 2023).

Araştırmamanın inceleme dönemi olan 1955 yılında Milliyet’in birinci sayfasında yer alan karikatürlerinde Selçuk’un iç siyasal gündemler, hayat pahalılığı, inkılaplar, şehir hayatı gibi konuların yanı sıra Mısır ve Suriye’nin Sovyetlerle yakınlaşması ve Kıbrıs’taki gelişmeler gibi dış politika konularını da çizimlerine taşıdığı görülmektedir.



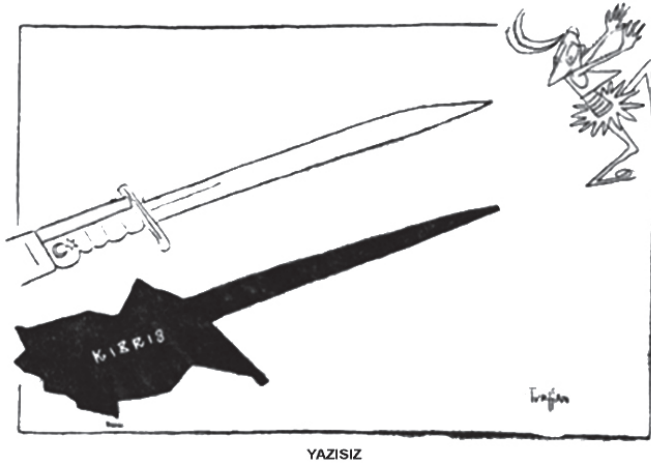
Şekil 6. Yazısız karikatürü - 1



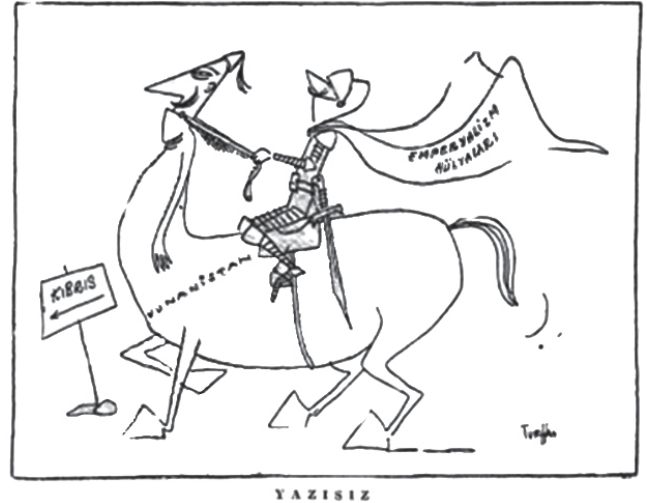
Şekil 7. Allah versin karikatürü

Milliyet gazetesinde yayımlanan 30 Temmuz 1955 tarihli karikatürde (Şekil 6) Selçuk, yerde oturan bir denizkızı ile ayakta durup bıyıklarını buran bir erkeği çizerken çok sayıda tarihsel ve kültürel göndermelerde de bulunmaktadır. Eremektar'a benzer şekilde Selçuk'un da Yunan figürünü tanımlarken etek, beyaz çorap ve ponponlu ayakkabılardan oluşan geleneksel Yunan kıyafeti olan fustanellayı tercih ettiği görülmektedir. Bu durum kültürler arası farklılıklar dikkate alındığında alaycı bir gönderme olarak değerlendirilebilir. Üzerinde Kıbrıs yazan kadın figürünün denizkızı/siren olarak tasviri ise Yunan mitolojisine bir göndermedir. Güzellikleri ve büyüleyici şarkılarıyla denizcileri kendilerine çeken sirenler, gemilerin kayalıklara çarpmalarına neden olur. Homeros'un da belirttiği üzere sirenlerin ezgileri öylesine etkileycidir ki, dinleyenleri ölüme doğru sürükler (Alsan, 2024, s. 671). Karikatür, "Kıbrıs Rumları kızılalarla işbirliği yapıyor" üst yazısıyla birlikte değerlendirildiğinde "kızıl" ifadesinin kavramsal olarak komünizmi ve jeopolitikte ise SSCB'yi ifade ettiği düşünüldüğünde Kıbrıs Rumlarının sirenin (Kıbrıs) güzelliğinden ve güzel sesinden (Sovyetlerin söylemleri) etkilenen denizci gibi sonu felaket olan bir yola doğru gittiği mesajı verilmektedir.

İncelemeye konu yedinci görsel olan Selçuk'un 26 Ağustos 1955 tarihli karikatüründe Ege Denizi ve Akdeniz arasından, üzerinde Yunanistan yazan kara bir el uzanmakta ve uzanılan yerde somurtan suratı andıran bir çizim yer almaktadır. Karikatürün üst kısmında "Yunanistan Kıbrıs'ı istiyor", alt tarafında ise "Allah versin!..." cümleleri bulunmaktadır. Karikatürün yayımlandığı dönemde Yunanistan'ın, adanın Rumlar lehine self-determinasyonu için BM'yi zorladığı, EOKA terör örgütünün kurulduğu ve Londra Konferansına giden süreçte Yunan siyasetçilerden karikatür üstünde yer verilen cümleye benzer açıklamaların geldiği değerlendirildiğinde görselin anlam yükü daha da belirginleşmektedir. Karikatür bu bilgiler ışığında incelendiğinde Yunanistan, Akdeniz'e doğru uzanan kara bir el olarak tasvir edilerek revizyonist politikalarıyla bölgedeki huzuru bozan, parmaklarındaki yamukluklardan zayıflığı anlaşılan ve Kıbrıs'ı temsil eden yüz ifadesinden anlaşılacağı üzere niyetlendiği eylem hoş karşılanmayacak ülke olarak tanımlanabilir. Zira karikatürist de çizimin alt ve üst kısmında yer verdiği cümlelerle görselde verdiği mesajı desteklemektedir.



Şekil 8. Yazısız karikatürü - 2



Şekil 9. Yazısız karikatürü - 3

Selçuk'un 29 Ağustos 1955 tarihinde Milliyet gazetesinde yayımlanan karikatürü (Şekil 8) incelendiğinde kabzasında Ay Yıldız olan kınından çıkmış ve düşmana doğrultulmuş bir kılıç, kılıcın gölgesiyle örtülecek biçiminde bir Kıbrıs haritası ve kaçmakta olan bir erkek tasvir edilmektedir. 30 Ağustos Zafer Bayramı'ndan bir gün önce yayımlanan bu karikatür, milli duyguların da yoğunlaştığı bir dönemde Türk'ün kılıcının gölgesi adaya düştüğünde self-determinasyon ve ilhak söylemlerinde bulunan Yunanlıların korkarak kaçacakları şeklinde yorumlanabilir. Fakat ilgili dönemde Türkiye'nin tezinin Kıbrıs'ta statükonun devamından yana olduğu, Yunan tezlerini reddetmekle birlikte askeri seçeneği dillendirmediği belirtilmelidir. Bu neden-

le çizerin burada politik duruştan ziyade Kıbrıs Türktür Cemiyeti'nin faaliyetleri ve öğrenci hareketleriyle kamuoyu gündemine taşınan Kıbrıs meselesindeki sertlik yansılı görüşün de etkisinde kaldığı belirtilebilir.

Selçuk'un 30 Ağustos 1955 günü yayımlanan karikatüründe (Şekil 9) ise Kıbrıs'ı gösteren bir tabela, insan silüetli bir at, atın yularını elinde tutan ortaçağ şövalye zırhlı ve pelerini dalgalanan bir kişi resmedilmiştir. Karikatürist, çizimdeki anlamı pekiştirmek adına atın üzerine "Yunanistan", pelerinin üzerine de "emperyalizm hülyaları" yazmıştır. Burada zırhın şekli ve pelerinde yer alan ifadeden at üzerindeki kişinin İngiliz soylusu olduğu anlaşılabilir. Çizimdeki göstergeler üzerinden gösterilenlerin okuması yapıldığında da Yunanistan'ın Kıbrıs'a doğru gitmekte olduğu ama bunu kendi iradesiyle değil, onu yönlendiren İngiltere'nin etkisiyle yaptığı ifade edilebilir. Burada muhtariyet vererek çekildiği topraklarda etnik ve/veya dini gruplar arası çatışmaları körükleyerek, ilgili ülkelerin iç bütünlüğünü imkânsız hale getirirken, iktisadi, siyasi ve askeri kazanımlarını koruma arayışında olan İngiltere'nin Yunanistan'ı Kıbrıs'a doğru yönlendirdiği yorumu yapılabilir.



Şekil 10. Yazısız karikatürü - 4

Selçuk'un incelenen son çalışması olan 05 Eylül 1955 tarihli karikatüründe de Kıbrıs adasına doğru yüzmekte olan ve kuyruğunda "megali idea" yazan denizkızı/siren ve onun peşinden küçük ve yamalı bir kayıkla yetişmeye çalışan bir erkek resmedilmiştir. Burada da karikatürist, 30 Temmuz 1955 tarihli çizimine benzer biçimde Yunan mitolojisindeki sirene gönderme yapmaktadır. Okurun karikatürü yorumlarken bu bilgiye sahip olmadığı için yanlış çıkarımlar yapmaması adına da çizimin alt kısmına "Not: Yunan mitolojisinde adı geçen siren, yarı balık, yarı kadın olan ve denizcileri peşine takıp felakete götüren bir efsane yaratığıdır" şeklinde açıklayıcı bir metin eklemiştir. Şekil 10 bu çerçeveden analiz edildiğinde küçük ve yamalı kayıkla Yunanistan'ın ilgili dönemde iktisadi, siyasi ve sosyal alanda sorunlar yaşayan küçük bir ülke olduğu vurgulanmaktadır. Siren'in kuyruğunda yazan "Megali İdea" (Büyük Fikir) ise "Rumların yaşadıkları yerleri Yunanistan bayrağı altında birleştirme" amacını ifade etmekte olup, temel fikir "Bizans İmparatorluğu ile Pontus Rum Devleti'nin yeniden ihyası, Büyük Helen İmparatorluğu'nun kurulmasıdır" (Yalçın, 2017, s. 33). Selçuk, bu kavramı sirenin kuyruğuna yazmak suretiyle mitolojiden hareketle güçlü bir mesaj vermekte ve belirtilen zayıflıklarına rağmen bu hayalin peşinden koşan Yunanistan'ın, sirenin peşine takılıp ada kıyılarında yok olan denizciler (Bell, 1991, s. 400-401) gibi ölümcül bir sonuçla karşılaşacağını belirtmektedir.

Sonuç

Türkiye'nin, Kıbrıs sorununa resmi olarak taraf olduğu 1955 yılı Londra Konferansı'na giden süreçteki gelişmeleri, dönemin iki önemli gazetesi Akşam ve Milliyet'in baş karikatüristleri Eremektar ve Selçuk'un Kıbrıs konulu karikatürleri üzerinden analize odaklanan çalışmada, dış politikanın karikatürdeki izdüşümüne dair anlamlı bulgular elde edilmiştir. Türkçe alan yazınında spesifik olarak Kıbrıs meselesine odaklanan karikatür incelemeleri yapılmamış olması nedeniyle özgünlük arz eden çalışmanın bulguları, politik karikatür literatürüyle birlikte yorumlanabilir.

Bu bağlamda Eremektar ve Selçuk'un Kıbrıs konulu karikatürleri, çalışmanın kapsamı gereği tek temalı olmakla birlikte ilgili temayı tarihi, kültürel, reel politik gibi farklı konulara göndermeler yapan simgeler üzerinden işlemeye özen göstermişlerdir. Her iki karikatürist de çizimlerinin kahir ekseriyetinde Yunan figürünü fustanella giyen erkek olarak tanımlamak suretiyle hiciv ve abartı öğelerini ön plana çıkaran alaycı bir anlatı sunmuştur. Antik Yunan mitolojisine referansın siren ve zeytin dalı, dini göndermelerin melek kanatları, Avrupalı saldırganlığın lejyoner ve zırhlı şövalye kıyafetleri gibi simgelerle yapıldığı görülmüştür.

İncelemeye konu karikatürlerde, karikatüristlerin ikisinin de Kıbrıs konusunu millî bir mesele olarak gördükleri ve iç siyasi gündemde ayrışabilen çizerlerin ve örneklem gazetelerinin dış politikaya dair içeriklerinde benzer bir duruş sergiledikleri bulgulanmıştır. Yunanistan'ın dönemsel zayıflıklarının fare, çelimsiz vücut, yamuk parmaklar ve küçük yamalı kayıkla tasvir edilmesi, her iki karikatüristin de kılıç simgesi üzerinden Türkiye'nin gücüne gönderme yapması Kıbrıs konusunda birleşen bir politik duruşu göstermekle birlikte millî kimliğin, içeriği etkilediğinin de işareti olarak değerlendirilmektedir. Zira hem Eremektar'ın hem de Selçuk'un karikatürlerinde Yunanistan'ın zayıflıkları sıklıkla vurgulanırken Türkiye'nin ilgili dönemdeki güç kapasitesi ve dış konjonktür görmezden gelinmektedir. Türkiye'nin adaya dönük ilk sınırlı güç kullanımının, inceleme döneminden 9 yıl sonra 1964'te Erenköy'e dönük hava harekâtı olması, kapsamlı müdahalenin ise 1974 Barış Harekâtı ile gerçekleşmesi ifade edilen hususlarla ilişkilidir.

Özetle bu çalışmada, politik karikatürün bir bileşeni olan dış politika karikatürlerinde, iç politik gündem odaklı karikatürlerden ayrılan biçimde politik duruş farklılıklarının azaldığı ve millî kimliğin içeriği belirleyen temel unsura dönüştüğü sonucuna varılmıştır. Fakat araştırmanın zamansal ve örneklem sınırlılıkları çerçevesinde genellemeler yapmak hatalı sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle bu araştırma öncü bir çalışma olarak değerlendirilmeli ve dış politika eksenli karikatürler farklı konular, örneklem ve yöntemlerle sınanarak alan yazını geliştirilmelidir.

Kaynakça

- Alsan, Ş. (2024). Siren'in mitolojik, ikonografik ve sanat eserleri üzerine analizi: kültürel ve sanatsal bağlamda bir inceleme. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 39, 670-694. doi:10.29000/rumelide.1470145.
- Aşlakçı, F. ve Öztekin, A. (2021). Siyasal söylem ve ideolojilerin gazete karikatürlerindeyeni üretilimi: 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 genel seçimleri örneği. *İNİF E- Dergi*, 6(1), 485-508. doi:10.47107/inifedergi.885346
- Babaoğlu, R. (2018). Türkiye'nin Kıbrıs politikasının evriminde bir dönüm noktası: Londra Konferansı (29 Ağustos-6 Eylül 1955). *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 18(36), 323-347. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cttd/issue/39883/473936>
- Balyemez, M. (t.y.). Kıbrıs Türktür Cemiyeti. *Atatürk Ansiklopedisi*. Erişim adresi: <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/ki-bris-turktur-cemiyeti/>
- Bell, R.E. (1991). *Women of classical mythology: A biographical dictionary*. New York and Oxford: Oxford University Press.
- Brummet, P. (2003). *İkinci meşrutiyet basınında imge ve emperyalizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cheng, S. (2024). *Caricature in early modern Italy*. Erişim adresi: <https://www.taylorfrancis.com/entries/10.4324/9780367347093-RE-RW216-1/caricature-early-modern-italy-sandra-cheng-kristen-poole-m%C3%B3nica-dom%C3%ADnguez-torres?context=rrorw>
- Çakır, E. (2013). Akademik dünyanın kentsel imgelerinden mitolojik simgelerine üniversite logoları. *Milli Folklor*, 97, 53-69. Erişim adresi: <https://millifolklordergisi.com/PdfViewer.aspx?Sayi=97&Sayfa=50>
- Çakmak, Z. (2008). Venizelos'un Atatürk'ü Nobel Barış Ödülü'ne aday göstermesi. *Erdem*, 52, 91-110. doi:10.32704/erdem.2008.52.091
- Çimen, Ü. ve Yüksel, H. (2017). 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri bağlamında politik karikatürler: Sabah-Cumhuriyet ve Akit gazeteleri örneği. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, 30, 221-239. Erişim adresi: https://johschool.com/?mod=tammetin&makaleadi=&makaleurl=561331975_9.%20Cimen,%20221-239.pdf&key=24892
- Dışişleri Bakanlığı (t.y.). Kıbrıs meselesinin tarihçesi, BM müzakerelerinin başlangıcı. Erişim adresi: https://www.mfa.gov.tr/ki-bris-meselesinin-tarihcesi_-bm-muzakerelerinin-baslangici.tr.mfa
- Dodds, K. (2010). Popular geopolitics and cartoons: Representing power relations, repetition and resistance, *Critical African Studies*, 2(4), 113-131. doi:10.1080/20407211.2010.10530760
- Ergüven, M. (1992). *Yoruma doğru*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ersoy, N. (2007). *Semboller ve yorumları*. İstanbul: Dönence Yayınları.
- Gaste Arşivi (t.y.). *Akşam gazetesi arşivi*. Erişim adresi: <https://www.gastearsivi.com/gazete/aksam>
- Güder, F.Z. (2012). *Siyasal iletişimde politik mizah: Örnek çalışma: Semih Balcıoğlu'nun Güle Güle İstanbul karikatürlerinin incelenmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güneş, A. (2011). Mizah dergilerinde ve sanal sohbet dilinde otosansür. Ö. Barlı ve D. Tellan (Ed.), *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (s. 323-331). Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Kamiloğlu, Z. (2013). Penguen dergisinden hareketle Türk karikatür tarihinde mizahın saldırı işlevi. *Milli Folklor Dergisi*, 98, 165-173. Erişim adresi: <https://www.millifolklordergisi.com/PdfViewer.aspx?Sayi=98&Sayfa=162>
- Karakaş, A.V. ve Yılmaz, M. (2023). Birleşik Krallık dergisi The Week'te yayınlanan Rusya-Ukrayna savaşı'na dair karikatür temsilleri. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 21(1), 100-120. doi: 10.33688/aucbd.1254592
- Karikatür (2024). *Türk Dil Kurumu* Güncel Türkçe Sözlük içinde. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/?ara=karikat%C3%BCr>
- Kavoğlu, S. (2014). 6/7 eylül olaylarının gündem belirleme yaklaşımı çerçevesinde incelemesi. Samet Kavoğlu (Ed.). *Teoriden Uygulamaya Siyasal İletişimi* içinde (s. 3-24). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaya, Y. ve Yeter, B. (2018). Demokrat Parti döneminde Kıbrıs sorunu. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 215-229. doi:10.32709/akusosbil.407564
- Küçükkömürler, S. ve Ekmen, Z. (2015). *Barışın simgesi zeytin ve Anadolu kültürü*. Erişim adresi: <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/KÜÇÜKKÖMÜRLER-Saime-EKMEN-Zeynep-BARIŞIN-SİMGESİ-ZEYTİN-VE-ANADOLU-KÜLTÜRÜ.pdf>

- Mathur, S. (2021). Political caricatures and negotiation of the literary. *Image [e] Narrative*, 22(3), 115-125. Erişim adresi: <https://www.imageandnarrative.be/index.php/imagenarrative/article/view/2779/2236>
- Milliyet (t.y.). *Milliyet gazete arşivi*. Erişim adresi: <https://gazetearsivi.milliyet.com.tr/>
- Milliyet (2000, 30 Mart). *Kısa... kısa...* Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/the-others/kisa-kisa-5326005>
- Offenbarung 18,21 (t.y.). *Bibleserver* içinde. Erişim adresi: <https://www.bibleserver.com/LUT/Offenbarung18%2C21>
- Oğuzhan, Ö. (2011). Hoca bir gün modernitenin ruhuna el fatiha okur. Ö. Barlı ve D. Tellan (Ed.), *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (s. 95-112). Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Selçuk, T. (1998). *Grafik mizah*. İstanbul: İris Yayınları.
- Streicher, L.H. (1967). On a theory of political caricature. *Comparative Studies in Society and History*, 9(4), 427-445. Erişim adresi: <https://www.cambridge.org/core/journals/comparative-studies-in-society-and-history/article/abs/on-a-theory-of-political-caricature/7A8753E85519BB7F3100851AB9066470>
- Tellan, D. ve Tellan, T. (2011). Mizah, karikatür ve seri anlatı: Çocuk karakter kullanımı örneğinde ‘Tuğçe’. Ö. Barlı ve D. Tellan (Ed.), *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (s. 987-998). Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Topuz, H. (1997). *Başlangıcından Bugüne Dünya Karikatürü*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Uştuk, H. (2023). Çizgisiyle Türk karikatüründe iz bırakan karikatürist: Turhan Selçuk. *Anadolu Ajansı*. Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/portre/cizgisiyle-turk-karikaturunde-iz-birakan-karikaturist-turhan-selcuk/2842030>
- Wittkower, R. (1955). Interpretation of visual symbols in the arts. A.J. Ayer (ed.). *Studies in Communication* içinde (s.109-124). London: Secker & Warburg.
- Yalçın, E. (2017). Yunanların bitmeyen ideali: “Megali İdea”. *Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 33-48. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iisbf/issue/33561/368165>
- Yengin, D. (2011). İletişim aracı olarak karikatürde “komik şiddet” kullanımı. Ö. Barlı ve D. Tellan (Ed.), *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (s.335-342). Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Yüksel, D.Y. (2011). İngiliz büyükelçiliği yıllık raporlarında Türkiye’de Demokrat Parti (1954-1957). *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 79, 97-130. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/aamd/issue/44070/543219>
- Zorbay, T. (2019). 6/7 eylül olaylarına TBMM ve kamuoyu tartışmaları çerçevesinde yeni bir bakış. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 99, 253-296. doi:10.33419/aamd.558023

Extended Abstract

Purpose: When academic research on political cartoons is examined, it is seen that domestic agendas (economic, political, social issues) are generally analyzed on the axis of ideology and ownership. The role of caricatures in national issues and foreign policy has not been analyzed in the literature. This study focuses on the year 1955, when the EOKA terrorist organization was founded in Cyprus, attacks against Turks increased and Turkey became a party to the problem with the London Conference. The first page caricatures of two opinion newspapers of the period (Akşam and Milliyet) on Cyprus are analyzed.

Answers to the following questions were sought in the research;

1. What data can be reached when Eremektar and Selcuk’s caricatures on the Cyprus Problem are read semiotically, semantically and technically?
2. What kind of political stance do the caricaturists take on the issue?
3. Did national identity affect the content? If so, how?

Design and Methodology: In this study, Eremektar (Akşam) and Selçuk (Milliyet) caricatures dated 1955, which deal with the actions and discourses of Greek Cypriots and Greece in the Cyprus issue, were analyzed according to Wittkower's interpretation approach. Based on Wittkower's approach, which analyzes visual symbols under four headings: the meaning of image, the meaning of theme, diversity in meaning and the meaning of expression, semantic and symbolic analyses were made in the caricatures analyzed with an approach that includes cultural and periodical processes in the analysis. The references made through icons and/or symbols were made meaningful.

In this study, which is based on Wittkower's approach to interpreting visual symbols, Güder's (2012) analysis practice, which blends Tetens' cartoon analysis table with Streicher's political cartoon elements, was preferred in the analysis of the data.

Within the scope of the research, a total of 10 caricatures drawn by the chief caricaturists of Akşam and Milliyet newspapers and published on the front page between January 01, 1955 and September 07, 1955, when the London Conference was dissolved without any result, were analyzed.

In the first step, the answer to what is shown in the caricature and how it is shown is sought. In the second step, the message of the caricature was questioned. In the last step, the answer to whether there is a meaningful relationship between the message and the period and social structure in which the caricature was published was sought.

Interpretations were made on the basis of the elements Streicher points out as necessary for the theoretical analysis of political cartoons (the cartoon itself, the caricaturist, the period in which the caricature was used and the understanding of the social structure).

Findings: The study yielded significant findings on the projection of foreign policy in caricatures. Although Eremektar and Selçuk's caricatures on Cyprus have a single theme due to the scope of the study, they have taken care to process the relevant theme through symbols that refer to different issues such as historical, cultural and realpolitik. Both caricaturists present a sarcastic narrative that emphasizes satire and exaggeration by defining the Greek figure as a man wearing fustanella in the vast majority of their drawings. It was observed that references to ancient Greek mythology were made with sirens and olive branches, religious references with angel wings, and European aggression with symbols such as legionaries and knights in armor. It was found that both caricaturists regarded Cyprus as a national issue and that the caricaturists, who differed on the domestic political agenda, displayed a similar stance in their foreign policy content. Greece's periodic weaknesses were depicted with a mouse, a frail body, crooked fingers and a small patched boat. Both caricaturists made reference to Turkey's strength through the symbol of the sword. It is emphasized that hostility against Turks will have heavy costs for Greece. In the caricatures, perspectives that favor Turkey, are confrontational, and defend the thesis that the Turks will be victorious in a possible war were identified. While this shows a unified political stance on Cyprus, it is also a sign that national identity affects the content. In both Eremektar's and Selçuk's caricatures, Greece's weaknesses are frequently emphasized, while Turkey's power capacity and the external conjuncture in the relevant period are ignored.

Research Limitations: The study has two limitations in terms of temporal and sampling dimensions. The temporal limitation is to examine an issue such as the Cyprus problem, which continues to this day, through caricatures published between January 01, 1955 and September 07, 1955. The findings of studies examining different time periods may vary. In this study, the caricatures of the chief cartoonists of Akşam and Milliyet newspapers on Cyprus were analyzed. Although Akşam and Milliyet newspapers are important newspapers of the period, they cannot reflect the universe. The findings of the study are meaningful within these limitations.

Implications: This study focuses on foreign policy cartoons as a component of political cartoons. It was concluded that in foreign policy cartoons, differences in political stance diminished and national identity became the main element determining the content, in contrast to caricatures focused on domestic political agenda. Although the stylistic differences of the cartoonists are evident, it is seen that they frequently resort to satire and exaggeration in the representation of the 'other'. However, making generalizations within the framework of the temporal and sampling limitations of the study may lead to erroneous results. Therefore, this research should be considered as a pioneering study and the literature should be developed by testing foreign policy-oriented cartoons with different topics, samples and methods.

Originality/Value: This is the first study to examine the Cyprus problem, which has been analyzed from various perspectives by different disciplines in the literature, through political cartoons. The study is unique as it is the first study that analyzes political cartoons with a foreign policy focus in the Turkish literature. This study, which aims to bring a new foreign policy-oriented perspective to the political cartoon literature, should be considered as pioneering research that will shed light on new studies in the field with its method, findings and interpretations. The literature should be improved with new studies.

Gabriel Marcel'in Bozulmuş Dünya (The Broken World) Adlı Eserinde Ele Alınan "Parçalanmış İnsan"*

Nilüfer KARADAĞ¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 06.11.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 03.03. 2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Bu çalışmanın amacı Gabriel Marcel'in The Broken World eserindeki düşünceleri çerçevesinde "parçalanmış insan" meselesinin irdelenmesidir. Marcel'e göre yirminci yüzyılın önemli sorunlarından biri bilim-teknolojinin hızlı ilerleyişi karşısında insan varlığının ontolojik değerini yitirmeye başlaması ve "soyutlama ruhu" ile karşı karşıya kalmasıdır. Bilimsel gelişmeler sebebiyle insan iş gücüne duyulan ihtiyaç artmakta ve verilen görevleri başarıyla tamamlayabilen bireylerin daha kıymetli olduğu bir dünya anlayışı zihinlere yerleşmektedir. Marcel'e göre insanın ontolojik değerinin sahip olduklarına indirgendiği bu dünya, özünde bozulmuştur ve yeniden var olmayı beklemektedir. Marcel için dünyanın bozukluğu insanlığın şeklini oluşturmaktadır. İnsan, bozulmuş dünya içinde işlevlerine indirgenerek yaşamaya çalışmakta adeta parçalanmış bir şekilde yaşamını sürdürmektedir. Parçalanmışlığının verdiği rahatsızlığı hissetmeye başlayan birey için artık yüzeysel ilişkiler sıradan gelmektedir ve kendisini içinde bulunduğu umutsuzluktan kurtarmak istemektedir. Böylelikle insan, eylemlerini aktif düşünceye dayandırarak önce kendi parçalanmışlığını fark etmekte sonra dünyanın bozulmuşluğunu aşmaya çalışmaktadır. Teknolojinin hızlı ilerleyişi sonucunda kişisellikten uzaklaştırılıp nesnelleştirilen insanın problemlerine ışık tutan Marcel'in düşünceleri daha fazla önem kazanmaktadır. Sonuç olarak drama şeklinde yazılan ve tiyatral bir şekilde sunularak izleyici karşısına çıkan bu eser, bedenli bir varlık olarak insanın hayata karşı duruşu sayesinde aşkla, umutla, imanla, sadakatle dünya içinde bir savaşçı olarak parçalanmışlığından kurtulup varlık olma yolunda sahip olması gereken ontolojik değere ve bütünlüğe ulaşma yolunu açmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bozulmuş dünya, parçalanmış insan, aşk, sadakat, katılım.

* Makale, 21-22 Ekim 2022 tarihinde düzenlenen "2nd International Conference On Social Science, Humanities And Education" (USBED)'te sunulan bildiriden esinlenilerek yazılmıştır.

1 Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Felsefe Grubu Öğretmenliği, nilufer.karadag@gazi.edu.tr ORCID: 0000-0002-4658-2494

The Fragmented Man” In Gabriel Marcel’s “The Broken World

Abstract

The aim of this study is to analyse the issue of ‘fragmented human being’ within the framework of Gabriel Marcel’s thoughts in The Broken World. According to Marcel, one of the important problems of the twentieth century is that human existence has begun to lose its ontological value in the face of the rapid progress of science-technology and is faced with the ‘spirit of abstraction’. Due to scientific developments, the need for human labour force is increasing and the understanding of a world where individuals who can successfully complete the given tasks are more valuable is settling in the minds. According to Marcel, this world, in which the ontological value of human beings is reduced to their possessions, is essentially corrupted and awaits to come into existence again. By basing his actions on active thought, man first realises his own fragmentation and then tries to overcome the corruption of the world. The thoughts of Marcel, who sheds light on the problems of human beings who are depersonalised and objectified as a result of the rapid progress of technology, gain more importance. As a result, this work, which is written in the form of drama and presented in a theatrical way, opens the way to reach the ontological value and integrity that man, as a corporeal being, should have on the way to becoming a being by getting rid of his fragmentation as a warrior in the world with love, hope, faith and loyalty thanks to his stance against life.

Keywords: Broken World, fragmented man, love, fidelity, participation.

Jel Kodu: Z

Giriş

Varoluş felsefesinin önemli isimlerinden biri olan Gabriel Marcel 1889 yılında Paris'te dünyaya gelmiştir ve 1973 yılında aynı yerde vefat etmiştir. Marcel, öğrenim hayatının rekabet sistemine dayalı her türlü zorlayıcılığına rağmen başarılıdır ve tüm dersler içinde felsefe ve müzik derslerine özel bir ilgi duymaktadır.

Marcel yaşamı süresince I. ve II. Dünya Savaşlarının insanlar ve toplumlar üzerindeki tahribatını gözlemlemiştir. Marcel'in erken yaşta annesini kaybettikten sonra babasının teyzesi ile evlenmesinin yarattığı duygusal çatışmalar ve savaş döneminde üstlendiği görevler neticesinde felsefi düşünceleri şekillenmiştir. Dolayısıyla bu deneyimler Marcel'in dikkatini "sevgi", "aşk", "sadakat", "ölüm", "ihamet" gibi konulara yöneltmesine, zaman içinde düşüncelerinin idealizmin etkisinden uzaklaşmasına ve varoluşçu felsefeye yönelmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla o, dünya içinde kendini bulup anlamlandıran ruhu ve bedeniyle bütün olan insanın, somut deneyimlerini merkeze alan "somut" (konkre) felsefesini biçimlendirmiştir (Koç, 2017, s. 3).

Marcel'in kendini en iyi şekilde ifade etmesine felsefe ve sanat aracılık etmiştir. Ayrıca o, insani deneyimleri özellikle tiyatro ve drama yolu ile anlatma yolunu tercih ederek yaşamın anlamı konusundaki kişisel sorunları derinden incelemiştir (Hanley, 1998, s.24). Ona göre metafizik düşüncenin "somut olan" insan deneyimlerinde kavranışı drama yoluyla gerçekleşmektedir (Gallagher, 1962, s. 96). Marcel'in ilk drama eseri, 1905 yılında yazdığı Dağdaki Işık (The Light on the Mountain) adlı eseridir. Hayatının geri kalanında Görünmez Ruh (Souil Invisible), Dörtlü (Quartet) veya İkonoklast (Iconoclaste) vb. diğer eserleri kaleme almıştır. Marcel'e göre tiyatro ve dramada "yaratım" (creation) olduğu için ego kendisini merkeze alan tavrından uzaklaşmakta ve bu suretle fark ettiği "ben dışındaki insanlara doğru yönelim" imkânı bulmaktadır (Marcel, 1968, s. 7). Marcel'in insanın varoluşsal durumuna ilişkin analizlerini kapsayan araştırmaya yönelik tiyatro oyunları, seyirciye aşına olan aile ortamı gibi ortamlarda sergilenmekte ve oyunlarında 1920-1950 zaman dilimini içeren derin psikolojik analizler içermektedir. Yaşamın içinde varlığını sürdüren bu dramalar samimiyetle yazılmakta, insanlar arasında akla gelen tüm duygular sürpriz sonlu bir şekilde işlenmektedir. Eserlerdeki dramatik karakterler yaşamlarını etkileyen çatışmaların farkında olup bu durumun üstesinden gelmeye çalışmaktadır. İnsan ilişkilerinde inkâr, ihanet vb. negatif durumlar zaman zaman söz konusu olsa da bu umutsuzluk mesajları anlamına gelmemektedir. Deneyim insan yaşamının vazgeçilmez bir unsuru olduğu için bu, umutsuzluktan umuda doğru yol alan bir serüven olarak görülmektedir (Koç, 2004, s. 32-33). Marcel eserlerinde olumlu ve olumsuz temaları konu edinmekle birlikte insanın en zor koşullarda bile gülebilmesiyle umutsuzluğun içinden umutla çıkabildiğine dikkat çekmektedir.

Gabriel Marcel'in Felsefi Eğilimi

Marcel, düşüncelerin kategorileşme şekli olan izm'lere karşı mesafeli durarak, idealist ve rasyonalist eğilimlerden bağımsız, insanın bütünlüğünü ve deneyimlerini ön plana çıkaran "somut felsefe"sinin oluşturmuş, insan varoluşunun fenomenolojik analizinden hareket ederek onun derin bir içsel deneyimle metafizik alana yükselişinin analizini yapmıştır. Bu doğrultuda Marcel insanın gerek kendini bilmesi ve tanıması gerekse deneyim bütünlüğü açısından "ben olmayanlar"ın -yani "sen" ve "o" - önemine vurgu yaparak insanın "intersubjektif" bir varlık olduğuna dikkat çekmiş ve ben'den bize doğru yönelen bir "komünyon" metafiziğinin önemini vurgulamıştır.

Marcel felsefesinin odağında deneyim varlığı bir insan olarak kişi vardır. Bireyin yaşantılarını canlı ve derinlikli bir biçimde tasvir ederken Marcel'in ilk ve en temel sorusu, "Ben kimim?" sorusudur. İnsan bir kere bu soruyu kendine sorduğunda, modern düşüncenin neredeyse zorunlu kıldığı nesnelleştirme eğiliminden uzaklaşma yolunu fark etmekte ve kendi doğrudan deneyimine dönebilmektedir (Magill, 1971, s. 107). İnsan, değerli bir varlık olduğunu fark etmeli ve kendisine dayatılan tüm soyutlamalardan kurtulup aşkınlık yoluna girmelidir. Marcel, İngiliz ve Alman idealizminin yetersiz yaklaşımları sebebiyle, varoluşa yönelik yeni bir değerlendirme yapmakta ve yaşamın mahiyetine dair kendi kişisel deneyimlerindeki atılımı ve beraberinde gelen değişimi gözler önüne sermektedir (Hanley, 1998, s. 13).

Marcel sistem yanlısı bir filozof değildir. Bu sebeple düşüncelerini günlük tutma şeklinde yazmakta ve insana dair “kapsamlı ve kuşatıcı” düşünsel bir birliğe ulaşmaya çalışmaktadır (Q'Malley, 1984, s. 275). Marcel, kapsamlı ve kuşatıcı düşünsel birliğe ulaşmak, insan ve yaşama dair fikirlerini açıklarken “gezgin insan”, “keşif yolculuğu”, “ışık”, “bozulmuşluk” gibi metaforlar kullanmaktadır. Marcel'e göre insan “oluş” halindeki “gezgin” bir varlıktır (homo viator). Her daim oluş halinde olan gezgin insan, her geçen gün kendisine yabancılaşan bir dünyada umut vasıtasıyla kendisine ve dünyaya yabancılaşmayı reddederek hayata ve geleceğe karşı umut içinde bir bekleyişle yönünü tayin edebilmektedir (Koç, 2008, s. 172). Dolayısıyla Marcel, eserlerinde insanın somut deneyimlerini ele alarak keşif, umut, umutsuzluk, aşk, bağlanma, sadakat, iman, ölüm gibi kavramlara dair diyaloglar oluşturmaktadır.

Descartes 17. yy. da Kartezyen felsefeyi kurup “özne” kavramına epistemolojik bir yaklaşım getirerek, özneyi yeniden inşa etmiştir. Ancak Marcel'e göre Kartezyen gelenek ve ondan kaynaklanan idealist felsefeler, varlığı parçalamakta somut bütünlüğünden uzaklaştırmaktadır. Marcel'e göre Descartes varoluşun genel karakterini yanlış anlamakta, “varoluşsal özneyi” değil, “düşünen bir varlık olarak kendisini” keşfetmekte ve “ben”i dünyaya tepeden bakan bir zihin olarak kabul etmektedir (Marcel, 1952, s. 325). Kartezyenizmin temeli olan düşünce, dünyayı bütün olarak görmekte başarısız olmakta, kavramsal ve “kavramsal olmayan” bilgi alanları “problem” ve “sır” alanlarını gözden kaçırmaktadır (Marcel, 1952, s. 8). Dolayısıyla modern özne kavramı, öznenin ontolojik bütünlüğüne zarar vermektedir.

Modern dünya, varlığın kendi içindeki birliğini bozma eğilimindedir. 17. yy. da yaşanan bilimsel devrimin ardından hızlı bir şekilde kendini gösteren bilimsel gelişmeleri izleyen süreçte, 19. yy. Fransa ve İngiltere'de olduğu gibi Almanya'da da pozitivist bir anlayış etkilidir. Ayrıca bu dönemde durdurulamayan bir hızla gelişen “uzmanlaşma” eğilimi “insanın ontolojik değeri” ve “ontolojik tamlığı” problemini yeniden gündeme getirmiştir (Koç, 2021, s. 5).

Marcel, tarihsel süreçteki teknolojik değişimle birlikte gelen önce insanda sonra toplumlarda meydana gelen bozulma/dejenere olma/yozaşma, işlevselleştirme meselesini çok boyutlu olarak incelemiştir. Descartes ile başlayan modern özne yaklaşımı birlikte, ontolojik eksikliklerle ele alınan insanın, ontolojik bütünlüğünü tamamlayamadığı için parçalara ayrılmış bir şekilde yaşamını sürdürmeye çalışır hale gelmektedir. Dolayısıyla Marcel yaşadığı süre boyunca bilimsel ve teknolojik gelişmelerine bağlı olarak değişen, bireyin somut bütünlüğünü zedeleme eğilimine neden olan soyutlama ruhuna karşı bir önlem almak ve “insanın değer ve itibarını” ona yeniden iade edebilmek amacındadır. Marcel'e göre insan “tinsel ve bedensel bütünlüğü” içinde ele alınması gereken “oluş” halindeki bir varlıktır. İnsanın “oluş” halinde ve “sonlu” bir varlık olduğunu idrak etmesi; sevgi, aşk, iman, sadakat gibi deneyimlerle Aşkın Varlık'a yönelme isteğini, kendi ifadesiyle “ontolojik sır (mystery)” ulaşma çabasını, kendini gerçekleştirme çabasını da beraberinde getirecektir.

Marcel Felsefesinin Temel Kavramları

Marcel, insanın subjektif deneyimlerini esas alan felsefesinin merkezine eşsiz bir varlık olarak kişiyi yerleştirir. Marcel, insanın somut yaşantısında kendine has şekilde tecrübe ettiği varoluşsal deneyimlerin önemini kavramış ve kendi deneyimlerine yönelik analizler yaptıktan sonra, bilimin perspektifi ile kişisel deneyimleri bütünleştirebilmenin olanaksız olduğunu fark etmiştir. Çünkü subjektif yaşantılar “burada ve (an) şimdi” deneyimlenmektedir ve rasyonel bir sistem içinde anlamsızlaşmaktadır (Koç, 2017, s. 3). Marcel'in felsefesi rasyonel bir sistem kurmayı amaçlamamaktadır. Her filozofun terminolojisi olduğu gibi Marcel'in de kendine has bir üslubu ve kavram haritası vardır. Bu kavramlar sahip olmak, Varlık olmak, problem, sır, birinci refleksiyon, ikinci refleksiyon, katılım, aşk, umut, iman ve sadakattir.

Marcel düşüncesinde her bir kavramın somut yaşamda karşılığı vardır. Bu kavramların ilki birinci refleksiyondur. “Birinci refleksiyon” günlük yaşam ihtiyaçlarına yönelik “analizci” ve “problem çözmeye dayalı” bir düşünme biçimi olduğu için insanın varoluşsal deneyimlerinin bütünlüğünü bozma eğiliminde olup, “sahip

olma” kategorisi çerçevesinde değerlendirilmektedir. “İkinci refleksiyon” ise, Marcel’e göre, birinci refleksiyonla kaybedilen varoluşsal deneyim bütünlüğünü birleştirme eğiliminde olan “onarıcı bir düşünme” biçimidir. İnsanın kendi benliğinin derinlerine nüfuz edebilmesi ancak “ikinci refleksiyon” ile gerçekleşmektedir. “Varlık olma” yolunda deneyimlenen ikinci refleksiyon “ben”in hareket halinde, aktif olan “varlığının örtüsünü” açmaktadır (Magill, 1971, s. 108). Marcel felsefesinde “ikinci refleksiyon” doğrudan deneyimin kaybolan somutluğunu ortaya çıkaran bir çeşit hatırlamadır. Derin bir konsantrasyona dayalı olan bu hatırlama, birinci refleksiyonla kaybolan birliği, yeniden bir araya getirerek kişiye varlığın huzurunda bir rahatlatma sunmaktadır (Q’Malley, 1984, s. 282). Marcel problematik alandan tamamen uzaklaşan, hayatın ve varoluşun parçalanmışlığının üstesinden gelen ve tekrar bütünleştiren ikinci refleksiyona ve sır kavramına felsefesinde özel bir yer vermektedir. Çünkü bütünsel bir düşünme biçimi olan “ikinci refleksiyon” ile içsel yaşamın boyutları ön plana çıkmaktadır. Marcel’e göre subjektif deneyimleri sınırları belirlenmiş bir sistemle değerlendirmek mümkün değildir. Her ne kadar modern dönemden itibaren insan, Marcel’in ifadesiyle “soyutlama ruhu” mantığıyla soyutlama yoluyla ele alınıp, işe yararlılığıyla değerlendirilse de temelde insan, hiçbir indirgeme tekniği ile ele alınması mümkün olmayan bir varlıktır.

Marcel gerçekliği keşfetmeye biyolojik olarak gerçekleşen duyumun ötesindeki ortak duyu deneyimi ile başlamaktadır. Marcel, Mutlak Varlık’a ulaşma yolunda bireyselden ziyade komünyon fikriyle hareket ettiği ve Varlık sırrına da ulaşma hedefinde olduğu için ontolojik anlama sahip “ortak varlık duygusunu” kaybedilme tehlikesi ile karşı karşıya olduğunu düşünür (Panting, 2008, s. 4).

Marcel’in temel düşüncesi ve ulaşmak istediği gerçeklik, eşsiz bir deneyimle kavranan ve kendisini gerçekleştirmeye çalışarak var olan kişi ile, kişinin tüm varlığını kuşatan Varlığın mevcudiyeti arasındaki “sır”lı ilişkiyi kavramaktır. Marcel, Varlığın bireysel ruha çağrısı ile ilgilenmektedir. Marcel’e göre “varlık için ihtiyaç” ya da “var olma ihtiyacı” olarak ifade edilebilen “ontolojik gereklilik” (aşkınlığın gerekliliği) kişinin zamanın zorunlu kıldığı koşullardan rahatsızlık duyarak, bilim, felsefe ya da sanat alanında ürünler ortaya çıkararak, tinsel bir deneyim yaşama, kendini gerçekleştirme veya sadece eylemleri ve faydalılığıyla değerlendirilen insan için objektifleşen dünyayı aşma eğilimi gibi görülebilen bir tür “varlığa susama”, “varlığa gereksinim duyma” hali olarak ortaya çıkmaktadır (Marcel, 1968, s. 3). Marcel’in “gereklilik” kelimesinden kastı ontolojik gerekliliğin bir objeye duyulan isteğin dışında “talep edilen bir şeyle” ilgili olması gerektiğidir. Talep edilen şey ise modern dünyada objeleştirilen ve fonksiyonlarına indirgenen düşünceler sebebiyle değerini kaybeden varlıktır. Bu bağlamda “ontolojik gereklilik” ifadesi varlık karşısında duyulan “içsel bir gereksinimi” ve “kendini gerçekleştirme” ihtiyacını dile getirmektedir (Koç, 2008, s. 173). İçsel gereksinime dair farkındalık ise bireyi son noktada problem ötesi olan metafizik bir gerçeğe yönlendirmektedir. Dolayısıyla insan, Varlığın çağrısına bağlanma ve umut yoluyla yanıt vererek Varlık’a katılım deneyimine girişmektedir. Bu bağlamda “biz” olma, Varlığa katılma duygusunun eksildiği ya da yitirildiği bir dünyada Marcel, subjektif deneyimlerin “metafizik/ontolojik bir değeri” olduğunu ve bu deneyimlerin varoluşsal değerinin sebebinin aşkın Varlık olduğunu hatırlatma çabasıdır (Reneaux, 1994, s. 79).

Marcel felsefesinde varoluş kişinin dünyaya katılımıyla mümkün olmaktadır ve “katılım” özgür düşüncenin temelidir (Gallagher, 1962, s. XI). Katılım da kişi bir şeyin “seyircisi” değil, bir şeyi “temaşa eden” konumundadır. Tiyatrodaki seyirci sadece sonraki sahne ile ilgili merak duygusuna sahip olduğundan “seyirci olma” pozisyonundan öteye geçemezken “temaşa etme” de seyredilen şey dışallıktan öte içsel bir konumda deneyimlenmektedir (Marcel, 1949, s. 127). İnsan bir işe, bir düşünceye, bir davaya belli bir ölçüde kendini adayarak ya da kendini adamaya hazır olarak katılım gerçekleştirmektedir ve var olmak için seyirci değil sadece katılımcı olmak gerekmektedir. Katılmak, “bağlanmak”tır.

“Bağlanma” insan varoluşunun ta kendisidir. Bağlanmak bir yargı değildir; hem metafizik-ontolojik hem de ahlaki ben’e gönderme yapmaktır. Bağlanmak, kişinin olduğu ve olması gerektiği özgürlük ve sorumluluğunun kesiştiği noktada bulunmaktadır. Katılmak bağlanmaktır, bağlanmak özgürlüktür (Bayraktar, 2014, s. xxi).

Marcel'in Bozulmuş Dünya (The Broken World) Adlı Eseri

Marcel düşüncelerini açığa vururken dramaya özel bir önem verir. Marcel'in dramayı subjektif alemin bir yansıması olarak algılaması, daha sonra felsefi olarak nesnellikten ziyade öznelliğe yönelmesinde, soyutlamadan uzaklaşarak "Varlığa yönelik somut yaklaşımları" tercih etmesinde önemli bir unsurdur.

Marcel'in bedeni ve ruhu ayrı ayrı ele alan soyutlamadan uzaklaşarak, somut insan bütünlüğünün hissedildiği, temelini insan deneyimlerinden alan tiyatro ve dramada derinden ilgilendiği sorun, gerçekliğin doğasıdır. Ona göre drama, soyut düşüncenin labirentinden çıkmanın yoludur. Çünkü dramalarda felsefi katılımı içeren somut deneyimler yansıtılır. 1929 yılında Marcel, Katolik mezhebine dahil olduktan sonra (Marcel, 1984, s. 28) tiyatrolarında özellikle dini deneyim temasını işlemeye başlar. Bu açıdan Bozulmuş Dünya (The Broken World) adlı oyun Marcel'in kariyerinde çok önemli bir yere sahiptir. Marcel'in yazdığı drama eserlerinde ulaşmak istediği amaç doğrultusunda oyuncuların oyundaki somut deneyimlerle elde ettikleri keşifleri derin felsefi sorgulamalar içermektedir. Ayrıca oyun aracılığı ile izleyicilere verilmek istenen mesaj oyundaki diyaloglarla açıkça ifade edilmektedir.

Marcel, 1932-1933 yılları arasında yazılan, somut yaşantıları içermesi sebebiyle felsefesini pratik olarak yansıtan ve insanın işlevselleşen dünya karşısında değerini fark edebilmesinin ve kendini, Aşkın Varlığa açabilmesinin imkânını konu alan bu eserde hayata bakışını açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca eserde, hayatın manevi boyutunun yeniden keşfine sanatsal anlatımla dramatik bir ifade verilmekte varlığın derinliği ile insanın keşif becerisi arasındaki ilişki ortaya çıkarılmaktadır ve somut deneyimlerden yola çıkarak insanın soyut gerçekliklere nasıl erişilebildiğini ve bu gerçekliklerin de kişilerin intersubjektif olarak başka ben'lerle açılımı aracılığıyla nasıl aktarıldığını göstermektedir (Hanley, 1998, s. 25). O, bu eserde sanat ve felsefe anlayışının bağlantısını gözler önüne sermekte ve modernitenin insan üzerindeki olumsuz etkilerinden duyduğu rahatsızlıktan bahsetmektedir. Ayrıca bu dramada umutsuzluk, umut, aşk, sadakat, ihanet gibi kişilerarası gerçekliklere ilişkin yeni bir felsefi yaklaşım geliştirmektedir.

Bozulmuş Dünya (The Broken World) Adlı Eserin Konusu

Bozulmuş Dünya oyunu, Paris'in eğlenceli bir resmini temsil ettiği gibi Marcel'in sosyal hiciv konusundaki yeteneğini de gösteren bir eserdir. Marcel bu oyunda insanın içinde bulunduğu yabancılaşma, yanılsama ve kafa karışıklıklarına karşı insanlığa ikna edici bir düşünme şekli sunmaktadır. Marcel'i diğer filozoflardan ayıran önemli unsurlardan biri budur. Bu eserde teknolojik gelişmeler ve işlevselleşme yoluyla insanın özünü ve asli özelliklerini yitirme meselesinden bahsedilmekte, dünyanın bozulmuşluğuna vurgu yapılmaktadır. Bu bağlamda "bozulmuş dünya" özünde parçalanmış ve yeniden var olmayı beklemektedir. Marcel, dünya tarihinde yaşanan olaylar sebebiyle daha da parçalanan bu dünya içindeki "parçalanmış insanı" (fragmented man) somut bütünlüğünü yeniden keşfedebilmesi için umutla, aşkla, bağlanma ve sadakat yoluyla Aşkın bir yola davet etmektedir.

Bozulmuş Dünya eserinin kahramanı Christiane Chesnay parlak, yetenekli, çekici bir kadındır ve yüksek bir devlet memuru olan Lawrence ile evlidir. Lawrence o kadar kişiliksizdir ki insanlar genellikle onu fark etmemektedir. Buna karşılık Christiane, çeşitli seyahatler, sanatsal projeler, sosyal katılımlar gibi etkinliklerle sürekli bir faaliyet içinde bulunmaktadır ve birçok arkadaşı onun dikkatini çekmek için adeta bir yarış içine girmektedir. Hatta erkekler Christiane'nin kalbine girmek için farklı yollar denemektedir ama Christiane herkese aynı mesafede durmakta kendini gerçekten kimseye açmamaktadır. Yaşanılan dönemde insanlar sadece kendi zevk ve tercihlerine göre bir yaşam tarzı oluşturdukları için, temeli ahlaki olmaktan da öte iradi seçimlere bağlı olan bir yönelim bozukluğu söz konusudur. Christiane'nin birlikte hareket ettiği çevre de geleneksel yaşamla alay etmekten adeta gurur duyan, insanın kendisini hayattaki işlevleriyle özdeşleştiren bir çevredir. Christiane çeşitli problemleri olan çocukluk arkadaşı Denise ile bir gün sohbet ederken, kendisini çeken ama tatmin etmeyen bu hayat hakkındaki düşüncelerinden bahsederek, Bozulmuş Dünya olarak ad-

landırdığı bir yerde yaşarken hissettiği huzursuzluğu anlatır. Dramada üzerinde durulan başka somut alt yaşantılar da bulunmaktadır ama dramanın odak noktası “Christiane’nin bozulmuşluğunu fark ettiği dünyada “parçalanmış bir insan” olduğunu idrak etmesi ile bu durumun içinden nasıl çıkacağına resmedilmesidir.

“Bozulmuş Dünya” Kavramının Ne’liği ve Bozulmuşluğun İnsan Açısından Anlamı

Marcel için bozulmuş dünya kavramı betimleyici bir kavramdır. Marcel bu kavramla günümüz dünyasına vurgu yaparak insan yaşantısının belirli özelliklerini anlatmakta ve içinde barındırdığı ıstırap ve huzursuzluğu açıklamaktadır. Ayrıca insanın en derin ihtiyacı olan “Varlığın sırrına katılma” ihtiyacına yabancı kalan bir durumu sezgisel olarak ifade etmektedir. Bozulmuş dünya imgesi her ne kadar metaforik olarak düşünülse de yapay olarak yaratılan, düşüncenin sınırları içinde kalan ve halinden memnun sıradan insanın fark etmediği bir yarayı iyileştirmek için tasarlanmıştır. Bu kavram, düşüncenin kendisi için ürettiği bir bilmece olarak değil, deneyim sürekliliğindeki “kopuş” olarak nitelendirmektedir (Marcel, 1952, s. 36-37). Söz konusu oyundaki temel düşünce, insanın yaşadığı huzursuzluk, varlık duygusunun kaybı biçiminde kendisini gösteren bir ıstırap olarak ortaya çıkmaktadır. Burada sonlu ve ahlaki bir varlık olarak kişinin rolü, varlık duygusunu kaybetmenin farkındalığı ile parçalanmış varlığından nasıl sıyrılacağına keşfidir. Bu durum parçalanmışlıkları ile yetersiz bir varlık olan kişilerin, Varlığa katılmayı arzulamalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla oyun içinde sorulan sorular bu tür bir katılımın olanağının koşullarını aydınlatmaya yöneliktir.

Marcel oyunda ilk olarak fiziksel huzursuzluğun ortaya çıkmış olduğu dünyanın bu durumunu “bozulmuşluk” olarak değerlendirmekte ve ardından bu bozulmuşluk durumunun, refleksiyonu, hayal etmeyi ve Aşkın olanı reddetme ile karakterize edilen bir durum olduğunu tasvir etmektedir. Marcel’e göre bozulmuş dünyada insanların yüzeysel ilişkilerin merkeze alındığı sosyal yaşantıya daha çok önem vermesi, devletin yetkilerinin genişletilmesi ve dünyada mahremiyet, kardeşlik, yaratıcılık, tefekkür ve hayal gücünün giderek itibarını yitirmesi unsurları ile gerçek birlik kaybolmaktadır (Marcel, 1952, s. 36-37). Bozulmuş dünya kavramı, felsefenin salt meraka ya da muhtemelen bir çekişme zevkiyle desteklenen entelektüel ilgiye dayandığını ya da sıradan bir ilgi olabileceğini reddetmesi nedeniyle de önemlidir.

Bozulmuş dünya imgesi, yalnızca parçalanmış veya parçalanmış görünen, tutarlı birliğe sahip olmayan bir dünyaya değil, böyle bir dünyada yaşayan insanlara da atıfta bulunmaktadır. Bu dünya Christiane’nin kendi varlığından artan memnuniyetsizliğine, kişisel yaşamının boşluğundan kaynaklanan huzursuzluğa, sığ ilişkiler ve boş jestler gibi insanın içinde yetersizlik duygusu uyandıran anlamsal boşluktan dolayı oluşan rahatsızlığa da göndermede bulunmaktadır. Hayatı başarılarla dolu olan Christiane’nin bozulmuş olduğunu fark ettiği dünyada yaşama duygusuna sahip olmasının tek sebebi Chesnay ile olan evliliğidir. Ancak Christiane bir müddet sonra evliliğinde de sebebini bilemediği bir eksiklik üzerine düşünecektir (Hanley, 1998, s. 16).

Marcel bir taraftan eserin kahramanı Christiane’nin hayal gücünü kullanarak yaratıcı yetilerini geliştirmesinin büyük bir çaba olduğunu kabul etmekte, diğer taraftan varlığın derinlerine inerken deneyimlerin ortaya çıkışını ve sonuçlarını resmetmek için çeşitli analizler yapmaktadır. Dolayısıyla Marcel, deneyimin gerçekliğine dayalı kişilerarası ilişkileri yansıtan betimlemeyi soyut veya teorik argümantasyondan köklü bir varoluşsal güvenceye götüren bir yol olarak görmektedir.

Marcel için bozukluk insanlığın formunu oluşturmaktadır. Bozukluk, insan deneyiminin eşiğidir, insanın isteksiz doğasıdır. İnsan bu eşiği aşmamakta bunun yerine bu çatlağa ve parçalanmaya katkıda bulunan sıradan görevlerin ve işlevlerin özelliğiyle övünmeyi tercih etmektedir (Panting, 2008, s. 4). Bu durumda ontolojik gereklilik ise, kişisel olanı küçümseyen, “Aşkın olanı reddeden” bilinçsiz bir görecelik tarafından bastırılmaktadır (Marcel, 1954, s. 5-6). Oysaki insanın deneyim varlığı olması, yaşamını devam ettirebilmek için eylemde bulunması aynı zamanda insanın “eylem” yoluyla bozulmuşluk eşiğini de aşılabileceği anlamına gelmektedir. Marcel dünyadaki deneyimler aracılığıyla aşkınlığı hedeflemekte ve tüm eylemlerin aktif

düşünceye dayandırılması gerektiğini düşünmektedir. Hatta ona göre sırf dünya bozuldu diye insan sürekli aynı şeyleri yapmak zorunda da değildir (Panting, 2008, s. 5). Marcel'in burada kendine biçtiği rol insanın parçalanmışlığına, bozulmuşluğuna işaret ederek bunun üstesinden gelebilmenin yollarını göstermektir.

Felsefi olarak bozulmuşluk, işlev merkezli bir dünyada yaşanan umutsuzluğa yatkınlıktır ve umutsuz insan, dünyanın geçici ve boş olduğunu fark etmemektedir. Bu bağlamda onun bozulma kavramına yönelmesi de parçalanmış insan kavramına dayanmaktadır. Parçalanmışlığın sebebi, bireyin dünyada hem kendisini hem başkalarını işlev koleksiyonu olarak görmesidir. Marcel bir tarafta tarihsel materyalizm, diğer tarafta psikanalizmi savunan teorilerin insanlık kavramı üzerinde uyguladığı indirgemeci etkiye de işaret etmektedir. Bu tarihsel nedenlerden dolayı, birey giderek kendisini hiyerarşik bir düzende sorunlu görünen işlevler yığını arasında görme eğilimindedir. Kişi tüketici, üretici, vatandaşlık gibi sosyal işlevler ya da hayatı idame ettirmeye dayalı yaşamsal işlevler ya da en az değer gören psikolojik işlevler doğrultusunda yargılandığı için onun özgürlüğü tartışılmaktadır. Temeli soyut olan bu düşüncelerden somut deneyimlere geçilip büyükşehir otoritesinin belirli bir çalışanı olan, örneğin biletleri kontrol eden kondüktörün yaşamına bakılıp iç dünyası hakkında sorgulama yapıldığında çevresindeki her şeyin onun kimliğini işlevleriyle eşitlemeye çalıştığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Kondüktör için uyku, eğlence, çalışma süresi gibi çeşitli işlevler kesin çizgilerle ayrılmaktadır. Bozulmuş dünyada insanlar için ülkelere, iklimlere, mesleklere vb. göre değişen bir tür hayati program kavramı vardır (Marcel, 1998, s. 173). Parçalanmış insan kendini, dünyadaki işlevlerine o kadar adamaktadır ki her türlü meraka yönelik eğilimini yok etmektedir. Böylece insan için yaşamsal ve toplumsal fonksiyonları içeren işlevler zihne yanlış yerleştirilmekte, içeriğini yitirmektedir. Varlık duygusunun eksik olduğu ve bu anlamda farkındalığını kaybetmiş insanın -eğer ontolojik talepler onu endişelendiriyorsa- küresel ve sezgisel karakterizasyonu donuk, belirsiz bir dürtü olarak ortaya çıkmaktadır (Marcel, 1954, s. 1).

Marcel parçalanmış insana örnek olarak, yeraltı mezarlığına benzettiği, kendi birimine bağlı modern bir ofis çalışanını betimlemektedir. Görevi telefonlara cevap vermek ve diğer insanlarla iletişim kurmak olan çağrı merkezi elemanı sadece çerçevesi belirlenmiş bir plan doğrultusunda hareket etmek zorundadır. Çünkü dinlenmek, tatile gitmek hatta yemek yemek bile onun adına önceden planlanmaktadır. Bu insan, tamamen gündelik yaşama özgü olan ve zamanın koşullarına göre değişebilen toplum talepleri karşısında körelmektedir. Hayatlar bireyler için önceden planlanmaktadır ve bu sebeple aktif düşünce kaybolmaktadır. Birey giderek derin bir umutsuzluğun içine çekilmektedir. Toplumun geneline yayılan cehalet ve ilgisizlik, modern siyasi manzara tarafından üretilmekte, insanı parçaladığı gibi toplumun da parçalanmasına ve bozulmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla toplumun içinde bulunduğu "soyutlama ruhu" eğilimi bireylerden beklenenleri güvenli ve verimli bir şekilde gerçekleştirebilmesi için hukuka dayalı sistemle şekillenmektedir. Tamamen gündelik problemlerin çözümüne odaklanan birinci refleksiyona hizmet eden hukuk ve yasalar, davranışları belirli kurallarla sınırlandırdığı için modern dünyaya hizmet eden vatandaş olarak modern insanları kendilerine ve birbirlerine yabancılaştırmaktadır (Panting, 2008, s. 9-10). Ne kadar kırılmış, bozulmuş ya da parçalanmış olursa olsun toplumdaki ayrı durmak Marcel'e göre sorunludur çünkü kişinin kendisini toplumdaki soyutlaması insanın daha da parçalanmasına işaret etmektedir. Bu durum Marcel'in bireysel olmaktan çok toplumsal olana vurgu yapan varlık anlayışına dayanmaktadır.

Marcel "iman ve aşkınlığın sırrı"nın ben (zoe) olmaktan ziyade komünyona (bios) dahil olmakta yattığını yani edimsel bir yaşamda olduğunu savunmaktadır. Ona göre varlık komünaldır ve katılım varlığı olan insanın nihai noktada Aşkın varlığa bağlanması biraradalıkla (zoe'den bios'a geçişle) gerçekleşmektedir (Marcel, 1968, s. 8). Öznelerarasılık, yakınlık ve iletişim kavramları bu açıdan önemlidir. Kişi kendi varlığını, başka benlerle birlikte yaşadığında fark etmektedir ve başkalarıyla birlikte olduğunda benmerkezcilik (ego-centrism) çıkmazından kurtulup, kendini gerçekleştirme imkânı bulmaktadır. Kişinin varoluşunun gerçekleşme koşullarından biri başkalarına açılım ve birlikte var olmaktır (Magill, 1971, s. 111). Katılım varlığı olan insanın birlikte var olma ediminin nihai hedefi ise Aşkın Varlığa katılımdır. Burada iman kavramı önem arz etmektedir. Marcel imanı, kişinin müzik notalarını içselleştirerek duygulanması ya da üstün hakikatle gerçek iletişimin mümkünlüğü olmak üzere iki şekilde ele alır (Korlaelçi, 1987, s. 85).

Marcel'e göre varoluş, birlikte varoluştur. Varlık, varlıkla birliktedir. Kişi için var olmanın, kendini gerçekleştirmenin yolu kendini, kendi içine hapsederek değil, hemcinslerine ve son noktada Mutlak Varlığa doğru açarak aşmaktır. Dolayısıyla “varoluşsal olan” ile “metafizik olan” arasında bireyin kendi varoluşsal derinliğini, imkân ve sınırlarını fark edebilmesine imkân veren birleştirici bir yol bulunmaktadır. Her insan için bireysel varoluşunun köklerinin Ebedi olana uzandığını fark edebilmek Varlığa açılma ve kendini gerçekleştirme yolunda önemli bir aşamadır. Dolayısıyla Marcel'e göre insan bireysel varlığını ne denli kavarsa, Varlığı varlık olarak kavramaya doğru da o denli yönelmiş olacaktır (Koç, 2013, s. 203-204). Kişi, bozulmuşlukların ve doğasındaki eksikliklerin üstesinden gelebilmek için etkin ve “katılımcı” bir varlık olmalıdır. Bu bağlamda bireyden ziyade kişi olmanın önemine vurgu yapan Marcel'e göre, görevi iktidarın istekleri doğrultusunda devletin bekasını sağlama zorunluluğu olan ve dolayısıyla işlev varlığı olan vatandaş ile kendi kimliğini oluşturma yolunda somut deneyimler yaşayan kişi arasında önemli farklar bulunmaktadır.

Marcel'in düşünceleri gerçek ve somut olan bir varlık nosyonunu gerektirmektedir. Böylece Marcel, aktif bir şekilde deneyime açık ve deneyim halinde olan insanın varoluşunu esas almaktadır. Aktivite somutlaştığı sürece, aktif olana itimat eden biri olarak, eylem kavramı daha önemli hale gelir (Keen, 1968, s. 99). “Yaratıcı olma” fikri her zaman “başkalarına açık olma” fikrini ima etmektedir ve insanın aşkınlığı, bir aktör olarak statüsüne bağlı olmaktadır. Bozulmuş Dünya eserinde “parçalanmış insan”a karşılık “aktif insan” ön plana çıkmaktadır. Aktif insan genel olarak dünyayla bağlantı kuran, düşünen, zeki ve toplumsal yaşamın bir parçası olan insandır.

Marcel'e göre aktif insan açısından sanatın özellikle tiyatronun rolü oldukça önemlidir. Ona göre tiyatrodaki önemli olan, sözler söylendiğinde insanın başına gelenler değil, bireylerden oluşan bir grubun kolektif katılımıdır. Özellikle resimde, heykelde, müzikte ya da gerçek sanatçı söz konusu olduğunda, aşkın olanla olan ilişki en özgün ve en derin şekilde deneyimlenmektedir (Marcel, 1967, s. 23). Post-modern açıklamalar tiyatro izleyicisinin algısının, izleyicinin oyunun sonundaki tepkisinde belli olduğunu söylemektedir. Böyle bir izleyici kitlesi ise edebiyat alanından daha büyük ses getirmektedir. Marcel ise izleyicisine somut olanı sunarak onları “sır”ra ve “katılım”a çağırmaktadır. Dolayısıyla oyundaki etki izleyiciyi aşkınlığa çağırmaya bir davet niteliğinde olmaktadır.

İnsanın başkalarıyla ve dünyayla olan bağlantısı bedeni ile mümkün olmaktadır. Beden, insanın hem kendisi hem de aracıdır. Dolayısıyla insanın sahip olduklarıyla bağlantısı da beden ile mümkün olmaktadır. İnsanın dünyada sahip olduğu nesnelerle yetinmesi yani “varlık olma”dan “sahip olması”, bedenin, benliğe yabancılaştığı bir kopukluk anlamına gelmektedir. Bu kopukluk ya da boşluktan kaçınmak için, insan bedeni ve benliğiyle bütün olduğunu idrak etmelidir. İnsanın somut bütünlüğünün göz ardı edildiği bir dünya bozulmuş bir dünyadır. Marcel bozulmuş dünya metaforu ile modernlik karşıtı bir görüş ileri sürmemektedir. O, olumlu ve umut verici alternatifler sunarak, modern perspektiflerin ötesine geçmeyi amaçlamaktadır. Modern çağ, insan ilişkilerini ve temel değerlerini ciddi şekilde deforme ettiğinden felsefi ve varoluşsal anlamda iyileşmeye ihtiyaç duyan “bozulmuş bir dünya” ve içinde “parçalanmış insan(lar)” bırakmıştır. Bu durumda Marcel'in amacı modernitenin zararlı etkilerini somut olarak teşhir etmek ve ardından, ufuk açıcı biçimde, parçalanmış dünyanın onarılabilme yollarını göstermektir. Bu görüşler doğrultusunda Nietzsche'yi hatırlamak faydalı olabilir. Nietzsche'de modern insanın içinde bulunduğu yozlaşmayı analiz etmiş, çözüm önerileri sunmuştur.

Friedrich Nietzsche (1844-1900) yaşamdaki ahlaki dejenerasyonu “yabancılaşma/yozaşma/decadence” olarak değerlendirmektedir. Bilimsel alanda yaşanan gelişmelerin yoğun olduğu 19. yy. da birçok yeni bilim dalı kurulmuştur. Bu hızlı gelişmeler beşerî alanda bilim ve din-ahlak arasındaki çatışmayı arttırmıştır.

Ahlak ve değerler bireyin iç dünyasını şekillendirmekte ve toplumsal alanda bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerini düzenlemek amacıyla oluşturulmuştur. Teknolojik gelişmelerin insanlar üzerindeki etkisi ile değerler zamanla kendi var oluş amacını kaybetmeye başlamıştır. “Değer” denilen şey bireylerin kendi çıkarlarına hizmet ettiği sürece değer olarak kalmıştır. Bu da değerlerin yozlaşmaya, dejenere olmaya başladığının göstergesidir. Zamanla dejenerasyon bireylerin yaşantısında görünür hale gelir. Birey ontolojik eksiklik olan

bu değersizleşme ile mücadele etmek yerine yozlaşmış yapıya boyun eğerek, eksikliği tamlık olarak görme eğilimine girmişlerdir.

Değerlerin yozlaşmasına eleştiri getiren Nietzsche, Aydınlanmanın iyimser bakış açısının dışına çıkarak modernitenin insan yaşamı ve düşüncesine yönelik barındırdığı tehditlere yönelik önemli tespitlerde bulunmuştur. Teknolojik gelişmelerin bireyler üzerindeki etkisi 20. yy. ın başında belirgin bir şekilde ortaya çıkar. Dünya Savaşları'nda kullanılan atom bombalarının yarattığı tahribatlar, teknolojik olarak güçlü ülkelerin, egemenlik kurmaya çalıştığı ülkeleri sömürgeleştirme faaliyetleri kapsamında kültürel ve ontolojik emperyalizminin doğurduğu tahribatlar, modern bürokratik kurumların Weber'in deyişiyle insanlığı adeta rutin demir bir kafes içerisine hapsetmesi gibi birçok gelişme, Aydınlanmanın iyimser bakış açısını yıkmış ve insanı yeni arayışlara sürüklemiştir (Küçükalp, 2002, s. 22-23).

Nietzsche'ye göre insan istek ve tutkuları her zaman vardır. Ancak önemli olan tutkuların kökünü kurutmak değil onları "tinselleştirmek"tir (Danto, 2002, s. 58). Din tarafından güçlendirilen ahlâkî mekanizmalar güçsüzleri yaşama bağlar (Danto, 2002, s.69). Kendi iradesinden vazgeçip insan başka iradelerin belirlediği değerleri asıl değer zanneden ve ona göre yaşamaya başlayan insan da "decadence"ı hazırlar. Bu insan, güç istenci eksik olduğu için değer oluşturamaz hale gelir ve değerlere karşı yabancılaşır. "İnsanlık idealleri"nin tarihi insanın neden böylesine yozlaştığının bir açıklamasıdır. Güç istencinin azaldığı yerde çöküş vardır. İnsanlığın en yüce değerlerinde bile bu istencin eksik olduğu görülür (Nietzsche, 2012, s. 12).

Decadence ile güçsüzleşen insan değer oluşturmayı ya da değerleri yeniden irdeleme zorluğunu göze alamadığı için güçsüzlüğünü kabul etmek yerine kendisini iyi olarak değerlendirir. Hatta yozlaştığı için Tanrı algısı da insanlaştırılmıştır. Tanrı iyilere iyi davranırken kötülere kötü davranır. Dolayısıyla güç istenci azalmaya başladığında her zaman decadence oluşur. Decadence'ın oluşturduğu "İyi" Tanrı zihinsel açıdan gelişmemişlerin, zayıfların Tanrısı haline gelir. Zayıf insanlar kendilerine "iyi" der. Artık sürü haline gelen insanlar Tanrılarını "kendi içinde iyi" durumuna indirgerler (Nietzsche, 2012, s. 22-23).

Marcel'de olduğu gibi Nietzsche'de de ahlaki eylemler tekrar edildikçe alışkanlık halini alır. Alışkanlıklar insan yaşamını kolaylaştırmaktadır ve özel bir refleksiyona ihtiyaç olmadığı için haz vericidir. Alışkanlıklar, insanı yeni olanı keşfetme zorunluluğundan, korkusundan ve endişesinden kurtardığı için daha güvenlidir ve ayrıca birlikte yaşamayı kolaylaştırdığı için gelenek halini alır. Gelenekler toplum için faydalı olanın yapılmasıdır. Ancak bu geleneksel düzenin içinden çıkan bir kişi başkalarını zorlayacak güce sahip olur olmaz kendi değerlerini oluşturmak ve bu yeni değerleri sürü insanına dayatmak üzere gücünü kullanır. Çünkü gelenekler bu kişi için yaşamın kanıtlanmış bilgeliğidir (Nietzsche, 2011, s. 328)

Nietzsche'ye göre ahlaki kurallar insanoğlunun birbirleriyle olan ilişkilerini düzenlemek amacıyla bireyin kendini gerçekleştirme özgürlüğünden vazgeçmesine sebep olur ve bu vazgeçiş insanın kendi varoluş sürecini tamamlayamaz hale gelmesi demektir. Birey sadece toplum isteklerini gerçekleştirmek yaşayan toplum haricinde varlık gösteremeyen bir organizmaya dönüşür. Çünkü ahlaki baskı yüzünden organizma esnekliğini yitirerek hayati uyarılara cevap veremez hale gelir. Bunun sonucu olarak kişi kendi içgüdülerine yabancılaşır ve insan sürü haline gelmek için bir aday olur (Nietzsche, 2011, s. 99-100).

Sürü ahlakının kendisi, hayat karşıtı bir karakter sergilemesi ve reaktif güçlerle birlikte hareket etmesinden dolayı nihilistiktir. Değerlerin ortadan kalkması, onlarla ilgili değerlemeleri de ortadan kaldırır ve bu durum anlamın yitirilmesi anlamında da nihilizme yol açar (Cevizci, 2005, s. 1164). Sürü kendi varlığını sürdürmek için alışık olduğu değerleri sonuna kadar devam ettirmeye çalışır. Sürü değeri bireye bir illüzyon sunmaktadır ve sürü psikolojisi "gerçek" dünyayı "yaşamın" dünyasını aşağılar ve bu durumu doğallaştırır (Edelman, 2007, s. 60). Sürü kendisine itaat eden bireyler yetiştirmektedir. Nietzsche burada kuşku duymanın öneminden bahseder. Onun temel kavramlarından olan üst insan kuşku duyan insandır ve sürüden kopuş ancak bu şekilde başlamaktadır. Bu kuşku ve akabinde gelen sorgulama ihtiyacı Marcel'deki komünityona ulaşmak için kişinin ilk önce kendi değerlerini sorgulaması gerekliliğini hatırlatmaktadır.

Nietzsche'ye göre insanın amacı üst insan olma yolunda ilerlemektir. Her insan üst insan olamaz. Üst insan olmak demek insanın kendini aşması demektir. Nietzsche dünyanın amacının üst insan olduğunu söyler. Bu amaçla dünyanın anlamı da ortaya çıkar. Çünkü insanın doğasına yakışan güçlü ve korkusuz olmaktır. Böylece insan yaratıcılığa ve ileriye yönelir. Üst insan anlayışıyla insanlığa yeni idealler oluşturma fırsatını sunan Nietzsche güçlü insanların egemenliğinin sürü olarak gördüğü insan yığını için ilerleme sağlayacağına inanır (Cevizci, 2005, s. 1576).

Nietzsche'de üst insan olmak kendine yabancılaşmanın, çürümenin, bozulmuşluğun üstesinden gelebilmek için bir çözümdür. Ancak herkesin üst insan olması mümkün değildir. Marcel felsefesi ile karşılaştırıldığında üst insan kendi içinde parçalanmış insan olduğunu fark ederek ontolojik tamlığa ulaşmaya çalışan insan olarak değerlendirilebilir.

“Bozulmuşluk”un Üstesinden Gelebilmeye Sevgi, Aşk, Sadakat ve Ölüm

Marcel bozulmuş dünyanın “bir taraftan sorunlarla dolu ve diğer taraftan sırra yer bırakmamaya kararlı bir dünya” olduğunu söylerken sorunun parçalanmış dünyanın “varlık sırrına” hiç yer bırakmamakla ilintili olduğunu göstermektedir. Bozulmuş dünya katılıma bağlı olmayan sorunların alanıdır. Bu sorunların çoğu belirli bir kişiyle özel bir bağlantısı olmayan ancak bir süreç izlenerek herhangi bir kişi tarafından çözülebilen sorunlardır. Oysaki sorgulamanın tercih edilen yolu olan “sır” ise, sorun ya da konu her ne ise bizzat bireyin ona katılımını gerektirmekte hatta doğrudan katılımına bağlı olmaktadır. “Sır” birey için en önemli varoluş unsurudur.

Marcel'in yaşadığı dönemde Dünya Savaşları'nın gerçekleşmesi, bir taraftan Birleşmiş Milletler'in insan haklarını savunma çalışmaları diğer taraftan Almanyada Nazilerin insanlık dışı tehditleri, aynı anda hızla gelişen sanayileşme ve teknoloji ile insana sıradan bir obje gibi bir yaklaşılması sonucunda insanlığın verdiği mücadeleler bir noktada onları dünya merkezli yaşama odaklamaktadır. Marcel, “...Nazilerin özellikle toplama kamplarında bizi tanık yaptığı şiddet içeren tekniklerin kitlesel ve sistematik kullanımına” dikkat çekerek, şiddetin insanlar üzerinde yarattığı korku ve endişeyi ifade etmektedir (Marcel, 1967, s. 41). Bu koşullarda bireyler güç mücadeleleri sonucunda oluşan şiddetten kaçınmaya çalışarak ilk önce “beden” olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Dolayısıyla insanlar, içinde bulundukları koşullar sebebiyle dünya merkezli bir yaşam sürmeye doğru yönlendirilmekte, “Varlık sır”ına katılma amacının yerini rahat yaşamak için sadece görevlerini gerçekleştirmekle yetinen insanlara bırakmaktadır. “İnsanları değersizleştiren, onları atık ürünlere dönüştürmek için öz saygılarına saldıran, yok etmek için duygusuzca devreye sokulmuş” şiddet ve aşağılama teknikleri, insanları derin bir umutsuzluğa sürüklemektedir (Martin, 2014, s. 22). Ancak tarihte her ne kadar güç mücadeleleri olsa da Marcel izleyicisini “şiddet”e karşı “aşk”a çağırmaktadır. Çünkü şiddetin varlığı insanlarda kaygı ve korkuya sebep olmaktadır. Kaygı içindeki bireyler her an olumsuz bir durumla karşılaşacaklarmış gibi yaşamaya devam etmektedir. Oysaki kaygıyla birlikte zihinlere yerleşen umutsuzluktan kurtulabilmek için insan kendi “ontolojik değerini” fark etmeli ve “ontolojik sır”ı keşfetmek üzere harekete geçmelidir.

İnsanın derinden yaşadığı ancak sebebini tam olarak ortaya koyamadığı huzursuzluk, ülkelerin siyasi ve bürokratik sistemlerinde de görmezden gelinmektedir. İktidarın şiddetli izolasyonuna geri dönmeme, parçalanmışlıkla ortaya çıkan eşik aşılmalıdır (Marcel, 1973, s. 1). Bu bağlamda Marcel zamanın totaliter rejimlerini desteklememekte, ancak insan doğasının da edimsel olduğunu düşünmektedir. Ona göre cesurca davranış aslında aktif bir düşünce tarzıdır. Ancak “cesaret dürtüsellikle karıştırılmamalıdır. Cesaret içten gelen bir dürtü ile düşüncesizce hareket etmek değil, düşünerek hareket etmektir. Birbirinden ayrılmayan düşünce ve cesaret eksikliği, içinden çıkılmaz durumların modern dünyada artmaya devam etmesinin ve hissedilen genel kaygı durumunu yaratmasının temel nedenidir. Her türlü faşizm temelde demokrasi hastalığından başka bir şey değildir. Dünya toplumsal sapmalar ve teknik alışkanlıklar nedeniyle tehdit altındadır. İhtiyaç duyulan şey gerçekliğe yönelmiş cesur bir düşüncedir (Marcel, 1973, s. 102-103). Şiddet,

içinde yaşanan bozuk dünyanın bir çözümü değil, bir sonucudur. Dolayısıyla inanan insan, şiddetin bir sınırı olduğunu ve mutlaka bittiğini, dünyanın ise sınırları olmadığı düşüncesini tekrar ortaya çıkarmalıdır (Mackinnon, 1967, s. xi). İşte bu noktada Mutlak Varlık ve sadakat devreye girmektedir. Sadakati getirecek olan şey ise sevgi ve aşktır.

Marcel'e göre aşk, bireylerin katılımının zorunlu olduğu ve kişilerarası ilişki içeren bir olgudur. Aşkta her daim başkaları ile bir karşılaşma vardır. "Aşk deneyimi ... dünyayla tamamen meşgul olan ve diğer insanlarla ilişkilere giren somut bireyle başlar" (Martin, 2014, s. 41). Burada ben-sen ilişkisini içeren öznelarası deneyim devreye girer. En derinlerdeki gerçeklik olan aşk, arzudan farklı olarak benliğin ötesindeki bir gerçekliğe tabidir. Burada insan benliği ve karşısındaki öteki, temel bir ontolojik öge olarak ifade edilmektedir. Aşk, sevgiliyi şiddetin sınırlı aleminin ötesine yerleştirdiği için ölümsüzleştirir ve kalıcı olana dair bir güvence verir, umuda yer açar (Keen, 1968, s. 109). Aşk hem teolojik hem metafizik/ontolojik biçimde ele alınabilir. Teolojik olarak Tanrı'ya iman etmek aşk aracılığıyla olur. Metafizik/ontolojik olarak "birbirine sevgi ya da aşkla bağlanan 'biz'" olarak varoluş gerçekleştirilebilir.

Marcel bozulmuşluğun üstesinden gelmek için teolojik ya da metafizik/ontolojik olmak üzere insanlığa iki yol sunar. Ancak bu çözüm yolunda felsefe ile din arasında gizli bir iş birliği olduğuna da inanmaktadır. Ne kadar aydınlanmış ve kutsal olursa olsun ötekiler, aşkla Mutlak Varlığı takip etmeye başlamadıkça, hiçbir insan gerçekten sırra ulaşamaz (Marcel, 1949, s. 200).

Bozulmuşluk insan doğasının tamamında bulunmaz. Dolayısıyla birey, kişi olma yolunda bir anlam arayışına girebilir. Bu açıdan bozulmuşluk varoluşsal bir önem taşımaktadır. Dünyada ve kişide bozulmuşluk olmazsa, insan içinde bulunduğu durumdan huzursuzluk duymaz kendini gerçekleştirme yolunda yeni atılımlar yapamaz. Bu durum ontolojik olarak önem taşımaktadır ve somut insanın yaşantısında bozulmuşluğa da ihtiyaç olduğu yani her bozulmanın bir yenilenmeyi, tazelenmeyi beraberinde getirdiği anlamına gelmektedir.

Marcel'e göre beden ile katılım, önce bireysel varlıklar ve sonra da Tanrısal aşkınlık arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir. Bu nedenle bedensel bir varlık olan insanın aşkınlık yoluna doğru ilerleyebilmesinin en önemli koşulu olan daimî bir gerçeklik olarak "bozulmuşluk" insanlık var olduğu sürece olacaktır. Bozulmuşluk, işlevlerine indirgenen insanın, parçalanmışlığının farkına vararak hayata bakış açısını değiştirmesine ve ontolojik bütünlüğüne ulaşma yolunda çaba harcamasına neden olmaktadır. Bozulmuş dünya iyileştirilemese de insanın bu duruma dair farkındalık kazanması ve bu doğrultuda tavır sergilemesi mümkün olmaktadır. Ancak Marcel için "biz'i kurtuluşa, aşkınlık yoluna taşıyacak olan umut, aşk, bağlılık ve sadakattir. Sadakat ediminde sevgi ile başkasına ve Mutlak Varlık'a bağlanma söz konusudur. "Bilinmeyen karşısında birbiri-mize bağlı kalırız ve böylece diğerine karşı sorumlu olacağımıza dair söz verimiz." (Keen, 1967, s. 35). Aşk, umudu besler çünkü umut aşktan ayrılmaz. Bozukluğun üstesinden gelmede insanın elinde inanç, umut ve aşk vardır (Marcel, 1973, s. 43). Bozulmanın, son eşiğinde ise bireyin ölümle başa çıkması, ölümün aşk ve sevgi yoluyla aşılması vardır. İnsanın insanca yaşamak için zorlandığı, umutsuzluğun hâkim olduğu bozulmuş dünyaya karşı umutlu insan, adeta hayata meydan okur görünümündedir. Başka bir deyişle insan ilişkilerinin anlamını yitirdiği bozulmuş dünyada kişi umuda sahipse, parçalanmışlığın neden olduğu çaresizlik ve umutsuzluğa kapılma dürtüsünün üstesinden gelebilir. Yalnızca umutlu olmak da yeterli değildir çünkü sadece aşk, ontolojik duyu kaybını geri kazandırmakta ve otantik insan ilişkilerini geri getirebilmektedir (Panting, 2008, s. 45).

Modern insan, toplumun amaçlarına ulaşmak için sadece bir araç konumundadır. Ancak bu modern insanın durumunun umutsuz olduğu anlamına gelmez. Marcel, insanın aşk yoluyla durumunun üstesinden gelebildiğine inanmaktadır. İnsanın sevmek için entelektüel, zengin ya da güçlü olması gerekmez; insanın sevmek için kendini özverili bir şekilde başkalarına açması yeterlidir. Aşk, evrensel bir fenomendir. Bu noktada aşk, benin başkalarıyla olan kişisel ilişkisi dahilinde tüm statülerden bağımsız bir şekilde sevgiliye olan bağlılık düzeyinde anlaşılmalıdır.

Bozulmuş Dünya'da işlevselleşmenin sonucu olarak insan, dünya tarafından tatmin edilemeyecek bir içsel boşluk hissiyle baş başadır. İnsan, var olma, Varlık duygusunun kaybolduğunu hisseder, bu durum ise umutsuzluğa yol açar. Bozulmuş Dünya eserinin başkahramanı Christiane de dünyanın atmayı bırakan bir kalp gibi olduğunu düşünerek kendisine en yakın olan kişilerin yanında bile kendisini yalnız hissetmekte, herkesten uzaklaşmaktadır. Christiane insanların edimlerine indirgendiğini, ilişkilerin yüzeyselleştiğini, yüzeysel ilişkilerin ise önemsizleştiğini anlamakla, önce kendisine sonra ötekilere ve dünyaya karşı yabancılaşmasının farkına varmakta ve bu durumun üstesinden gelebilmenin yolunun “yaşamın aşk ve sadakatle yeniden doğrulanması” olduğunu düşünmektedir. Bu sebeple -ikinci refleksiyon aracılığıyla- kendi varlığı ile Mutlak Varlık arasındaki bağlantıyı kurmaya yönelen Christiane artık bozulmuşluk hakkında daha bilgilidir ve Mutlak Varlığa bağlanmak üzeredir. O, varoluşsal kaygıyı varoluşsal bilgi lehine reddetmektedir ve Mutlak Varlığa, mutlak sadakat ile somut bir olgu olarak ölümün dahi üstesinden gelebilmektedir.

İnsan zamana ve mekâna mâhkum görünmesine rağmen gerçekten mahkûm değildir. İnsanın ölümlülüğü ile ilgili beslediği umutsuzluk özgür iradesinin bir işlevidir. Ölüm fikri aslen insanı gelecekteki eylemleri için harekete geçirmesi gerekirken aksine isteksizliğe yol açmaktadır. Ancak insan özgürlüğünün ne denli farkına varırsa bu durumun üstesinden o denli gelebilmektedir. İnsan sınırlı doğasının bir tutsağı değildir. İnsan öylesine işlevsel bir yaşam içindedir ki, bu yaşam insana bir ölüm realitesinin ne olduğuna dair gerçek bir araştırma izni vermemektedir (Marcel, 1967, s. 19). Böylelikle insan işlevsel bir yaşamla ölümden daha kötü bir kaderi yaşamayı kabullenmektedir. Ancak Marcel, duruma mizahla yaklaştığı bu eserinde, “ölüm” ile “yaşama korkusu” karşısında kalan insanı ölüme rağmen yaşamak olgusuna götürmektedir. İnsan her anı, son an gibi düşünüp yaşadığında o an hakkını vererek yaşanmamaktadır ve insan ölümlülüğünden kaçarken işlevselciliğin tehlikeli akıbetine doğru koşmaktadır. Oysaki ölüm sakınılması gereken değil, yaşamakla kolayca üstesinden gelinebilecek bir olgudur. Marcel'e göre ölüm, gaudium essendi (the joy of existing) varolmanın sevinci tarafından yenilmelidir (Keen, 1968, s. 117). Ayrıca ölümün hayatın düşmanı olarak hizmet ettiği fikri yanlıştır. Yaşamın gerçek karşıtı, işlevsel varoluştur. İşlevsel varoluş tıpkı bir hapishane gibi insanı acı çekmeye zorlamaktadır. O halde ölüm, yaşamın sonu olarak anlaşılmamalıdır. Yaşam ve ölüm birlikte hareket etmekte ve büyük ölçüde biri diğerinin parçası olmaktadır. Ölmek yaşamın nihai eylemine aktif bir geçiştir ve ona göre bir varlığa duyulan mutlak sadakat ise ölümü aşmaktadır (Cain, 1963, s. 86). Çünkü sadakatle sevilen ölüyü yok saymak insanın kendi varoluşunu hatta bütün varoluşu yok saydığı anlamına gelmektedir (Koç, 2013, s. 216). Sadakat yalnızca yokluğa karşı koyduğunda ve ölüm olarak nitelendirilen yokluğun üstesinden gelindiğinde gerçekten var olmaktadır (Marcel, 1964, s. 152). Dolayısıyla Marcel için kişiler birbirlerine sevgi ile bağlandıklarında, başka birine ait olduklarında varoluşun karşılıklılığı söz konusu olmaktadır ve sadakat sözü veren insanlar için somut dünyada yaşanan ölüm, ebedilik aktini ortadan kaldırmamaktadır.

Sonuç

20. yüzyılda insanın içinde bulunduğu durumu felsefesinin yanı sıra tiyatro aracılığıyla da izleyicisine sunan Marcel, Bozulmuş Dünya eserinde, örnek bir yaşam ve kişilerin somut deneyimleri üzerinden betimlemeler yapmaktadır. Marcel bu eserde 20. yüzyıl insanını analiz etmekte, modern insanın sorunlarına ışık tutmaya çalışmaktadır. Marcel'e göre modern çağdan itibaren yaşanan gelişmelerle birlikte insan, sahip olduklarına, işlevlerine indirgenir bir tavırla ele alınmaya başlamış ve insanın tinselliği göz ardı edilmiştir. Bu durum insanın neredeyse bir makine gibi değerlendirilmesine sebep olmuştur. Bilimsel ve buna dayalı teknolojik gelişmeler doğrultusunda "sahip olma" isteğine direnemeyen insan -artık parçalanmış olan- zamanla bozulmuş dünyada bozulmuş bir varlık olarak yaşamaya devam etmeye başlamıştır. Hatta halinden memnun "sıradan bir kitle insanı" olmaktan gurur duyar hale gelmiştir. Ancak bazı insanlar içinde bulundukları durumdan rahatsızlık duymakta ve bir "uyanış hamlesi" yapmakta, insan olabilmenin aslî anlamını ifade eden 'kişi' olabilme yolunda ciddi bir çaba göstermektedirler.

Parçalanmış insan umutsuz insandır ve içinde bulunduğu umutsuzluk sebebiyle yönünü tayin edememekte, her gün yapması gerekenleri bir makine gibi tekrar etmekten vazgeçememektedir. Dünyanın her geçen gün daha da bozulduğunu fark eden Marcel'in temel amacı bozulmuşluk yoluyla insanın özgürlüğüne, seçimlerine ve aşkınlığına dikkat çekerek onun "Varlıkla bütünleşebilmesinin" imkanını göstermektir.

Bozulmuş dünya, insan varlığının sonlu alemidir. Parçalanmış insan, ölümlü olmanın korkutuculuğu ile yüzleştğinde her şeyi boş verme eğiliminde olmaktadır. İnsan davranışlarında benmerkezcilik arttıkça tatminsizlik ve huzursuzluk artmaktadır. Dolayısıyla parçalanmış insan kendine, diğer kişilere ve dünyaya yabancılaştığını fark etmektedir. Bu süreçte Marcel insanlığı hareket etmeye, aktif bir varlık olarak yaşamaya, sevmeye, aşka, umuda ve sadakate çağırmaktadır. Böylelikle insan için aşkınlık yolunda yaşanan "varoluşsal somut deneyimler" ortaya çıkmaktadır. Dünyanın ve yaşantısının sıradan bir kısır döngüden ibaret olduğunu fark ettiği anda bocalama yaşayan, umutsuzluğa düşen insan çıkış yolunu insanlığı "işlevlerine indirgeyen" toplumsal düzene karşı çıkararak, "ben" değil "biz olmak" adına katımlar gerçekleştirerek sağlamak durumundadır. Kişi olarak insan, "katılım" aracılığıyla kendini başka ben'lere açarak, nihai noktada da Mutlak Varlığa yönelerek "kendisini gerçekleştirmek" durumundadır. İnsan hem öznel deneyimleri yaşayan hem öznelarası bir varlık olarak komünityona katılımı vasıtasıyla sevgi, aşk gibi derin duygusal davranışlar gerçekleştirmekte, bağlanma ve sadakatle "Varlık Sırrı"na nüfuz etmektedir. Somut deneyimlerin derinliği ile kişinin ölüm olgusuna yaklaşımı da değişmektedir. Bu suretle Marcel, bozulmuş dünyada "manevi" bir merkezin kaybıyla ilgili yoğun endişelerini ve ideolojik emperyalizmin teknokrasiden güç alarak büyümesi ile kişiler arasındaki derin bağların kaybını telafi etme amacındadır. Teknokrasi ve ideolojik emperyalizm umutsuzluğun en uç sınırını fanatizme sürüklenme tehlikesini oluşturmaktadır. Bu tehlikenin bertaraf edilmesi için insan, "kişi" olma yolunda gündelik meselelerden sıyrılmalı, kendini sahip olduklarına indirgememeli, "Varlık'a" yönelmelidir. Bozulmuş dünyada görevini ne kadar başarılı gerçekleştirse de bunun sonucunda sahip olduğu maddi kazanımların, kendisini daha çok parçaladığının farkında olmalıdır. İnsanın "kişi" olarak dönüşümü açısından dönüm noktası, "farkındalık" tır. Çünkü hem yaşadığı dünyayı iyileştirmek hem "kendini gerçekleştirmek" için insanın "benmerkezciliğinden" çıkıp başkalarıyla bütünleşmeye, "birlikte-varoluş'a" doğru açılımına ve açılımlarının sorumluluğunu üstlenmesine ihtiyaç vardır.

Kaynakça

- Bayraktar, F. (2014). *Bağlanma hürriyeti*. Ankara: Aktif Düşünce.
- Blackham, H.J. (2005). *Altı varoluşçu düşünür*. (Çev. E. Uşaklı). Ankara: Dost.
- Cain, S. (1963). *Gabriel marcel*. Regnery/Gateaway Inc. **Indiana**: South Bend.
- Cevizci, A. (2005). *Felsefe paradigma sözlüğü*. İstanbul: Paradigma.
- Danto, A. (2002). *Nietzsche hayatı ve eserleri*. (Çev. A. Cevizci). İstanbul: Paradigma.
- Edelman, B. (2001). *Nietzsche kayıp bir kıta*. (Çev. F. Taylan) İstanbul: Yapı Kredi.
- Gallagher, K. T. (1962). *The philosophy of gabriel marcel*. New York: Fortham University Press.
- Gürsoy, K. (2015). *J. p. sartre ateizminin doğurduğu problemler*. Ankara: Aktif Düşünce.
- Hanley, K. R. (1998). "Preface" in *perspectives on a broken world*. (Transl. K. Rose Hanley). Milwaukee: Marquette University Press.
- Keen, S. (1967). *Gabriel marcel*. Virginia: John Knox Pre.
- Koç, E. (2004). *Gabriel marcel ve sadakat*. Ankara: Art.
- Koç, E. (2008). Bir umut metafiziği olarak gabriel marcel felsefesi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2008(18), 171-194. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sufesosbil/issue/11420/136431>
- Koç, E. (2013). Gabriel marcel felsefesinde varoluşsal bir problem olarak ölüm. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2013(29), 201-217. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/117790>
- Koç, E. (2017). Gabriel marcel'in kişi nosyonu. *Sosyal Bilimler Dergisi*. 4(10). 1-17. doi: 10.16990
- Koç, E. (2021). *XIX. Yüzyıl felsefesi*. Ankara: Nobel.
- Korlaelçi, M. (1987). Gabriel marcel'in iman anlayışı. *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 5(4), 77-89. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eruifd/issue/5980/79499>
- Küçükakal, K. (2002). *Nietzsche hayatı, eserleri ve felsefesi*. İstanbul: Paradigma.
- Mackinnon, D. (1967). "Preface" in *man against mass society*. (Transl. C.S. Fraser). Chicago: Gateway Edition.
- Magill, F. (1971). *Egzistansiyalist felsefenin 5 klasiği*. (Çev. Vahap Mutal). İstanbul: Hareket.
- Marcel, G. (1964). *Creative fidelity*. (Transl. Robert Rosthal). New York: Farrar, Straus Company.
- Marcel, G. (1949). *Being and having*. (Transl. Katharine Farrer). Westminster: Dacre Press.
- Marcel, G. (1952). *Mystery of being 1 reflection and mystery*. (Transl. G. S. Fraser). **Indiana**: St. Augustine's Press.
- Marcel, G. (1967). *Man against mass society*. (Transl. G. S. Fraser). Chicago: Gateway Edition.
- Marcel, G. (1954). *The philosophy of existence*. (Transl. Manya Harari). London: The Harvill Press.
- Marcel, G. (1968). *Mystery of being 2 faith and reality*. (Transl. Rene Hauge). Chicago: Gateway Edition Henry Regnery Company.
- Marcel, G. (1973). *Tragic wisdom and beyond*. (Transl. Stephen Jolin and Peter McCornick). Evanston: Northwest University Press.
- Marcel, G. (1984). *An autobiographical essay*. P. A. Schilpp and L.E. Hahn (Ed.) in *The Library of Living Philosophers: The Philosophy of Gabriel Marcel*. (p. 3-70). Carbondale: Open Court.
- Marcel, G. (1998). *Perspectives on a broken world*. (Transl. K. Rose Hanley). Milwaukee: Marquette University Press.
- Martin, A. (2014). *Gabriel marcel on love as the restoration of the broken world*. Philippines: Saint Thomas Of Villanova Institue. Erişim: <https://www.academia.edu/>

Nietzsche, W. F. (2012). *Deccal*. (Çev. A. Kaya). İstanbul: Say.

Nietzsche, W. F. (2011). *İnsanca pek insanca*. (Çev. K. Sarılioğlu & M. Batmankaya). İstanbul: Say.

Nietzsche, W. F. (2011). *İyinin ve kötünün ötesinde*. (Çev. A. İnam). İstanbul: Say.

Panting, L. (2008). *Broken world, fragmented being: marcel and the embodied aesthetic*. Newfoundland: Memorial University of Newfoundland.

Q'Malley, J. B. (1984). *Marcel's notion of person*. P. A. Schilpp and L.E. Hahn, (Ed.) in the library of living philosophers: the philosophy of gabriel marcel. (p. 275-294). Carbondale: Open Court.

Reneaux, R. (1994). *Egzistansiyalizm üzerine dersler*. (Çev. M. Korlaelçi). Kayseri: Erciyes Üniv. Yayınları.

Schmitsz, A. O. (1984). *Marcel's dialectic method*. P. A. Schilpp and L.E. Hahn, (Ed.) in the library of living philosophers: the philosophy of gabriel marcel. (p. 159-174). Carbondale: Open Court.

Extended Abstract

Purpose: Since the twentieth century, especially existentialist philosophers have started to question the ontological, epistemological and ethical value of being 'I' with the rapid change of the world and the unstoppable entry of science and technology into human life. Thinkers such as Sartre, Camus, Nietzsche, Heidegger, Gasset and Kierkegaard have evaluated the position of humanity in the face of rapidly developing science and technology, and have touched upon perspectives and living conditions that damage ontological integrity, such as the degeneration of human beings when they move away from being 'I' and their inclusion in the mass. Much has been written about the issues addressed by these philosophers. However, the thoughts of Marcel, one of the important representatives of existentialism in France, have not been included in the literature. Marcel deals with the meaning and value of the 'I', who lives in the situation as a human being in the body, in the world with its ontological dimensions and offers new solutions to humanity. The aim of this study is to analyse the concept of 'fragmented man' through one of Marcel's dramatic works, *The Broken World*, and to reveal an original point of view by comparing it with Nietzsche's idea of decadence.

Design and Methodology: This study, which is based on literature review, is a theoretical/theoretical study. Since the study is based on a concept analysed through a work, *The Broken World*, one of Gabriel Marcel's most famous dramatic works, is analysed. Therefore, firstly, primary sources written by the philosopher himself were used as the main source. Afterwards, secondary sources that are considered to contribute to the study were analysed and those deemed necessary were used and indicated in the bibliography. Firstly, the concepts that Gabriel Marcel deals with in *The Broken World* and belong to his own terminology are explained. In this context, *Being and Having*, *Mystery of Being 1 (Reflection and Mystery)* and *Mystery of Being 2 Faith and Reality* were used as sources. Gabriel Marcel's *Man Against Mass Society* and *Tragic Wisdom and Beyond* were used to examine the ontological dimensions of the concept of the corrupted world and the fragmented human who tries to position himself in this world.

The concept of decadence was examined as a close meaning in the philosophy of Friedrich Nietzsche. For this reason, Friedrich Nietzsche's works were used. Especially *İyinin ve Kötünün Ötesinde*, *İşte İnsan*, *Decal*, *İnsanca Pek İnsanca* are some of these works. After explaining the two concepts, a comparison was made and Marcel's stance against corruption and fragmentation was explained. Secondary sources on Marcel and Nietzsche were used in this context. In this context, *Perspectives on a Broken World*, *Gabriel Marcel*, *Gabriel Marcel'de Sadakat, Bağlanma Hürriyeti*, *Nietzsche'nin Yaşamı, Çalışmaları ve Felsefesi* were utilised.

In the conclusion section, Marcel's solution proposals to humanity and the place of the work in the history of philosophy are interpreted.

Findings: According to Marcel, one of the important problems of the twentieth century is that human existence begins to lose its ontological value in the face of the rapid progress of science-technology and is confronted with the 'spirit of abstraction'. Due to scientific developments, the need for human labour force is increasing and the understanding of a world where individuals who can successfully complete the given tasks are more valuable is settling in the minds. According to Marcel, this world, in which the ontological value of human beings is reduced to their possessions, is essentially corrupted and awaits to be re-created. For Marcel, the corruption of the world constitutes the shape of humanity. Man tries to live in the corrupted world by being reduced to his functions, and continues his life in a fragmented way. For the individual who begins to feel the discomfort of his fragmentation, superficial relationships are now ordinary and he wants to save himself from the despair he is in. Thus, by basing his actions on active thought, man first realises his own fragmentation and then tries to overcome the corruption of the world. Marcel's thoughts, which shed light on the problems of human beings who are depersonalised and objectified as a result of the rapid progress of technology, gain more importance. The fragmented human being forgets that he is a finite being. The human being, who continues to disintegrate more and more every minute as the tasks he has to do every day become his focal point, wakes up one day with an inner urge, remembering himself, his existence, his depth, his value, and initiates change in him. After remembering that he is a communicative being existing in the world at the intersubjective level, he returns to his inner world and strives to realise the 'I' with love, devotion and loyalty by dedicating himself to his loved ones, perhaps to a God, with a hopeful expectation. Marcel paves the way for man to get rid of his fragmentation as a warrior in the world and to reach the ontological value and integrity he must have on the way to becoming a being.

Research Limitations: This study is limited to the sources for the related philosophers analysed within the framework of the concepts of degradation, fragmentation and decadence. In order to explain Gabriel Marcel's terms of decadence and disintegration, the basic concepts are given first. Because Marcel's philosophy cannot be fully understood without these concepts. Therefore, the study is limited to Marcel's life, philosophy, basic concepts and the concepts of degradation and fragmentation examined in the study.

Implications (Theoretical, Practical and Social): Man is a complex and comprehensive being with ontological, epistemological and ethical dimensions. When it comes to the ontological value of the human being, he/she should establish, protect and reconstruct his/her own value within the concrete integrity that exists in this world by becoming embodied. Being human is a process and it is practical. It should make sense of life by living and realise that it is a valuable structure that should not be reduced to its functions. This is a difficult path. Building oneself and breaking away from the herd is not a job that every person can do. For this reason, intersubjective issues such as love, loyalty, commitment, participation, hope, and faith guide human beings to find their essence and to embark on the path to wholeness. The responsibilities brought about by these concepts can only be realised through reflexive thinking on the path to transcendence. The body, which takes on flesh and bones, must realise that it is a whole, that as a finite being it must do the best it can, realise itself and leave this life.

Originality/Value: It has been discussed by many thinkers that the development of science and technology has accelerated since the twentieth century. Because it shows itself directly in human life and this effect draws humanity into itself with a rapid process. There is no Turkish translation of Marcel, who is on the theist side of existentialism. The three main works available in Turkey consist of a compilation of Marcel's ideas. For this reason, the translation and evaluation of Marcel and his thoughts and works should be included in the literature. Because the fragmented human being who tries to live in Marcel's Corrupted World struggles for value. Marcel does not treat this concept as the herd person that Nietzsche reduced. On the contrary, he treats it as an ethical being with ontological value that needs to remember its value again. For this reason, Marcel should find a place in the academic literature. Marcel's thoughts reveal the importance of Marcel's original ideas, as he is a guide for us, who live in the twenty-first century, to see the ontological and ethical damages caused by the surrender of human beings to the spirit of abstraction.

Sosyal Hizmette Bakım Etiği: İnsana Duyarlı Yaklaşım

Seda Nur ARSLANTAŞ¹ Serap DAŞBAŞ²

Başvuru Tarihi/Submitted: 07.11.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 10.04.2025

Makale Türü/Article Type: Derleme/Review

Öz

Bakım etiği, geçmişten günümüze insan ilişkilerine odaklanan, bakım veren ile bakım alanın refahını öne çıkararak ve teşvik ederek ilişkileri sürdürmeyi amaçlayan bir etik teoridir. Bu perspektif tıp, hemşirelik gibi sağlık alanlarındaki mesleki uygulamaların yanı sıra sosyal hizmet perspektifi ve uygulamalarında da büyük öneme sahiptir. Bu bağlamda bakım etiği, sosyal hizmetin temel ilkelerinin ve etik yaklaşımının yeniden değerlendirilmesi için bir zemin sunmaktadır. Gerçekleştirilen bu derleme makale çalışmasının amacı, insan ilişkilerini odağa alan sosyal adalet arayışında empati, sorumluluk ve şefkat gibi değerleri ön plana çıkaran, ahlaki kararların ve eylemlerin soyut prensipler yerine somut insan ilişkileri ve bağlamlar içinde değerlendirilmesi gerektiğini savunan bakım etiği teorisini ve gelişim sürecini aydınlatmak, bakım etiği ve sosyal hizmet arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemektir. Çalışma, bu etik yaklaşımın sosyal hizmet uygulama alanındaki potansiyelini ve bu alanda sağladığı faydaları tartışarak, bakım etiğinin çağdaş sosyal hizmet teorisi ve uygulamasıyla uyumunu gözden geçirmektedir. Sonuç olarak, bakım etiğinin sosyal hizmet teorisi ve pratiği için temel bir çerçeve sunduğu ve daha insan odaklı, etik ve etkili hizmet sunumunu desteklediği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etik, bakım etiği, sosyal hizmet, insan ilişkileri

1 Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Hizmet Bölümü, sedanurslantas@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6621-7710

2 Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Hizmet Bölümü, serapdasbas@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0969-6393

Care Ethics In Social Work: A Human-Sensitive Approach

Abstract

Care ethics is an ethical theory that focuses on human relationships throughout history, aiming to sustain and promote relationships by prioritizing the well-being of both caregivers and care receivers. This perspective holds significant importance not only in professional practices such as medicine and nursing in the healthcare field but also in social work perspectives and practices. In this context, care ethics provides a foundation for reassessing the fundamental principles and ethical approaches of social work. The purpose of this review article is to shed light on the theory and development process of care ethics, which emphasizes values such as empathy, responsibility, and compassion in the pursuit of social justice that centers on human relationships. It advocates for evaluating moral decisions and actions within concrete human relationships and contexts rather than abstract principles. Additionally, the study aims to delve into the relationship between care ethics and social work, discussing its potential in social work practice areas and the benefits it offers. Ultimately, it concludes that care ethics provides a fundamental framework for social work theory and practice, supporting a more human-centered, ethical, and effective service delivery.

Keywords: *Ethics, care ethics, social work, human relationships*

Giriş

Geçmişten günümüze sosyal hizmet, bireyin refahını artırmayı hedefleyen bir alan olarak etik temellere dayanan ve insan odaklı bakış açlarına önem veren bir pratiği benimsemektedir. Sosyal hizmet, başlangıçta genellikle yardım etmek ve bakım sağlamakla sınırlı olan mesleki pratiklerden oluşurken gerçekleşen dönüşümlerle birlikte, günümüzde sosyal hizmet profesyonelleri sadece bireylerin ihtiyaçlarını karşılamakla kalmamakta, aynı zamanda toplumsal sistemlerde ve politikalarda değişiklik yapmak için de çalışmaktadır (Zastrow, 2015; Tuncay ve Tekin, 2022). Bakım kavramı, sosyal hizmetin başlangıcından bu yana sosyal hizmet değerlerinin, teorisinin ve uygulamasının merkezinde yer almaya devam etmektedir. Bakım etiği, özünde insanların birbirlerine duydukları sevgi, saygı ve anlayışı güçlendirerek, ötekinin ihtiyaçlarını fark etme ve karşılama temelinde insanlığı besleyen bir düşünce sistemidir. (Meagher ve Parton, 2004; Banks ve Nöhr, 2011). Kökleri feminist teoriye dayanan bu düşünce sistemi, özellikle etik ikilemlerin insani boyutlarına ve etik kararlara dahil olan bireyler arasındaki temel ilişkiler üzerine odaklanmaktadır (Reamer, 2016). Bakım etiğinin içgörüler, sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçıları ile bakım ilişkilerinde ahlaki araçlar olarak kendilerini anlamalarını destekler ve ifade eder (Meagher ve Parton, 2004). Bu bağlamda, bakım etiği sosyal hizmetin de merkezine yerleşen bir perspektif olarak bireylere duyarlılık, saygı ve adil hizmet sunma sorumluluğunu beraberinde getirmektedir. Kavram bireylerin eylemlerinin ve kararlarının yalnızca kişisel özelliklere veya içsel motivasyonlara değil, aynı zamanda onları çevreleyen ilişkiler ve bağlamlarla da yakından ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (Hankivsky, 2014) inclusion/exclusion, power, and social justice by exploring intersectionality as an important theoretical resource to further develop and advance care ethics. Using intersectionality as a critical reference point, the investigation highlights two key shortcomings of care ethics which stem from this ethics' prioritization of gender and gendered power relations: inadequate conceptualizations of diversity and power. The article draws on concrete examples related to migrant domestic work to illustrate how an intersectionality lens can advance new theoretical insights for understanding caring practices (or lack of them. Bu bağlamda, bir kişinin davranışlarını ve aldığı kararları anlamak için, o kişinin sosyal çevresini, etkileşimde bulunduğu diğer bireyleri ve içinde bulunduğu durumsal faktörleri de göz önünde bulundurmak gerekir. Bu yaklaşım, sosyal hizmet ve bakım etiği alanlarında, insanlara duyarlı ve bütüncül bir anlayış geliştirilmesi açısından önemlilik arz etmektedir.

Ülkemizde gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, bakım etiği perspektifi doğrultusunda kısıtlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır (Altıntaş, 2014; Çelik, 2016; Dinç, 2017; Akkan, 2022; Ayhan, 2022). Gerçekleştirilen çalışmaların içerikleri gözden geçirildiğinde, kadın yoksulluğu ve hemşirelik uygulamaları kapsamında ele alındığı, sosyal hizmet perspektifini temel alan bir çalışmanın bulunmadığı tespit edilmiştir. Uluslararası literatür incelendiğinde, sosyal hizmet perspektifinde bakım etiğine ilişkin ülkemize kıyasla daha fazla sayıda akademik yayının bulunduğu görülmektedir (Freedberg, 1993; Tronto, 1993; Sevenhuijsen, 1998; Held, 2005; Lloyd, 2006; Koggel ve Orme, 2010; Dybicz, 2012; Campbell, 2015; Collins, 2018; Hay, 2018; Pease vd., 2018; Hay, 2019; Shaw, 2019; McAuliffe, 2023). Gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, insana duyarlı yaklaşımlardan biri olarak tanımlanan bakım etiği kavramını ve gelişim süreçlerini aydınlatabilmek ve bakım etiğini sosyal hizmet odağında kapsamlı olarak incelemektir. Bu çalışmada sırasıyla bakım kavramı, bakım etiğinin gelişimi, sosyal hizmetin gelişiminde bakım etiği, sosyal hizmet uygulamalarında bakım etiği ve bakım etiğinin avantajları ve dezavantajlarına yönelik bir bakış sunulmaya çalışılacaktır. Ülkemizde bakım etiği kavramının, sosyal hizmet perspektifinde sistematik bir incelemeye tabi tutulmadığı görülmektedir. Dolayısıyla gerçekleştirilen bu çalışma, sosyal hizmet uygulamalarında bakım etiği kavramının aydınlatılması sebebiyle önemlilik arz etmektedir. Sonuç olarak elde edilen bilgiler ışığında, bireylerin birbirleri ile olan ilişkileri, toplumsal bağları ve bu bağların güç dinamiklerini anlamada kritik öneme sahip olan bakım etiği kavramı açıklanmaya çalışılmış ve sosyal hizmetin mesleki gelişiminde ve uygulamalarındaki durumu incelenmiştir.

Karakter ve İlişki Temelli Etik Perspektifinden Bakım Kavramı

Son yıllarda, bakım kavramı sosyoloji, sosyal politika, psikoloji, sağlık çalışmaları, siyaset, felsefe ve ekonomi gibi çeşitli alanlarda araştırma ve bilimin odak noktası haline gelmiştir (Pease vd., 2018). Bu ilişkisel etik teorisinin temelleri, birey için önem taşıyan durumsal, yapısal ve politik faktörlere odaklanmayı sürdürürken, karşılıklı bağımlılığın ve ilişkinin öneminin eleştirel bir şekilde anlaşılmasını sağlayan yirminci yüzyılın ortalarındaki feminist düşünceye dayanmaktadır (McAuliffe, 2023). Bakım etiği esasında bireyler ve toplum arasındaki olumlu etkileşimlerin nasıl teşvik edileceğiyle ilgili temel soruları ele alan bir perspektif olarak karşımıza çıkmaktadır. Bakım etiği bu anlamda yalnızca kişisel bakım eylemleriyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda güç, eşitsizlik ve sosyal adalet gibi sosyal ilişkileri de yansıtan bir kavram olarak görülmektedir (Tronto, 2015). Bu anlamda bakım etiği, doğası gereği bir anlamda karakter ve ilişki temelli yaklaşımın birleşimini temsil eder. Bakım etiği temelde karakter ve ilişki temelli etik kavramlarını içeren bir çerçevede ele alınmaktadır. Karakter ve ilişki temelli etik esasında bireylerin karakter niteliklerine ve insan ilişkilerine odaklanarak ahlaki değerlerin ve eylemlerin temelini oluşturmaktadır (Held, 2005). Bakım kuramcıları, bireylerin evrensel hak ve sorumluluklarına odaklanmak yerine kuramlarını ilişkiler etrafında oluşturmuşlardır (Reamer, 2016). Bu bağlamda bakım etiği, insan ilişkilerinin geliştirilmesi ve davranış örüntülerinde önemli bir gösterge olarak kabul edilir. Genel olarak bakım sağlayan ve bakım alan arasındaki özgün ve köklü bir ilişkiyi temsil etmektedir (Banks ve Nöhr, 2011). Bu yaklaşımlar, bireylerin başkalarıyla olan ilişkilerini temel alarak ahlaki değerlendirmelerde bulunmayı amaçlamaktadır. Bireyin diğerleriyle olan ilişkilerini temel alırken, toplumun genel refahı ve dayanışma da önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, karakter ve ilişki temelli etik yaklaşımlar, bireyler arasındaki ilişkilere ve topluluk etiği, dayanışma ve ortak iyilik arayışına odaklanarak küresel bir perspektif sunmaktadır (Banks ve Nöhr, 2011). Nihayetinde, teorisyenler bireylerin liberal teoride tanımlandığı üzere izole edilmiş/soyut varlıklar olmadığını, temelde insan ilişkileri ve birbirimize karşı sorumluluklarımız olduğu fikri üzerine bakım etiğini temellendirmektedir (Koggel ve Orme, 2010). Bununla birlikte yaşamlarımızın yanı sıra onları etkileyen değerlerin, uygulamaların, politikaların ve kurumların çeşitli düzeylerde birbiriyle kesişen ilişki ağlarına gömülü olduğunu vurgulamaktadır (Koggel, 1998). Çalışmanın bir sonraki bölümünde bakım etiği kavramına odaklanarak tarihsel süreçte gelişimi ve dönüşümü açıklığa kavuşturulacaktır.

Bakım Etiği ve Gelişimi

Bakım genel olarak toplumun tüm kesimleri için önem arz etmektedir. Dahası, bireylerin ve toplumun genel refahını artıran sosyal bir iyilik olarak tanımlanmaktadır. Bakım emeği, uzun bir süre kadınların ve sosyal hizmetlerin doğal sorumluluğunun bir parçası olarak düşünülmüştür. Ancak, bakım emeğinin geleneksel olarak rollerin bir sonucu olarak tasvir edilmesi kadınların kendilerini gerçekleştirme ve bireysel özgürleşmenin önünde engel teşkil etmiştir. 1960'ların sonlarında ortaya çıkan feminizm kadın hareketi, bakım rolüne gözle görülür biçimde meydan okumuştur. Feminist hareketle birlikte erkeklerle kadınlar arasındaki sorumluluğun adil bir şekilde dağıtılması, bakımın toplumsal açıdan daha geniş bir perspektifte değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Sevenhuijsen, 1998).

Esasında bakım etiğinin tarihsel gelişimi incelendiğinde, yirminci yüzyılın ortalarında erkek ve kadınlara dair popüler psikanalitik açıklamalara ve toplumdaki kadınların rollerinin sorgulanmasına verilen tepkilerden doğan erken bir feminist etik olarak geliştiğini görmekteyiz (MacKay, 2019). Bakım etiği, geleneksel hak temelli erkeksi normları ve örgütlenme biçimlerini reddetmektedir. Kavrama dair katkılar, psikolojideki gözlemsel çalışmalar ile başlamış ve daha sonra ahlaki davranışın pozitif normatif bir açıklaması haline gelmiştir (Meagher ve Parton, 2004; MacKay, 2019). Bakım etiği, tarihinin erken dönemlerinden itibaren ahlaki teorileştirmeye yönelik geleneksel yaklaşımlardan olan Kantçı veya faydacı yaklaşımlarla karşılaştırılma eğiliminde olmuştur (Collins, 2015). Bakım etiği veya bir diğer ifadeyle özen etiği temelde, deontolojik ve pragmatist ahlak sistemlerinden büyük ölçüde etkilenmiştir. Kantçı ahlak bu anlamda soyut ahlaki

prensipleri, tarafsızlığı ve rasyonelliğini vurgularken; faydacı ahlak anlayışının ise eylemlerin sonuçlarına odaklandığı görülmektedir (Banks, 1995).

İlk olarak bakım etiği kavramı, ahlaki ikilemlerle karşı karşıya kalan kadınların düşünce süreçlerini araştıran psikolog Carol Gilligan'ın çalışmaları üzerine inşa edilmiş ve kadınların ahlaki gelişimiyle ilişkilendirilerek tanımlanmıştır (Collins, 2018). Carol Gilligan'ın ahlaki gelişim teorisi, Lawrence Kohlberg'in ahlaki gelişim teorisine bir yanıt olarak geliştirilmiştir. Kohlberg, ahlaki gelişim aşamalarını oluştururken, erkek çocuklar üzerinde yaptığı araştırmalara dayanmış ve bu aşamaların evrensel olduğunu iddia etmiştir. Ancak Kohlberg'in bu teorisi, kadınların ahlaki bakış açılarını yeterince dikkate almadığı için eleştirilmiştir. Gilligan'ın perspektifi ve şefkatli ilişkilere dair öne sürdüğü bu teoriler bir anlamda bakım etiğinin doğuşunu şekillendirmiş ve bu etiğin temelini oluşturmuştur (McAuliffe, 2023). Gilligan, *In a Different Voice* adlı eserinde ahlaki karar alma süreçlerine ilişkin gerçekleştirdiği analizlerde kadın ve erkeklerin ahlaki sorunları kavrama biçimleri arasında bir fark bulduğunu iddia etmiştir. Esasında erkekler adalet ve hak gibi kavramları merkeze alırken, kadınların karar alma süreçlerinde ilişki odaklı düşünmeye eğilimli olduğu ifade edilmiştir (MacKay, 2019). Bununla beraber kadınların bağ kurdukları bireylere yönelik sorumluluk duygusuyla hareket etme olasılığının yüksek olduğu, soyut kurallara dayanarak ahlaki karar almaya daha az eğilimli olduğu belirlenmiştir (Teke Lloyd, 2018). Gilligan bakım etiğini vurgularken, insanların yalıtılmış ve soyut varlıklar olmadığını, temelde ilişkisel ve birbirine bağımlı olduklarını belirtmektedir. Bu, bireylerin eylemlerinin ve kararlarının, onları çevreleyen ilişkiler ve bağlarla yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Gilligan'a göre, insanlar, kendi başlarına değil, toplumsal ilişkiler ve etkileşimler içinde anlam kazanır ve kimliklerini şekillendirirler. Bu nedenle bakım etiği, bireylerin birbirleriyle ve çevreleriyle olan ilişkilerini vurgulayarak, etik düşüncede önemli bir pencere aralar (Koggel ve Orme, 2010).

Gilligan'a göre, kadınlara özgü bakım etiği üç evrede gerçekleşmektedir. İlk olarak kadınlar hayatta kalmayı garantileme adına kendilerinin bakımına odaklanır. Ancak zamanla, benmerkezci düşünce tarzının bencillik olarak nitelendirilebileceğine dair farkındalık geliştirmeye başlar. Bu bilinç seviyesine erişmesinin ardından ikinci aşamada, birey kendisi ile diğerleri arasındaki ilişkileri yeni bir bakış açısıyla değerlendirmeye başlamaktadır. Bu sorumluluk anlayışı, bireyin çevresindeki bağımlı ve dezavantajlı kişilere bakım sağlamaya dayalı bir anlayış ile birleşmektedir. Bu aşamada, iyilik, başkalarına bakım sunma üzerinden tanımlanmaya başlamaktadır. Kadınların genel olarak başkalarına odaklanmaya başlaması, kendi refahlarını ikincil plana atmasına ve ihtiyaçlarını feda etmesine veya göz ardı edebilmesine kapı aralayabilmektedir. Bu noktada kadın yalnızca bakım sağlamakla yükümlü olmadığını farkında olmalı ve kendi ihtiyaçları ile olan dengeyi sağlayabilmelidir. Son olarak kadın, benliğini diğerleriyle dengeleme ve ilişkiler arasında arasındaki bağlantıları şekillendirme üzerine bir anlayış geliştirir. Nihayetinde Gilligan, benlik ve başkalarının birbirine bağımlı olduğunu ifade etmektedir. Bu perspektiften bireylerin yalnızca kendi varlıklarıyla değil, aynı zamanda başkalarıyla ilişkileri üzerinden de anlam kazandığını görmekteyiz (Gilligan, 2003; MacKay, 2019). Gilligan, bakım hakkında akıl yürütmenin ahlaki ve sosyal açıdan sağladığı üstünlüklerin altını çizmektedir. Dahası, bu farklılığın görünür sonuçlarını zayıflatmayı amaçlamıştır (Teke Lloyd, 2018).

Bakım etiği konusundaki çalışmalarıyla bilinen ve bu konuda önemli katkılarda bulunan bir diğer isim Nel Noddings'tir. Noddings ise bakım ilişkilerini, insan varoluşu ve bilincinin temeli olarak tanımlamıştır. Noddings'e göre bakım, "ilgilenen" ve "bakılan" arasında karşılıklı etkileşimi ifade eden bir ilişkiyi temsil etmektedir. Özellikle insanların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunması gerektiğiyle ilgilenmektedir. Noddings'e göre şefkatli ilişkilerin nasıl kurulacağı, sürdürüleceği ve geliştirileceği önemlilik arz etmektedir. Bu anlamda bakım kavramını feminen ve annelik perspektifinde kavramsallaştırmıştır. Ona göre ilgi, başka birini kabul etme ve tamamen diğer kişiye odaklanma ve onunla ilgilenme anlamına gelmektedir. Bireyler, alıcı bir moda girerek diğerlerinin deneyimlerini ve duygularını tamamen anlamaya ve içselleştirmeye hazır hale gelirler. Noddings, ilişkilerin düzenli olması gerektiğini savunarak, üretken olabilme için ilişkilerin düzenli olması gerektiğini belirtir (Noddings, 2003; Corsetti, 2010). Noddings'in ifade ettiği ilişkisel bağlılık esasında karmaşıktır ve pek çok doğal problemi de beraberinde getirir. Bakım veren kişi zaman zaman kız-

gınlık ve yük hissedebilir, bakılan kişi ise bakım verenin ihtiyaç duyulan şeyi sağlamada yeterince çaba göstermediğini düşünebilir. Bu durum, bakım veren ve bakım alan arasındaki ilişkinin sürekli bir denge arayışı içinde olmasını gerektirir. Sağlıklı ve sürdürülebilir bir ilişki, her iki tarafın da empati ve anlayışla hareket etmesi ve ihtiyaç ile beklentilerini açıkça ifade etmesiyle mümkün olabilir. Özellikle aile içinde olduğunda, şefkat temelli ilişki, daha az tanıdık veya uzak bir akraba ile olan ilişkiden doğal olarak farklılık gösterecektir. Bakım verenin ücretli bir çalışan olması durumunda ise, bu ilişki farklı bir nitelik kazanır. Sonuç olarak, bakım ilişkileri her durumda empati, anlayış ve açık iletişim gerektirir ve bu unsurlar, ilişkinin sağlıklı ve sürdürülebilir olmasını sağlar (McAuliffe, 2023).

Bakım, başlangıçta Gilligan ve Noddings tarafından ortaya konan belirleyici bir etik yaklaşım olarak görülse de 1980'ler boyunca, bu yaklaşıma feminist geleneğin diğer temsilcileri de katkıda bulunmuş ve bu da bakım etiğinin gelişimine önemli ölçüde katkı sağlamıştır (Campbell, 2015). Ancak bakım etiğine dair erken aşamalar, genel olarak hem feminist düşünürler hem de diğer ahlaki geleneklerde çalışan düşünürler tarafından eleştirilme eğiliminde olmuştur (MacKay, 2019). Özellikle Gilligan ve Noddings'in psikoloji, ahlaki teori ve feminist düşünce içindeki bakım etiği kavramsallaştırmasına bir dizi karşıt görüş ileri sürülmüştür. Bakım ilişkisinin içselleştirilme potansiyeli, bazı feministler tarafından öne sürülen eleştiriler arasında belirgin olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle bakımın karmaşık tarihi, cinsiyet temelli kalıp yargılar, kadınlığın doğası ile ilişkilendirilen özellikler, bakıma ilişkin genel çağrışım ve imgeler kadınların failliğine zarar verebilecek şekilde yapı kazanabilmektedir. Bazı feminist teorisyenlere göre, bakımın kadınlarla özdeşleştirilmesi geleneksel kadın rollerini yüceltebilmekte, rolleri pekiştirerek toplumsal eşitsizlikleri sürdürme riski barındırabilmektedir (Tong ve Williams, 2010; MacKay, 2019).

Bununla birlikte feminist temsilciler arasında, bu yaklaşım kimi zaman bir 'adalet etiği' olarak da adlandırılmıştır (Banks, 1995). Adalet etiğinin temel amacı, adil ve eşit muamele edilmesini sağlamaktır. Bunu evrensel ilkeler ve kurallar temelinde, tarafsız ve doğrulanabilir bir şekilde gerçekleştirmektedir. Her ne kadar iki yaklaşımda da karar alma süreçlerinde belirli normatif ilkeler ön plana çıkıyor ve uygulamalara bir çerçeve sunuyor olsa da bağlamsallığı ve özgün ihtiyaçları odağa almadığı, ilişkisel dinamikleri arka planda bıraktığı, empati ve şefkatten yoksun karar almaya yol açabileceği için eleştirilerin hedefi olmaktadır (Botes, 2000). Adalet etiğine ilişkin Virginia Held ise, bakım etiğinin adaletin temel bir unsuru olduğunu savunmaktadır. Bakım, adalet olmadan da varlığını sürdürebilirken adaletin bakım olmadan var olamayacağı ifade edilmektedir (Held, 2005). Ayrıca, adaletin zihinlerde tezahür edebilmesi amacıyla ilk olarak diğerlerinin durumunu göz önünde bulundurarak duyarlılık gösterilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bu durum ise bakım ifadesi olarak değerlendirilmektedir (MacKay, 2019). Dolayısıyla feminist perspektifte bakım etiği, yalnızca bakımı nasıl kavramsallaştırdığımızı değil aynı zamanda adaleti nasıl kavramsallaştırdığımızı da yeniden düşünmemizi gerektirmektedir (Lloyd, 2006).

Sevenhuijsen ve Tronto bu anlamda Noddings ve Gilligan'ın erken bakış açılarını eleştirerek, kadınlara atfedilen geleneksel roller ve özellikler temelinde inşa edilen yaklaşımlarının kadınları çeşitlilikten yoksun bir kategori olarak ele alması ve kadın stereotiplerini pekiştirmesi nedeniyle eleştirmişlerdir (Collins, 2018). Tarihsel olarak, bakım etiğinin genellikle fedakarlıkla özdeşleştirilmesi, bu fedakarlığın da sıklıkla kadınlık sembolleriyle veya tipik kadınsı karakter yapılarıyla ilişkilendirildiği görülmüştür (Sevenhuijsen, 1998). Tronto ve Sevenhuijsen, bakım etiğini cinsiyet temelli (kadın-erkek karşıtlığı) düşünceden uzaklaştırarak onu güç, kamu refahı, politika ve aktivizmle ilişkilendiren bir yaklaşıma bağlamışlardır. Bu perspektif, bakım etiğini cinsiyet temelli ayrımlardan öte, toplumsal güç ilişkileri, kamu politikası ve sosyal aktivizm bağlamında ele almıştır (Collins, 2018). Dolayısıyla bakım etiğinin savunucuları, bakımın ahlaki açıdan uygunluğunu vurgularken, bunun sadece kadınlara özgü değil, tüm insan ahlakının önemli bir bileşeni olduğunu ileri sürmektedirler (Campbell, 2015).

Bakım etiği, aynı zamanda bir dizi prensipten veya arzu edilen duygulardan çok daha fazlasını içermektedir. İnsanların şefkatli ilişkiler bağlamında birbirlerine değer verdikleri pratik bir eylemdir. Bakım vermek ve almak bir anlamda insani boyutumuzu geliştirir, değerli olduğumuzu hissettirir ve ahlaki varlıklar olma-

mızı sağlar (Howe, 2014). Feminist teorisyen Joan Tronto bakımı politik bir kavram olarak ele almaktadır. Toplumsal cinsiyetin ve güç ilişkilerinin bu alandaki rollerini vurgulayan Tronto, bakımı yalnızca kişisel bir sorumluluk değil, aynı zamanda toplumsal bir görev olarak görmektedir. Joan Tronto, Berenice Fisher ile geliştirdiği tanımda bakım etiğini şu sözlerle dile getirmiştir:

“Dünyamızı korumak, sürdürmek ve onarmak, böylece orada mümkün olduğu kadar iyi yaşayabilmek için yaptığımız her şeyi içeren, insan türünün karakteristik faaliyeti.... Yaşam boyu bir destek ağına bağlanmayı amaçlıyoruz.” (Fisher ve Tronto, 1990).

Sonuç olarak, Joan Tronto’nun ifadesi, insanların birbirlerine yaşam boyu destek olma ve toplumsal dayanışma ile dünyayı daha iyi bir yer haline getirme amacını vurgulayarak, insanlığın ortak sorumluluklarını ve değerlerini öne çıkarmaktadır. Özünde ilişki temeline dayanan bakım etiği, Tronto tarafından önemsemek, ilgilenmek, bakım vermek ve bakım almak olmak üzere dört temel boyuta ayrılmıştır. Bu kategoriler, bakım etiği uygulamalarının ahlaki veya etik unsurlarını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır (Tronto, 1993; Tronto, 2013; Collins, 2018; Laurin ve Martin, 2022).

Bakımın temelde dört etik unsuru bulunmaktadır. Bunlar dikkat, sorumluluk, yeterlilik/yetkinlik ve duyarlılık olarak ifade edilmektedir. Bakım vermenin temel ahlaki boyutlarından biri, bir ihtiyacın tanınması için gereken **dikkattir**. Bakım, başkalarının ihtiyaçlarını fark etmeyi ve bu ihtiyaçları eşit bir şekilde kabul etmeyi gerektirir. Bu; dinleme, anlama ve bakım alan kişinin hem dile getirdiği hem de dile getirmediği ihtiyaçlarına dikkat etmeyi içerir. Aynı zamanda, bakım veren kişinin, bakım alan kişinin yeteneklerini güçlendirmeye ve kapasitesini onaylamaya yönelik çabalarını içerir. **Sorumluluk** perspektifinden bakıldığında, bakım sadece belirli sonuçlara ulaşmanın bir aracı olmakla kalmaz, aynı zamanda kendi başına bir amaç olarak kabul edilir (Tronto, 1993; Collins, 2018). Geleneksel ahlak teorilerinin aksine, bakım etiği sorumluluğu merkezi bir kavram olarak ele almaktadır. İlgi, ihtiyaçlar belirlendikten sonra bu yükümlülüğü yerine getirme aşamasının temel ahlaki boyutudur. Çoğu zaman sorumluluklar resmi olarak yükümlülüklerle uyma ihtiyacı olarak algılanmaktadır. Fakat sorumluluk, bir dizi resmi kural veya vaatten ziyade, bir dizi örtülü kültürel uygulamaya gömülü bir terimdir. Bu noktada sorumluluk kavramı ‘doğru olanı yapma’ eğilimi olarak tanımlanmakta ve görev duygusundan kaynaklandığı ileri sürülen yükümlülük kavramından farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, sorumluluk sadece belirli görevlerin yerine getirilmesiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda toplumun ve bireylerin ihtiyaçlarına duyarlılık ve tepki verme sürecini de içerir. Birisi veya bir grup, belirlenen ihtiyaçların karşılanmasını sağlama sorumluluğunu üstlenmelidir. Sorumluluk bu anlamda resmi ve yasal bağlar yerine kültürel uygulamalar, politik motivasyonlar ve bireysel psikoloji gibi faktörlere dayanabilir (Tronto, 1993; Tronto 2013; Collins, 2018; Pease vd., 2018). Bakım etiğinin **yeterlilik/yetkinlik** unsuru ise, bakım verenin ihtiyaçlara doğrudan ve etkili bir şekilde yanıt verme becerisini içermektedir (Tronto, 1993). Bakım verme eylemi bu anlamda sorumluluk üstlenmekten daha fazlasını gerektirmektedir. Bakım verme sorumluluğunu yerine getirirken kişinin yetkin olması, sadece teknik becerilere sahip olmasını gerektirmez aynı zamanda etik açıdan doğru ve etkili bir şekilde hareket etmesini gerekli kılar (Tronto, 2013). Bir bakım eylemi olarak yetkinlik, özel becerilerin zamanla veya uygun eğitimle geliştirilebileceği inancına sahiptir (Collins, 2018). Son olarak bakım etiğinin temel etik unsuru ise **duyarlılıktır**. Burada duyarlılık kavramı, bakım alan kişinin bakıma yanıt vermesi olarak ifade edilir. Bakım verenin eylemlerine bakım alan kişinin yanıtı, bakım sürecinin önemli bir unsurudur. Bu, bakım ihtiyaçlarının etkili bir şekilde karşılandığını belirlemenin temel bir yolunu sağlamaktadır (Tronto, 1993). Ancak bakımın verildiği kişinin tepki vermesi her zaman şart değildir, ancak bir tür yanıt alınması önemlidir. Bu yanıt genellikle, geçmiş ihtiyaçlar karşılandıkça yeni ihtiyaçların ortaya çıkabileceğine ve dolayısıyla bakım sürecinin devam ettiğine işaret etmektedir (Tronto, 2013). Bakım ilişkisinin başarısı, alıcının yanıt verme kapasitesine bağlıdır. Bakım verenin, bakım alan kişinin benzersiz deneyimlerine ve algılarına odaklanması gerekmektedir. Bu, bakım verenin sadece fiziksel ihtiyaçları değil, aynı zamanda duygusal, zihinsel ve ruhsal ihtiyaçları da dikkate alması gerektiği anlamına gelmektedir (Collins, 2018). Yeterli duyarlılık göstermek, dikkat ve özen gerektirir; bu da duyarlılığın bakım etiğinin temel unsurlarıyla nasıl iç içe geçtiğinin bir göstergesidir (Tronto,

1993). Bu boyutlar bakımının sadece fiziksel ihtiyaçların karşılanmasından öte, insanların birbirlerine duyduğu özen, sorumluluk ve saygıya odaklanan kapsamlı bir yaklaşımı temsil etmektedir. Nihayetinde tarihsel süreçte bakım, çeşitli teorisyenler tarafından ele alınarak belirginleştirilmeye çalışılmış ve feminist düşüncelerin odağında irdelenmiştir. Ahlaki karar verme, bağlamsal ilişkilere ve sorumluluklara dikkat çeken bu yaklaşım sorumluluk, yeterlilik/yetkinlik ve duyarlılık gibi etik birtakım boyutlarla ilişkilendirilmektedir. Son olarak bilgiler ışığında bakım etiğine dair bazı varsayımlar aşağıda listelenmeye çalışılmıştır (Meagher ve Parton, 2004).

- Ahlaki olarak gözden geçirme odağına, birey ve haklar yerine insanların birbirlerine karşı olan sorumluluklarının karşılıklı etkileşimini yerleştirir.
- Genel olarak bakım etiği bireylerin eşit ahlaki değerini kabul eder ve gayriresmî ve kişilerarası ilişkilerinin ahlaki müzakere için uygun bir nesne ve zemin olduğunu savunur.
- Ahlaki özneler olarak bireyler, diğerlerine şefkatle bakmalı, her kişiye benzersiz ve yeri doldurulamaz olarak yanıt vermeli ve her ahlaki kararın belirli bir bağlamda gerçekleştiğini kabul etmelidir.
- Bakım yalnızca bir ihtiyacı karşılamakla kalmayıp bunun yanı sıra bakım ilişkileri sürecinde yer alan kişilerin gelişimlerini destekleyen ve birbirlerine karşı esnek sorumluluklar üstlenmeye istekli olan ve teşvik eden bir süreç olmalıdır.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde bakım perspektifi, insan onuru ve insan ilişkilerinin değerini ön plana çıkaran sosyal hizmet ekseninde keşfedilmeye çalışılacaktır.

Sosyal Hizmetin Gelişiminde Bakım Perspektifi

Sosyal hizmetin gelişimi tarih boyunca çeşitli tartışmalara ve dönemsel dönüşümlere tanık olmuştur. Genel olarak bakım, sosyal hizmetin başlangıcından bu yana uygulamalarında, değerlerinde ve teorisinin merkezinde belirgin bir şekilde öne çıkmıştır (Meagher ve Parton, 2004). Modern kadın hareketleri öncesinde gerek sosyal hizmet alanlarında gerekse kadınların hane içinde bakım sorumluluğunu üstlenmeleri, toplumsal düzeyde doğal ve en uygun seçenek olan olarak görülme eğiliminde olmuştur (Sevenhuijsen, 1998). Ancak bu perspektif tıp, hemşirelik gibi sağlık alanlarında çalışan meslek profesyonelleri arasında da oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Nortvedt vd., 2011; Woods, 2011).

Özellikle 20. yüzyılın başlarındaki Hayır Kurumu Derneği ve Yerleşim Evi Hareketi gibi önemli sosyal hizmet hareketlerinde çalışanlar, güçlü bir bakım ahlakına ve paternalist bir yaklaşıma sahipti (Dybiczy, 2012; Reamer, 2017; Thompson, 2019; Tuncay ve Tekin, 2022). Bu hareketler, dezavantajlı gruplara yardım etmeye ve onlarla yakından ilgilenmeye odaklanmıştır. Bakım, bu erken dönem sosyal hizmet uygulamalarında merkezi bir rol oynamıştır ve toplumun en savunmasız üyelerine destek sağlama çabalarını şekillendirmiştir. Genel olarak bireysel ve gönüllü çabalarla başlayan hayırseverlik anlayışı ile sürdürülen, ahlakçı ve paternalist bir zeminde ilerleyen hizmetlerin zamanla etkililiği ve verimliliği tartışılmaya başlanmıştır (Reamer, 1983; Freedberg, 1993; Zastrow, 2015; Reamer, 2017). Sosyal hizmet uzmanları, bireysel yardımın ötesine geçerek toplumsal adaletsizliklerle mücadele etmeyi ve yapısal değişiklikler için çağrı yapmayı hedeflemişlerdir. Bu dönüşümün, sosyal hizmetin profesyonelleşmesi ve akademik bir disiplin olarak kabul edilmesiyle daha da güçlenmiş olduğu görülmektedir. Bu anlamda Mary Richmond'un çalışmaları da mesleğe bir mesruiyet kazandırmıştır (Zastrow, 2015; Tuncay ve Tekin, 2022). Çeşitli dönüşümlere rağmen sosyal hizmetin temelinde önemli bir yer tutan, mesleğin etik ve insan odaklı yönlerini güçlendiren empati, merhamet, koşulsuz olumlu saygı ve içtenlik gibi hümanist değerlerin bu anlamda sabit kaldığı görülmektedir (Lymberry, 2001 akt. Hay, 2018). Bu bağlamda, bakımın sağlanması, bireylerin özerkliğini teşvik eden herhangi bir liberal sistemin temel bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Bu bakış açısından bakım, insanların kendi hayatlarını yönlendirmelerini sağlayacak unsurları anlama ve değerlendirme yeteneğini içeren empati erdemi teşvik etmeyi ifade etmektedir. Böylelikle, insanların iyi yaşama ilişkin önyargılarını yansıtmak yerine, kendi hayatlarını yönlendirme kapasitelerini güçlendirmektedir (Magni-Berton, 2011). Bu perspektif, sos-

yal hizmet uzmanlarının bireyleri ve toplulukları güçlendirme ve baskıya karşı direnç geliştirme yönündeki çabalarını artırmakta ve sosyal hizmet uzmanlarının daha insancıl ve empatik yaklaşımlar benimsemelerini teşvik etmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, genellikle bakım ekibinin bir parçası olarak, bakılan kişinin tedavi veya değerlendirme kararları hakkında fikir sahibi olabileceğini hatırlatır ve kişinin durumu hakkında sorular sorar. Bu süreçte, sosyal hizmet uzmanları, aileden veya önemli kişilerden destek alarak bakım sürecini daha etkin bir şekilde yönetir (McAuliffe, 2023). Gilligan tarafından ortaya konan bakım etiği, görüldüğü üzere sosyal hizmet alanında önemli bir yer edinmektedir. Bu etik anlayış, meslek içinde yaygın olan deontolojik, faydacı ve sonuçsalci etiklerden farklı olarak, marjinal de olsa kabul gören bir bilgi ve değerler sistemi haline gelmiştir. Bakım etiğinin sosyal hizmet için önemi, bu etiğin doğası gereği ilişkisel, heterojen ve radikal olması altında yatmaktadır. Sosyal hizmet pratiğinde, klasik erdemlerle bakım arasında benzerlikler bulunabilse de bakım etiği, bireysel eğilimden ziyade kişiler arası ilişkiselliğe vurgu yaparak erdem etiğinden ayrılmaktadır. Bu etik yaklaşım, bakım ilişkilerindeki karşılıklı bağımlılığı ve bireylerin kırılganlık konumlarındaki sürekli değişiklikleri vurgulayan bir paradigmaya dayanmaktadır.

Bakım etiği ontolojik olarak politik bir etik olup, sosyal hizmet uygulamalarında kişiler arası ilişkileri ve toplumsal adaleti merkeze almaktadır. Bu nedenle, bakım etiğinin sosyal hizmet pratiğinde yeniden ele alınması, mesleğin temel değerlerini ve ilişkisel boyutunu güçlendirerek, hizmet sunumunun daha etkili ve insancıl olmasını sağlar. Bakım etiğinin tarihsel gelişimi açısından, sosyal hizmet uzmanlarının etik anlayışının, bireylerin ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçları karşılamak için gösterdikleri özen ve dikkat ile şekillendiği görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal hizmette etik anlayışının yalnızca yasal yükümlülüklerle sınırlı kalmayıp, insan ilişkilerine duyarlı ve bireylerin benzersiz deneyimlerini göz önünde bulunduran bir yaklaşımla geliştiği vurgulanmaktadır (Visse vd., 2015; Shaw, 2019). Görüldüğü üzere, bakım etiğinin temelini oluşturan özen duygusunun bu anlamda sosyal hizmetin doğasına uygun bir şekilde bireylere odaklandığı görülmektedir. Bu etik yaklaşım, özellikle sosyal hizmet uzmanlarının işlevlerine ve danışanlarına yaklaşımlarına uygun bir temel sunmaktadır (Rothman, 2013). Nihayetinde bakım, sosyal hizmet uygulamalarının çoğunun temelini oluşturan müdahalelere de rehberlik etmektedir (Pease vd., 2018).

Bakım etiği, bireysel sosyal hizmet uygulamalarının yanı sıra daha geniş sosyal politika ve ilişkilere de aracılık edebilmektedir. Bir toplumda adalet duygusunun eksikliği durumunda, bakım etiği yorumları eleştirel düşünceyi, direnişi ve toplumla ilgili sosyal dayanışma stratejilerini etik sosyal hizmet uygulamasının merkezi bileşenleri olarak teşvik edebilir, aynı zamanda toplumsal yardım ihtiyacını kabul ederken bireysel ızdırapları ele almanın yollarını geliştirebilir (Baines, 2018). Dahası bakım etiğinin ilişkisel ve duyarlı etik perspektifi, kamu hizmetlerindeki mevcut örgütsel taleplere veya reformlara yapıcı bir yanıt sunarak sosyal adaletin güçlendirilmesinde araç olarak değerlendirilebilir (Juujärvi vd., 2020). Nihayetinde bakım etiği, yalnızca bireysel veya özel yaşamlarla sınırlı kalmayıp, mesleki uygulamalar, sosyal ve kamu politikaları ve uluslararası gibi daha geniş bağlamlarda da uygulanabilir. Bu etik yaklaşım, çeşitli ilişki ve etkileşim türlerinin analizinde ve yönetiminde temel bir rol üstlenebilir (Barnes vd., 2015).

Sosyal Hizmet Uygulamalarında Bakım Etiği

Bakım etiği, adil bir toplumun kurulmasında önemli bir rol oynayan sosyal hizmetin temel değerlerinden biridir. Bu perspektif, insanların ihtiyaçlarını anlama, dayanışmayı teşvik etme ve toplumsal adaletin sağlanmasına odaklanarak sosyal hizmet uygulamalarına derinlik kazandırır (Pease vd., 2018). Bakım etiği bu anlamda mesleğimizin özüne uygun olarak, insanların ihtiyaçlarına duyarlılık ve hassasiyetle yaklaşmayı teşvik eder. Bu yaklaşım, bireylerin kendilerini değerli ve önemli hissetmelerini sağlar. Özellikle bakım kavramı ve özen, başkalarının ihtiyaç ve çıkarlarıyla ilgilenme ve yardıma ihtiyacı olan bireylere duyarlı olma gibi unsurları içermektedir. Bu anlamda bakım etiği sadece bir işi yapmaktan öteye geçerek, bir mesleği sürdürme ve benimseme çabasına dönüşen bir anlayışı teşvik eder (Howe, 2014; Hugman vd., 2021). Bu anlamda etkili bir bakım, duygusal empatiden daha fazlasını gerektirmektedir. Nihayetinde, bakım alıcılarının koşulları, kaygıları, ihtiyaçları, duyguları, tutumları, öncelikleri ve hedefleri hakkında bilgi sahibi olmayı

ve anlama sürecini sağlayan bir yaklaşımı içerir. Bu nedenle, sosyal hizmet bağlamında bakım etiği, sosyal hizmet uzmanının danışanın yaşamına tam katılımını ve danışanın bakış açısını anlamaya açık olmasını gerektirmektedir (Rothman, 2013).

Bakım kavramı tarihsel olarak sosyal hizmet mesleğinin temel bir değeri olarak kabul edilirken, neoliberal düşünce tarzlarının artan etkisiyle birlikte sosyal hizmet teorisi ve pratiklerinin etrafında da yeniden şekillenmiştir (Hay, 2019). Bakım etiği, Birleşik Krallık'ta sosyal hizmetin temel mesleki gereksinimleriyle yakından ilişkili olarak ele alınmaktadır. İngiltere Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği (BASW), sosyal hizmet uzmanlarının etik bir uygulama kılavuzunda pratikte 'şefkatle ve özenle' hareket etmeleri gerektiğini özellikle vurgulayarak bakımla ilgili bu bağlantıyı netleştirmiştir (Collins, 2018). Genel olarak, doğal bakım ile etik bakım arasında önemli bir farklılıklar bulunmaktadır. Doğal bakım, sevgi ve duygusal bağlılığa dayanırken, bakım etiği görev ve sorumluluğa dayanmaktadır. Bakımın işi ve pratiği, bunu etik bir mesele haline getiren bir sorumluluğu beraberinde getirmektedir. Çünkü ilişkilerin temelinde ahlaki bir boyut bulunmaktadır ve bu ilişkilerin doğası, bakımın nasıl gerçekleştirileceğini belirler. Bu sorumluluk, bakımın ahlaki temellerini ve etik çerçevesini vurgulayarak, bakım veren ve bakım alan arasındaki ilişkinin sağlıklı ve etkili olmasını sağlar (McAuliffe, 2023). Bakım etiği perspektifi, sosyal hizmet mesleğinin temel odak noktası olan insan refahı, ilişkiler ve karşılıklı bağımlılıkla uyumlu olduğu için önemlidir (Reamer, 2016). Bakım etiğinin temel ilkesi, diğerlerinin ihtiyaçlarını tanıma ve bu ihtiyaçlara yanıt verme olup, bu ilke bakım etiğinin merkezine yerleştirilmiştir (Howe, 2014).

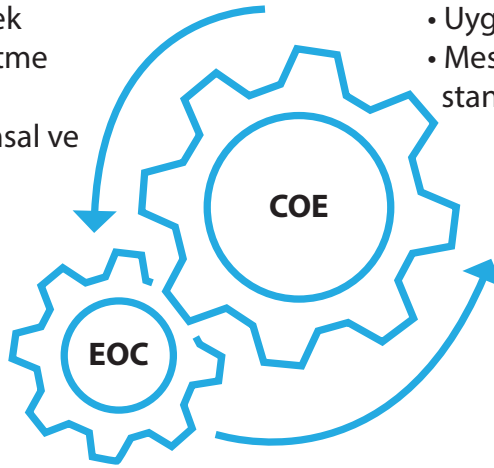
Bu bağlamda, bakım etiğinin sosyal hizmet uygulamalarını yönlendiren temel ilkeler olan NASW Etik Kuralları Etik Kurallarını sürdürmede karşılıklı temel bir rol oynadığı (Şekil 1) görülmektedir. Dahası bakım etiği, diğer yandan NASW etik kuralları, sosyal hizmet uygulamalarının kalitesini artırmak için birlikte çalışmaktadır (Byers ve Shapiro, 2019).

Bakım Etiği (EOC)

- Duygusal tepkilere dikkat etmek
- Özen göstermeme yada reddetme eğilimlerini gözlemlemek
- Etik bakım farkındalığı (bağlamsal ve dinamik olarak)

NASW Etik Kuralları (COE)

- Uygulamalara yön veren ilkeler
- Mesleki uygulamaları düzenleyen standartlar



Şekil 1. Bakım Etiği (ECO) ve NASW Etik Kuralları (COE)

Görseldeki şekilden de anlaşılacağı üzere, bakım etiğinde ortaya konan değerlerin sosyal hizmet mesleğinin değerleri ile uyumlu görülmektedir. Sosyal hizmet, ilk dönemlerinden bu yana bakım değeri ile sistematize edilmiş bir meslektir. Bakım etiği, mikro düzeydeki uygulamalar ve mesleğin makro etik örgütlenmesi açısından önemli bir yere sahiptir (Byers ve Shapiro, 2019). Sosyal hizmet uzmanları, toplumda adaletin sağlanması ve sosyal eşitsizliklerin azaltılması için çaba gösterirken, bakım etiği ilkelerini benimseyerek bu hedeflere ulaşmaya çalışırlar. Bu etik ilkeler, bireylere yapılan yardımın sadece toplumsal düzeyde değil, aynı

zamanda bireysel düzeyde de anlamını ve etkisini vurgular. Bu bağlamda, sosyal hizmet uzmanları, sosyal yardım ihtiyacını kabul ederken aynı zamanda bireysel acıları ele almanın yollarını ararlar ve toplumla ilgili sosyal dayanışma stratejilerini teşvik ederler (Pease vd., 2018).

Bakım etiği, karmaşık etik zorluklara basit ve hızlı çözümler sunmaz. Bunun yerine bu etik yaklaşım, müracaatçıların temel hakları, sosyal hizmet uzmanlarının öncelikli görevleri ve etik kararların sonuçları hakkında karmaşık soruları derinlemesine değerlendirmeyi gerektirir. Bu doğrultuda bakım etiği, sosyal hizmet uzmanlarının etik seçimlerin insanlar üzerindeki etkilerini ve onlar için önemli olan ilişkilerin derin farkındalığını koruması gerektiğini hatırlatır. Bu yaklaşım, etik kararlar alırken hassasiyet ve dikkatle hareket etmenin önemini de bir anlamda vurgulamaktadır. Doğası gereği sosyal hizmet uzmanlarının aldığı kararlar bireylerin yaşamlarını ve ilişkileri derinden etkileyebilmektedir. Bu nedenle sosyal hizmet uzmanları etik kararlarının potansiyel etkilerini göz önünde bulundurarak hareket etmelidirler (Reamer, 2016). Bakım etiği bu anlamda net bir “kurallar” listesine sahip değildir; bunun yerine, daha esnek bir süreci tanımlamaktadır. Bakım etiği perspektifinde sosyal hizmet uzmanı açısından bazı noktalar önemlilik arz edebilmektedir. Bunlar aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılmıştır.

- Müracaatçılarla kurulan ilişkiler, açık iletişim ve samimiyetle karakterize edilmektedir.
- Müracaatçının yaşam durumunu anlama ve paylaşma konusunda açıklık ve anlayış gerekmektedir.
- Başkalarının, özellikle de acı çeken veya ihtiyaç içinde olanların refahına yönelik genel bir endişe barındırmaktadır.
- Müracaatçının refahına yönelik olarak, müracaatçıların ihtiyaçları, müracaatçıların ve topluluk kaynakları ile kurum hakkındaki bilgi ve mantık temelinde yardımcı olma arzusu hakimdir (Rothman, 2013).

Son yıllarda bakım etiği kavramı incelendiğinde özellikle çocuklar, gençler, yaşlı ve engelli bireyler gibi belirli müracaatçı gruplarıyla ilişkilendirilmiştir (Collins, 2018). Günlük yaşamın temel bir unsuru olan ve geniş bir yaygınlığa sahip olan bakım; yalnızca engelli, çocuk veya yaşlılar gibi “savunmasız” bireylere yardım etmeyi değil, aynı zamanda kolektif yaşamlarımızı iyileştirmeyi amaçlayan her türlü niyeti veya eylemi de içermektedir (Laurin ve Martin, 2022). Dahası, feminist bakım etiği bakış açısı da sosyal hizmet müdahalesi ve hizmetleri için bir model sağlamak amacıyla bireysel ve çekirdek aile modellerinden uzaklaşarak kolektif bakıma odaklanmayı önermektedir (Richardson vd., 2024). Bunun anlamı, sosyal hizmet uzmanı gibi insanlarla doğrudan etkileşim içinde olan meslek profesyonellerinin mevcut toplumsal ve kişisel yapıların nerede, neden ve nasıl dışlanmaya ve marjinalleşmeye yol açtığını inceleyerek sorunlara yaklaşma sorumluluğuna sahip olmaları gerektiğidir. Ek olarak, bağlılıkların/ilişkilerin nasıl bozulduğunu veya koptuğunu, sonuç olarak ise bunların nasıl acı çekmeye yol açtığını inceleme sorumluluğu bulunmaktadır (Engster, 2007).

Eylemlerin doğasına odaklanan ve ahlaki kararların belirli kurallara dayandığını savunan deontolojik yaklaşımın aksine bakım etiği daha çok ilişkilere ve duygulara önem atfetmektedir. Bununla birlikte sosyal hizmet uzmanları ile müracaatçılar arasındaki bağlamın, karşılıklı iş birliğinin ve ilişkilerin ve başkalarına karşı sorumlulukların önemini vurgular (Koggel ve Orme, 2010). Bu perspektife göre, uygulamalardaki etik kararlar, bireyler arasındaki bağlara, duygusal ihtiyaçlara ve karşılıklı ilişkilere dayanmalıdır. Bakım etiği, danışanların duygusal ihtiyaçlarına duyarlılık gösterirken, onların bireysel ve toplumsal refahlarını desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu anlamda sosyal hizmet uygulamalarında bakım etiği, insanlarla ilişkilerin geliştirilmesinde ve nasıl davranılacağına karar verilmesinde önemlilik arz etmektedir (McAuliffe, 2023). Finlandiya’da sosyal hizmet uzmanları ile gerçekleştirilen bir çalışmada sosyal hizmet uzmanlarının etik karar alma süreçleri incelenmiştir. Bu kapsamda etik karar alma süreçlerinde uzmanlarının yoğunluklu olarak bakım odaklı akıl yürütmeyi, bakım odaklı hizmet sunumu kullanmış oldukları belirlenmiştir (Juujärvi vd., 2020).

Sonuç olarak bakım etiği, sosyal hizmet uygulamalarında etik boyutları anlama ve etik karar verme süreçlerinden bağımsız bir bakış açısı olarak değerlendirilmekten ziyade ilişkisel değerlere vurgu yapan, insan-

ları bağlam içinde anlama için çaba gösteren birer tamamlayıcı çerçeve olarak değerlendirilebilir (Banks ve Nöhr, 2011). Bu noktada bakım etiği din, dil, ırk, kültür veya ahlaktan bağımsız olarak evrensel değerlere sahip görünmektedir (Engster, 2007). McAuliffe (2023) göre, sosyal hizmetin bireysellik ve öz yeterlilik yerine kolektivizm ve dayanışma temelinde farklı bir konumda hareket eden neoliberal organizasyonlar içinde sağlam bir konum tutabilmesi için bakım etiğine ihtiyacı vardır. Bu anlamda hizmet sunumlarında yalnızca bireysel sorumluluk, verimlilik, performans veya bütçe kullanımı gibi hedeflere değil, aynı zamanda müracaatçıların ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde değerlendirme ölçütlerinin ön plana çıkmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Her ne kadar genel olarak mikro düzeyde bakım perspektifi müracaatçı grupları üzerinden değerlendirilmiş olsa da bakım, basitçe mikro düzey ahlaki bir konu olarak görülmemelidir. Bakımın toplumlardaki sunuluş şekilleri, bakım sorumluluğunun devlet, aile ve piyasa gibi kurumlar arasında nasıl paylaşıldığı, bakım hizmetlerinin finansal boyutu gibi meseleler toplumsal eşitlik ve adaletin şekillenmesinde rol oynamaktadır (Akkan, 2022). Bununla birlikte, sınıf, cinsiyet, etniste ve ırk ile ilgili daha geniş yapısal konularla yakından ilişkili ve politik olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda, bakım etiği yaklaşımı yalnızca bakım veren-bakım alan, kamusal-özel arasındaki dikotomiler değil, aynı zamanda bakım-adalet/haklar arasındaki dikotomileri de sorgulamaktadır. Genel olarak bakım var olmaksızın adaletin sert ve bireysel ilişkilere dayanmayan bir yapı haline geleceği düşünülmektedir (Meagher ve Parton, 2004). Bakım, sosyal politikanın temel değerlerinden biri olan adalet ile çelişen veya rekabet halinde olan bir kavram değildir. Aksine, dezavantajlı grupların yapısal eşitsizliklerini tespit etmeye ve bu doğrultuda adil, kapsayıcı ve etik müdahaleler gerçekleştirmeye yönelik bir yaklaşım sunmaktadır (Barnes, 2012). Bu anlamda bakım kavramı, insani ihtiyaç olmanın ötesinde toplumun refah seviyesine ve eşitsizliklere doğrudan etki eden bir alan olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, bu sorumluluğun adil bir şekilde paylaşılması gerektiğinde, bakımın kamusal bir alan olarak görülmesi ve toplumsal bir değer olarak benimsenmesi önemlilik arz etmektedir (Akkan, 2022). Öte yandan makro düzeyde yönetsel süreçler ihtiyaçları değerlendirmek, hizmetleri atamak ve performansını izlemek adına ön plana çıkabilmektedir. Ancak bu yönetsel süreçler, sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçıların benzersiz ihtiyaçlarına duyarlı bir şekilde yanıt verme yetisini büyük ölçüde sınırlandırma ihtimalini barındırmaktadır. Bu noktada sosyal hizmet uzmanlarının üzerindeki yönetsel kontrolün hafifletilmesi, uygulayıcıların yargılarını ve duygusal bağlılıklarını kullanma konusunda daha fazla takdir yetkisine sahip olmasını gerektirmektedir (Meagher ve Parton, 2004). Nihayetinde sosyal hizmet uzmanları için mikro ve makro ölçekte önemli bir çerçeve sağlamaktadır. Dahası, sosyal hizmet uzmanlarının karar alma mekanizmalarında aktif olarak konumlandırılması, bakım hizmetlerde daha adil ve erişilebilir politikaların geliştirilmesini adına önemli bir işlev görebilir.

Sosyal Hizmette Bakım Etiğinin Avantajları ve Dezavantajları

Bakım etiği yaklaşımı insan ilişkilerinin yoğun olduğu alanlarda ve kişisel ilişkilerde önemli bir rol oynamaktadır. Bu yaklaşım özellikle sosyal hizmet gibi mesleklerde, bireyler arasındaki bağların güçlendirilmesi, insanların ihtiyaçlarının karşılanması, krize müdahale ve toplumsal değişim açısından önemlidir. Ancak, bu yaklaşımın hem avantajları hem de dezavantajları bulunmaktadır. Yaklaşımın avantajları incelendiğinde, bireylerin benzersizliğine ve farklılığına büyük önem atfedildiği görülmektedir. Bakım etiği bu anlamda her bireyin benzersiz ihtiyaçlarını ve değerlerini tanıyıp ve saygı gösterir. Sosyal hizmet mesleğinin etik ilkelerinde olduğu gibi bu, kişiselleştirilmiş bir yaklaşımın teşvik edilmesine ve bireyin kendisine özgü gereksinimlerine daha uygun hizmetlerin sunulmasına yol açmaktadır (Banks ve Nöhr, 2011). Bu anlamda bakım etiği müracaatçıların ihtiyaçlarını ve deneyimlerini daha fazla önemseyen bir yaklaşımı teşvik etmekte, nihayetinde sosyal hizmet uzmanlarının sunduğu hizmetin kalitesini iyileştirebilmektedir (Meagher ve Parton, 2004). Bunun yanı sıra ilişkisel değerlerin ön planda olduğu bakım etiği sevgi, ilgi ve güven gibi duygusal bağların güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Her bireyin özgün yaşamı, beklentileri ve istekleri doğrultusunda değerlendirilmesini savunan bakım etiği, bir anlamda sosyal hizmetin temel kaygılarına odaklanmaktadır.

Bakım etiğine dair bir başka vurgu ise empatinin ve şefkatin önemidir. Bu, sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçıları daha iyi anlamalarına ve ihtiyaçlarına daha duyarlı bir şekilde yanıt vermelerine ve etkili çözümler üretmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca, insanların bağlam içinde anlaşılması ve ihtiyaçlarının karşılanması, etik uygulamalarda daha insan odaklı bir yaklaşımı teşvik etmektedir. Bu, müracaatçıların ve hizmet kullanıcılarının geçmiş deneyimlerini, kültürel farklılıklarını ve kişisel tercihlerini dikkate alarak faaliyet göstermenin önemini vurgulamaktadır (Banks, 2011; Banks ve Nöhr, 2011; Altıntaş, 2014). Bakım etiğinin bir diğer kazanımı, bireyler arasında güçlü bağlılıkların ve karşılıklı sorumlulukların önemini vurgulanmasıdır. Bu, sosyal hizmet uzmanı gibi hizmet sağlayıcılarının sadece müracaatçıların veya hizmet kullanıcılarının ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp aynı zamanda onlarla güçlü ve anlamlı ilişkiler kurmalarını teşvik etmektedir. Bununla birlikte, fedakâr amaçlarla çalışmayı teşvik etmektedir. Nihayetinde, toplumsal dayanışma duygusunu güçlendirir ve insanların birbirlerine destek olmasını sağlar. Bakım etiği, hizmet sunucularının veya sağlık profesyonellerinin, sadece maddi kazanç veya kişisel çıkarlar için değil, aynı zamanda hizmet verdikleri kişilerin refahı ve ihtiyaçlarını karşılamak için çalışmalarını teşvik eder. Bu bağlamda, fedakarlık yapmak ve hizmet kullanıcılarının ihtiyaçlarını ön planda tutmak, bakım etiğinin temel ilkelerinden biri olarak kabul edilir (Banks ve Nöhr, 2011).

Ancak, yukarıda ifade edilen avantajlara rağmen bakım etiğinin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Genel olarak tarihsel süreç içinde bakım kavramı, bireyleri bir diğerine bağlılık veya bağımlı olarak konumlandırma eğiliminde olmuştur. Dahası bakım görmeyi minnettarlık ve hayırseverlikle ilişkilendirmiştir. Ancak, eleştirel sosyal hizmet genel olarak bakım kavramının koruyucu, dezavantajlı hale getiren ve baskıcı toplumsal yapıların yeniden bir perspektiften tanımlamakla birlikte ortak katılımın, hakların ve güçlendirmenin önemine odaklanmıştır (Healy, 2000; Thompson ve Thompson, 2001).

Bakım etiği bireyler arasındaki bağıllığı da vurguladığından bazı durumlarda bağımlılığı teşvik edebilir. Bu, bireylerin kendi başlarına hareket etme becerilerini zayıflatır ve onları sürekli yardım arayan konumuna getirebilir. Bu anlamda bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak yerine, başkalarına güvenme ve başkalarından bekleme eğilimini artırabilir. Bu durumda, sosyal hizmet değeri olan özerklik (otonomi) ilkesi göz önüne alındığında, bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak ve kendi başlarına hareket etme becerilerini güçlendirmek önemlidir. Bakım etiğinin bazı durumlarda bağımlılığı teşvik edebileceği gerçeğiyle karşılaştığımızda, sosyal hizmet profesyonellerinin bireylerin özerkliğini destekleyici stratejiler geliştirmesi gerekmektedir (Banks ve Nöhr, 2011; Reamer, 2017). Sosyal dışlanma tehlikesi, bakım etiği kapsamında dikkate alınması gereken önemli konulardan biridir. Bakım etiği, ilişkisel değerlere odaklandığı için bazı durumlarda hizmet sağlayıcılar diğerlerini dışlayabilir veya grubun dışında kalan bireylere daha az dikkat gösterebilir. Bu, sosyal izolasyon riskini artırabilir ve toplumsal eşitsizlikleri güçlendirebilir. Son olarak hizmet uygulayıcılar tarafından verilen yardımın doğasında belirsizlik ve keyfilik olabileceğine değinilmektedir. Bakım etiği, her durumun benzersiz olduğunu ve tek tip bir yaklaşımın her zaman uygun olmadığını kabul eder. Yardımın her durumda standart bir prosedüre göre belirlenmediğini ve bazen belirsizlik içeren, kişisel takdirlere dayalı olarak verilebileceğini ifade eder. Evrensel, tarafsız ilke ve kurallar yerine ilişkisel dinamikler belirleyici olabilir ki bu da, yardımın adil veya tutarlı olmayabileceği anlamına gelmektedir (Banks ve Nöhr, 2011). Sonuç olarak, bakım etiği bireyler arasındaki ilişkilerin önemini vurgulayan bir yaklaşımı teşvik eden bir etik yaklaşımdır. Bakım etiği temelli hizmetler, insanların duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için etkili bir yol sunmaktadır. Ancak, yukarıda da görüldüğü üzere uygulamada bazı zorluklara sebebiyet verebileceği açıktır. Dolayısıyla dengeli bir şekilde kullanılması önemlidir.

Sonuç

Tarihsel süreç boyunca bakım, kadın odaklı değerlendirilme eğiliminde olsa da feminist kadın hareketleriyle birlikte toplumsal cinsiyet ile olan ilişkisi sorgulanmış ve daha adil, eşitlikçi değerler üzerine temellenirilmesi için mücadele edilmiştir. Bu noktada bakım etiği, bakımı yalnızca kadın veya belirli gruplara ait

bir sorumluluk olarak nitelendirmenin ötesine geçerek toplumun bu yükü eşit; sınıf, cinsiyet, yaş ve diğer faktörlerden bağımsız şekilde paylaşmasını önceliklendirmiş, bireysel ihtiyaçların ötesinde sosyal ilişkilerin bir parçası olarak ve toplumsal eşitlik ve adalet anlayışıyla ilgili bir mesele olarak değerlendirmiştir.

Bakım etiği kavramı, genellikle sağlık alanındaki bakım veren-bakım alan ilişkisiyle bağdaştırılma eğiliminde olsa da bakımın sosyal hizmetlerde de önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu etik yaklaşım, bireylerin refahını odağa almakla birlikte, onların ihtiyaçlarını karşılamayı yalnızca kişisel bir sorumluluk değil, aynı zamanda toplumsal bir görev olarak görmektedir. Dolayısıyla zamanla bu kavramın sosyal hizmet alanında da geniş bir uygulama ve teori tabanı oluşturduğu görülmektedir. Bakım etiğinin bu anlamda sosyal hizmet uygulamalarında dezavantajlı gruplarla çalışırken temel bir etik çerçeve sunduğu gözlemlenmektedir. Özellikle bakımın yalnızca dezavantajlı bireyler için değil, toplumdaki tüm bireyler için doğal bir ihtiyaç olduğunun altını çizmektedir. Sosyal hizmette bakım kavramının nihayetinde sadece bireylerin fiziksel ihtiyaçlarını karşılamaktan öte, onların duygusal ve sosyal refahını da göz önünde bulundurulduğu görülmektedir. Ayrıca, müracaatçıların veya hizmet kullanıcılarının ihtiyaçlarını karşılamanın ötesine geçerek, toplumsal refahı artırmayı amaçlamaktadır. Sosyal hizmet disiplini bu kapsamda bakım kavramının baskıcı ve dezavantajlı perspektifine karşın ortak katılım, eşitlik, sorumluluk ve güçlendirme kavramlarını odağa almaktadır. Bu anlamda sosyal hizmet uygulamalarında bakım etiği, profesyonellerin bireyleri ve toplulukları güçlendirme, baskıya karşı direnç geliştirme ve daha insancıl yaklaşımlar benimseme çabalarını desteklemektedir. Ayrıca, sosyal hizmet uzmanları karar mekanizmalarına dahil olarak adil ve erişebilir politikaların geliştirilmesini teşvik edebilir. Nihayetinde, bakım etiğinin, sosyal hizmet teorisi ve pratiğinde ilişkilerin ve toplumsal bağların önemine dikkat çekerek, hizmet sunumunda daha etik ve etkili bir çerçeve sunduğu görülmektedir. Sonuç olarak, bakım etiğinin sosyal hizmet alanında temel bir ilkeler bütünü olarak kabul edilmesinin hizmet sunumunun kalitesini ve insan odaklılığını arttırmaktadır.

Bu çerçevede, sonuçlar ışığında bakım etiğinin diğer etik teorilerle farklılaşan ve benzeşen yönlerini aydınlatmaya yönelik teorik çalışmaların yanı sıra, sosyal hizmet uygulamalarında (aile danışmanlığı, çocuk refahı, gerontoloji vb.) nasıl kullanıldığını somutlaştırmının önemli olduğu düşünülmektedir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda bakım etiği ilkesinin sosyal hizmet uygulamalarındaki rolünü ve etkisini incelemeyi amaçlayan çalışmalar gerçekleştirilebilir. Dahası, ülkemizde sosyal hizmet uzmanlarının bakım sorumluluklarına dair görüşleri, bakımın etik sorumluluklarının profesyonel uygulamalara yansımalarını inceleyen çalışmalar ele alınabilir. Ayrıca, bakım etiğinin sosyal hizmet uygulamalarında nasıl somutlaştığını gösteren vaka çalışmalarının sunulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu şekilde bakım etik teorisinin pratikte nasıl işlediği ve hangi durumlarda etkili olduğunun daha iyi bir şekilde aydınlatılabilir. Son olarak, küresel çapta karşılaştırmalı araştırmalarla ülkemizdeki bakım uygulamaları ve politikaları bakım etiği perspektifinde incelenerek aydınlatılabilir.

Kaynakça

- Akkan, B. (2022). Politik bir kavram olarak bakım ve ihtimam toplumu. *Reflektif Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 529-541. <https://doi.org/10.47613/reflektif.2022.87>
- Altıntaş, M. E. (2014). Ahlak eğitimine feminist bir yaklaşım: Özen yaklaşımı. *Bilimname*, 2014(1), 99-120.
- Ayhan, E. E. (2022). Bakım etiği penceresinden kadın yoksulluğu. *Journal of Social Policy Conferences*, 82, 383-405. <https://doi.org/10.26650/jspc.2022.82.1007390>
- Baines, D. (2018). Social ethics of care in a context of social neglect: A five-country discussion. In B. Pease, A. Vreugdenhil, & S. Stanford (Ed.), *Critical ethics of care in social work: transforming the politics and practices of caring* (1st edition). London: Routledge.
- Banks, S. (1995). *Ethics and values in social work*. London: Macmillan Press.
- Banks, S. (2011). Ethics in an age of austerity: Social work and the evolving New Public Management. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 20(2), 5-23. <https://doi.org/10.18352/jsi.260>

- Banks, S., & Nöhr, K. (Ed.). (2011). *Practising social work ethics around the world: Cases and commentaries*. London: Routledge.
- Barnes, M. (2012). *Care in everyday life: An ethic of care in practice* (1. bs). Policy Press.
- Barnes, M., Brannelly, T., Ward, L., & Ward, N. (2015). Introduction: The critical significance of care. In M. Barnes, T. Brannelly, L. Ward, & N. Ward (Eds.), *Ethics of care: Critical advances in international perspective* (1st ed.). Bristol: Bristol University Press.
- Botes, A. (2000). A comparison between the ethics of justice and the ethics of care. *Journal of Advanced Nursing*, 32(5), 1071-1075. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.2000.01576.x>
- Byers, D. S., & Shapiro, J. R. (2019). Renewing the ethics of care for social work under the Trump administration. *Social Work*, 64(2), 175-180. <https://doi.org/10.1093/sw/swz008>
- Campbell, T. (2015). Voicing unease: Care ethics in the professionalization of social care. *The New Bioethics: A Multidisciplinary Journal of Biotechnology and the Body*, 21(1), 33-45. <https://doi.org/10.1179/2050287715z.000000000065>
- Collins, S. (2015). *The core of care ethics*. Palgrave Macmillan.
- Collins, S. (2018). Ethics of care and statutory social work in the UK: Critical perspectives and strengths. *Practice*, 30(1), 3-18. <https://doi.org/10.1080/09503153.2017.1339787>
- Corsetti, C. A. (2010). *Articulating an ethic of care: The moral narratives and practices of working lone mothers in South Wales* (Doctoral dissertation). ProQuest.
- Çelik, R. (2016). Bakım/özen etiği ve eğitim felsefesinde feminizm temelli bir yaklaşım. *Fe Dergi*, 8(2), 73-85. https://doi.org/10.1501/Fe0001_00000000166
- Dinç, L. (2017). Bakım etiğinin hemşirelik uygulamaları açısından önemi. *Türkiye klinikleri tıp etiği-hukuku-tarihi - özel konular*, 3(1), 1-9.
- Dybiczy, P. (2012). The ethic of care: Recapturing social work's first voice. *Social Work*, 57(3), 271-280. <https://doi.org/10.1093/sw/sws007>
- Engster, D. (2007). *The heart of justice: care ethics and political theory*. New York: Oxford University Press.
- Fisher, B., & Tronto, J. (1990). Toward a feminise theory of caring. In E. K. Abel & M. K. Nelson (Eds.), *Circles of care: Work and identity in women's lives*. New York: State University of New York Press.
- Freedberg, S. (1993). The feminine ethic of care and the professionalization of social work. *Social Work*, 38(5), 535-540. <https://doi.org/10.1093/sw/38.5.535>
- Gilligan, C. (2003). *In a different voice: Psychological theory and women's development*. USA: Harvard University Press.
- Juujärvi, S., Kallunki, E., & Luostari, H. (2020). Ethical decision-making of social welfare workers in the transition of services: The ethics of care and justice perspectives. *Ethics and Social Welfare*, 14(1), 65-83. <https://doi.org/10.1080/17496535.2019.1710546>
- Hankivsky, O. (2014). Rethinking care ethics: On the promise and potential of an intersectional analysis. *American Political Science Review*, 108(2), 252-264. <https://doi.org/10.1017/S0003055414000094>
- Hay, J. (2018). Care and justice: Two sides of the same coin of a critical care ethics in social work. In B. Pease, A. Vreugdenhil, & S. Stanford (Eds.), *Critical ethics of care in social work: Transforming the politics and practices of caring* (1st ed.). New York: Routledge.
- Hay, J. (2019). 'Care is not a dirty word!' Enacting an ethic of care in social work practice. *European Journal of Social Work*, 22(3), 365-375. <https://doi.org/10.1080/13691457.2017.1399253>
- Healy, K. (2000). *Social work practices: contemporary perspectives on change* (1st edition). London: SAGE Publications.
- Held, V. (2005). *The ethics of care: personal, political, and global*. New York: Oxford University Press.
- Howe, D. (2014). *The compleat social worker*. London: Palgrave.
- Hugman, R., Pawar, M., Anscombe, B., & Wheeler, A. (2021). *Virtue ethics in social work practice*. New York: Routledge.
- Koggel, C. M. (1998). *Perspectives on equality*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Koggel, C., & Orme, J. (2010). Care ethics: New theories and applications. *Ethics and Social Welfare*, 4(2), 109-114. <https://doi.org/10.1080/17496535.2010.484255>

- Laurin, A.-C., & Martin, P. (2022). Towards democratic institutions: Tronto's care ethics inspiring nursing actions in intensive care. *Nursing Ethics*, 29(7-8), 1578-1588. <https://doi.org/10.1177/09697330221089093>
- Lloyd, L. (2006). A caring profession? The ethics of care and social work with older people. *The British Journal of Social Work*, 36(7), 1171-1185. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bch400>
- Lymbery, M. (2001). Social work at the crossroads. *The British Journal of Social Work*, 31(3), 369-384. <https://doi.org/10.1093/bjsw/31.3.369>
- MacKay, K. (2019). Feminism and feminist ethics. İçinde G. Matthews (Ed.), *Introduction to Philosophy: Ethics*. Rebus Community.
- Magni-Berton, R. (2011). Care, paternalism and virtue from a liberal perspective. *Raisons Politiques*, 44(4), 139-161.
- McAuliffe, D. (2023). An ethic of care: Contributions to social work practice. In D. Hölscher, R. Hugman, & D. McAuliffe (Eds.), *Social work theory and ethics: ideas in practice*. Singapore: Springer.
- Meagher, G., & Parton, N. (2004). Modernising social work and the ethics of care. *Social Work & Society*, 2(1), 10-27.
- Noddings, N. (2003). *Caring: A feminine approach to ethics and moral education* (2nd edition). Berkeley: University of California Press.
- Nortvedt, P., Hem, M. H., & Skirbekk, H. (2011). The ethics of care: Role obligations and moderate partiality in health care. *Nursing Ethics*, 18(2), 192-200. <https://doi.org/10.1177/0969733010388926>
- Pease, B., Vreugdenhil, A., & Stanford, S. (2018). Towards a critical ethics care of care in social work. In B. Pease, A. Vreugdenhil, & S. Stanford (Eds.), *Critical ethics of care in social work: Transforming the politics and practices of caring* (1st ed.). London: Routledge.
- Reamer, F. G. (1983). The Concept of paternalism in social work. *Social Service Review*, 57(2), 254-271.
- Reamer, F. G. (2016). Eye on ethics. Erişim adresi: https://www.socialworktoday.com/news/eoe_0916.shtml
- Reamer, F. G. (2017). *Sosyal hizmet etiği ve değerleri* (1. bs). Ankara: Nika Yayınevi.
- Rothman, J. C. (2013). *From the front lines: Student cases in social work ethics*. (4th edition). Boston: Pearson.
- Richardson, L. R., Canham, S., Weldrick, R., Hoselton, J., Grittner, A., & Walsh, C. (2024). "I feel like a somebody again": The ethics of care in a shelter for older adults fleeing abuse. *Innovation in Aging*, 8(1), 340. <https://doi.org/10.1093/geron/igae098.1107>
- Sevenhuijsen, S. (1998). *Citizenship and the ethics of care*. London: Routledge.
- Shaw, J. (2019). Homines curans and the social work imaginary: Post-liberalism and the ethics of care. *The British Journal of Social Work*, 49(1), 183-197. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcy026>
- Teke Lloyd, F. A. (2018). Feminist ethics of care and its importance for some normative questions in international politics. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, 25-71.
- Thompson, N., & Thompson, S. (2001). Empowering older people: Beyond the care model. *Journal of Social Work*, 1(1), 61-76. <https://doi.org/10.1177/146801730100100105>
- Thompson, N. (2019). *Kuram ve uygulamada sosyal hizmeti anlamak* (5. bs). Ankara: Dipnot.
- Tronto, J. (1993). *Moral boundaries: Political argument for an ethic of care*. New York: Routledge.
- Tronto, J. (2013). *Caring democracy: Markets, equality, and justice*. New York: NYU Press.
- Tronto, J. (2015). *Who cares?: How to reshape a democratic politics*. Ithaca: Cornell Selects.
- Tong, R., & Williams, N. (2010). Feminist ethics. İçinde E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Stanford: The Metaphysics Research Lab Center for the Study of Language and Information
- Tuncay, T., & Tekin, H. H. (2022). *Sosyal hizmet mesleğinin ABC'si: Temel kavramlar, sosyal sorunlar, çalışma alanları, müdahale ölçekleri* (2. bs). Ankara: Nika Yayınevi.
- Woods, M. (2011). An ethic of care in nursing: Past, present and future considerations. *Ethics and Social Welfare*, 5(3), 266-276. <https://doi.org/10.1080/17496535.2011.563427>
- Visse, M., Abma, T., & Widdershoven, G. (2015). Practising political care ethics: Can responsive evaluation foster democratic care? *Ethics and Social Welfare*, 9(2), 164-182. <https://doi.org/10.1080/17496535.2015.1005550>
- Zastrow, C. (2015). *Sosyal hizmete giriş* (3. bs). Ankara: Nika Yayınevi.

Extended Abstract

Purpose: The aim of this study is to shed light on the concept of care ethics, defined as a human-sensitive approach, along with its developmental processes, and to thoroughly examine care ethics with a focus on social work. Care ethics is fundamentally an approach that provides a foundational framework for social work theory and practice. In this study, an overview will be provided on the concept of care, the development of care ethics, the role of care ethics in the development of social work, its application in social work practices, and the advantages and disadvantages of care ethics. It appears that in our country, the concept of care ethics has not been systematically examined from a social work perspective. Therefore, this study is significant as it aims to elucidate the concept of care ethics within social work practices.

Design and Methodology: This study is a review that discusses the potential and benefits of the care ethics approach in the field of social work practice, examining its alignment with contemporary social work theories and practices. Since there are no studies on care ethics in the context of social work in our country, international academic articles and books obtained from databases such as Google Scholar and Web of Science have been reviewed. Based on the information gathered, the sections of the study were structured accordingly.

In this context, to best reflect the research objective, the concept of care from a Character and Relationship-Based Ethical Perspective is first explained. Following this, the development of care ethics is examined within the evaluations of thinkers such as Carol Gilligan, Nel Noddings, Selma Sevenhuijsen, and Joan Tronto. After elucidating the fundamental conceptual processes, the care perspective is explored in the context of social work, emphasizing the value of human dignity and human relationships, and its development process is evaluated. Subsequently, assessments are provided regarding its role in social work practices. The perspective adds depth to social work applications, such as analyzing needs and promoting solidarity. Finally, the Advantages and Disadvantages of Care Ethics in Social Work are reviewed.

Thus, within this framework, the theoretical and practical dimensions of care ethics in the field of social work have been thoroughly examined. Based on the information obtained, the concept of care ethics, which is critically important for understanding the relationships between individuals, their social bonds, and the power dynamics of these bonds, has been clarified, shedding light on its position in the professional development and practices of social work.

Findings: When the findings of the studies are examined in general, it is seen that the ethics of care focuses on the needs of individuals not only as a personal responsibility but also as a social duty. However, the approach that emphasizes the importance of sensitivity, careful action and social ties when making ethical decisions provides a more ethical and effective framework for service delivery. In social work practice, the ethics of care supports the efforts of professionals to strengthen individuals and communities, develop resilience against oppression and adopt more humane approaches. Advocating that each individual be evaluated in line with their unique life, expectations and wishes, the ethics of care focuses on the fundamental concerns of social work in a sense. Furthermore, the ethics of care does not offer simple and quick solutions to complex ethical challenges. Instead, this ethical approach requires an in-depth evaluation of complex questions about the fundamental rights of clients, the primary duties of social workers and the consequences of ethical decisions. Moreover, it emphasizes the importance of the context, mutual cooperation and relationships between social workers and clients, and responsibilities towards others. The ethics of care encourages service providers or health professionals to work not only for financial gain or personal gain but also to meet the needs and well-being of the people they serve. Consequently, the acceptance of the ethics of care as a fundamental set of principles in the field of social work increases the quality and person-centeredness of service delivery.

Research Limitations: The results of this study focus solely on the relationship between care ethics, human relationships, and social work theory and practice. However, it provides a general overview of the concept of

care, the development of care ethics, the role of care ethics in the development of social work, its application in social work practices, and the advantages and disadvantages of care ethics. Furthermore, this study is a review that addresses the potential and importance of care ethics in social work practices and analyzes its compatibility with the understanding of social work. When examining the studies conducted in our country, it is evident that only a limited number of studies align with the perspective of care ethics. These studies generally focus on women's poverty and nursing practices. There is no study directly based on the social work perspective. Therefore, in this review, international academic literature has frequently been used to shed light on care ethics from a social work perspective.

Implications (Theoretical, Practical and Social): Although the concept is generally associated with the caregiver-care recipient relationship in the field of health, it is actually addressed in a much broader context. This ethical approach focuses on the well-being of individuals and sees meeting their needs not only as a personal responsibility but also as a social duty. Over time, this concept has also developed a broad application and theory base in the field of social work. In this context, the ethics of care aims to increase social welfare by going beyond meeting the needs of clients or service users. The concept of care in social work ultimately goes beyond meeting the physical needs of individuals and also takes into account their emotional and social well-being. In this sense, the ethics of care in social work practices supports the efforts of professionals to strengthen individuals and communities, develop resistance to oppression and adopt more humane approaches. The ethics of care provides a more ethical and effective framework for service delivery by drawing attention to the importance of relationships and social ties in social work theory and practice. As a result, the acceptance of the ethics of care as a basic set of principles in the field of social work increases the quality and human-centeredness of service delivery. In this context, it is considered important to concretize how care ethics are used in social work practices (family counseling, child welfare, gerontology, etc.) as well as theoretical studies aimed at shedding light on the aspects of care ethics that differ and resemble other ethical theories. In addition, it would be useful to present case studies that demonstrate how care ethics are concretized in social work practices. In this way, it is thought that how care ethics theory works in practice and in which situations it is effective can be better illuminated.

Originality/Value: It is noteworthy that there are very limited studies in the national literature that comprehensively address the ethics of care. There is no study directly based on the social work perspective. In fact, it is seen that the studies that have been conducted are in the fields of health and sociology. This study discusses the potential and importance of the ethics of care approach in social work practices that focus on human relations. It reviews its compatibility with social work theory and practices. As a result, it is expected that this study will emphasize the importance of relationships and social ties in social work theory and practice and provide a more ethical and effective framework for service delivery.

UFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama Standardında Kâr veya Zarar Tablosunun Yeni Yapısı: Perakende Sektöründe Geçiş Sürecine Yönelik Bir Araştırma

İlknur ERGÜN¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 20.11.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 10.03. 2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

Uluslararası Finansal Raporlama Standardı (UFRS) 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama, Uluslararası Muhasebe Standardı (UMS) 1 Finansal Tabloların Sunuluşu standardının yerini alarak 2027 yılından itibaren uygulanmak üzere Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (UMSK) tarafından yayımlanmıştır. Ülkemizde de Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından kamuoyuna sunulan Taslak Metnin uluslararası düzenlemelere paralel olarak uygulanması beklenmektedir. UFRS 18 ile finansal tablolardaki bilgilerin karşılaştırılabilirliğini ve şeffaflığını arttırmak amaçlanmaktadır. Standartta yer alan başlıca değişiklikler, kâr ve zarar tablosunda yeni kategorilere yer verilerek, yeni ara toplamalar ile sunum yapılması, sunumda yer alan gelir ve giderlerin gruplandırılması için yeni ilkelerin eklenmesi, finansal tablo dipnotlarında, yönetim tarafından tanımlanan performans ölçütlerine ilişkin açıklamaların yapılmasıdır. Çalışmada, en önemli değişikliklerin meydana geldiği kâr veya zarar tablosunun yapılandırılmış yeni sunumunun açıklanması ve perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yeni ilke ve kurallara uyum düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Borsa İstanbul (BİST)'de perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin 2023 yılı kâr ve zarar tabloları ile finansal raporları incelenerek, UFRS 18 gereklilikleri ile karşılaştırılmış ve işletmelerin uyum düzeylerinin çok düşük olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin kâr veya zarar tablolarında, finansman ve vergi öncesi kâr ile durdurulan faaliyetler kategorisinin yer almadığı, gelir ve giderlerin UFRS 18'de belirtilen şekilde gruplandırılmadığı görülmüştür. Bu kapsamda yeni standart uygulanmaya başlandığında pek çok işletmenin esas faaliyet kâr veya zarar toplamalarının değişeceği sonucuna varılmıştır. İşletmelerin daha şeffaf ve karşılaştırılabilir bir sunum için, standardın yeni ilke ve kurallarını anlayarak, standardı uygulamaya başlamadan önce ön hazırlık yapmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: UFRS 18 Kâr veya Zarar Tablosu, Gelir ve Giderlerde Birleştirme ve Ayırıştırma, Şeffaf Sunum, Perakende Sektörü

¹ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Muratlı Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, iergun@nku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4958-4815

The New Structure of the Profit or Loss Statement in IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements and Preliminary Assessment of the Current Situation: A Research of the Transitional Period on the Retail Sector

Abstract

The International Accounting Standards Board (IASB) has issued IFRS 18 Presentation and Disclosures of Financial Statements, which will replace IAS 1 Presentation of Financial Statements and be effective from January 2027. The draft text published by the Public Oversight Accounting and Auditing Standards Authority (POA) in Turkey is expected to be implemented in parallel with international regulations. The objective of IFRS 18 is to guarantee the comparability and transparency of information presented in financial statements. The most significant alterations pertain to the introduction of new categories in the profit and loss statement, revised sub-totals, new principles for income and expenses, and management performance criteria. The aim of the study is to explain the new structured presentation of the income statement, in which the main changes have occurred, and to determine the level of compliance with the new principles and rules by retail sector. A comparison of the profit or loss statements and financial reports of the BIST retail companies for 2023 showed that the level of compliance of the companies was very low. The companies' income statements don't include profit before finance and tax and the discontinued operations category and do not group income and expenses as required by IFRS 18. In this light, it is concluded that the operating profit or loss totals of many companies will change when the new standard is applied. To achieve a more transparent and comparable presentation, companies should understand the new principles and rules of the standard and make preliminary preparations before implementation.

Key Words: IFRS 18 Profit or Loss Statement, Aggregation and Disaggregation of Income and Expenses, Transparent Presentation, Retail Sector

Jel Kodu: M41

Giriş

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (UMSK) tarafından, UMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu standardının yerine geçecek ve 1 Ocak 2027 tarihinden itibaren uygulanacak olan UFRS 18 Finansal Tabloların Sunuluşu ve Açıklamaları standardı, 9 Nisan 2024 tarihinde yayımlanmıştır. Bu standart, UMSK'nın, finansal tablolardaki bilgilerin karşılaştırılabilirliğini ve şeffaflığını sağlamayı amaçlayan projesi sonucunda oluşmuştur (Ernst Young [EY], 2024, s.1). Türkiye'de ise Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından, 21 Kasım 2024 tarihinde bu standardın Türkçe tercümesi olan Taslak Metin, kamuoyuna açıklanmıştır.

UFRS 18, Aralık 2019'da yayımlanan Genel Sunum ve Açıklamalar Taslağı'na ilişkin paydaş geri bildirimleri kullanılarak, finansal tablo kullanıcılarının, performans raporlamasında iyileştirmeler yapılmasına ilişkin taleplerine yanıt olarak hazırlanmıştır. Taslağın yayımlanmasını takip eden dokuz aylık bir süreçte, yayımlanan metin hakkında dünyanın pek çok yerindeki paydaşlarla ve uzmanlarla ortak çalışmalar yapılmıştır ("International Financial Reporting Standards [IFRS] Foundation Feedback", 2024). Yapılan değerlendirmeler sonucunda, paydaşlar tarafından, UMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu standardında eksik olduğu ifade edilen ve bu eksikliğe istinaden talep edilen bilgi ihtiyacı 3 başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar şöyle ifade edilmektedir ("IFRS Foundation IFRS 18 Basis", 2024, p. BC2-BC3; Deloitte, 2024, s.4);

- *Kâr veya zarar tablosundaki ara toplamların yeniden düzenlenmesi*: UMS 1'de, bir işletmenin, belirli bir döneme ait kâr veya zararının, ilgili finansal tabloda sunulması zorunluluğu belirtilmiş ancak sunumda yer alacak ara toplamlar belirtilmemiştir. Bu nedenle UMS 1'i uygulayan işletmeler, genellikle kâr veya zarar tablolarında aynı grup toplamı içerisinde farklı gelir ve giderleri içeren ara toplamlar sunmuşlardır. Bu da aynı sektördeki işletmeler arasında bile ara toplamların hesaplanmasında ve sunumunda çeşitliliğe yol açmıştır. Meydana gelen bu farklılıklar da finansal tablo kullanıcılarının, işletmeler tarafından raporlanan bilgileri anlamalarını ve işletmeler arasında karşılaştırma yapmalarını zorlaştırmıştır. Oysa özellikle yatırımcılar için finansal tabloların karşılaştırılabilirliği son derece önemlidir.
- *Finansal tablolarda ve dipnotlarda toplulaştırma ve ayrıştırma*: UMS 1 kapsamında sunulan finansal tablolarda ve dipnotlarda yer alan bilgilerin toplulaştırılması ve ayrıştırılmasına ilişkin gereklilikler bazen iyi anlaşılammış ve uygulamada çeşitliliğe yol açmıştır. Uygulamadaki bu çeşitlilik, finansal tablo kullanıcılarının, finansal tablolarda ihtiyaç duydukları bilgileri bulmalarını ve anlamalarını zorlaştırmıştır. Bu zorluğun dışında bazı işletmeler tarafından dipnotlarda, büyük tutarlardaki bazı giderler "diğer giderler" olarak açıklanmış ancak finansal tablo kullanıcıları için finansal raporlarda, bu giderlerin yapısını anlamalarına yardımcı olacak hiçbir bilgi verilmemiştir.
- *Yönetim tarafından tanımlanan performans ölçütleri*: İşletmeler, genellikle yöneticileri tarafından işletme için tanımlanan performans ölçütlerini de sunarlar. Finansal tablo kullanıcıları, bu ölçütlerden bazılarını işletmenin mevcut durumunun performans analizinde, bazılarını da gelecekteki performansına ilişkin tahminlerde bulunmak için faydalı bulmaktadırlar. Ancak kullanıcılar, bu tür ölçülerin neden kullanıldığı ve nasıl hesaplandıkları da dahil olmak üzere, bu bilgilere ulaşmak ve anlamak konusunda zorlandıklarını dile getirmişlerdir. İşletmelerin bu tür ölçütleri genellikle denetime tabi oldukları finansal tabloların dışında raporladıkları tespit edilmiştir.

UFRS 18'de yapılan düzenlemeler sonucunda önceki standart UMS 1'de yer alan bazı hükümler değiştirilirken, Kavramsal Çerçeve ile tutarlılığı sağlamak için bazıları da güncellenmiştir. Yeni standartta en dikkat çekici değişiklikler kâr veya zarar tablosunda yapılmıştır. Bu düzenlemelere ek olarak, UMS 1'de yer alan bazı bilgilere FRS 18'de yer verilmeyip, açıklamaların içeriğine uygun olarak UMS 8 Muhasebe Politikaları, Muhasebe Tahminlerinde Değişiklikler ve Hatalar standardında veya UFRS 7 Finansal Araçlar'a ilişkin açıklamalarda yer alması uygun bulunmuştur ("IFRS Foundation IFRS 18 Basis", 2024, p.BC1).

UFRS 18'in uygulanması sonucunda kâr veya zarar tablosu ile finansal tabloların dipnotlarında yapılacak açıklamalarda büyük değişiklikler olması beklenmektedir. Nakit akış tablosunda kısmen değişim olurken, finansal durum tablosu, kapsamlı geliri gösteren tablo ve özkaynak değişim tablosunda küçük değişiklikler

söz konusu olmaktadır (“IFRS Foundation Project Summary”, 2024, s.3). UFRS 18’de finansal performansın sunulması ve açıklanması, öne çıkan konudur. Finansal performansın sunumu, kapsamlı gelir tablosu ile yapılıyor olsa da kapsamlı gelirin sunumu, kâr veya zarar ile diğer kapsamlı gelir ve bunlara ait sonuçların toplamından oluşmaktadır. Standartta kapsamlı gelir sunumu ile ilgili değişiklikler yer almazken, kâr ve zarar tablosunun sunumunda önemli değişiklikler olmuştur (Öztürk, Güleç ve Gökçen, 2024a, s.80).

Ulusal ve uluslararası literatürde UFRS 18’e ilişkin sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. 2027 yılından itibaren uygulanmaya başlanacak olan bu standardın, işletmeler, uygulayıcılar, finansal tabloları denetleyecek kuruluşlar tarafından anlaşılması önem arz etmektedir. İşletmelerin finansal tabloların yeni sunumu ve yapacakları yeni açıklamalar konusunda bilgi sahibi olması önceden hazırlık yapmalarına da imkân sağlayacaktır. Bu nedenle çalışmanın, literatürdeki boşluğu doldurmak adına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. UFRS 18’e göre kâr veya zarar tablosunda kapsamlı değişiklikler söz konusu olup, işletmeler yapılandırılmış bir finansal performans tablosu ile finansal bilgilerini raporlayacaklardır. Bunun sonucunda ara toplamalarda sunacakları performans sonuçları da değişebilecektir. Çalışmada, UFRS 18 ile en önemli değişikliklerin meydana geldiği kâr veya zarar tablosunun, UFRS 18’de yer alan yeni yapısı açıklanarak, işletmelerin hali hazırda sunmakta oldukları kâr veya zarar tablolarının, yapılandırılmış yeni kâr veya zarar tabloları ile uyum derecelerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmada konu ile ilgili literatür açıklandıktan sonra kapsamlı değişiklikler içermesi nedeni ile UFRS 18’de açıklanan yapılandırılmış kâr veya zarar tablosu ile gelir ve gider hesaplarının bu yeni yapı içerisinde sınıflandırılması hakkında bilgi verilecek, UFRS 18 ile UMS 1 arasındaki başlıca farklılıklar açıklanacaktır. Ardından yeni standardın uygulanmasından sonra kâr veya zarar tablosunda meydana gelen değişim ile ilgili örnek bir uygulama yer almaktadır. İlerleyen bölümde ise mevcut kâr veya zarar tablolarında ve finansal tablo dipnotlarında yapılan açıklamaların, UFRS 18 ile uyum düzeylerini karşılaştırmak ve bulguları değerlendirmek adına BİST’te kayıtlı perakende sektöründe yer alan işletmeler üzerinde bir araştırma yer almaktadır. Sonuç bölümünde elde edilen bulgular değerlendirilerek, geçiş sürecindeki işletmelere ve alan yazına önerilerde bulunulmuştur.

Literatür Taraması

UFRS 18’e ilişkin literatürde yer alan çalışmalar incelenmiş ve sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Ulusal literatürde, UMSK tarafından UFRS 18 yayımlanmadan önceki dönemlerde yapılan çalışmalar hakkında ve UFRS 18 Taslak Metin üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır.

Sultanoğlu (2020) çalışmasında, UMSK tarafından başlatılan Temel Finansal Tablolar ve Açıklama İnisiyatifi projelerinin süreç, amaç ve hedeflerini incelemiştir. Çalışma sonunda yeni proje kapsamında kâr veya zarar tablosunun aynı ülkede bile farklı formatlarda sunulduğu, yeni düzenlemeler ile bu sorunun ortadan kalkacağını, ara toplamaların standartlaştırılacağını ve dipnot sunumlarında birlik sağlanacağını ifade etmiştir.

Öztürk (2023) tarafından yapılan çalışmada, finansal raporlarda daha iyi bir iletişim için geliştirilen proje süreci ve UFRS 18’in oluşum süreci ele alınmıştır. Bu süreç sonunda yeni standardın sağlayacağı faydalar değerlendirilmiştir. Hazar ve Yanık (2023) ise çalışmalarında UFRS 18 Taslak Metin’de yer alan istisnai gelir ve giderleri incelemişlerdir. İstisnai gelir ve giderlerin niteliğini ve tahmin periyodunu da içeren bir uygulama rehberi hazırlanmasının gerekliliğini belirtmişlerdir. Bu konuda Genel Sunum ve Açıklama Standardında açıklamalara yer verilmesini önermişlerdir.

UFRS 18, yayımlandıktan sonra yapılan çalışmalar da sınırlı sayıdadır. Öztürk, Güleç ve Gökçen (2024a) tarafından yapılan çalışmada UFRS 18’in gelişim süreci değerlendirilerek, başta gelir tablosu üzerindeki etkileri olmak üzere, standardın getirdiği yenilikler açıklanmıştır. Öztürk, Güleç ve Gökçen (2024b) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise temel finansal tablolar projesinden hareketle yeni standardın oluşum süreci açıklanmış ve sürecin sonucunda elde edilmesi beklenen faydalar değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendir-

me sonunda UFRS 18'in, finansal performans açısından karşılaştırılabilirliği ve öngörülebilirliği arttırdığı, finansal tablo kullanıcıları ile etkileşimi güçlendirdiği ifade edilmiştir.

Uluslararası literatür incelendiğinde de yeni standart ile ilgili az sayıda çalışma tespit edilmiştir. Neves (2024), çalışmasında UFRS 18 ile önerilen başlıca değişiklikleri açıklamış ve Brezilya şirketlerinde, UFRS 18'in uygulanabilirliğini araştırmıştır. Yasal düzenlemeler nedeni ile standardın uygulanmasında sorunlar olabileceğini ve sorunları çözmek için standart uygulamaya girmeden önce çalışmalar yapılmasını önermiştir.

Malinovskaya (2024) ise çalışmasında UFRS 18'de belirtilen genel amaçlı finansal tablolarda bilgi sunumu ve açıklama gerekliliklerindeki bazı önemli değişiklikleri açıklamaktadır. Çalışmanın sonucunda, yeni standardın kâr veya zarar tablosunun yeni sunumunun ve giderlerin doğrudan bu finansal tabloda sunulmasının finansal tablo kullanıcılarına daha fazla bilgi sağlayacağını ifade etmektedir.

Czajor (2024) çalışmasında, finansal tabloların yapısı ve içeriğindeki değişikliklerin potansiyel yatırımcılar ile diğer paydaşların ihtiyaçlarını karşılaması açısından değerlendirmiştir. Çalışmada standardın içeriği analiz edilerek, UFRS 18'in kâr veya zarar tablosunda sunulan finansal sonuçların kalitesini arttırmanın yanı sıra finansal tablolar dışındaki ek açıklamaları azaltarak finansal tabloların şeffaflığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceği sonucuna varılmıştır. Ancak kâr veya zarar tablosunda ara toplamaların yeterince açıklanmadığı ve standartta öznel değerlendirmelerin yer aldığı bu nedenle daha fazla açıklanmaya ihtiyacı olduğu belirtilmiştir.

Literatür araştırmasında sunulduğu üzere alan yazında yeni standart ile ilgili çalışma sayısı oldukça azdır. UFRS 18, finansal tablolarda, kullanıcılar ile daha iyi bir iletişim ve daha şeffaf sunum sağlamak amacı ile oldukça önemli değişiklikler önermektedir. İşletmeler, 1 Ocak 2027 tarihinden itibaren bu değişiklikler çerçevesinde sunum ve açıklama yapacaklarından, standardın içeriğini anlamaları ve buna göre ön hazırlık yapmaları son derece önemlidir. Bu konuda yapılan çalışmaların, işletmeler ve finansal tabloları denetleyen kuruluşlar açısından faydalı olacağı ve literatürdeki boşluğa katkı sunacağı düşünülmektedir.

UFRS 18 Kapsamında Kâr veya Zarar Tablosu

UFRS 18'de, UMS 1 ile karşılaştırıldığında daha ayrıntılı olarak yapılandırılmış bir kâr veya zarar tablosu önerilmektedir. Bu tablo, bir işletmenin net kârında değişikliğe sebep olmazken, sunumda önemli değişikliklere sebep olmaktadır (KPMG, 2024, s.2). Yapılandırılmış yeni kâr veya zarar tablosunda, gelir ve giderlerin sunulması için 5 kategori belirlenmiştir. Bu kategoriler, esas faaliyetler, yatırım, finansman, gelir vergileri ve durdurulan faaliyetlerden oluşmaktadır. İlk üç kategori ilk defa bu standartta ayrıştırılmıştır. Bu kategoriler içerisinde, faaliyet kârı veya zararı ile finansman ve vergi öncesi kârı veya zararının, ara toplamlar olarak raporlanması da getirilen diğer bir zorunluluktur (EY, 2024, s.1). İşletmenin performansının değerlendirilmesinde genellikle faiz ve vergi öncesi kâr, belirleyici bir ölçüm aracı olmaktadır ("IFRS Foundation Effects Analysis IFRS 16", 2016, s.46) ve bu ara toplamın UMS 1'de sunulma zorunluluğu yoktur.

UFRS 18’de Yapılandırılmış Kâr veya Zarar Tablosu

UFRS 18’in yürürlüğe girmesinden sonra esas faaliyet konusu, varlıklara yatırım veya müşterilerine finansman olmayan pek çok işletme için kâr zarar tablosunun içeriği Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1

UFRS 18’de Açıklanan Kâr veya Zarar Tablosunun Genel Yapısı

Esas FAALİYETLER	HASILAT
	Satışların maliyeti
	BRÜT KÂR
	Diğer faaliyet gelirleri
	Satış giderleri
	Araştırma ve geliştirme giderleri
	Genel yönetim giderleri
	Şerefiye değer düşüklüğü zararı
	Diğer işletme giderleri
	FAALİYET KÂRI
Yatırım FAALİYETLERİ	İştirakler ve iş ortaklıklarının elden çıkarılmasından kaynaklanan kâr ve kazançlardaki paylar
	FİNANSMAN VE GELİR VERGİSİ ÖNCESİ KÂRI
Finansman FAALİYETLERİ	Borçlanma ve kiralama yükümlülüklerine ait faiz giderleri
	Emeklilik yükümlülükleri ve karşılıkları faiz gideri
	VERGİ ÖNCESİ KÂR
Gelir Vergileri	Gelir vergileri
	SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLERDEN ELDE EDİLEN KÂR
Durdurulan Faaliyetler	Durdurulan faaliyetlerden zarar
	KÂR

Kaynak: (IFRS Foundation Project Summary IFRS 18, 2024, s.6)

Esas Faaliyetler Kategorisi: İşletmenin ana faaliyetlerinin tam resmini sunan bu bölümde, yatırım, finansman, gelir vergileri ile durdurulan faaliyetler bölümlerinde yer almayan tüm gelir ve giderler yer almaktadır (“IFRS Foundation Project Summary”, 2024, s.7). Bu kategoride, bir işletmenin ana faaliyetleri sonucu oluşan gelirleri ve giderleri raporlanmaktadır. Bir gelir veya gider, ana faaliyetlerden kaynaklanıyor ve diğer kategorilerde yer almıyorsa, değişken veya olağandışı olup olmadığına bakılmaksızın bu bölümde yer almaktadır (EY, 2024, s.2).

Yatırımcılar, esas faaliyet kârını, bir şirketin belirli bir dönemdeki ticari faaliyeti sonucunda nasıl bir performans gösterdiğini anlamak ve gelecekteki nakit akışlarını tahmin etmek için temel gösterge olarak kullanırlar. Bu bölümdeki gelir ve giderler, yatırımcılar için ayrı ve önemli bir analiz konusudur (“IFRS Foundation Project Summary”, 2024, s.7).

Yatırım Kategorisi: Yatırım kategorisindeki gelir ve giderler genellikle, iştiraklerdeki, ortak girişimlerdeki ve konsolide edilmiş yan kuruluşlardaki yatırımlardan, nakit ve nakit benzerlerinden ve diğer varlıklardan kaynaklanmaktadır. Bu duruma ek olarak yatırım kategorisinde yer alan gelir ve giderler, tek başına ve büyük ölçüde, işletmelerin diğer kaynaklarından bağımsız olarak bir getiri sağlamaktadırlar (UFRS 18, p.53). Varlıklara yatırım yapmak veya müşterilere finansman sağlamak gibi belirli bir ana faaliyet alanı olmayan kuruluşlar için yatırım kategorisindeki gelir ve giderler şunları içerebilir (UFRS 18, p.54);

- İştirakler, ortak girişimler gibi yan kuruluşlardaki yatırımlardan elde edilen faiz, kâr payı, kira vb. gelirler,
- Yatırım amacıyla elde tutulan varlıkların, finansal tablo dışı bırakılması da dahil olmak üzere, bu varlıkların ilk ve sonraki ölçümlerinden kaynaklanan gelir ve giderleri. Örneğin; yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değer ölçümünden kaynaklanan kayıp ve kazançlar (“IFRS Foundation Project Summary”, 2024, s.7),
- Belirtilen bu varlıkların edinilmesi ve elden çıkarılmasıyla doğrudan ilişkilendirilebilen, satış maliyeti, işlem maliyeti ve ek giderler.

Finansman Kategorisi: Esas faaliyeti müşterisine finansman sağlamak olmayan bir işletmenin, gelir ve giderlerini UFRS 18’de belirtilen finansman kategorisinde sınıflandırırken, iki tür yükümlülük arasında ayırım yapması gerekmektedir (UFRS 18, p.59);

- Sadece finansman sağlanmasını içeren işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler,
- Sadece finansman sağlamayı içermeyen işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler dolayısı ile oluşan faiz geliri ve faiz giderleri ile faiz oranlarındaki değişikliklerin etkileri.

Yalnızca finansman sağlamayı içeren işlemlerden doğan yükümlülükler arasında tahviller, krediler, senetler ve ipotekler gibi nakit olarak ödenen borç araçları yer alır. Yalnızca finansman sağlamayı içermeyen işlemlerden doğan yükümlülükler ise mal ve hizmetler için ödenecek borçlar, kira yükümlülükleri ve tanımlanmış fayda emeklilik planlarına ait yükümlülükler örnek verilebilir (“IFRS Foundation Project Summary”, 2024, s.17). Ana faaliyet konusu müşterilere finansman sağlamak olmayan işletmeler için finansman kategorisi, tüm yükümlülüklerinin ilk ve sonraki ölçümlerinden kaynaklanan gelir ve giderlerin yanı sıra, bu tür yükümlülüklerin ortaya çıkmasına ve sona ermesine bağlı olarak ortaya çıkan ek giderleri de içerir. Örneğin, ihraç edilen bir borç enstrümanının faiz gideri bu bölümde raporlanmaktadır (EY, 2024, s.2).

Gelir Vergileri Kategorisi: Bu bölümde UMS 12 Gelir Vergileri standardına göre hesaplanan ve kâr veya zarar tablosuna dahil edilen vergi giderleri veya vergi gelirleri ile yabancı para çevrim farkları yer almaktadır (UFRS 18, p.67).

Durdurulan Faaliyetler Kategorisi: UFRS 5 Satış Amaçlı Elde Tutulan Duran Varlıklar ve Durdurulan Faaliyetler standardı gereğince, durdurulan faaliyetlerden elde edilen gelirler ve giderler bu bölümde raporlanmaktadır (“IFRS Foundation Project Summary”, 2024, s.7).

Farklı iş modellerinde de UFRS 18’de belirtilen bu yapılandırılmış kâr veya zarar tablosunun, işletmenin gerçek durumunu yansıtacak şekilde sunumu amaçlanmıştır. Yatırım ve finansman kategorisine girmeyen tüm gelir ve giderlerin raporlandığı esas faaliyetler kategorisi, bir işletmenin esas faaliyetlerinden elde edilen tüm gelirlerini ve giderlerini içermektedir. Özkaynak yöntemi kullanılarak muhasebeleştirilen yatırımlardan elde edilen her türlü kâr veya zarar ise işletmenin belirtilen ana iş faaliyetlerinden bağımsız olarak yatırım kategorisinde raporlanmalıdır (EY, 2024, s.2).

UFRS 18’de yapılandırılmış kâr veya zarar tablosunda, işletmelere, gelir ve giderlerini raporladıkları beş kategori yanında iki ara toplam sunma zorunluluğu da getirilmiştir. Bu ara toplamlar, esas faaliyet kârı veya zararı ile finansman ve vergi öncesi kâr veya zararı olarak belirtilmiştir. Tüm gelir ve giderlerin toplamını ifade eden kâr veya zarar da işletme performansının sonucunu ifade etmek üzere raporlanacaktır (UFRS 18, p.69).

Faaliyet kârı, finansal tablolarda en yaygın olarak sunulan ara toplamlardan biridir. UMSK tarafından, 100 işletmenin finansal tablolarının incelendiği bir çalışmada, örneklemdaki 61 işletmenin, kâr veya zarar tablolarında en az dokuz farklı tanım kullanarak, faaliyet kârını raporladıkları tespit edilmiştir (“IFRS Foundation Effect Analysis IFRS 18”, 2024, s.30). UMS 1 kapsamında faaliyetler terimi tanımlanmadığından işletmeler, farklı formatlarda performans sonuçları raporlamaktadırlar. Bazı işletmeler faaliyet kârı ara toplamını raporlarken, bazıları raporlamamaktadır. Buna karşılık UFRS 18, işletmelerin sadece faaliyet kârı ara toplamını raporlamalarını, zorunlu kılmakla kalmayıp aynı zamanda hangi gelir ve giderlerin bu ara toplam

içerisinde yer alacağını da dolaylı olarak belirlemektedir. Dolayısı ile standart yürürlüğe girdiğinde, işletmelerin mevcut uygulamalarına bağlı olarak raporladıkları esas faaliyet sonuçlarında önemli değişiklikler söz konusu olabilecektir (KPMG, 2024, s.17).

Faaliyet kârının tespit edilebilmesi ve bu kârın işletmenin gerçek faaliyetlerinin sonucunu tam olarak içermesi için öncelikle işletmenin ana iş faaliyetini belirlemesi gerekmektedir. Ancak bazı işletmelerde ana faaliyet konusu olarak, belirli bir varlık türüne yatırım yapmak veya müşterilerine finansman sağlamak da belirlenmiş olabilir. İşletmeler ana faaliyet konusu olarak bu iş modellerinden birine veya her ikisine de yatırım yapabilirler. Örneğin bir işletme, hem mal veya hizmet üretimi yaparken hem de müşterilerine finansman sağlayabilir. Böyle bir durumda işletme, ana faaliyet olarak hem üretim faaliyetini hem de finansman faaliyetini belirleyecektir (KPMG, 2024, s.11). İşletmelerin faaliyet kategorilerini belirlemeleri, durum ve koşullarına göre muhakeme yapmalarını gerektirmektedir (EY, 2024, s.3). UFRS 10 Konsolide Finansal Tablolar' da tanımlandığı şekliyle yatırım işletmeleri, yatırım amaçlı gayrimenkul şirketleri ve sigorta şirketleri ana faaliyet konusunu yatırım olarak sınıflandırabilecek işletmelere örnek olarak verilebilir (UFRS 18, p.B31). Bankalar ve diğer borç veren kurumlar, ürünlerini satın almaları için müşterilerine finansman sağlamaktadırlar. Finansal kiralama işlemlerinde, müşterilere finansman sağlamaları nedeniyle kiraya veren işletmeler de müşterilerine finansman sağlayan işletmelere örnek verilebilir (IFRS 18, p.B32).

Eğer bir işletme varlıklara yaptığı yatırımları ana faaliyet konusu olarak belirlemişse, bu varlıklardan gelen tüm kazanç ve kayıplar, esas faaliyet kategorisinde yer alacaktır. Bu anlamda müteahhitlik faaliyeti ile uğraşan bir işletmenin, sahip olduğu gayrimenkulleri kiralamasından elde ettiği kira gelirleri de esas faaliyetler kategorisinde sınıflandırılacaktır (EY, 2024, s.3).

Bunun dışında işletmenin ana faaliyet konusu müşterilere finansman sağlamak olarak belirlenmişse (UFRS 18, p.56/b);

- Elde tutulan nakit ve nakit benzerlerinden elde edilen gelir ve giderler de esas faaliyetler bölümünde sınıflandırılır.
- Müşterilere finansman sağlanmasıyla ilgili olmayan nakit ve nakit benzerlerinden elde edilen gelir ve giderler ise esas faaliyetler bölümünde veya yatırım faaliyetleri bölümünde sınıflandırılır.

Bu gelir ve giderlerin sınıflandırılmasında, öncelikle işletmenin muhasebe politikası seçimini yapması gerekmektedir

Gelir ve Giderlerin Sınıflandırılması

İşletmeler, kâr veya zarar tablosunun esas faaliyetler bölümünde giderlerini, çeşit esasına veya fonksiyon esasına göre ya da her iki esası da kullanarak, paydaşlara en faydalı olacak şekilde sunar (UFRS 18, p.78). Çeşit esasına göre belirlenen giderlerin sınıflandırılmasında, faaliyetlerin gerçekleştirmesi için tüketilen ekonomik kaynakların çeşitleriyle ilgili esas faaliyet giderleri hakkındaki bilgiler, bu ekonomik kaynakların tüketildiği faaliyetlere atıfta bulunmaksızın açıklanır. Hammadde gideri, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin gider, amortisman ve itfaya ilişkin bilgiler çeşit esasına göre sunulacak bilgilere örnek teşkil etmektedir. Ancak işletme fonksiyon esasına göre giderlerini sınıflandırırken, esas faaliyet giderlerini, tüketilen kaynağın ilgili olduğu faaliyete göre dağıtır ve birleştirir. Örneğin, hammadde gideri, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin giderler, amortisman ve itfa payı gibi satışların maliyetini oluşturan giderler, işletmenin üretimiyle veya diğer hasılat doğuran faaliyetleriyle ilgili giderler olup, fonksiyon esaslı bir finansal tablo kalemidir. Bu durumda bu giderlerin fonksiyon esaslı sunumunda (UFRS 18, p.80-81);

- Aynı nitelikteki ekonomik kaynaklara ilişkin giderler, fonksiyon esaslı farklı birkaç gidere dağıtılabilir. Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin giderlerin, satışların maliyeti veya araştırma geliştirme giderlerine dağıtılması bu duruma örnek teşkil etmektedir.

- Farklı nitelikteki ekonomik kaynaklara ilişkin giderler ise fonksiyon esaslı tek bir finansal tablo kalemine da-
ğıtabilir. Bu duruma örnek olarak, hammadde gideri, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin gider, amortisman
ve itfa gibi giderlerin, satışların maliyetinde raporlanması örnek verilebilir.

Kâr veya zarar tablosunun esas faaliyetler bölümünde, fonksiyon esaslı giderlerden oluşan bir veya birden fazla finansal tablo kalemi raporlayan işletmeler, her bir fonksiyon esaslı finansal tablo kaleminin içerdiği gider çeşitleri hakkında, niteliksel bir açıklama da yapmak zorundadırlar. Bunun yanında esas faaliyet gi-
derleri, satışların maliyetini de içerecek şekilde fonksiyon esasına göre sınıflandırılmışsa, satışların maliyeti
ayrı bir finansal tablo kalemi olarak sunulmalıdır (UFRS 18, p.82).

UFRS 18'de faaliyet giderlerinin analizi ile ilgili olarak UMS 1'e göre iki önemli değişiklik söz konusudur. Bu
değişiklikler aşağıdaki gibi ifade edilebilir (KPMG, 2024, s.37);

- *Sunum yerinin kısıtlanması:* UFRS 18'de işletmeler, faaliyet giderlerinin analizini dipnotlarda değil, kâr veya
zarar tablosunda sunmak zorundadırlar. UMS 1'de giderlere ilişkin analizin, kâr veya zararın ve diğer kap-
samlı gelirin sunulduğu tabloda yapılması tavsiye edilirken (UMS 1, p.100), fonksiyonlarına göre sunulan
faaliyet giderlerine ilişkin ek açıklamaların, dipnotlarda yapılması istenmiştir (UMS 1, p.105).
- *Analizin karma bir temelde sunumu:* İşletmeler, faaliyet giderlerini kâr veya zarar tablosunda hem giderlerin
çeşidine hem de fonksiyon esasına göre karma olarak sunabilmektedirler. UMS 1'de ise giderlerin, çeşit veya
fonksiyon esasına göre sunulması gerekliliği belirtilmiştir. Bu nedenle işletmeler bu iki farklı sunum esasın-
dan sadece birini seçerek, giderlerini raporlamak zorunda kalmışlardır (UMS 1, p.99).

İşletmelerin, gelir ve giderlerini, hangi kategoride sınıflayacakları konusunda çok dikkatli olmaları gerektiği
düşünülmektedir. Bu sınıflandırmayı yaparken, yargı kullanmaları da gerekebilir. Mevcut durumda pek çok
işletmenin esas faaliyetlerden kayıp ve kazanç olarak raporladıkları tutarlar ile UFRS 18'in yürürlüğe girme-
sinden sonraki esas faaliyet kayıp ve kazançlarının tutarları, öncekinden farklı olabilir. Dikkat çeken diğer
bir konu da aynı ana iş faaliyetlerine sahip kuruluşlar için politika seçiminde kullandıkları yargılar nedeni
ile uygulamada bazı farklılıklar oluşabilir ve bu da işletmeler arasında karşılaştırılabilirliği etkileyebilir. Eğer
bu ara toplamalar, yönetime verilecek teşvikler, gelir vergisi veya sözleşme şartları konularına esas teşkil
edecekse, yapısı değişen kâr ve zarar tablosunun etkisi, işletmelerce daha geniş kapsamlı olarak değerlendiril-
rilmelidir (EY, 2024, s.3).

Esas faaliyet olarak belirli bir varlık türüne yatırım yapmak ya da müşterilerine finansman sağlamak kate-
gorisini belirlememiş olan işletmelerin esas faaliyetler kategorisinde yer alan gelirleri ve giderleri üç grupta
toplanabilir (KPMG, 2024, s.17).

1.Esas faaliyetlere ait varlıklardan gelir ve giderler; esas faaliyetlere ait varlıklar, bir işletmenin diğer kaynak-
larından bağımsız olarak tek başına ve büyük ölçüde bir getiri sağlamayan varlıklarını ifade eder. Bu grupta
yer alan gelir ve giderlere aşağıdaki örnekler verilebilir (UFRS 18, p.B48- B49);

- Mal veya hizmet satışından elde edilen gelirler,
- Maddi duran varlıkların amortisman,
- Değer düşüklüğü ve değer düşüklüğü iptalleri,
- Maddi veya maddi olmayan duran varlıkların elden çıkarılmasından kaynaklanan kazanç ve kayıplar,
- Faaliyet kategorisinde sınıflandırılacak gelir ve giderleri oluşturan varlıkları içeren ve bir işletme birleşmesin-
den elde edilen pazarlıklı satın alma kazancı.

*2. Faiz gelir ve giderleri ile faiz oranlarındaki değişimin etkisi hariç, diğer yükümlülüklerden kaynaklanan gelir
ve giderler;* diğer yükümlülükler ifadesi sadece finansman sağlanmasını içermeyen işlemlerden kaynaklanan
yükümlülükleri ifade etmektedir. Ticari borç karşılığında gider kaydedilen onarım maliyetinde olduğu gibi,
satın alınan mal veya hizmetlerin tüketimi için muhasebeleştirilen giderler, tanımlanmış fayda planından
cari ve geçmiş hizmet maliyeti, bir işletme birleşmesindeki koşullu bedelin yeniden ölçümleri bu kategoride
yer almaktadır (UFRS 18, p.B54-B55).

3. *Belirli esas faaliyet konularına sahip işletmeler tarafından muhasebeleştirilen ek gelir ve giderler*; esas faaliyeti varlıklara yatırım yapmak veya müşterilerine finansman sağlamak olan işletmelere ait gelir ve giderler bu grupta yer almaktadır. Varlıklara yatırım yapılmasına ilişkin gelirler ve giderlere, yatırım amaçlı gayrimenkullerden elde edilen kira gelirleri, yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değer kazanç ve kayıpları, finansal varlıklardan elde edilen kâr payları örnek teşkil etmektedir. Müşterilere finansman sağlanmasına ilişkin gelir ve giderlere ise müşterilere verilen kredilerden elde edilen faiz geliri, borçlardan oluşan faiz giderleri örnek verilebilir (UFRS 18, p.58; UFRS 18, p.65).

Yatırım faaliyetleri kategorisinde yer alan gelirler ve giderler, bu kategoride yer alan varlıklardan elde edilen gelirler, varlıkların ilk ve sonraki ölçümlerinden elde edilen gelir ve giderler ile varlıkların edinimi ve elden çıkarılmasıyla doğrudan ilişkilendirilebilen ek giderlerden oluşmaktadır (UFRS 15, p.54). Faiz, temettü, kira geliri, amortisman, değer düşüklüğü zararları ve iptalleri, gerçeğe uygun değer kazançları ve kayıpları, işlem maliyetleri ve varlıkların satış maliyetleri, varlığın finansal tablo dışı bırakılmasından veya satış amaçlı elde tutulan olarak sınıflandırılmasından ve yeniden ölçülmesinden kaynaklanan gelir ve giderler bu kategorideki gelir ve giderlere örnek verilebilir (UFRS 18, p. B47).

Finansman kategorisinde yer alan gelir ve giderler, finansman yükümlülüklerinden ve diğer yükümlülüklerden kaynaklanan gelir ve giderler olmak üzere iki grupta değerlendirilmektedir.

Finansman yükümlülükleri; sadece finansman sağlanmasını içeren işlemlerden doğan yükümlülükleri ifade etmektedir. İlgili yükümlülüklerin ilk ve sonraki ölçümlerinden kaynaklanan gelir ve giderler ile bu yükümlülüklerin ihracı ve sona erdirilmesi ile doğrudan ilişkilendirilebilen ek giderler bu bölümde yer almaktadır (UFRS 18, p.60). Tahviller, krediler, bonolar veya ipotekler gibi ihraç edilen borçlanma araçlarına ilişkin faiz giderleri, gerçeğe uygun değer farkı kâr veya zarara yansıtılan olarak tanımlanan bir yükümlülüğe ilişkin gerçeğe uygun değer kazançları ve kayıpları, yükümlülük olarak sınıflandırılan ihraç edilmiş hisselerle ilişkin temettüler örnek verilebilir (KPMG, 2024, s.20).

Diğer yükümlülükler; sadece finansman sağlanmasını içermeyen işlemlerden kaynaklanan yükümlülükleri ifade eder. Diğer UFRS'lerde tanımlanan faiz gelir ve giderleri ile diğer UFRS'lerde tanımlanan faiz oranlarındaki değişikliklerin etkilerini içermektedir (UFRS 18, p.61). Ticari borçların faiz giderleri, önemli bir finansman bileşeni olan bir sözleşme yükümlülüğünden doğan faiz giderleri, bir kiralama yükümlülüğünün faiz giderleri, net tanımlanmış fayda yükümlülüğü (varlığı) net faiz gideri (geliri), zamanın geçmesinden kaynaklanan bir karşılığın iskonto edilmiş tutarındaki artış, iskonto oranındaki herhangi bir değişikliğin karşılıklar üzerindeki etkisi bu gruptaki gelir ve giderlere örnek gösterilebilir (KPMG, 2024, s.20).

Bankalar gibi müşterilerine finansman sağlayan kuruluşlar veya yatırım işletmeleri gibi belirli bir varlığa yatırım yapan işletmelerde, gelir ve giderlerin hangi kategoride yer alacağı önem arz etmektedir. Genel ilkeler uygulandığında normalde yatırım veya finansman kategorisinde sınıflandırılacak bazı gelir ve giderler, bu kuruluşlar için UFRS 18'de açıklanan yapılandırılmış finansal performans raporlamasında faaliyet kategorisinde sunulacaktır. Bunun sonucu olarak faaliyet kârı, bu gelir ve giderleri de kapsayacak ve bir işletmenin ana iş faaliyetlerinin sonuçlarını içerecek şekilde raporlanacaktır (PWC, 2024, s.5).

Kur Farkının ve Net Parasal Pozisyon Kazanç ve Kaybının Sınıflandırılması

UMS 21 uyarınca, gelir tablosunda muhasebeleştirilen kur farkları, bunlara neden olan kalemlerden kaynaklanan gelir ve giderler ile aynı kategoride sınıflandırılır (UFRS 18, p.B65). Kur farklarının sınıflandırılması ile ilgili olarak standartta aşağıdaki örnekler yer almaktadır (UFRS 18, p.B66);

- Bir işletme, yabancı para cinsinden bir ticari alacağı olduğunda buna ilişkin kur farkını da esas faaliyet kategorisinde sınıflandırır.
- Bir işletme ana faaliyet konusu olarak müşterilere finansman sağlamadığı sürece, yükümlülük olarak muhasebeleştirilen ve yabancı para cinsinden olan bir borçlanma aracına ilişkin kur farkını finansman kategorisinde sınıflandırır.

- Esas faaliyet konusu müşterilerine finansman sağlamak olan işletmelerde ise örnekte sunulan bu gelir ve giderler esas faaliyet kategorisinde sunulacaktır.

İşletme yalnızca finansman içermeyen bir işlem dolayısı ile oluşan gelir ve giderleri birden fazla bölümde raporlayabilir. Örneğin, vadesi uzatılmış yabancı paralı borçla elde edilen bir hizmet alımında, alıma ilişkin oluşan kur farkı için esas faaliyetler sınıfında raporlanacak bir gider ve finansman kategorisinde raporlanacak bir faiz gideri oluşacaktır. Böyle bir durumda yönetim, kur farkının nerede raporlanacağına ilişkin muhakemede bulunacaktır. Benzer yükümlülöklere ilişkin kur farkları aynı kategoride sınıflandırılacaktır (UFRS 18, p.B67). Ancak, kur farklarının, bunlara yol açan kalemlerden elde edilen gelir ve giderlerle aynı kategoride sınıflandırılması aşırı maliyet veya çaba gerektiriyorsa, işletme oluşan kur farklarını esas faaliyet kategorisinde sınıflandırır (UFRS 18, p.B68).

UMS 29 Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama standardını uygulayan bir işletme, net parasal pozisyonundan kaynaklanan kazanç veya kaybı, ilişkili olduğu gelir ve giderle birlikte sunmaması durumunda, faaliyet kategorisinde sınıflandırması gerekmektedir (UFRS 18, p.B69).

UFRS 18 ve UMS 1 Kapsamında Finansal Tablolarda Açıklama ve Sunum Farklılıklarının Genel Değerlendirmesi

Çalışmada yapılan açıklamalar doğrultusunda UFRS 18 ve UMS 1’de kâr veya zarar tablosunda açıklama ve sunum gerekliliklerinde meydana gelen farklılıklar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2

UMS 1 ve UFRS 18 Kapsamında Finansal Tablolarda Açıklama ve Sunum Farklılıkları

KONU	UMS 1	UFRS 18
<i>Kâr veya zarar tablosunda yer alan kategoriler</i>	Gelir ve giderlerin sınıflara veya kategorilere ayrılma zorunluluğu yoktur.	Gelir ve giderler, Standartta belirtilen beş kategori içerisinde raporlanmak zorundadır. İşletme faaliyetleri, yatırım, finansman, gelir vergisi ve durdurulan faaliyetler olarak belirtilen bu beş kategori içerisinde gelir ve giderler, niteliğine bağılı olarak sunulmalıdır.
<i>Ara toplamların raporlanması</i>	Belirli bir döneme ait kâr veya zararının, ilgili finansal tabloda sunulması zorunluluğu belirtilmiş ancak sunumda yer alacak ara toplamlar belirtilmemiştir.	Kâr veya zarar tablosunun sunumu yapılandırılmış ve detaylı açıklanmıştır.
<i>Esas faaliyet kârı veya zararı ara toplamı</i>	Farklı adlarla raporlanmanın yanında bu ara toplam içerisinde yer alan gelir ve giderler de UFRS 18’e göre farklılıklar içermektedir.	Faaliyet kârı veya zararı ara toplamının belirtilen etiketle ve esas faaliyet olarak sınıflandırılan tüm gelir ve giderleri kapsayacak şekilde sunulması zorunludur.
<i>Finansman ve vergi öncesi kâr veya zararı ara toplamı</i>	Sunulması zorunlu değildir.	Sunulması zorunludur.
<i>Gelir ve giderlerin birleştirme ve ayrıştırma ilkeleri</i>	Açıklanmamıştır. UMS 1 esnek bir raporlamaya izin verdiğinden daha geniş bir toplama ve ayrıştırma politikası sonucu bilgi gizlenebilmektedir.	Birleştirme ve ayrıştırma ilkeleri ayrıntılı olarak açıklanmış ve katı bir şekilde uygulanma zorunluluğu var.

<i>Gelir ve giderlerin sınıflandırılması</i>	Tür veya fonksiyon esaslı olarak sınıflandırılır.	Tür, fonksiyon veya karma esaslı olarak sınıflandırılabilir.
<i>Faaliyet giderlerinin sunum yeri</i>	Sunum fonksiyon esaslı yapıldığında, finansal tablo dipnotlarında açıklanmaktadır.	Tüm faaliyet giderleri kâr veya zarar tablosunda açıklanmak zorundadır.
<i>Diğer etiketinin kullanımı</i>	Diğer gelirler veya diğer giderler etiketi ile açıklanan, büyük tutarlı ancak içeriği anlaşılamayan gelir veya giderler sunulabilir.	Diğer gelir ve giderler niteliğine göre adlandırılarak açıklayıcı bir şekilde sunulmaktadır.

UFRS 18'in Uygulanması ile Kâr veya Zarar Tablosunda Meydana Gelen Değişime İlişkin Örnek

UFRS 18'in uygulanmasından sonra kâr veya zarar ve kapsamlı gelir tablosu kalemlerinde değişiklikler meydana gelebilir. Çalışmada, UMS 1 kapsamında hazırlanmış kâr veya zarar tablosunda, UFRS 18 gereklilikleri ile meydana gelen değişim bir örnek uygulama yardımı ile sunulmaktadır. Örnek, IFRS Foundation Effect Analysis IFRS 18'den (2024) derlenmiştir.

Tablo 3

UMS 1 ve UFRS 18 Kapsamında Raporlanan Kâr veya Zarar Tabloları

UMS 1'e Göre Hazırlanmış Kâr veya Zarar Tablosu			UFRS 18'e Göre Hazırlanmış Kâr veya Zarar Tablosu		
Gelir	350.000		Gelir	350.000	
Satışların Maliyeti	(200.000)		Satışların Maliyeti	(200.000)	
Brüt Kâr	150.000		Brüt Kâr	150.000	
Diğer Faaliyet Gelirleri	15.000	(1)	Diğer Faaliyet Gelirleri	10.500	
Pazarlama Giderleri	(30.000)		Pazarlama Giderleri	(30.000)	
Genel Yönetim Giderleri	(45.000)	(2)	Genel Yönetim Giderleri	(44.000)	
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	(20.000)		Araştırma ve Geliştirme Giderleri	(20.000)	
İştirakler ve Bağlı Ortaklıklardan Kâr Payları	3.500	(3)	Diğer Faaliyet Giderleri	(7.500)	(5)
			Faaliyet Kârı	59.000	
Diğer Faaliyet Giderleri	(6.000)		İştirakler ve Bağlı Ortaklıklardan Kâr Payları	3.500	(3)
Faaliyet Kârı	67.500		Diğer Yatırım Gelirleri	5.000	(1,4)
Finansman Geliri	500	(4)	Finansman ve Gelir Vergisi Öncesi Kâr	67.500	
Finansman Gideri	(7.500)	(5,6)	Borçlanmalardan Faiz Geliri ve Gideri	(6.000)	(6)
Gelir Vergisi Öncesi Kâr Vergi Ödemeleri	60.500 (15.500)		Kiralama ve Emeklilik Yükümlülüklerinden Faiz Gideri	(1.000)	(2)
KÂR	45.000		Gelir Vergisi Öncesi Kâr	60.500	
			Vergi Ödemeleri	(15.500)	
			KÂR	45.000	

Kaynak: (IFRS Foundation Effect Analysis IFRS 18, 2024, s.62)

UFRS 18'in uygulanmasından sonra örnekte yer alan kâr veya zarar tablosunda değişime sebep olan nedenler aşağıda sunulmuştur. Kâr veya zarar tablosu üzerinde değişimin nerede olduğu ve UFRS 18 sonrası hangi kalemi etkilediği, Tablo 3 üzerinde numaralandırılmıştır.

- (1) 4.500TL tutarındaki yatırım amaçlı gayrimenkullerden elde edilen gerçeğe uygun değer kazançları ile bunların kira gelirleri daha önce diğer faaliyet gelirleri arasında sınıflandırılmıştır. UFRS 18'de ise bu gelirler yatırım kategorisinde yer almaktadırlar.
- (2) 1.000TL tutarındaki net tanımlanmış fayda (emeklilik) yükümlülükleri üzerinden hesaplanan faiz gideri UMS 1'e göre genel yönetim gideri olarak raporlanmıştır. UFRS 18'e uygun olarak yapılan raporlamada ise finansman kategorisinde yer almaktadır.
- (3) 3.500TL tutarındaki özkaynak yöntemi kullanılarak muhasebeleştirilen iştirakler ve iş ortaklıklarından elde edilen gelir ve giderler UMS 1'e göre faaliyet gelirleri kategorisinde raporlanmaktadır. UFRS 18'e uygun olarak yapılan raporlamada ise yatırım kategorisinde sınıflandırılacaktır.
- (4) 500TL tutarındaki nakit ve nakit benzerleri üzerinden elde edilen faiz geliri, UMS 1'e göre finansman geliri olarak ve gelir vergisi öncesi kâr toplamından önce raporlanmaktadır. UFRS 18'e göre ise finansman ve gelir vergisi öncesi kârdan önce ve yatırım kategorisinde sınıflandırılacaktır.
- (5) 1.500TL tutarındaki ticari alacaklardan kaynaklanan kur farkı, UMS 1'e göre finansman gideri olarak raporlanmışken, UFRS 18'e göre esas faaliyetler kategorisinde raporlanacaktır.
- (6) 6000TL tutarındaki borçlanmalardan kaynaklanan yabancı para kur farkı, UMS 1'e göre finansman gideri olarak raporlanmışken, UFRS 18'e göre finansman kategorisinde raporlanacaktır.

Tablo 3'te sunulduğu üzere UMS 1'e göre işletme 67.500TL faaliyet kârı raporlarken, UFRS 18 uygulandığında faaliyet kârı 59.000TL olarak raporlanmaktadır. Bunun yanında UMS 1'e göre düzenlenen kâr veya zarar tablosunda yatırım faaliyetleri ile ilgili herhangi bir gelir ya da gider yer almıyorken, UFRS 18'in yürürlüğe girmesi ile daha önce esas faaliyet gelirleri arasında yer alan bazı gelirler ile finansman geliri olarak raporlanan toplam 8.500TL tutarındaki gelir, yatırım kategorisinde raporlanmaktadır. Finansman ve Vergi Öncesi Kâr veya Zarar ara toplamı da yeni standart ile ayrıca sunulmaktadır. UMS 1'e göre hazırlanan finansal tabloda, finansman geliri ve finansman gideri olarak raporlanan tutarların bir kısmı UFRS 18'e göre esas faaliyetler ile yatırım faaliyetleri kategorisinde sunulmaktadır.

Yöntem

UFRS 18'in, 2027 yılında yürürlüğe girecek olması ile işletmelerin finansal tabloları ile finansal raporlarında yaptıkları açıklamalarda bazı değişiklikler olması beklenmektedir. Bu değişikliklerin en çok etkileyeceği finansal tablo ise kâr veya zarar tablosudur ("IFRS Foundation Project Summary", 2024, s.3). Buradan hareketle çalışmanın araştırma soruları;

- ✓ Geçiş döneminde, işletmelerin raporladıkları kâr veya zarar tablolarının UFRS 18 gereklerine uyum düzeyi nedir?
- ✓ UFRS 18'in uygulanması ile işletmelerin, kâr veya zarar tablolarında değişim olacak mıdır?

olarak belirlenmiştir. Yapılan çalışmada, mevcut durumda açıklanan kâr veya zarar tablolarının, UFRS 18 ile uyumunu, yeterliliklerini ve eksikliklerini tespit etmek amaçlanmıştır. Literatür incelemesinde, bu amaçla yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın bu anlamda önemli olduğu ve literatüre katkı yapacağı, ayrıca işletmeler ve denetim firmaları için de standart uygulamaya girmeden önce, geçiş döneminde yapacakları ön hazırlıklar için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Doküman analizi, yazılı belgelerin içeriğini titiz ve sistematik bir şekilde analiz etmeye yönelik bir araştırma yöntemidir (Wach ve Ward, 2013, s.1). Basılı veya elektronik tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yön-

temdir. İncelenen konu ile ilgili anlam çıkarmak, anlayış oluşturmak, ampirik bilgi elde etmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirmektedir (Kıral, 2020, s.173).

Çalışma kapsamında, Borsa İstanbul (BIST) perakende sektöründe faaliyet gösteren 14 işletme yer almaktadır. Bu işletmelerin 2023 yılı finansal raporlarında yer alan kâr veya zarar ve kapsamlı gelir tabloları ile finansal raporları, doküman analizi yöntemi ile incelenmiştir. 2023 yılı finansal raporları, Kamuyu Aydınlatma Platformu'ndan (KAP) elde edilmiştir. Araştırma kapsamında sadece perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yer alması ve sadece bir yıla ilişkin finansal tabloların değerlendirilmesi çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Ek olarak kontrol listesinde yer alan analiz sorularının kısmen öznellik içermesi de çalışmanın kısıtı olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında yer alan işletmeler Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4

BIST Perakende Sektöründe Faaliyette Bulunan İşletmeler

Şirket Kodu	Şirket Adı
BİMAS	Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.
BİZİM	Bizim Toptan Satış Mağazaları A.Ş.
CRFSA	Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.
CASA	Casa Emtia Petrol Kimyevi ve Türevleri Sanayi Ticaret A.Ş.
EBEBK	Ebebek Mağazacılık A.Ş.
KIMMR	Ersan Alışveriş Hizmetleri ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.
GMTAS	Gimat Mağazacılık Sanayi ve ticaret A.Ş.
MAVİ	Mavi Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.
MEPET	Mepet Metro Petrol ve Tesisleri Sanayi Ticaret A.Ş.
MGROS	Migros Ticaret A.Ş.
SUWEN	Suwen Tekstil Sanayi Pazarlama A.Ş.
SOKM	Şok Marketler Ticaret A.Ş.
TKNSA	Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.
VAKKO	Vakko Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi İşletmeleri A.Ş.

Çalışmada öncelikle UFRS 18'de yapılandırılmış kâr veya zarar tablosunda, yer alması gereken kategoriler, bu kategorilerde sunulması beklenen bilgiler ile açıklanması istenen ara toplamlar belirlenmiştir. Belirlenmiş olan bu bilgilerin, işletmelerin 2023 yılı finansal tablolarında veya dipnotlarında yer alıp almadığını araştırmak için 13 sorudan oluşan bir kontrol listesi hazırlanmıştır. Ardından perakende sektöründe faaliyet gösteren 14 işletmenin finansal tablo ve dipnotları analiz edilerek, kontrol listesindeki sorular ile karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle kâr veya zarar tablolarında yer alan kalemlerin hangi etiketlerle raporlandıkları ve ardından bu kalemler ile ilgili finansal raporlarda yer alan açıklamaların neler olduğu, kontrol listesinde belirtilen konuların açıklanıp açıklanmadığı incelenmiştir. Kontrol listesinde yer alan sorunun karşılığı, işletmelerin finansal tablo ve raporlarında açıklanmışsa "1", açıklanmamışsa "0" olarak puanlanmıştır. Açıklanan konu sayısının toplamı, ilgili işletmenin skorunu oluşturmaktadır. Her işletme için belirlenen skor, toplam soru sayısına bölünerek açıklanma oranları tespit edilmiştir.

Bulgular

UFRS 18 ile yapılandırılmış kâr veya zarar tablosunda açıklanması gereken bilgilerin, UMS 1 kapsamında ve perakende sektöründe yer alan işletmelerin finansal tablo ve dipnotlarda yapılan açıklamalar ile uyum düzeyleri Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5

Perakende Sektöründeki İşletmelerin Kâr veya Zarar Tablolarının, UFRS 18'de Yapılandırılmış Kâr veya Zarar Tablo-ları ile Uyum Düzeyleri

	BIMAS	BİZİM	CRFSA	CASA	EBEBK	KIMMR	GMTAS	MAVİ	MEPET	MGROS	SUWEN	SOKM	TKNSA	VAKKO
Esas faaliyet tanımlanmış mı?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Esas Faaliyet Kârı raporlanmış mı?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Esas faaliyet kategorisi var mı?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Esas faaliyetler kategorisinde yer alan giderler ve gelirler UFRS 18 ile uyumlu mu?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yatırım faaliyeti kategorisi var mı?	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Yatırım faaliyetleri kategorisinde yer alan giderler ve gelirler UFRS 18 ile uyumlu mu?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finansman faaliyeti kategorisi var mı?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Finansman faaliyetinde yer alan giderler ve gelirler UFRS 18 ile uyumlu mu?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finansman ve vergi öncesi kâr açıklanmış mı?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Durdurulan faaliyetler kategorisi var mı?	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Giderler, türlerine göre sınıflandırmış mı?	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Giderler ve gelirler, UFRS 18 ile uyumlu olarak ayrıştırılarak ve birleştirilerek ilgili kategoride raporlamış mı?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Net parasal pozisyon kazanç ve kayıpları, bu kazanç ve kayba sebep olan hesapla aynı kategoride raporlanmış mı?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOPLAM	6	6	6	5	6	7	5	6	6	6	7	6	6	6
UYUM ORANI (%)	46	46	46	38	46	54	38	46	46	46	54	46	46	46

Tablo 5'te sunulduğu üzere perakende sektöründe yer alan işletmelerin tamamının esas faaliyet konularını, finansal tabloların dipnotlarında açıkladıkları tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında yer alan işletmelerin hiçbirinin esas faaliyet konusunun, yatırım yapmak veya finansman faaliyeti olmadığı görülmüştür. Tüm işletmeler, esas faaliyetlerinden doğan kârı veya zararı, faaliyet kârı veya zararı olarak raporlamışlardır.

Çalışma kapsamında yer alan tüm şirketlerin, esas faaliyet gelir ve giderlerini açıkladıkları esas faaliyetler kategorisi, kâr veya zarar tablolarında yer almaktadır. Ancak bu kategoride açıklanan gelir ve giderlerin bir kısmının, UFRS 18 ile uyumlu olmadığı düşünülmektedir. Bu bölümde esas faaliyetlerden diğer gelirler ve esas faaliyetlerden diğer giderler adı altında ancak içeriğinin ne olduğu açıklanmamış gelir ve giderler de yer almaktadır.

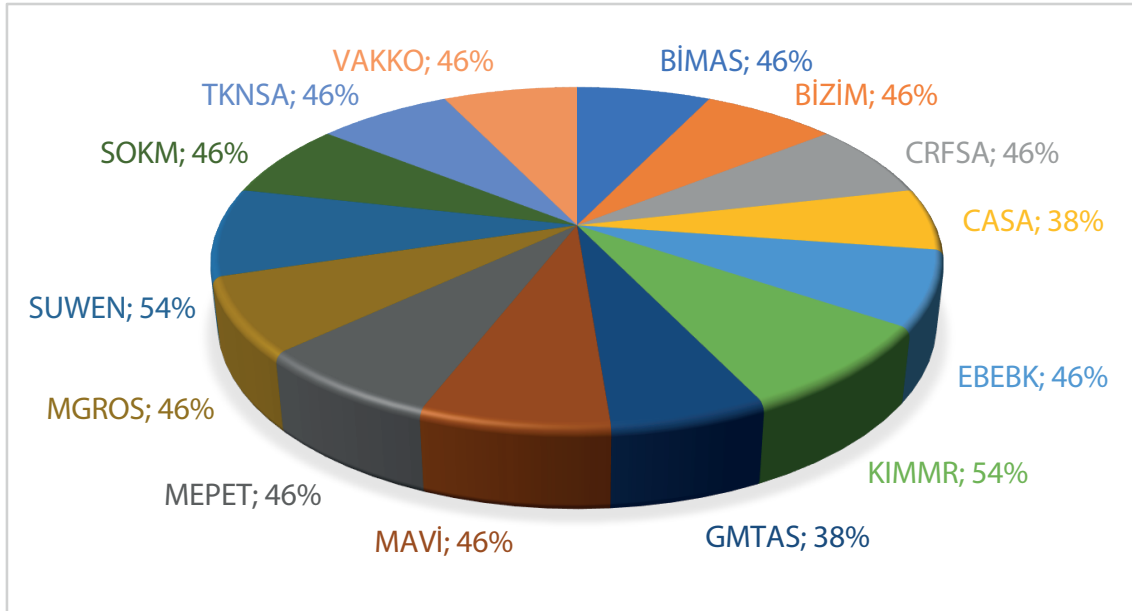
Çalışma kapsamında yer alan işletmelerin bir tanesi dışındaki diğerlerinde, kâr veya zarar tablolarında yatırım faaliyetleri ve finansman faaliyetleri kategorisi yer almakla birlikte bu işletmelerin hiçbirinde bu kategorilerde yer alan gelirlerin ve giderlerin, UFRS 18 ile uyumlu olmadığı düşünülmektedir. GMTAŞ' ta ise yatırım faaliyetleri gelirlerinin, esas faaliyet gelirleri içerisinde sunulduğu tespit edilmiştir.

“Finansman ve Vergi Öncesi Kâr veya Zarar” ara toplamının, çalışma kapsamındaki işletmelerin hiçbirinde raporlanmamış olduğu tespit edilen diğer bir husustur. Bunun yerine finansman gideri öncesi kâr, finansman gideri öncesi faaliyet kârı, finansman geliri / (gideri) öncesi faaliyet zararı, finansman gideri öncesi faaliyet zararı adı altında ara toplamların raporlandığı bulgular arasındadır. Tespit edilen farklı adlarla ara toplam sunumları, Sultanoğlu (2020) tarafından yapılan çalışmayı desteklemektedir. Finansman gelirleri ve finansman giderleri olarak raporlanan tutarların bir kısmının, UFRS 18’de yer alan ve finansman gelirleri veya giderleri ile uyumlu olmadığını savunmak mümkündür.

KMMER ve SUWEN dışındaki hiçbir işletmede durdurulan faaliyetler kategorisi yer almamaktadır. CASA dışındaki işletmelerde, gelirlerin ve giderlerin niteliklerine göre açıklandıkları tespit edilmekle birlikte, bu gelir ve giderlere ilişkin açıklamaların tamamı finansal tablo dipnotlarında yer almaktadır. Bu gelir ve giderlerin, UFRS 18’de açıklandığı üzere ayrıştırılmadığı ve ilgili maliyet türüne bağlı olarak birleştirilmediği ifade edilebilir. Ayrıca işletmelerin tamamında net parasal pozisyon kazanç ve kayıpları, bu kazanç ve kayba sebep olan hesapla aynı kategoride raporlanmamıştır.

Kontrol listesinde yer alan 13 soru üzerinden 2 işletmenin skorunun “5”, 10 işletmenin skorunun “6” ve 2 işletmenin skorunun da “7” olduğu tespit edilmiştir. Tablo 5’te sunulduğu üzere 2 işletmenin uyum düzeyinin %54,10 işletmenin %46 ve 2 işletmenin de %38 olduğu hesaplanmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda 12 işletmenin, UFRS 18’de açıklanan kâr veya zarar tablosundaki gerekliliklere uyum düzeylerinin genel olarak %50’nin altında olduğu tespit edilmiştir.

İşletmelerin UFRS 18 gerekliliklerine uyum düzeyi Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. İşletme adları ve UFRS 18 gerekliliklerine uyum düzeyi (%)

Şekil 1’de sunulduğu üzere KIMMR ve SUWEN uyum düzeyleri en yüksek, CASA ve GMTAS en düşük olan işletmelerdir. Diğer işletmelerin hepsi aynı uyum düzeyine sahiptir.

Sonuç

İşletmelerin, performans raporlamalarında karşılaştırılabilirliğini ve şeffaflığını arttırmak amacıyla UMSK tarafından hazırlanan UFRS 18, 2026 yılı hesap dönemi sonu itibarı ile uygulamaya girecektir. Türkiye’de standartla ilgili taslak metin kamuoyuna açıklanmış ve uluslararası uygulamalara paralel olarak yürürlüğe girmesi beklenmektedir. UMS 1’in yerini alacak olan UFRS 18 standardından en çok işletmelerin kâr veya zarar tablolarının etkileneceği ifade edilebilir. Yeni standartta yapılandırılmış bir performans raporlaması hedeflenerek, bu finansal tablo içerisinde yer alması gereken kategoriler ve bu kategorilerde sınıflandırılması beklenen gelir ve giderler ile açıklanması gereken ara toplamlar belirlenmiştir. Esas faaliyetler, yatırım faaliyetleri, finansman faaliyetleri, gelir vergileri ve durdurulan faaliyetler olarak ifade edilen beş kategori ile esas faaliyetler kârı veya zararı ara toplamı ile finansman ve vergi öncesi kâr veya zarar ara toplamı, yeni kâr veya zarar tablosunun içeriğini oluşturmaktadır. İşletmelerin, gelir ve giderlerini hangi kategoride sınıflayacakları konusunda Standart, uygulayıcılara rehberlik etmektedir.

Standartta belirlenen kurallar değerlendirildiğinde, işletmelerin gelir ve giderlerini sınıflandırırken çok dikkatli olmaları gerektiği düşünülmektedir. Standartın doğru anlaşılıp, uygulanması ile işletmelerin karşılaştırılabilirliği mümkün olabilecektir. Ana faaliyet konuları benzer olan aynı sektördeki işletmelerin performans karşılaştırmasını yapacak olan finansal tablo kullanıcılarının, ancak bu şekilde sunulan finansal tablo ve raporlardan fayda sağlayabileceklerini ifade etmek mümkündür.

Standartın uygulanmasından sonra bazı giderlerin nitelik olarak farklı kategoride yer alması gerekeceğinden işletmelerin esas faaliyet kârlarının değişme olasılığı oldukça yüksektir. Esas faaliyet kâr veya zararı, finansal tablo kullanıcıları için çok önemli bir değerlendirme kriteri olduğundan, önem arz etmektedir. Bunun yanında faiz ve vergi öncesi kâr veya zararın da işletme performansının değerlendirilmesinde belirleyici olan diğer bir ölçüm aracı olarak, finansal tablo kullanıcılarına fayda sağlayacağı söylenebilir. Yapılan bu değerlendirmelerden sonra yapılandırılmış yeni kâr veya zarar tablosunun, Öztürk, Güleç ve Gökçen (2024b), Malinovskaya (2024) ve Czajor (2024) tarafından yapılan çalışmalardaki değerlendirmelerine paralel olarak, finansal tablo kullanıcılarına daha doğru, daha anlaşılır ve daha şeffaf bilgi sunacağı düşünülmektedir.

Çalışmada, UFRS 18’de açıklanan kâr veya zarar tablosu gereklerine ne derece uyumlu olduklarını tespit etmek amacıyla BİST’te kayıtlı olup, perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kâr veya zarar tabloları ile finansal raporları incelenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda çalışmanın birinci araştırma sorusu olan, geçiş döneminde işletmelerin raporladıkları kâr veya zarar tablolarının, UFRS 18 gereklerine uyum düzeylerinin oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında yer alan işletmelerden iki tanesinin %54 olarak tespit edilen oranla en yüksek, iki tanesinin de %38 oranla en düşük uyum düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Diğer on işletme ise %46 oranında uyumlu olarak tespit edilmiştir. İşletmelerin kâr veya zarar tablolarında, gelir ve giderlerinin türlerine göre raporlandığı ve bu gelir ve giderler ile ilgili açıklamaların finansal tablo dipnotlarında yapıldığı görülmüştür. Ancak UFRS 18 ile bu açıklamaların kâr veya zarar tablosunda yapılması beklenmektedir. Bu açıklamalara ek olarak, aynı grup toplamı içerisinde farklı gelir ve giderlerin raporlandığı düşünülmektedir. Gelir ve giderlerin ayrıştırma ve birleştirmesinde UFRS 18’de yer alan düzenlemeler uyarınca ayrıştırılmadığı gibi ilgili maliyet türüne bağlı olarak birleştirilmemiş olduğu da ifade edilebilir. Dolayısı ile araştırmanın ikinci sorusu değerlendirildiğinde, UFRS 18’in uygulanması ile işletmelerin, kâr veya zarar tablolarında değişim olacağı düşünülmektedir.

İşletmelerin UFRS 18’de beklenen yapılandırılmış finansal performans tablolarını sunmak için, öncelikle standartta açıklanan kural ve ilkeleri iyi anlayıp, gelir ve giderlerini doğru bir biçimde sınıflandırmaları gerektiği düşünülmektedir. Bu da işletmelerin ön hazırlık yapmalarını gerektirmektedir. Geçiş döneminde işletmelerin, aşağıda belirtilen değerlendirmeleri yapmaları önerilmektedir;

- Kâr veya zarar tablolarında raporlanacak olan gelir ve giderlerin niteliklerinin tespit edilmesi,
- Esas faaliyet konularını doğru belirlemeleri,
- Esas faaliyetler, yatırım faaliyetleri ve finansman faaliyetleri kategorisinde sınıflanacak gelir ve giderleri ayrıştırması,
- Diğer giderler olarak sınıflanan giderlerin ayrıştırılması.

Belirtilen bu düzenlemelerin yapılmasının, Standardın uygulanmasında işletmelere kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan literatür incelemesinde, UFRS 18 standardının içeriği ile kural ve ilkelerinin açıklandığı, standardın etki alanını ve meydana getireceği değişiklikleri içeren çalışma sayısının oldukça az olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin, geçiş döneminde açıkladıkları kâr veya zarar tabloları ve finansal raporları ile UFRS 18’de açıklanan ilke ve kurallara göre açıklanması beklenen kâr veya zarar tabloları ve finansal raporları karşılaştırarak, uyum düzeylerini belirleyen ulusal veya uluslararası bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın özgün olduğunu ve literatüre katkı sağlayacağını ifade etmektedir. Araştırmanın sadece perakende sektöründe yapılması ve UFRS 18’in sadece kâr veya zarar tablosu üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi, çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Bunun yanında kontrol listesinde yer alan değerlendirmelerin de belirli ölçüde öznellik içermesi çalışmanın başka bir kısıtı olarak değerlendirilebilir.

Bundan sonraki çalışmalarda UFRS 18’in diğer sektörlerdeki finansal tablolar ve açıklama gerekleri üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi ve diğer sektörlerde de karşılaştırmanın yapılması önerilmektedir. Bu çalışma, bir ön değerlendirme çalışması niteliğindedir. Standart yürürlüğe girdikten sonra işletmeler, UFRS 18’de belirtilen gerekliliklere daha uyumlu finansal tablolar düzenleyebileceklerinden, çalışmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar tespit edilmesi olasıdır. Bu nedenle standart yürürlüğe girdikten sonra uygulama sürecinde raporlanan finansal tabloların UFRS 18 gerekliliklerine uyum düzeyinin belirlenmesi önerilen diğer bir husustur.

Kaynakça

- Czajor, P. (2024). IFRS 18: Advancing the relevance and utility of financial statements for stakeholders. *European Research Studies Journal*, 27(2), 265-275.
- Deloitte. (2024). IFRS 18 IASB publishes new standard on presentation and disclosure in financial statements. 1-16. Erişim adresi: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/audit/in-audit-ifrs-18-noexp.pdf>
- Ernst & Young. (2024). The IASB issues IFRS 18 presentation and disclosures in financial statements (Issue No.223). Erişim adresi: <https://www.ey.com/content/dam/ey-unified-site/ey-com/en-gl/technical/ifrs-technical-resources/documents/ey-gl-dev-el-223-iasb-issues-ifrs-18-04-2024.pdf>
- Hazar, B. ve Yanık, S. S. (2023). Genel Sunum ve Açıklamalar Standardı'na ilişkin Taslak Metin'de istisnai gelir ve giderlerin raporlanması. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 23(70), 227-246. <https://doi.org/10.55322/mdbakis.1295168>
- International Financial Reporting Standards Foundation. (2024). *Feedback statement IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements*. Erişim adresi: <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/primary-financial-statements/ifrs-standard/feedbackstatement-ifrs18-april2024.pdf>
- International Financial Reporting Standards Foundation. (2024). *Basis for Conclusions on Presentation and Disclosure in Financial Statements*. Erişim adresi: <https://service.betterregulation.com/document/721253>
- International Financial Reporting Standards Foundation. (2024). *Project summary IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements*. 1-17. Erişim adresi: <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/primary-financial-statements/ifrs-standard/projects/summary-ifrs18-april2024.pdf>
- International Financial Reporting Standards Foundation. (2024). *Effect analysis IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements*. Erişim adresi: <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/publications/amendments/english/2024/effect-analysis-ifrs18-april2024.pdf>
- International Financial Reporting Standards Foundation. (2016). *Effect analysis IFRS 16 Leases*. Erişim adresi: <https://www.ifrs.org/-/media/project/leases/ifrs/published-documents/ifrs16-effects-analysis.pdf>
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- KPMG. (2024). Presentation and disclosure IFRS 18. Erişim adresi: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/xx/pdf/ifrg/2024/isg-first-impressions-presentation-and-disclosure-ifrs-18.pdf>
- Malinovskaya, N. V. (2024). Presentation and disclosure in financial statements: New developments in IFRS 18. *International Accounting*, 27(8), 848-860. <https://doi.org/10.24891/ia.27.8.848>
- Neves, H.C. (2024). IFRS 18 implementation in Brazilian enterprises: Challenges and opportunities. *International Journal of Business Administration*, 15(2), 102-112. <https://doi.org/10.5430/ijba.v15n2p102>
- Öztürk, E. (2023). IAS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu standardının gelişimi ve gelecek dönemler için yapılan değişiklik çalışmaları. Y. Özerhan (Ed.), *Denetim, güvence ve finansal raporlama standartlarında güncel gelişmeler* (s. 217-246) içinde. Ankara, Gazi Kitabevi
- Öztürk, E., Güleç, Ö. F. ve Gökçen, G. (Eylül, 2024). *IFRS 18 Finansal Tabloların Sunuluşu ve Açıklamalar: Finansal performans ölçümünde yeni bir yaklaşım* [Öz], MODAV 21st International Conference on Accounting sunulan bildiri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale. Erişim adresi: https://drive.google.com/file/d/1_Cl9nC2SZL-k75H5x8pl-RqdHgXs-Gffe/view
- Öztürk, E., Güleç, Ö. F. ve Gökçen, G. (2024). IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama: Finansal performansın ölçümünde yeni bir yaklaşım. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4), 440-455. <https://doi.org/10.29106/fesa.1572623>
- PWC. (2024). IFRS 18 is here: Redefining financial performance reporting. Erişim adresi: https://viewpoint.pwc.com/dt/gx/en/pwc/in_briefs/in_briefs_INT/in_briefs_INT/ifrs-18-is-here-redefining-financial-performance-reporting.html
- Sultanoğlu, B. (2020). "Finansal raporlamada daha iyi iletişim": Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu'nun yaptığı çalışmalar. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 20(60), 229-250.

IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements. (2024, 9 April). IASB. Erişim adresi: <https://service.betterregulation.com/document/721248>

UMS 1 Presentation of Financial Statements. (2007, 6 September). IASB. Erişim adresi: <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ias-1-presentation-of-financial-statements.html/content/dam/ifrs/publications/html-standards/english/2024/issued/ias1/>

Wach, E. ve Ward, R. (2013). Learning about qualitative document analysis. The Institute Of Development Studies and Partner Organisations. Report. <https://hdl.handle.net/20.500.12413/2989>

Extended Abstract

Purpose: This study has two main objectives. The first is to gain a deeper understanding of the rationale behind the new structured presentation of the profit and loss statement, which will be the most significant change following the implementation of IFRS 18. The second is to assess the extent of compliance among companies operating in the retail sector with the new principles and rules. A review of the literature revealed that there were no comparative studies that met the criteria for this purpose. Additionally, only a limited number of studies were identified that explained the rules and principles of IFRS 18. It is hoped that this study will help to fill this gap in the literature.

Design and Methodology: This article presents the findings of a research study. The study was conducted using the method of content analysis. The objective was to determine the level of compliance with IFRS 18 by examining the footnotes and profit and loss statements of 2023 financial statements. In light of the significant alterations to IFRS 18, an in-depth examination was conducted of the profit and loss statements of the companies included in the study. In order to achieve this objective, a checklist was prepared based on the principles and rules set out in IFRS 18. The checklist comprises the following questions:

- Is the main activity defined?
- Is operating profit reported?
- Is there a category of principal activity?
- Are expenses and income in the category of operating activities in accordance with IFRS 18?
- Is there an investing activities category?
- Do expenses and income in the investing activities category comply with IFRS 18?
- Is there a financing activities category?
- Do the income and expenses in the financing activities category comply with IFRS 18?
- Is profit before finance costs and tax disclosed?
- Is there a category for discontinued operations?
- Are expenses classified by nature?
- Are expenses and income disaggregated, aggregated and disclosed in accordance with IFRS 18?
- Are gains and losses on net monetary position presented in the same category as the account that gave rise to the gain or loss?

In the current financial statements, each answer is scored as '1' or '0'. Each company's score was calculated, divided by the number of questions and compliance determined. The study sample consists of 2023 financial statements and footnotes of BIST-listed retail companies. Fourteen companies were analysed using content analysis to determine compliance with a checklist.

Findings: The checklist comprised a total of 13 questions, and the resulting scores for each company are as follows: two companies achieved a score of '5', ten companies scored '6', and two companies scored '7'. Accordingly, the compliance levels of the two companies in question were calculated to be 54%, while the compliance levels of the ten companies were calculated to be 46%. The remaining two companies were found to have compliance levels of 38%. The evaluation demonstrated that the compliance level of 12 companies with the revised structure of the profit and loss statement, as outlined in IFRS 18, is typically below 50%. It was observed that the nature of income and expenses was disclosed in the notes in accordance with their classification. However, in accordance with the requirements Moreover, it was observed that the profit and loss statements of the companies did not include profit before finance and tax, nor did they include the discontinued operations category. It would seem that the income and expenses are not grouped in accordance with the requirements set forth in IFRS 18. It is therefore expected that the amount of profit or loss from operating activities will be subject to change upon the standard's effective implementation. While the profit and loss statements of all but one of the companies included in the study encompass the categories of investing activities and financing activities, there may be some discrepancies in the alignment of the income and expenses associated with these categories with the standards set forth in IFRS 18. In one of the companies analysed, the income derived from investing activities is presented as part of the operating income. The findings of the study indicate that the level of compliance with IFRS 18 by the companies included in the study is relatively low. of IFRS 18, these disclosures are expected to be made in the performance report.

Research Limitations: The new regulations introduced by IFRS 18 are classified into three distinct categories. The new standards require the presentation of a profit and loss statement with new categories and subtotals. Additionally, the notes to the financial statements must include performance measures defined by management. Furthermore, new principles for grouping information have been introduced, including aggregation and disaggregation. This study focuses exclusively on the changes to the profit and loss statement. In the research phase of this study, the financial performance statements of enterprises operating in the retail sector were analysed. Moreover, the subjectivity inherent in the evaluations included in the checklist represents an additional limitation of the study.

Implications (Theoretical, Practical, and Social): The results of the study indicate that the level of compliance of companies with the requirements of IFRS 18 is relatively low. It is thus advised that, in order to present the structured financial performance statements anticipated in IFRS 18, companies should initially gain an understanding of the rules and principles elucidated in the standard and classify their income and expenses accurately. It would therefore be advantageous for the companies to undertake preliminary preparations in order to comply with the new standard. In future studies, it is recommended that the effects of IFRS 18 on other financial statements and disclosure requirements should be evaluated, and comparisons made in other sectors.

Originality/Value: A review of the literature suggests that there is a limited number of studies that elucidate the content, rules, and principles of the IFRS 18 standard, including its impact area and the changes it will bring about. It would appear that no national or international study has yet been identified that determines the level of compliance of entities by comparing their current profit or loss statements and financial reports with the profit or loss statements and financial reports that would be expected to be disclosed in accordance with the principles and rules set out in IFRS 18. This study, therefore, represents a valuable contribution to the existing literature on the subject.

el-Mütenebbi'nin Şiirleri Estetik Bir Çeviriyle Türkçede

Esat AKYILDIZ¹

Başvuru Tarihi/Submitted: 27.08.2024, Kabul Tarihi/Accepted: 24.12.2024
Makale Türü/Article Type: Kitap İncelemesi/Book Review

Öz

Mehmet Hakkı Suçin'in "İnsanın Şarkısı" adını verdiği çevirisi, klasik Arap edebiyatının en önemli şairlerinden biri olan el-Mütenebbi'nin şiirlerini Türkiye'deki okuyucularla buluşturarak, Arap şiirine dair derin bir edebî köprü kurmaktadır. Bu çalışma, yalnızca bir çeviri olmaktan öte, el-Mütenebbi'nin evrensel temalarını ve zamanlar üstü mesajlarını modern okuyuculara sunmakta ve klasik Arap edebiyatının zenginliğini gözler önüne sermektedir. Suçin, metinlerin anlam çerçevesine sadık kalırken aynı zamanda Türkçede poetik ve estetik bir deneyim sunmayı başarmıştır. Bu eserin, Türkiye'de klasik Arap edebiyatının daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlaması, Arap şiirine dair anlayışın derinleşmesine katkıda bulunması ve edebî-kültürel etkileşimi artırması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Arap Dili ve Edebiyatı, Klasik Arap Şiiri, el-Mütenebbi, Mehmet Hakkı Suçin, Şiir Çevirisi.

1 Kafkas Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Doğu Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, esatayildiz@hotmail.com, 0000-0001-8067-7780

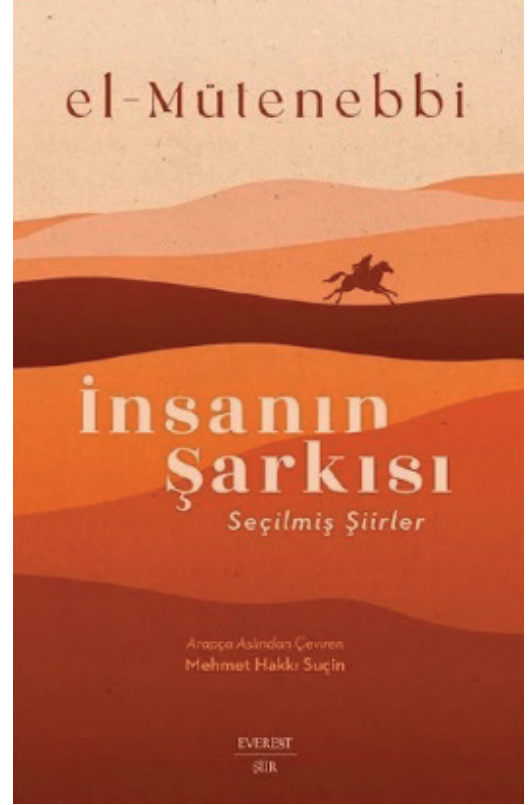
Giriş

İnsanın Şarkısı (Seçilmiş Şiirler)

el-Mütenebbi (Çev. Mehmet Hakkı Suçin)

Klasik Arap edebiyatının önemli şairlerinin eserlerinin bağımsız kitaplar olarak Türkçeye çevrilmesi, uzun zamandır arzu edilen bir durumdu. Ancak bu şiirleri yalnızca edebî bir zevkle, akademik bir çerçeveye hapsedmeden Türkçeye tercüme etmeyi deneyen eserlerin sayısının bir elin parmaklarını geçmediğini söylemek yanlış olmaz. Bu durum, özellikle tek bir şaire odaklanan çalışmalar için geçerlidir. Dolayısıyla, 2024 yılının Mart ayında, klasik Arap edebiyatının en tanınmış şairlerinden biri olan el-Mütenebbi'nin seçme şiirlerinin Arap dili ve edebiyatı profesörü ve edebiyat çevirmeni Mehmet Hakkı Suçin tarafından Türkçeye çevrildiğinin duyurulması, hem edebiyatseverler hem de akademik camia tarafından ilgiyle karşılandı. Çeviri sadece Türkiye'de değil Arap dünyasında da yankı buldu. Suçin'in çevirisi dolayısıyla Lübnanlı gazeteci-yazar Savsan el-Ebtah (2024) çevirmenle bir söyleşi gerçekleştirdi. Söyleşi Londra'da yayımlanan *Şarku'l-Evsat* gazetesinde manşetten verildi. Türk edebiyatından birçok çeviri yapmış olan Türkolog Prof. Dr. Muhammed Nuredin (2024) *el-Ahbâr* gazetesinde çeviriye ilişkin eleştirel bir yazı yazdı. Lübnanlı eleştirmen, şair ve romancı Abdo Vâzin (2024) *Independent Arabia*'da, araştırmacı ve roman yazarı Teysîr Haleb (2024) *el-Mecelle* dergisinde çeviri dolayısıyla birer yazı kaleme aldılar. Şair Ömer Erdem (2024) ise "Doğu'nun Shakespear'i el-Mütenebbi ilk kez Türkçede" başlığıyla bir tanıtım yazısı yayımladı. Öte yandan Abu Dabi Kitap Fuarı'nda (2024) "el-Mütenebbi Türkçede: İnsanın Şarkısı" konulu özel bir oturum yapıldı. Çevirmenle TV ve podcast söyleşileri gerçekleştirildi. Çevirinin gerek yazılı basında gerek sosyal medyada yoğun bir heyecanla karşılandığı hesaba katılırsa, Suçin'in bir çevirmen olarak kendi okur kitlesini oluşturduğu rahatlıkla söylenebilir.

Kitabın gördüğü bu ilginin iki temel nedeni bulunmaktadır. Birincisi, dünya edebiyatını Türkçe takip eden okurların, el-Mütenebbi'nin şiirlerini sanatsal bir perspektifle genel okuyucuya sunan bir esere ilk kez ulaşma fırsatı bulmuş olmalarıdır. İkincisi ise bugüne kadar daha çok modern Arap şiirini Türkçeye aktaran Suçin'in antoloji karakterindeki *Yedi Askı Şiirleri (Muallaklar)*'ın ardından bu kez klasik dönemin önemli bir şairini çevirmiş olmasıdır. Dünya edebiyatına meraklı okurlar, özellikle klasik Arap edebiyatı söz konusu olduğunda, güvenilecekleri bir esere ulaşmakta kaygı yaşamaktadırlar. Bu durumun en büyük nedeni, klasik Arap edebiyatının yalnızca alanında uzman kişiler tarafından anlaşılabilen zorlu bir saha olmasıdır.



Şekil 1. el-Mütenebbi, *İnsanın Şarkısı (Seçilmiş Şiirler)*, Çev. Mehmet Hakkı Suçin, İstanbul: Everest Yayınları, 2024, 351 sayfa, ISBN: 978-625-369-115-8.

Dolayısıyla, Suçin'in hem edebiyatçı hem de doğubilimci kimliğiyle bu çeviri zorluklarını göğüsleyerek ortaya koyduğu bu eser, klasik Arap edebiyatını daha yakından tanımak isteyen okuyucular için büyük bir fırsat sunmaktadır.

İnsanın Hiç Değişmeyen Şarkısı: İnsanın Şarkısı

Çevirmenin el-Mütenebbi'den seçtiği şiirlere *İnsanın Şarkısı* adını verdiği eser, el-Mütenebbi'ye dair akademik ilgiyle tanınan Dr. Ali b. Temim'in "Şiir Çevirisi: Kaçınılmaz Bir Medeniyet Yolu" başlıklı yazısıyla açılmaktadır. Ali b. Temim'in takdim niteliğindeki yazısı, kitabın önemini en özlü şekilde ortaya koymaktadır. Bu bölüm, okuyucuları şiir çevirisinin zorlukları hakkında bilgilendirirken, özellikle klasik Arapçadan yapılacak tercümelerin ne denli zorlu bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Arapçadan yapılan çevirilerin azlığı ve bu durumun temel nedenleri üzerinde durulmaktadır. Yazıda, el-Mütenebbi'nin çeviri için seçilmesinin isabetli bir karar olduğu ve çevirinin geniş bir okuyucu kitlesine hitap etmesi için, yalnızca evrensel nitelikteki seçkin dizelerin dahil edilmesinin mantıklı bir tercih olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, el-Mütenebbi'nin üzerine yapışıp kalan methiye ve hiciv şairliği klişesinden, şiirlerin seçimi sırasında yapılan doğru sanatsal tercihlerle kurtulabildiğine işaret edilmektedir. Ali b. Temim, seçkiye ilişkin şu ifadeleri kullanmaktadır: *"Bu yönüyle seçkideki şiirler, yüksek bir zevkin ürünüdür. Geçmişte Araplar şöyle derlerdi: 'Kişinin tercihi, aklının bir parçasıdır.' Çevrilen şiirler sahibinin araştırmaya, okumaya ve keşfetmeye coşku katan zeki ve düşünen bir zihne sahip olduğunu ortaya koyuyor ki böyle bir zihin ancak bilim adamı sabrı, metaneti ve gayretli çalışma yeteneğiyle donatılmış kişilerin harcıdır. Bazı araştırmacıların düşündüğü gibi çevirmen ya yazarı ya da okuyucuyu huzur içinde bırakmak zorundaydı eğer, Prof. Suçin, şiirin ihtişamını koruyan yüksek bir estetik ışıltıyla her ikisini de huzur içinde bırakmayı başarmıştır. Çevirmen, okuyucuyu el-Mütenebbi'nin olağanüstü bahçesinde ve onun eşliğinde gezdiriyor."* (s. 18) Sunuş yazısının çeviriyi layıkıyla özetleyen oldukça isabetli görüşler içerdiğini söylemek mümkündür.

Bu sunuş yazısının ardından çevirmen Suçin'in, el-Mütenebbi'nin hayatını ve poetikasını iç içe verdiği ve çeviri sürecinden de bahsettiği yaklaşık yirmi sayfalık çözümlemesi okuyucuyu karşılamaktadır. *Yedi Askı Şiirleri (Muallaklar)* çevirisine edebiyatseverlerin gösterdiği yoğun ilginin getirdiği sorumlulukla klasik edebiyattan daha fazla çeviri yapmaya yöneldiğini belirten Suçin, okuyucuların şairin şiirlerini nasıl bir ortamda yazdığını anlamalarını sağlamak amacıyla el-Mütenebbi'nin yaşadığı dönem ve çevre hakkında bilgi vermektedir. Çevirmen, şairin hayatı ve sanatı hakkında ayrıntılı bilgiler sunarak bu bölümde özellikle özgün yapıya sahip olduğunu düşündüğü bazı şiirlerin ve dizelerin altını çizmekte, bunların yazılma nedenlerine dair arka plan bilgisini de ihmal etmemektedir. Bundan dolayı çevirmenin çözümlemelerini içeren bu bölümün dikkatlice okunması, klasik Arap edebiyatına aşina olanlar için yeni ve yenilikçi fikirlerle tanışma fırsatı sunmaktadır.

Suçin, el-Mütenebbi'nin iniş-çıkışlı hayatını yeterli miktarda takdim ettikten sonra, bu kez şairin şiirsel mirası hakkında bilgi sunmaktadır. Bu bağlamda, çeviriyi yaparken izlediği metodoloji ve kullandığı kaynaklar hakkında da bilgi vermektedir. el-Mütenebbi'nin şiirleri için birçok şerh yazıldığını belirten Suçin, tercüme sürecinde sıkça başvurduğu üç-dört şerhten bahsetmekte ve bu şerhlerin metotlarına değinmektedir. Ardından el-Mütenebbi hakkında Doğu'da ve Batı'da yapılmış bazı dikkat çekici modern çalışmalardan söz etmektedir. el-Mütenebbi'nin şiirinin öneminin en belirgin göstergesinin, şairin Arapça, Farsça, İbranice ve kısmen de Türkçe eser veren şairler üzerindeki kalıcı etkisi olduğunu belirten Suçin, bu etkinin detaylarını açıklamaktadır. el-Mütenebbi'nin sinema ve müzikal gibi farklı sanat türlerindeki dolaylı mirasına ilişkin veriler sunan ve şairin "kendine özgü bireysel şiir sesi" olduğunu vurgulayan Suçin, el-Mütenebbi'yi Shakespeare, Goethe ve Hugo gibi dünya edebiyatının önemli isimleriyle bir tutarak, onun evrensel şiir geleneğindeki yerini layıkıyla ortaya koymaktadır.

Suçin'in çevirisi, el-Mütenebbi'nin divanından çeşitli uzunluklarda yüz yirmi dört şiir seçkisinden oluşmaktadır. Çevirmen, Arap şiirinin politematik yapısı modern okuyucuların alışık olmadığı bir stili yansıttığı için, seçilen şiirlerde konuların farklılaştığı kısımların yıldız (*) işaretiyle ayrıldığını belirtmektedir.

Çevrilen dizelerin paralel metin mantığıyla karşı karşıya dizilmesi Arapçaya aşına okuyucular için karşılaştırma olanağı vermektedir. Çevirmen, transkripsiyon işleminde geniş bir okuyucu kitlesini hedef aldığı için akademik normları esneterek daha sade ve anlaşılır bir yaklaşımı benimsemektedir. Genel olarak bakıldığında çeviride dizelerin anlam çerçevesine sadık kalındığı, ancak bu sadakatin çevirmeni birebir çeviri tuzağına düşürmeden, bir şair edasıyla dizelerin estetik yönünü ihmal etmeden şiirsel bir “aura” oluşturduğu dikkat çekmektedir.

Şiirlerin yer aldığı bölümün başında, “Veda Selam” (s. 41) başlıklı tek bir beyit okuyucuları selamlamaktadır. Bu tercihin, çevirmenin okuyucularına yaptığı incelikli bir selamlama mahiyetinde olduğu açıktır. “Zayıflık” adlı beyitte ise şairin “Öyle nahif ki bedenim / konuşmasam göremezsin onu” (s. 43) şeklindeki dizeleri dikkat çekmektedir. Şairin kastı farklı olsa da bu ifadeler, yüzlerce yıldır farklı kültürlerde daha yakından tanınmayı bekleyen el-Mütenebbi’nin adeta görünmez olduğunu, ancak konuşulmak suretiyle veya şiirlerinin farklı dillere tercüme edilmesiyle yeniden görünürlük kazanacağını düşündüren hoş bir ima taşımaktadır. Bu nedenle, çevirideki ilk iki şiir parçasının oldukça anlamlı bir sıralama ile yerleştirildiğini söylemek gerekir.

Eserde yer alan diğer şiirler, okuyucuları kendi içlerinde farklı anlam evrenlerine taşımaktadır. Çeşitli tema ve parçalardan oluşan bu çalışma, farklı edebî zevklere sahip geniş bir okuyucu kitlesine hitap etme potansiyeline sahiptir. Okuyucular, el-Mütenebbi’nin yalnızca tek bir dizesinde bile onun fevkalade şiir yeteneğini görme fırsatı bulabilir. Örneğin; “Kara Güneş” (s. 73) adlı şiirde, şairin laf cambazlığıyla, Arap edebiyatında fazlasıyla klişeleşmiş olan methiye konusunda bile nasıl yenilikçi bir perspektife sahip olduğunu görmek mümkündür. Benzer şekilde, “Dost Hüzün” (s. 91) adlı şiirde, şairin yaşadığı dönemdeki insanlık sorunları ile günümüzdekilerin ne kadar büyük benzerlikler gösterdiği anlaşılmaktadır. Şairin ninesinin ardından nazmettiği “Büyükanne ve Ölüm” (s. 159) adlı şiir ise, insanın bir yakınını kaybetmesinin ardından yaşadığı duygulanımları çok iyi yansıtmaları sebebiyle, günümüzden asırlar önce yaşamış bir şairin tecrübelerinin bugün dahi insanları ne denli hüznümlendirebildiğini gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, el-Mütenebbi’nin şiirleri hem edebî zenginlikleriyle hem de evrensel insanlık halleriyle okuyucuların gönlünde derin izler bırakabilecek niteliktedir. Çünkü eserin ortaya koyduğu gibi, çağlar değişse de insanoğlunun şarkısı hiç değişmemektedir.

Sonuç

Mehmet Hakkı Suçin’in *İnsanın Şarkısı* adlı tercümesi, el-Mütenebbi’nin şiirlerini dünya edebiyatını Türkçe takip eden okurlarla buluşturarak, klasik Arap edebiyatına önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, yalnızca bir çeviri olmanın ötesine geçerek, klasik Arap şiirinin derinliklerini ve zenginliklerini modern okuyuculara sunan bir köprü görevi görmektedir. Suçin’in özenle seçtiği şiirler, el-Mütenebbi’nin şiir yeteneğini ve derin gözlemlerini ortaya koyarken, aynı zamanda bu şiirlerin evrensel temalarını ve zamansız mesajlarını da vurgulamaktadır.

Eserin kuramsal katkısı, el-Mütenebbi’nin şiirlerinin Türkçeye kazandırılması sürecinde izlenen metodolojide yatmaktadır. Suçin, çeviride sadece metnin anlam çerçevesine sadık kalmayıp, şiirleri Türkçede de sınırsal zemine taşıyarak okuyucuya metinleri daha etkileyici ve estetik bir şekilde deneyimleme imkânı vermiştir. Eser hem çeviribilim hem de Arap edebiyatı çalışmaları için önemli bir referans niteliği taşımaktadır.

Eserin alana katkısı ise, her şeyden önce klasik Arap edebiyatının Türkiye’de daha geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmasını sağlamasıdır. Eser, Türkiye’deki entelektüellerin Arap şiirine ve onun zengin mirasına dair daha derin bir anlayış geliştirmelerine yardımcı olabilecek niteliktedir. Ayrıca kitabın geniş bir okuyucu kitlesine hitap etmesi, edebî ve kültürel etkileşimi artırma ve klasik edebiyatın modern cemiyette yeniden değer kazanma potansiyelini barındırmaktadır.

Kaynakça

- Abu Dhabi International Book Fair (2024). el-Mutenebbî ile't-Turkiyye: uġniyetu'l-insân. Erişim adresi: <https://adbookfair.com/ar/adbf/sitecore/content/ADIBF/Home/programs/2024/2Al-Mutanabbi%20in%20Turkish%20-%20A%20Song%20of%20a%20Human>
- el-Ebtaḥ, S. (2024, 2 Nisan). Mehmet Hakkı Suçin: 'Eredtu en uaddime'l-Mutenebbî şâ'iren 'âlemiyyen 'azîmen' ba'de şudûri kitâbihi uġniyeti insân evveli tercemetin li-Ebî't-Ṭayyib bi't-Turkiyye. *eş-Şarku'l-Evsat*. Erişim adresi: <https://aawsat.com/>
- Erdem, Ö. (2024, 31 Mart). Doğu'nun Shakespeare'i el-Mütenebbi ilk kez Türkçede. Erişim adresi: <https://ceviriveotesi.org/2024/03/31/dogunun-shakespearei-el-mutenebbi-ilk-kez-turkcede/>
- Halef, T. (2024, 3 Nisan). Suçin yunkîlu'l-Mutenebbî ilâ't-Turkiyye fî "uġniyeti'l-insân". *el-Mecelle*. Erişim adresi: <https://www.majalla.com/>
- el-Mütenebbi. (2024). *İnsanın şarkısı (seçilmiş şiirler)* (M. H. Suçin, Çev.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Nurettin, M. (2024, 15 Nisan). Mehmet Hakkı Suçin fî buḥûri'l-Mutenebbî. *el-Aḥbâr*. Erişim adresi: <https://al-akhbar.com/>
- Suçin, M. H. (2020). *Yedi askı şiirleri (muallakalar)*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Vâzin, 'A. (2024, 12 Mayıs). el-Musteşrik Suçin: Vicdâniyyâtu'l-Mutenebbî tu'abbiru âdâbe'l-'âlem. *Independent Arabia*. Erişim adresi: <https://www.independentarabia.com/>

