

# **Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler VII**

**Editörler**

Neslihan COŞKUN KARADAĞ

Abdullah BALCIOĞULLARI



© Copyright 2024

*Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi AŞ'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.*

<b>ISBN</b>	<b>Sayfa ve Kapak Tasarımı</b>
978-625-375-035-0	Akademisyen Dizgi Ünitesi
<b>Kitap Adı</b>	<b>Yayıncı Sertifika No</b>
Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler VII	47518
<b>Editörler</b>	<b>Baskı ve Cilt</b>
Neslihan COŞKUN KARADAĞ ORCID iD: 0000-0003-0215-0486 Abdullah BALCIOĞULLARI ORCID iD: 0000-0002-5462-5968	Vadi Matbaacılık
<b>Yayın Koordinatörü</b>	<b>Bisac Code</b>
Yasin DİLMEN	SOC000000
	<b>DOI</b>
	10.37609/akya.3330

#### **Kütüphane Kimlik Kartı**

Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler VII / ed. Neslihan Coşkun Karadağ, Abdullah Balcioğulları.

Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.

349 s. : tablo, şekil. ; 160x235 mm.

Kaynakça ve İndeks var.

ISBN 9786253750350

**GENEL DAĞITIM**

**Akademisyen Kitabevi AŞ**

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

**www.akademisyen.com**

## ÖN SÖZ

Akademisyen Yayınevi yöneticileri, yaklaşık 35 yıllık yayın tecrübesini, kendi tüzel kişiliklerine aktararak uzun zamandan beri, ticarî faaliyetlerini sürdürmektedir. Anılan süre içinde, başta sağlık ve sosyal bilimler, kültürel ve sanatsal konular dahil 3100'ü aşkın kitabı yayımlamanın gururu içindedir. Uluslararası yayınevi olmanın alt yapısını tamamlayan Akademisyen, Türkçe ve yabancı dillerde yayın yapmanın yanında, küresel bir marka yaratmanın peşindedir.

Bilimsel ve düşünsel çalışmaların kalıcı belgeleri sayılan kitaplar, bilgi kayıt ortamı olarak yüzlerce yılın tanıklarındır. Matbaanın icadıyla varoluşunu sağlam temellere oturtan kitabın geleceği, her ne kadar yeni buluşların yörüngesine taşınmış olsa da, daha uzun süre hayatımızda yer edineceği muhakkaktır.

Akademisyen Yayınevi, kendi adını taşıyan “**Bilimsel Araştırmalar Kitabı**” serisiyle Türkçe ve İngilizce olarak, uluslararası nitelik ve nicelikte, kitap yayımlama sürecini başlatmış bulunmaktadır. Her yıl mart ve eylül aylarında gerçekleşecek olan yayımlama süreci, tematik alt başlıklarla devam edecektir. Bu süreci destekleyen tüm hocalarımıza ve arka planda yer alan herkese teşekkür borçluyuz.

**Akademisyen Yayınevi A.Ş.**

# İÇİNDEKİLER

Bölüm 1	Dünden Günümüze Asma Yaprağı.....	1
	<i>Sinan KESKİN</i>	
Bölüm 2	Dijital Dönüşümle Birlikte Yapay Zekânın Kamu Yönetimine Etkisi.....	19
	<i>Buket AKIN</i>	
	<i>Firdevs KOÇ BAYKARA</i>	
Bölüm 3	Sağlık Sektörü İdare ve Yönetimde Yapay Zekâ Kullanımı.....	55
	<i>Aysun ALTINKAYA</i>	
	<i>Seda ŞENÇİMEN</i>	
Bölüm 4	Yapay Zekâda Etik: Riskler, İhlaller ve Güncel Tartışma Konuları .....	67
	<i>Hakan KOÇAK</i>	
Bölüm 5	Türkiye’de Planlı Kalkınmayı Hedefleyen Teknoloji Politikalarının Mukayeseli Analizi .....	93
	<i>Yusuf Cemalettin ÇOPUROĞLU</i>	
	<i>Murat ŞAHİN</i>	
Bölüm 6	Bir Anadolu Tanrıçası Kybele.....	107
	<i>Cem HAYDAROĞLU</i>	
Bölüm 7	Kadın Cinayetlerinin Türk Medyasında Temsili ve Etik İhlaller .....	117
	<i>Çiğdem BAŞFIRINCI</i>	
	<i>Naciye Ece DOĞAN</i>	
Bölüm 8	Türkiye’nin Dış Politikasına Etki Eden Değişkenler.....	157
	<i>Sefer YILMAZ</i>	
Bölüm 9	Z Kuşağının Sosyal Medya Üzerinden Kozmetik Ürün Satın Alma Tutumları ile Kişisel Değerleri Arasındaki İlişki.....	173
	<i>Haydar Kerem HOŞGÖR</i>	
	<i>Polat CAN</i>	
Bölüm 10	İnsan Kaynakları Muhasebesi: İnsan Sermayesinin Finansal Tablolarda Görünürlüğü.....	195
	<i>Ferah YILDIZ</i>	
	<i>Furkan ŞEN</i>	
Bölüm 11	İhracatçı İşletmelerin Lojistik Hizmet Kullanımlarına İlişkin Güven Eğilimlerinin Tekrar Kullanma Eğilimi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi .....	209
	<i>Ayşe ATABEY BÖLÜK</i>	
	<i>Hüsnüye ÖRS</i>	

## İçindekiler

Bölüm 12	Klasik Arapça Retorik Araçlarının Modern İletişime Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz.....	231
	<i>Rashad SEYİDOV</i>	
Bölüm 13	Yaşar Kemal'in "Ortadirek" Adlı Eserinde Sosyolojik Unsurlar .....	251
	<i>Engin BÖLÜKMEŞE</i>	
	<i>Çiğdem HOCAOĞLU</i>	
Bölüm 14	Tüketiciler Yapay Et Ürünleri Hakkında Ne Düşünüyor? Veganlara, Vejetaryenlere ve Et Tüketicilerine Yönelik Bir Araştırma .....	267
	<i>Aleyna AKÇAY</i>	
	<i>Çiğdem BAŞFIRINCI</i>	
Bölüm 15	Kazak Türkü Kadınların Gebelik Öncesi, Gebelik Süreci ve Gebelik Sonrası Geleneksel Bakım Uygulamaları .....	315
	<i>Çiğdem KAYA BAĞDAŞ</i>	
Bölüm 16	WoS Veri Tabanında Yeşil Muhasebe ve Yeşil Denetim Konusunda Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi .....	331
	<i>Fatih AKBAŞ</i>	

## YAZARLAR

**Dr. Öğr. Üyesi Fatih AKBAŞ**

Ordu Üniversitesi, İkizce Meslek Yüksekokulu,  
Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü

**Aleyna AKÇAY**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Trabzon Üniversitesi

**Buket AKIN**

Yüksek Lisans Öğrencisi, İnönü Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Öğr. Gör. Aysun ALTINKAYA**

Bozok Üniversitesi, Çekerek Fuat Oktay  
Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi  
Hizmetler ve Teknikler Bölümü

**Öğr. Gör. Çiğdem KAYA BAĞDAŞ**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık  
Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Çocuk  
Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü

**Prof. Dr. Çiğdem BAŞFIRINCI**

Trabzon Üniversitesi

**Doç. Dr. Firdevs KOÇ BAYKARA**

İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi  
Bölümü, Yönetim Bilimleri AD

**Dr. Ayşe ATABEY BÖLÜK**

Ostim Teknik Üniversitesi

**Doç. Dr. Engin BÖLÜKMEŞE**

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İnsan ve  
Toplum Bilimleri Fakültesi, Karşılaştırmalı  
Edebiyat Bölümü, Batı Dilleri Ve Edebiyatları  
AD

**Dr. Öğr. Üyesi Polat CAN**

Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla  
İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Halkla  
İlişkiler AD

**Prof. Dr. Yusuf Cemalettin ÇOPUROĞLU**

Fırat Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri  
Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kurumlar  
Sosyolojisi AD

**Naciye Ece DOĞAN**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Trabzon Üniversitesi

**Öğr. Gör. Cem HAYDAROĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek  
Yüksekokulu, Mimarlık ve Şehir Planlama  
Bölümü

**Çiğdem HOCAOĞLU**

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İnsan ve  
Toplum Bilimleri Fakültesi, Karşılaştırmalı  
Edebiyat Bölümü

**Doç. Dr. Haydar Kerem HOŞGÖR**

Uşak Üniversitesi Sağlık Hizmetleri, Sağlık  
Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi  
Hizmetler ve Teknikler Bölümü

**Öğr. Gör. Sinan KESKİN**

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat  
Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkrâm  
Hizmetleri Bölümü

**Dr. Hakan KOÇAK**

Meteoroloji Genel Müdürlüğü

**Prof. Dr. Hüsnüye ÖRS**

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi  
ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret  
ve Finansman Bölümü, Uluslararası Ticaret ve  
Finansman AD

**Dr. Öğr. Üyesi Rashad SEYİDOV**

Erzurum Atatürk Üniversitesi, İlahiyat  
Fakültesi, Temel İslam Bilimleri Bölümü, Arap  
Dili ve Belagati AD

*Yazarlar*

**Öğr. Gör. Murat ŞAHİN**

Karadeniz Teknik Üniversitesi

**Bilim Uzmanı, Furkan ŞEN**

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

**Seda ŞENÇİMEN**

Bilim Uzmanı, Mehmet Akif Ersoy  
Üniversitesi

**Doç. Dr. Ferah YILDIZ**

Kocaeli Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme  
Bölümü, Muhasebe ve Finansman AD

**Prof. Dr. Sefer YILMAZ**

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme  
Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve  
Organizasyon AD

## **Bölüm 1**

### **DÜNDEN GÜNÜMÜZE ASMA YAPRAĞI**

**Sinan KESKİN<sup>1</sup>**

Üzüm, insanlık tarihiyle birlikte günümüze kadar kültürel aktarımını insanlık tarihiyle birlikte gelen en bilinen meyvedir. Üzüm yetiştiriciliği, Asya'dan Karadeniz ve Hazar Denizi'nin güneyi boyunca doğu ile batı doğrultusunda olmuştur. Üzüm coğrafi olarak her bölgeye uyum sağlayarak farklı görünüm ve tatlarda üretimi gerçekleştirmiştir (Patil ve ark., 1995). Dünyada üzüm yetiştiriciliğine bakıldığında üzümün yetiştirme alanları kuzey ve güney yarım kürede 30-50. Enlem derecelerinde olduğu görülmektedir (Farcas, 1988). Üzüm yetiştiği bölgelere bakıldığında üretim aşamaları açısından diğer tarım ürünlerine nazaran üretim açısından zorluk çıkarmayan meyveler arasındadır. Üzüm çeşit olarak ta farklı bölgelerde farklı üzüm çeşitleri ile üretimi çok fazlası ile gerçekleşmektedir. Dünyanın birçok yerinde yetişmesi uygun olan üzüm tüketim açısından farklı üretim teknikleri ile endüstriyel bir üründür. Üzüm her türlü parçası ve tamamlayıcısı ürünlerinden endüstriyel bir ürün olarak ta çiftçi ve diğer yan sektörleri desteklemektedir.

Bağcılığın Batı'ya getirilmesinde en önemli katkıyı Hitit uygarlığı yapmıştır. Ege Denizi adalarına ve özellikle Girit adasına göç eden Minos uygarlığı burada bağcılığın gelişmesini mümkün kılmıştır. Oradan Mora yarımadasına ve Trakya'ya ulaştı. Hititlerin inanışlarına göre Tanrıları da insanlar gibi görmekteydiler. İnsana özgü ne varsa Tanrılarda yapabileceği düşünülmekteydi. Tanrıları menün etmek onların huzurlu olmalarını sağlamak sinirlenmelerini engellemek için onlara içecek ve yiyecek sunarak o korkularını yeniyorlardı. Bu hediyeler içerisinde en iyi hediyeleri en iyi sunumla yaparlardı (Alp, 2002). Gaga uçlu testiler, kadehler, kupalar vb. Tanrılardan korktuklarından törenle onlara kurban sunarak kendi başlarına felaket gelmesini istemediklerini belirtirlerdi (Alp, 2002). Bağcılık, denizcilikte iyi olan Yunanlılar ve Finike uygarlıkları vasıtasıyla Akdeniz'e kıyı olan ve diğer ülkelere yayılmıştır. Fransa il bağlarını Yunanlı göçmenlerce gerçekleşse de, asıl bağcılıkta gelişimi Romalıların katkıları daha fazla olmuştur (Koçkar, 2006).

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, sinan.keskin@gop.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8054-5358



asma yaprağı, yutulduğunda göz sağlığından boşaltım sistemine kadar pek çok alanda fayda sağlıyor. Ayrıca çay olarak da kullanılan asma yapraklarının içerdiği vitamin ve mineraller nedeniyle varis damarlarına iyi geldiği bilinmektedir. Türk kültüründe dolgu olarak kullanılan asma yaprağı aynı zamanda çay ve ilaç olarak da kullanılabilir. Özellikle cilt sağlığı ve eklem ağrıları için asma yaprağı ve çayı kullanılabilir. Tüm bitki türleri gibi asma yaprağının da aşırı tüketimi yan etkilere neden olabilir. Bu yüzden dengeli kullanmak önemlidir. Asma yaprağı olarak da bilinen ilacı ve suyunu evinizde kolaylıkla hazırlayabilirsiniz. 5 adet üzüm yaprağı iyice yıkanıp yıkandıktan sonra 1 litre kaynar suyun içerisine konularak 15 dakika bekletilip süzülerek tüketilir. Yemeklerden sonra tüketilmesi önerilen üzüm yaprağı suyu veya çayı günde 1 bardak veya günde 3 defa yarım bardak içilebilir. Üzüm yaprağı çayı içmek sindirim sistemini etkiler ve bağırsak fonksiyonlarını iyileştirir. Ayrıca metabolizmayı harekete geçirerek toksinlerin vücuttan atılmasını sağlar. Üzüm yaprağı çayı doğrudan kilo kaybına neden olmaz ancak diyetle birlikte tüketildiğinde kilo kaybına yardımcı olabilir. Asma yaprağı sağlığa zararlı değildir. Sarma yapımında kullanılan asma yaprakları tuzlu salamurada bekletilerek hazırlandığı için böbrek hastalığı veya yüksek tansiyonu olan kişilere zararlı olabiliyor. Ancak sodyumdan kaçınması gereken kişiler de bunu ölçülü bir şekilde tüketmelidir. Asma yapraklarını özellikle ilkbahar ve yaz aylarında saklamanın birçok yolu vardır. Bıçaklama en sık kullanılan yöntemlerden biridir. Diğer bir seçenek ise üst üste dizerek dondurup daha uzun süre dondurucuda saklamaktır(<https://www.memorial.com.tr/>).

## **KAYNAKÇA**

- Cangi, R. Adınır, M. Yağcı A. (2011). Salamuralık yaprak üretilen bağlarda farklı üretim modellerinin ekonomik analizi. *Iğdır Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 77-84.
- Cangi, R. & Yağcı, A. (2017). Bağdan sofraya yemeklik asma yaprak üretimi. *Nevşehir Bilim ve Teknolojisi Dergisi*.137-148.
- Cangi, R. & Güler, M. Y. (2018). Anaç uzunluğunun açık köklü asma fidanı üretiminde fidan randımanı ve kalitesine etkisi. *Bahçe*, 467-475.
- Ctu, I. & Salvini, M. (2008). *Corpus dei testi uratei*, vol. I. Le iscrizioni su pietra e roccia: I Testi, DocAs VIII/1. CNR Istituto di studi sulle civiltà dell' Egeo e del Vicino Oriente, Roma
- Doğan, Y. (2015). Nedelcheva A., Łuczaj Ł., Drăgulescu C., Stefkov G., Maglajlić A., Ferrer J., Papp N., Hajdari A., Mustafa B., Dajić-Stevanović Z. ve Pieroni A., "The Importance of a Leaf: The Ethnobotany of sarma in Turkey and The Balkans" *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, (s.11- 26).
- Etker, M. (2015). *Anaç çapının tüplü asma fidan randımanı, kalitesi ve bağda fidan gelişimi üzerine etkisi*. Yüksek lisans tezi, GOÜ Fen Bil. Ens.,Tokat,

- Farcas, J. (1988). *Tecnology and biochemistry of wine 1*, New York: Garden and Breach Sci. Pub.
- Göktürk, N. Artık, N. Yavaş, İ. & Fidan, Y. (1997). Bazı üzüm çeşitleri ve asma anacı yapraklarının yaprak konservesi olarak değerlendirme olanakları. *Gıda*. (s.15-23).
- Güven, E. & Altındışli, A. (2017). Cabernet Sauvignon üzüm çeşidinin bazı amerikan asma anaçları ile aşı kombinasyonlarının örtü altı ve açıkta yetiştiricilik koşullarında tüplü fidan performanslarının değerlendirilmesi. *Ege Üni. Ziraat. Fak. Dergisi*. (s. 91-99).
- Kırca, A., Yemiş, O. & Özkan, M. (2006). Chlorophyll and colour changes in grapevine leaves preserved by passive modification. *European Food Research and Technology*, (s.387-393).
- Kocatepe, D. & Tırıl, A. (2015). "Sağlıklı beslenme ve geleneksel gıdalar (healthy nutrition and traditional foods)" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (s.55- 63).
- Patil, H. S., Manake, B. S, Chavon (1995). Dialiel analysis in bread wheat. *Indian Journal of Genetics and Plant Breeding*, 55 (3), 320-323.
- Sat, IG. Şengül, M. & Keleş, F. (2002). Use of grape leaves in canned food. *Pak. Journal of Nutr.* 1 (6), 257-262.
- Yerasimos, M. (2002). *500 years of Ottoman cuisine [500 yıllık Osmanlı mutfağı]*. İstanbul: Boyut;
- İnternet Kaynakları :
- [https://arastirma.tarimorman.gov.tr/bagcilik/Belgeler/vizyon\\_2023\\_calistay.pdf](https://arastirma.tarimorman.gov.tr/bagcilik/Belgeler/vizyon_2023_calistay.pdf) (İnternette erişim tarihi:10.05.2024 )
- <https://www.datcamuratciftligi.com/blog/icerik/asma-yapragi-nasil-saklanir> (İnternette erişim tarihi:20.05.2024 )
- <https://www.siirtmanset.com/sirvanli-kadinlar-150-ton-tayfi-uzum-yapragi-isliyor> (İnternette erişim tarihi:25.05.2024)
- <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/tokat-narince-salamura-asma-yapragi> (İnternette erişim tarihi:15.06.2024)
- <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/tokat-narince-salamura-asma-yapragi> (İnternette erişim tarihi:07.04.2024)
- <https://www.memorial.com.tr/saglik-rehberi/asma-yapragi-faydolari-asma-yapragi> (İnternette erişim tarihi :08.08.2024)

## **Bölüm 2**

# **DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE BİRLİKTE YAPAY ZEKÂNIN KAMU YÖNETİMİNE ETKİSİ**

**Buket AKIN<sup>1</sup>  
Firdevs KOÇ BAYKARA<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Yapay zekâ, insan zekâsının karar verme süreçlerini taklit ederek analizler yapabilen ve kararlar alabilen, sistemlerin geliştirilmesine odaklanan bir bilim dalıdır. Yapay zekânın kamu yönetimi üzerindeki en belirgin etkisi, kamu hizmetlerinin sunum süreçlerinde kendini göstermektedir. Kamu hizmetlerinin yapay zekâ uygulamaları aracılığıyla sunulması, bu hizmetlerin daha hızlı, daha etkin ve daha düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, vatandaşların kamu hizmetleri bağlamında yapay zekâ kullanımını aktif olarak talep etmelerine yol açmaktadır. Gerçekte, kamu yönetimi alanında dijital dönüşüm süreci bir süredir devam etmektedir. Bu dönüşümün en temel değişikliklerinden biri, e-devlet uygulamalarının hayata geçirilmesi ve bu uygulamaların sürekli evrim geçirmesi olmuştur. En yaygın kullanılan uygulamalardan biri olan CİMER şikâyet ve başvuru sistemleri, bu dönüşümün somut örneğidir. İlâveten, vergi ödemelerinin internet siteleri üzerinden yapılması ve şehir içi ulaşım kartlarının online platformlar aracılığıyla doldurulması gibi uygulamalar, belediyeler tarafından geniş çapta benimsenmiştir. Yapay zekâ teknolojileri için uluslararası düzeyde yoğun bir rekabet söz konusudur. Gelişmiş ülkeler, yapay zekâ teknolojilerini ulusal güvenlik, planlama ve politika oluşturma gibi alanlarda kullanmaktadır.

Kamu yönetimde yapay zekâ kullanımı, kamu hizmetlerinin kalitesini ve hızını arttırırken aynı zamanda maliyetleri düşürme amacı gütmektedir. Dijital dönüşüm sürecinde, kamu yönetiminde yapay zekâ ve teknoloji destekli araçların kullanımını artmaktadır. Stratejik yönetim ve yapay zekâ kavramları, birbirleriyle

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, buketakn0911@gmail.com, ORCID iD: 0009-0004-0940-9387

<sup>2</sup> Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Yönetim Bilimleri AD, firdevs.kocbaykara@inonu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-4752-1842

Etik ilkeler ve hukuki düzenlemeler konusunda ise yapay zekâ teknolojilerinin kamu yönetiminde kullanımı sırasında göz önünde bulundurulması gereken diğer önemli unsurlardır. Yapay zekâ uygulamalarının adil, şeffaf ve insan haklarına saygılı bir şekilde kullanılması için gerekli yasal düzenlemeler yapılmalı ve etik kurallar belirlenmelidir. Bu düzenlemeler, yapay zekâ uygulamalarının toplum tarafından kabul edilmesini ve güvenle kullanılmasını sağlayacaktır.

Sonuç olarak, yapay zekâ teknolojilerinin kamu yönetiminde etkin bir şekilde kullanılması, kamu hizmetlerinin kalitesini ve verimliliğini artırarak vatandaş memnuniyetini yükseltmektedir. Bu süreçte, eğitim, veri güvenliği, inovasyon, vatandaş katılımı, ulusal ve uluslararası iş birlikleri ile etik ve hukuki düzenlemeler gibi alanlarda atılacak adımlar büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ ve dijital dönüşüm teknolojilerinin kamu yönetiminde başarılı bir şekilde uygulanması, kamu hizmetlerinin daha şeffaf, hesap verebilir ve vatandaş odaklı bir şekilde sunulmasına olanak tanıyacaktır. Kamu yönetiminde dijital dönüşüm ve yapay zekâ entegrasyonu, daha iyi bir gelecek için önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir ve bu alandaki çalışmaların devam etmesi büyük önem taşımaktadır.

## **KAYNAKÇA**

- Aygün, Ö. Y. (2020). *Yerel yönetimlerde dijital dönüşüm uygulamaları: Trabzon ili örneği*, (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Trabzon.
- Aydın, A. (2018). *Seçili ülkelerde kamuda dijital dönüşüm, başarı faktörleri ve güncel eğilimler. içinde kamuda dijital dönüşüm* (Eds. G. T. Yamamoto & M. Ö. Kalaç) Kriter Yayınevi, İstanbul, 13-43.
- Basalla, G. (2013). *Teknolojinin evrimi*. Doğu Batı Yayınları.
- Bharadaway, A. El Sawy, O.A. Pavlou, P.A. and Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*. 37(2), 471- 482.
- European Commission. (2010). *Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions, a digital agenda for europe*. European Commission.
- Eroğlu, H. T. (2006). E-devlet uygulamaları çerçevesinde mernis projesi ve beklentiler. *Sayıştay Dergisi* (62), 83-106.
- Demirci, Y. (2018). *Kamu hizmetlerinde veri madenciliği: çözüm masası temelinde bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi. Sakarya) Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, T. ve Nalbant, F. (2023). Kadına yönelik şiddetle mücadelede kullanılan mobil uygulamaların kamu değeri perspektifinden değerlendirilmesi. *Fiscaoeconomia*, 7(1), 341-364. <https://doi.org/10.25295/fsecon.1150319>
- Doğan, M. (2016). *Bilim ve teknolojinin tarihi*. Anı Yayıncılık.
- Gürkan, Ç. (2019). *Dijital dönüşüm içinde işletmelerin kaçınılmaz yolculuğu: dijital dönüşüm ve gelişimi*. Beta Yayınları.

- Hawksworth, J. ve Berriman, R. (2018). Will robots really steal our jobs? *An international analysis of the potential long term impact of automation*. In *Economics*. 885-902.
- Karabacak, Z. İ. ve Sezgin, A. (2019). Türkiye’de dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık. *Türk İdare Dergisi* 91(488), 319-343.
- Karagöz, U. (2020). *Türkiye’de kamu yönetiminin dijital dönüşümü: ulusal veri santrali model örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Karasoy, H. ve Babaoğlu, P. (2020). Türkiye’de elektronik devletten dijital devlete doğru. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(23), 397-416. <https://doi.org/10.38155/ksbd.825899>
- Kaya, A. ve Güneş, M. (2013). *Ulusal yargı ağı projesi* Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kaypak, Ş. Yılmaz, V. ve Bimay, M. (2017). Dijital çağda yerel yönetimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi* 22(15), 1798-1813.
- Kılıçaslan, H. (2020). *Sanayi devrimleri: endüstri 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0*. Erişim Tarihi:03.05.2024. <https://www.nedenolmasn.com/>
- Klein, M. (2020). İşletmeler dijital dönüşüm ve etmenleri. *Journal Of Business in The Digital* 1(2) 2651- 4737.
- Küçükkaya, E. (2019). *Alang turing kimdir?* Erişim Tarihi: 09.04.2024 <http://enerjiportali.com>
- Madran, O. R. (2013). *Bilgisayarın tarihçesi*. Erişim Tarihi:18.04.2024 <http://www.madran.net/>
- Nilsson, N. J. (2018). *Yapay zekâ geçmişi ve geleceği*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Nuroğlu, E. ve Nuroğlu, H. H. (2018). Endüstri 4.01 Türkiye’nin dış ticareti için bir fırsat penceresine dönüştürmek. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 329-346.
- Özdemir, N. (2019). *Yakın geleceğin trendi: Edge Computing (Sınır Bilişim) Nedir?* Erişim Tarihi:15.03.2024. [www.ogunhaber.com](http://www.ogunhaber.com)
- Rasgen, M. ve Gönen, S. (2019). Endüstri 4.0 ve muhasebenin dijital dönüşümü. Dijital dönüşümü, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2898-2917.
- Sezgin, A., Karabacak A. ve İnci Z., (2019), Türkiye’de dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık. *Türk İdare Dergisi*, 91(488), 319-343.
- Sanayi Bakanlığı ve Tübitak. (2018). *Dijital Türkiye’nin Yol Haritası*. T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.
- Say, C. (2018). *50 Soruda yapay zekâ*. Bilim ve Gelecek Yayınevi.
- Selvi, Ö. Ulucan, M. ve Eser Coşgun, A. (2019). Halkla ilişkiler ve bir e-devlet uygulaması olarak CİMER. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi* (75), 13- 37.
- Şahinaslan, Ö. (2020). *Dijital dönüşüm içinde yeni nesil teknolojiler* (Ed: Telli G. ve Aydın S.).
- Maltepe Üniversitesi Kitapları.
- Tarakçı, İ. E. ve Göktaş, B. (2021). *Dijital gelecek dijital dönüşüm*. Efe Akademi yayınları.
- Taymaz, E. (2018). *Dijital teknolojiler ve ekonomik büyüme*. TÜSİAD
- T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2019). *2023 dijital Türkiye yol haritası. İmalat sanayinin dijital dönüşümü raporu ve yol haritası*. Erişim Tarihi: 05.05.2024. [https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2023\\_Dijital-TurkiyeYol-Haritasi.pdf](https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2023_Dijital-TurkiyeYol-Haritasi.pdf)
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *On birinci kalkınma planı (2019- 2023)*. Ankara.

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanlığı (2021). *Ulusal yapay zeka stratejisi:2021-2025; yapay zekâ terimleri ve tarihsel gelişim*. T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi (CBDDO).
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). *On birinci kalkınma planı (2019-2023). Lojistik hizmetlerinin geliştirilmesi*. Özel İhtisas Komisyon Raporu. T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- TRT Haber. (2019). TÜBİTAK bünyesinde Yapay Zekâ Enstitüsü kurulacak. Erişim Tarihi:04.05.2024. <https://www.trthaber.com/>
- Tosyalı H. (2018). *Dijitalleşmenin yükseköğretime etkileri*. içinde *kamuda dijital dönüşüm*. (Eds. G. T. Yamamoto & M. Ö. Kalaç) Kriter Yayınevi, 171-188.
- Turan, Y. (2020), *Dijital dönüşümün bankacılık sektörü iç denetim süreç mekanizmaları üzerindeki etkisi ve vaka analizi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uçansoy, M. (2019). *Kurumlardaki dijital dönüşümün stratejik karar alma üzerine etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaypak, Ş. Yılmaz, V. ve Bimay, M. (2017). Dijital çağda yerel yönetimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi* 22(15), 1798-1813.
- Koşar, M. E. (2023). *Dijital dönüşüm ve yapay zekânın kamu yönetimine etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alınmıştır.
- Yaman, M., Bilgin, A. ve Çakır, E. (2020). Dijital çağda kamu yönetimi lisans müfredatları: Türkiye üzerine bir inceleme. *Kamu Yönetimi ve Teknoloji Dergisi Journal of Public Administration and Technolog*, (1), 44-60.
- Yamamoto, G. T. (2018). *Kamuda dijital dönüşüm ve düşündürdükleri*. içinde *kamuda dijital dönüşüm* (Eds. G. T. Yamamoto & M. Ö. Kalaç) Kriter Yayınevi, 1-12.
- Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve bilgi kavramları bağlamında enformasyon yönetimi ve bilgi yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*. 49(1), 95- 118
- Yorulmaz, M., Odacı, Ş. ve Akkan, M. (2018). Dijital sağlık ve e-nabız farkındalık düzeyi belirleme çalışması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi* (16), 1-11.

## **Bölüm 3**

# **SAĞLIK SEKTÖRÜ İDARE VE YÖNETİMDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI**

**Aysun ALTINKAYA<sup>1</sup>**  
**Seda ŞENÇİMEN<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Sağlık, bireysel ve toplumsal anlamda büyük bir öneme sahiptir. Toplumun refah ve esenliğinin merkezinde yer alan sağlık, ekonomik açıdan bakıldığında dünyanın en büyük sektörlerinden biridir. Modern sağlık hizmetleri, geçmişe kıyasla daha fazla hastalığa çözüm bulma kapasitesine sahiptir ve sürekli olarak ilerlemektedir. Sağlık hizmetlerindeki ilerlemeler, kalite, erişim ve maliyet sorunlarına yönelik çeşitli zorluklara rağmen devam etmektedir (Thinktech STM., 2019, s.3).

Yeni teknolojiler, sağlık alanında benzersiz yenilikler getirmekte ve bu nedenle yapay zekâ, sağlık teknolojisi araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin odak noktasında bulunmaktadır. Üniversiteler, sağlık kurumları ve sayıları hızla artan sağlık teknolojisi şirketleri, yapay zekâ alanına milyarlarca dolarlık yatırımlar yapmaktadır. Bu yatırımlar, sağlık sektöründe yapay zekâ uygulamalarının hızla çeşitlenmesine ve gelişmesine yol açmaktadır (Thinktech STM. , 2019, s.3). Ancak, sağlıkta yapay zekâ uygulamalarının artmasıyla birlikte, güvenilirlik, uygunluk, teşhis ve tedavide isabet derecesi ve kişisel bilgilerin mahremiyeti gibi konularda önemli tartışmalar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ tabanlı sağlık çözümlerinin etik standartlara uygun olarak geliştirilmesi ve uygulanması, teknolojinin sağlık sektöründe pozitif bir etki yaratmasını sağlamak adına önemli bir adımdır (Thinktech STM. , 2019, s.3).

Sağlık sektörü, karmaşık yapıları, büyük veri setleri, hızlı kararlar ve sürekli değişen koşullar gibi zorluklarla karşı karşıyadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek ve sağlık hizmetlerini daha etkin bir şekilde yönetmek için yapay zekâ, veri analizi, ön görüsel analiz ve otomasyon gibi özellikleriyle ön plana

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Bozok Üniversitesi, Çekerek Fuat Oktay Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, aysun.altinkaya@bozok.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-0250-5489

<sup>2</sup> Bilim Uzmanı, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, sedasahinturk3207@gmail.com



## SONUÇ

Bu çalışma, sağlık sektöründe idare ve yönetim süreçlerinde yapay zekâ teknolojisinin başarılı bir şekilde entegrasyonu üzerine odaklanmıştır. Yapay zekâ, sağlık hizmetleri yönetiminde çeşitli avantajlar sunarak operasyonel verimliliği artırabilir, maliyetleri azaltabilir ve hasta bakımı kalitesini iyileştirebilir.

Yapay zekâ destekli karar verme süreçlerinin, hasta tedavisi ve sağlık hizmetlerinin planlanması gibi alanlarda etkin bir rol oynayabileceğini belirttik. Bu, sağlık profesyonellerinin daha hızlı ve daha doğru kararlar almasına olanak tanırken, aynı zamanda kaynakların etkili bir şekilde yönetilmesini sağlayabilir.

Sonuç olarak, yapay zekâ kullanımının sağlık sektöründe idare ve yönetimde olumlu bir etki yaratabileceği sonucuna varılmıştır. Ancak, bu teknolojinin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için etik standartlar, güvenlik önlemleri ve eğitim süreçlerine odaklanılması önemlidir. Bu faktörlerin dikkate alınması, sağlık sektörünün yapay zekânın potansiyelinden en üst düzeyde fayda sağlamasına yardımcı olabilir. Gelecekte, yapay zekâ tabanlı çözümlerin daha da rafine edilmesi ve sağlık yönetim alanında daha geniş bir kullanımının benimsenmesi, sektördeki etkinliği ve etkililiği artırabilir. Yapay zekâ, 21. yüzyılın stetoskopu ve hassas tıbbin temel unsuru olma potansiyeline sahiptir. Büyük miktarda veriyi analiz etme yeteneği, kişiselleştirilmiş çözümler ve hedefe yönelik tedaviler oluşturma konusunda büyük bir potansiyeli ortaya koyar. Ancak, yapay zekânın hastaları iyileştirme ve tıbbi sahneye katkıda bulunma misyonunu yerine getirirken, güvenli, emniyetli ve verimli kalmasını sağlamak için gerekli önlemler alınmalıdır (Medical Futurist, 2017).

## KAYNAKÇA

- Alıcılar, H.E & Çöl, M. (2021), halk sağlığında yapay zekânın kullanımı, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 47(1) 151-158.
- Akalın, B. & Veranyurt, Ü.(2021), *Sağlık hizmetleri ve yönetimde yapay zekâ*. *Acta Infologica*, 5 (1), 232-239.
- Akalın, B. & Veranyurt, Ü. (2020). *SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi*, 2 (2), 131-141.
- Akalın, B. & Veranyurt, Ü. (2022). *Sağlık 4.0 ve sağlıkta yapay zeka*, *J Health Pro Res*, 4(1), 57-64.
- Akalın, B. & Veranyurt, Ü. (2021). Sağlık hizmetleri ve yönetiminde yapay zekâ, *Acta Infologica*, 5(1), 231-240.
- Atalay, M. & Çelik E. (2017). *Büyük veri analizinde yapay zekâ ve makine öğrenmesi uygulamalar*, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172.



- Baker A, Perov Y, Middleton K, Baxter J, Mullarkey D, Sangar D, et al. (2020). *A Comparison of artificial intelligence and human doctors for the purpose of triage and diagnosis*. Front Artif Intell 3, 543405.
- Bacaksız, F. E. vd., (2020). Sağlık hizmetlerinde robotları yönetmek. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetim Dergisi*, 7(3), 458-465.
- Domingo, M.C. (2012). *An overview of the internet of things for people with disabilities*. Journal of Network Computer Applications. 35(2), 584-596.
- Doğan, M. E. & Aslan Öztürk, E. M. (2022). Oral radyolojide yapay zekâ, *HRÜ Uluslararası Dış Hekimliği ve Oral Araştırmalar Dergisi*, 1(3), 78-83.
- Ekrem, Ö. ve ark., (2020), Yapay Zeka Yöntemleri Kullanarak Kalp Sağlığının Tespiti, *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 8(5), 241-254.
- Fındık Şeker, Ö. (2022), *Covid-19 Pnömonisinin düşük ve standart doz Toraks Bt ile tespiti-tinde yapay zekânın tanıya etkisi*, İstanbul Fatih Sultan Mehmet Eğitim ve Araştırma Hastanesi Radyoloji Kliniği, Tıpta Uzmanlık Tezi, İstanbul.
- Güvercin C. H. (2020). Tıpta yapay zekâ ve etik. Ekmekçi P.E, editör. *Yapay zekâ ve tıp etiği* 1. Baskı. Ankara: Türkiye Klinikleri;. p.7-13.
- Güngördü, H & Hoşgör, H. (2023). Sağlık hizmetlerinde yapay zekâ teknolojileri ve bu teknolojilerin kullanımına dair genel bir değerlendirme, *Uzakdoğu 1. Uluslararası Uygulamalı Bilimler Kongresi*, (15-25).
- Güzel, Ş. ve ark., (2022). *Yapay zekânın sağlık alanında kullanımı: nitel bir araştırma, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 9(4), 509-519.
- Hoşgör, H. & Güngördü, H. (2022). *Sağlıkta Yapay Zekânın Kullanım Alanları Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (35), 395-407.
- Keleş, M. & Şahin, A.R. vd. (Ed.) (2020), *Ürolojide yapay zekânın yeri ve önemi, sağlık bilimlerinde yapay zekâ*, Akademisyen Kitapevi, <https://doi.org/10.37609/akya.786>.
- Koçyiğit, B. F. & Şahin, A. R. vd. (Ed.) (2020), *Fiziksel tıp ve rehabilitasyon alanında yapay zekâ*, *Sağlık bilimlerinde yapay zekâ*, Akademisyen Kitapevi, <https://doi.org/10.37609/akya.786>.
- Medical Futurist (2017), *There is no precision medicine without artificial intelligence*, (19 Ekim 2017), <https://medicalfuturist.com/no-precision-med>. (Erişim tarihi: 2011.2023).
- Mert, Ö. & Şahin, A.R. vd. (Ed.) (2020). Dermatoloji ve yapay zekâ, *Sağlık bilimlerinde yapay zekâ*, Akademisyen Kitapevi, <https://doi.org/10.37609/akya.786>.
- Salan, A. Şahin, A.R. vd. (Ed.) (2020), *Nükleer tıpta yapay zekâ uygulamaları*, *Sağlık bilimlerinde yapay zekâ*, Akademisyen Kitapevi, <https://doi.org/10.37609/akya.786>.
- Sayar B. (2023), *Tıp Alanında yapay zekânın kullanımı*. Acta Medica Ruha, 1(1), 27-33.
- Thinktech STM. *İleri sağlık teknolojileri 1 - akıllı sağlık uygulamaları ve veri analizi ile sağlık sorunlarını tanımlamak* (Araştırma Raporu 2019). <http://thinktech.stm.com.tr> (Erişim Tarihi: 14.11.2023).
- Türker Şener, L. ve vd., (2022), *COVID-19 sürecindeki yapay zeka, dijital sağlık tanı ve tedavisindeki gelişmeler*, *Sağlık Bilimlerinde Yapay Zeka Dergisi*, 2(1),13-20.
- Ural, A. Şahin, A.R. vd. (Ed.) (2020), *Plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahide yapay zekânın kullanımı*, *Sağlık bilimlerinde yapay zekâ*, Akademisyen Kitapevi. <https://doi.org/10.37609/akya.786>
- Yalman, F & Filiz, M (2022), *Sağlık hizmetlerinde 4.0 uygulamaları ve sağlık yönetimine yansımaları*, *Sağlık ve Toplum Dergisi*, 32 (1), 53-63.

- Yeşilyurt, Ö. (2022). *Sağlık yönetiminde yenilikçi yaklaşım*, Efe Akademi Yayınları.
- Yılmaz Y. vd. (2021), Yapay zekâ ve sağlıkta yapay zekânın kullanımına yönelik sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin görüşleri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 12(3), 297-308.
- Yücel, B. Koronavirüs ile Mücadelede Yapay Zekânın ([https://www.sekeris.org.tr/dergi/multimedia/dergi/148\\_koronavirus\\_ile\\_mucadelede\\_yapay\\_zekanin\\_yeri.pdf](https://www.sekeris.org.tr/dergi/multimedia/dergi/148_koronavirus_ile_mucadelede_yapay_zekanin_yeri.pdf).)
- Zhou L-Q, Wang J-Y, Yu S-Y, Wu G-G, Wei Q, Deng Y-B, et al.(2019), *Artificial intelligence in medical imaging of the liver*. *World J Gastroenterol*. 25(6), 672–82.
- Wehde M. (2019), Healthcare 4.0. *IEEE Engineering Management Review*, 47(3), 24-28.
- World Health Organization (WHO). *Ten Threats to Global Health in 2019*, <https://www.who.int/emergencies/ten-threats-to-global-health-in-2019> (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

## **Bölüm 4**

# **YAPAY ZEKÂDA ETİK: RİSKLER, İHLALLER VE GÜNCEL TARTIŞMA KONULARI**

**Hakan KOÇAK<sup>1</sup>**

### **GİRİŞ**

Yapay zekâ kabaca doğada insanlarda ve diğer hayvanlarda bulunan zekaya benzer zekanın makinelerdeki çeşitli yazılımlarla oluşturulan benzerleridir. Genel olarak makineler insanlara özgü öğrenme ve problem çözme fonksiyonlarını simüle ettiklerinde “zeki” olarak nitelendirilmektedir. Yapay zekâ uygulamaları sahip oldukları fonksiyonlara göre zayıf (sadece sınırlı belirli görevleri yapabilen) ve güçlü (insanları tamamen taklit edebilen) şeklinde iki sınıfa ayrılabilir. Ancak Yapay zekâ dediğimiz zaman en azından günümüz için kastedilen zekâ türü zayıf diye nitelendirilen zekadır zira şimdye kadar insanın zekâsının tüm özelliklerine sahip bir yapay zekâ üretilebilmiş değildir.

“Yapay zekâ” terimi ilk defa Dartmouth Koleji’nde genç bir akademisyen olan John McCarthy tarafından 1956 yılında düzenlenen Dartmouth Konferansında birçok farklı alandan bir grup araştırmacının Yapay zekâ alanının temellerinin atılmasına yönelik katıldığı konferansta kullanılmıştır. Konferans bildirisinde konferans kapsamında yapılacak çalışmaların prensip olarak öğrenme ve zekâ yetilerinin bir makinenin simüle edebileceği şekilde kesin ve net olarak tanımlanabileceği varsayımı temelinde ilerleyeceği ve makinelerin dili nasıl kullanacaklarını, soyutlamaları ve kavramları nasıl oluşturacaklarını, insanlar için ayrılmış problem türlerini nasıl çözeceklerini ve kendilerini nasıl geliştireceklerini bulmaya çalışılacakları belirtilmiştir.

Günümüzde pek çok alanda yapay zekâ kullanımı oldukça yaygın hale gelmiştir. İnternet teknolojilerinin gelişimi ve sayısı artan teknolojik yenilikler Yapay zekânın günlük hayatta yaygın olarak kullanımına yol açmış durumdadır. Bu gelişmeler ve teknolojinin beraberinde getirdiği mevcut sosyoekonomik ve etik etkiler Yapay zekâyı yeni tartışmaların odağına taşımıştır. İnternetin getirdiği mevcut risklere (veri güvenliği, yanlış bilgi, izolasyon, vs.) ilave olarak yapay

<sup>1</sup> Dr., Meteoroloji Genel Müdürlüğü, hkocak@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-2491-327X

## KAYNAKÇA

- Abel, D. MacGlashan, J. and Littman, M. L. (2016). Reinforcement learning as a framework for ethical decision making. *The 30th AAAI Conference on Artificial Intelligence, Technical Report WS-16-02*, Feb. 13, 2016, Palo Alto, CA, (pp. 54–61).
- Anderson, M., Anderson, S.L. (2007). Machine ethics: creating an ethical intelligent agent. *AI Mag.* 28(4), 15. Doi: 10.1609/aimag.v28i4.2065
- Asimov, I. (1950). *I, robot*. New York, NY: Gnome Press
- Awad, E., Dsouza, S. Kim, R. (2018). The moral machine experiment. *Nature*, 563(7729), 59–64. Doi:10.1038/s41586-018-0637-6
- Bartneck, C., Lütge, C., Wagner, A., & Welsh, S. (2021). What is ethics? in springer briefs in ethics (pp. 17-26). (Springer Briefs in Ethics). Springer Nature. Doi: 10.1007/978-3-030-51110-4\_3
- Berreby, F., Bourgne, G. and Ganascia, J-G. (2018). Event-Based and scenario-based causality for computational ethics. 17th international conference on autonomous agents and multiagent systems (AAMAS '18), July 10-15, 2018, Stockholm Sweden, (pp. 147–155).
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: paths, dangers, strategies*. Oxford: Oxford University Press.
- Bringsjord, S., Arkoudas, K. and Bello, P. (July-Aug. 2006). Toward a general logicist methodology for engineering ethically correct robots. *IEEE Intelligent Systems*, (21),4, 38-44. Doi: 10.1109/MIS.2006.82.
- Cerka, P., Grigiené, J. and Sirbikytė, G. (2015). Liability for damages caused by artificial intelligence. *Computer Law & Security Review (CLSR)*, (31), 376–89.
- Chalmers, D. J. (2010). The Singularity: A Philosophical Analysis. *Journal of Consciousness Studies*,17(9–10), 7–65.
- Dreyfus, Hubert L. (1972). *What computers still can't do: a critique of artificial reason, second edition*. Cambridge, MA: MIT Press 1992.
- Dreyfus, H.L., Dreyfus, S.E. and Athanasiou, T. (1986). *Mind over machine: The power of human intuition and expertise in the era of the computer*. Oxford: Basil Blackwell.
- Etzioni A., Etzioni, O. (2017). Incorporating ethics into artificial intelligence. *Journal of Ethics*, (21), 403–418. Doi: 10.1007/s10892-017-9252-2
- European Commission (2020). *WHITE PAPER On Artificial Intelligence -A European approach to excellence and trust*, COM(2020) 65. (25/06/2024 tarihinde [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligencefeb2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligencefeb2020_en.pdf) adresinden ulaşılmıştır)
- European Parliament, Council of the EU (2016). *Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)*. (28/06/2024 tarihinde <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=EN> adresinden ulaşılmıştır).
- European Parliament (2019). *EU guidelines on ethics in artificial intelligence: Context and implementation*. (12/07/2024 tarihinde [https://www.europarl.europa.eu/RegData/Etudes/BRIE/2019/640163/EPRS\\_BRI\(2019\)640163\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/Etudes/BRIE/2019/640163/EPRS_BRI(2019)640163_EN.pdf) adresinden ulaşılmıştır).

- Ganascia, J-G. (2007). Modelling Ethical Rules of Lying with Answer Set Programming. *Ethics and Information Technology*, (9) 1, 39–47.
- High-Level Expert Group on AI (HLEG AI). (2019). Ethics guidelines for trustworthy AI [Report / Study]. Brussels: European Commission. (25/07/2024 tarihinde <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/ethics-guidelines-trustworthy-ai> adresinden ulaşılmıştır).
- Kant, Immanuel (ed.) (1788). *Critique of Practical Reason*. New York,: Hackett Publishing Company.
- Kleiman-Weiner, M., Saxe, R. and Tenenbaum, J. B. (2017). Learning a common- sense moral theory. *Cognition*, (167), 107–23.
- Kurzweil, R. (1999). *The Age of spiritual machines: When computers exceed human intelligence*. London: Penguin.
- Lighthill, J. (1973). Artificial intelligence: A general survey. *Artificial intelligence: A Paper Symposion*. London: Science Research Council
- Lin, P. & Bekey, G. & Abney, K. (2008). Autonomous military robotics: risk, ethics, and design. George A. Bekey.
- Magrani, E. (2019). New perspectives on ethics and the laws of artificial intelligence. *Internet Policy Review*, 8(3). Doi:10.14763/2019.3.1420
- Magrani, E., Silva, P., Viola, R. (2019). Novas perspectivas sobre ética e responsabilidade de inteligência artificial [New perspectives on ethics and responsibility of artificial intelligence]. C. Mulholland, & A. Frazao (Ed.), *Inteligência Artificial e Direito: Ética, Regulação e Responsabilidade [Artificial Intelligence and Law: Ethics, Regulation and Responsibility]* içinde. São Paulo: RT.
- Moor, J. (2006). The Nature, importance, and difficulty of machine ethics. *IEEE Intelligent Systems*, (21), 18-21. Doi: 10.1109/MIS.2006.80.
- Müller, V. C. (2016). Autonomous killer robots are probably good news. E. Di Nucci & F. Santoni de Sio (Ed.), *Drones and responsibility: Legal, philosophical and socio-technical perspectives on the use of remotely controlled weapons* içinde (pp. 67–81). London: Ashgate.
- Müller, V. C. (2021). Ethics of artificial intelligence. Anthony Elliott (Ed.), *The Routledge Social Science Handbook of AI* içinde (122-137). London: Routledge
- Nath, R., & Sahu, V. (2017). The Problem of machine ethics in artificial Intelligence. *AI & Society*, 1–9.
- O’Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction, how big data increases inequality and threatens democracy*. New York, NY: Broadway Books.
- Özmen, M. C. (2019). *Ethics of artificial intelligence: moral responsibility of self-driving cars and sex robots*. (Master tezi, Middle East Technical University, Ankara). Erişim adresi: <https://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12623792/index.pdf>
- Pieper, A. (1999). *Etiğe giriş*. (Veysel ATAYMAN, Gönül SEZER, Çev. Ed.). İstanbul: Ayrintı Yayınları.
- Powers, T. M. (2006). Prospects for a kantian machine. *IEEE Intelligent Systems*, (21) 4, July-Aug. 2006.
- Powers, T.M. & Ganascia, JG. (2020). The Ethics of the ethics of AI. In Dubber, M.D., Pasquale, F. & Das, S. (eds.), *The Oxford Handbook of Ethics of AI* (Oxford Academic, p.26-51). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190067397.013.2>

- Sloman, A., & Croucher, M. (1981). Why robots will have emotions. *international joint conference on artificial intelligence*, August 24 – 28 1981, Vancouver BC Canada.
- Sparrow, R. (2007). Killer robots. *Journal of Applied Philosophy*, 24(1): 62–77. Doi:10.1111/j.1468-5930.2007.00346.x
- Trausan-Matu, S. (2003). Psihologia roboților, G.G. Constandache (Ed.), *Oglinda conștiinței* içinde (s. 186-196). București: Politehnica Press
- Trausan-Matu, Stefan. (2020). Ethics in artificial intelligence. *International Journal of User-System Interaction*, (13), 136-148. Doi: 10.37789/ijusi.2020.13.3.2.
- Verbeek, P. (2011). *Moralizing technology: understanding and designing the morality of things*. Chicago; London: The University of Chicago Press.
- Wallach W., Allen C. & Smit I. (2008). Machine morality: Bottom-up and top-down approaches for modeling human moral faculties. *AI & Society*, 22(4), 565-582.
- Yeung, K. and Lodge, M. (2019). Algorithmic regulation: An introduction. Karen Yeung and Martin Lodge (Ed.), *Algorithmic Regulation* içinde. Oxford: Oxford University Press.

## **Bölüm 5**

# **TÜRKİYE’DE PLANLI KALKINMAYI HEDEFLEYEN TEKNOLOJİ POLİTİKALARININ MUKAYESELİ ANALİZİ**

**Yusuf Cemalettin ÇOPUROĞLU<sup>1</sup>  
Murat ŞAHİN<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Teknoloji, şüphesiz ülkelerin geleceklerini ve toplumların refahını olumlu etkileyen bir olgudur. Dahası ülkelerin kalkınmasının yegâne büyük önemi olarak görülmektedir. Nitekim ülkemizde kalkınma planlarının içerisinde teknolojiye dayalı kalkınmanın sağlanmasına yönelik çeşitli politikalar her kalkınma planı içerisinde yer almıştır. Bu politikalar çalışmada 1963 – 2023 yıllarını kapsayan on bir kalkınma planı çerçevesinde ortaya konulmaktadır.

Teknoloji, küresel çağda ülkelerin birbiri ile rekabetindeki en büyük araçtır. Bu sebeple ülkeler rakipleri ile aralarındaki gelişmişlik düzeylerini belirlemede teknolojik gelişmişlik kriterini dikkate almaktadır. Bu kriter ulusların geleceklerini sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda değişime dönüştürecek değerleri bünyesinde barındırmaktadır. Nitekim bu değerler de toplumların varlıklarını yeryüzünde kalıcı kılmakla beraber toplulukların yaşam standartlarını dünyada yaşayan diğer insanlardan daha üst noktalara taşımaktadır. Bugün çağın ötesinde ilerleyen teknoloji, ekonomik ve refah açısından birçok ulusun toplumsal başarısını doğrudan etkilemektedir.

Dünyada doğal kaynaklar sınırlıdır. Ancak teknolojik ilerleme sınırsızdır. Teknoloji, toplumsal bilgileri nitelikli ve katma değerli çıktılara dönüştürmede kendine has bir özellik taşımaktadır. Bu özellik sayesinde doğal kaynaklar etkin kullanılarak sürdürülebilir büyüme sağlanabilmektedir. Bugün bilgi ve bilgiye dayalı ürünler ihraç eden ülkelerin diğer ülkelere daha fazla gelir elde ettiği bilinmektedir. Bu gelir toplum içindeki bölüşmeye konu olduğunda da

<sup>1</sup> Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kurumlar Sosyolojisi AD. ccopuroglu@firat.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-0350-0986

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi, academic@mrtshn.com, ORCID iD: 0000-0001-8422-1350

olan Kyzikos kentinde de bu tapının önemli bir yer tuttuğunu, Herodotos'un verdiği bilgi doğrultusunda öğrenmekteyiz. Ana tanrıça adına yapılan ayinlerden de bahseden Herodotos Kybele tapınının bu bölgedeki etkisi gözler önüne sermektedir (Özkan, 2016, s. 660).

Paganist inanç sisteminin kabul gördüğü Lidya coğrafyasında tıpkı Phrygia uygarlığında olduğu gibi Kybele tapınımı kabul görmüştür. Hatta Tanrıça adına bir tapınım alanı da yapmışlardır. Kybele tıpkı Phryglerde olduğu gibi kadın biçiminde betimlenmiştir. Yine çoğunlukla aslanlarıyla betimlenmiştir (Konyar, 2013, s. 260).

## **SONUÇ**

Söz konusu olan durum dâhilinde kadının doğurganlığının ve aile içinde ki yerinin daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Buradan yola çıkarak da sosyal yaşam içersin de “ana” kavramına “ana tanrıça” sıfatı da kesin bir şekilde eklenmiştir. İnanç olgusunun insanoğlunun hayatına girmesi ile birlikte sosyal yaşam içerisinde tapınım hep önemli bir yer bulmuştur. Kimi zaman bir tanrıya kimi zaman da bir tanrıçaya tapınan insanoğlu, bu tapınım sırasında kendi kültüründen de ödün vermemiştir. Kybele'yi İç Anadolu'da başka motifler ile Ege bölgesinde de bir başka motifler ile görebilmekteyiz. Bu da son derece normal bir durumdur. Çünkü tapınım olduğu yer hem tapınımı hem de tapınanı yakından etkilemiştir.

Özellikle demir çağlarında Kybele ve Ana tanrıça tapınının bu denli geniş kitlelere yayılmasında kadının toplumdaki yerinin başkalaşmasından kaynaklanmaktadır. Kadının sosyal yaşam içerisindeki konumu bu tapınımı yakından etkilemiştir. Zaman içerisinde yapılacak arkeolojik çalışmalar bilimsel araştırmalar Anadolu'da var olan Kybele yani Ana Tanrıça tapınının önemini daha da belirgin bir şekilde ortaya koyacaktır. Kybele Anadolu tarihi coğrafyasında hep var olan ve hep de var olacak bir isim olarak kalacaktır.

## **KAYNAKÇA**

- Acaranlı, E. (2019). *Kybele kültü* (Bitirme tezi). Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Albayrak, C. (2007). *Anadolu'da Kybele-Attis kültü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, Ş. (2018). *Anadolu'da kadın on bin yıldır eş, anne, tüccar, eş*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Demirdağ, M. F. (2017). Ana tanrıça ikonografisi ve anaerkillik. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(6), 6-18.



- Engin, A. D. (2013). *Anadolu'daki tarih öncesi ana tanrıça figürlerinin mısır pastası ve metal kullanılarak çağdaş takı formunda yorumlanması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Konyar, E. (2013). Demir Çağı'nda Anadolu kadını: Urartu, Frig ve Lidya. Çaykara, E. (Ed.), *Muhibe Darga, Anadolu'da Kadın: On Bin Yıldır Eş, Anne, Tüccar, Kraliçe* içinde (241, 267). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Meral, K. & Çakmak, T. A. (2021). Tanrıça Kybele'nin Mysia Bölgesindeki İzleri. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 45(2), 177-196.
- Özgül, E. (2023). *Eski Anadolu toplumlarında tanrıça tasvirleri (MÖ 2. Binyılın Sonuna Kadar)* (Yayınlanmamış doktora tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Özkan, E. B. (2016). Antik literatürden örneklerle Akdeniz dünyasında Kybele kültürü. *PHILIA, Suppl. 1*, 657-681.
- Özmen, S. S. (2016). Anadolu'da ana tanrıça Kybele kültürü. *Humanitas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (07), 381-397.
- Polat, E. (2024). Askeri bir şahsiyet: II. Kyros. Polat, E. (Ed.), *Arkeoloji alanında uluslararası akademik çalışmalar*. Ankara: Serüven Yayınevi, 47-63.
- Polat, E. (2023). Cumhuriyet ve arkeoloji teması: Van ili örneği. *Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Cumhuriyet Özel Sayısı), 404-412.
- Roller, L. E. (2004). *Ana tanrıça'nın izinde: Anadolu Kybele kültürü*. (Çev. Betül Avunç). İstanbul: Homer Kitapevi.
- Yıldız, S. & Özerden, S. T. (2017). Anadolu'da ana tanrıça kültürü. Gölen, Z., Serbestoğlu, İ. (Ed.), *New Trends In Social And Liberal Sciences-2*, içinde (305-316). Ankara: Gece Kitaplığı.

## **Bölüm 7**

# **KADIN CİNAYETLERİNİN TÜRK MEDYASINDA TEMSİLİ VE ETİK İHLALLER**

**Çiğdem BAŞFIRINCI<sup>1</sup>  
Naciye Ece DOĞAN<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Kadın cinayetleri toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin ulaşabileceği en son noktadır. Bu haliyle bütün dünyada yaygın biçimde karşımıza çıkan bir insan hakları krizi olarak kadın cinayetleri, Türkiye’de de ciddi boyutlara ulaşmıştır. Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonunun verilerine göre Türkiye’de 2023 yılında işlenen kadın cinayeti sayısı 438’dir. Ortaya konan uluslararası verilere göre Türkiye, %38 oranı ile kadınların en fazla şiddete maruz kaldığı OECD ülkesi olarak birinci sırada yer almaktadır (<https://turkiyeraporu.com/arastirma/kadina-yonelik-siddette-dunya-liderligi-11275/>). Bilimsel araştırmalar kadın cinayetlerinin ayrımcılık temeline dayanan kültürel kalıplar ve bu kültürel kalıplardan beslenen ataerkil ideoloji tarafından üretildiğini savunmaktadır (Butler, 2011). Üretilen bu kültürel kalıplar, siyaset, hukuk ve medya gibi kamusal veya özel kurumlara ait söylemler aracılığıyla pekiştirilmekte ve yeniden inşa edilmektedir (Lazar, 2007). Yargı, yasama ve yürütmenin yanı sıra demokratik sistemin merkezinde yer alan bağımsız bir kurum olan ve “dördüncü güç” olarak da bilinen medyanın bu konudaki söylemleri, kamuoyu üzerinde yaratılan algı açısından stratejik bir öneme sahiptir. Keza alandaki birçok araştırma göstermektedir ki medya kamuoyunu şekillendiren ve izleyicilerin olayları algılama biçimlerini etkileyen önemli bir güçtür (Price vd. 1997). Bu kapsamda, kadın cinayetlerine yönelik kamuoyunda oluşan bakış açısının medya tarafından nasıl yönlendirildiğini anlamak son derece önemlidir. Keza, haberin sunuluş biçimi, konuya ilişkin bakış açısını doğrudan etkilemektedir. Bu alandaki bilimsel çalışmalara bakıldığında, kadın cinayetlerine ilişkin haberlerin kapsamını ve içeriğini analiz eden birçok çalışmanın olduğu anlaşılmaktadır (Bkz. Richards vd. 2014; Sela-Shayovitz, 2018;

<sup>1</sup> Prof. Dr., Trabzon Üniversitesi, [cigdem.basfirinci@gmail.com](mailto:cigdem.basfirinci@gmail.com), ORCID iD: 0000-0003-1194-9804

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Trabzon Üniversitesi, [ecedgan@gmail.com](mailto:ecedgan@gmail.com)

Ancak, medyanın kadın cinayetlerine yaklaşımının olumlu etkileri de olabilir. Medya, kadın cinayetlerini haber yaparak toplumu bilinçlendirebilir ve kamuoyunu harekete geçirebilir. Bu sayede, kadın cinayetlerinin önlenmesi için toplumsal farkındalık artırılabilir ve etkili politikaların oluşturulmasına katkı sağlanabilir.

Medyanın kadın cinayetlerine yaklaşımı toplum üzerinde derin etkiler bırakır ve bu etkilerin çoğu zaman istenmeyen sonuçlara yol açabilir. Medyanın bu konuda sorumluluk sahibi bir şekilde yaklaşması, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güvenliği açısından önemlidir. Kadın cinayetlerinin haberleştirilmesinde duyarlılık ve dengeli bir yaklaşım, toplumda gerçek anlamda bir değişim yaratabilir ve kadınların güvenliğini sağlamak için önemli bir adım olabilir.

## **KAYNAKÇA**

- Adasal, R. (1975). *Normal ve anormal cinsiyet ve evlilik*. Ankara: Gürsoy Basımevi.
- Akşam Gazetesi (2013). (4.4.2024 tarihinde <https://www.aksam.com.tr/guncel/ozel-harekat-polisi-dehset-sacti3-olu/haber-248541> adresinden ulaşılmıştır).
- Aldrete, M. ve Fernández-Ardèvol, M. (2024). Framing femicide in the news, a paradoxical story: A comprehensive analysis of thematic and episodic frames. *Crime, Media, Culture*, 20(3), 231-249.
- Altun, A., Gencil Bek, M. ve Altun, E. (2007). Aile içi şiddet haberlerinin üretim süreci ve medya profesyonelleri. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(2):9-61.
- Amnesty International (1999). Pakistan Honour killings of girls and women. (14.07.2024 tarihinde [web.amnesty.org/library/Index/engASA330181999-70k](http://web.amnesty.org/library/Index/engASA330181999-70k) adresinden ulaşılmıştır.)
- Arar, Y. B. (2017). Kadın cinayetlerinde şiddeti sergilemek: Şefika etik vakası üzerine bir inceleme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 104-123.
- Arslan, M. (2017). İktidar ve medyatik şiddet: Özgecan Aslan ve Şefika Etik cinayetleri analizi. *Marmara İletişim Dergisi*, (27), 135-160.
- Avcı, F., ve Güdekli, İ. A. (2018). Toplumsal cinsiyet ve medya ilişkisi: Yazılı basında kadına şiddet ve kadın cinayetleri haberleri üzerine bir analiz. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 475-506.
- Beauvoir, S. (2010). *Kadın II "İkinci Cins" Evlilik Çağı*, (Çev. Bertan Onaran). İstanbul: Payel Yayınları, 81.
- Bilgili, N. ve Vural, G. (2011). Kadına yönelik şiddetin en ağır biçimi: Namus cinayetleri. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 14(1), 66-72.
- Bouzerdan, C. ve Whitten-Woodring, J. (2018). Killings in context: An analysis of the news framing of femicide. *Human Rights Review*, 19, 211-228.
- Brodie, N. (2021). Ideal victims and familiar strangers: Non-intimate femicide in South African news media. *African Journalism Studies*, 42(3), 82-99.
- Bullock, C. F. ve Cubert, J. (2002). Coverage of domestic violence fatalities by newspapers in Washington State. *Journal of Interpersonal Violence*, 17(5), 475-499.
- Butler, J. (2011). *Bodies that matter: On the discursive limits of sex*. Routledge.

- Caputi, J. ve Russell, D. (1990). Femicide: Speaking the unspeakable. *Ms.: The World of Women*, 1(2), 34-37.
- Çelenk, S. (2010). Kadınların medyada temsili ve etik sorunlar. *Televizyon Haberciliğinde Etik*, 229-236.
- Ceylanlı, B. ve Kanlı, İ. (2020). KKTC’de yaşanan kadın cinayetlerinin basındaki yansımaları: Ana akım ve alternatif gazete karşılaştırması. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (35), 238-261.
- Dursun, Ç. (2008). *Kadına yönelik aile içi şiddet ve haber medyası: alternatif bir habercilik*. TC Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Dursun, Ç. (2010). Kadına yönelik şiddet karşısında haber etiği. *Fe Dergi*, 2(1), 18-32.
- Ege Telgraf Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.egetelgraf.com/etiket/canan-ceviren/> adresinden ulaşılmıştır).
- En Son Haber (2017). <https://www.ensonhaber.com/ic-haber/tore-boyle-gerektiriyor-deyip-kardesini-oldurdu>(Erişim: 4.4.2024).
- Erdoğan, Ş. B. (2022). Türkiye’de kadın cinayetlerinin gündem oluşturma etkisi ve medya- tik bilinç üretimi. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (73), 275-286.
- Evrensel Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.evrensel.net/haber/396853/baba-erkek-arkadasi-var-diye-lise-ogrencisi-kizini-oldurdu> adresinden ulaşılmıştır).
- Faraç M (1998). *Töre kısıncında kadın*. İstanbul: Çağdaş Yayınları.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları.
- Gazioğlu, E. (2013). Kadın cinayetleri: Kavramsallaştırma ve sorunlu yaklaşımlar. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 7(30), 89-100.
- Gencil Bek, M. ve Binark, M. Medyada Kadın, Ankara Üniversitesi Kasaum, (14.07.2024 tarihinde [www.kasaum.ankara.edu.tr/kasaumegitimaraclari.html](http://www.kasaum.ankara.edu.tr/kasaumegitimaraclari.html) adresinden ulaşılmıştır).
- Gencil Bek, M. (2011). Ataerkillik, piyasa ve mesleki değerler: medyada aile içi şiddetin temsili ve üretim pratikleri. *Bir Arpa Boyu içinde, Prof. Dr. Nermin Abadan Unat’a Armağan, (Der.) S. Sançar, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları*.
- Gillespie, L. K., Richards, T. N., Givens, E. M., ve Smith, M. D. (2013). Framing deadly domestic violence: Why the media’s spin matters in newspaper coverage of femicide. *Violence against women*, 19 (2), 222-245.
- Godenzi, A. (1992) *Cinsel Şiddet*. İstanbul: Ayrıntı.
- Gökulu, G. ve Hosta, N. (2013). Basında kadına yönelik şiddet haberlerinin analizi: Hürriyet, sabah ve posta gazeteleri örneği (2005-2008). *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(2).
- Gül, S. S. ve Altındal, Y. (2015). Medyada kadın cinayeti haberlerindeki cinsiyetçi izler: Radikal Gazetesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (24), 168-188.
- Güneş, G. ve Yıldırım, B. (2019). Cinsiyet temelli bir savaş: kadın cinayetlerinin medyada temsili üzerine bir değerlendirme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(3), 936-964.
- Habertürk Gazetesi (2020). <https://www.haberturk.com/son-dakika-kiskanclik-vahseti-pompali-ile-katletti-2915732> (Erişim: 4.4.2024).
- Honor Killings Culture and Society (2004). Honor Killings. (14.07.2024 tarihinde [www.eruditiononline.com/01.04/honor\\_killings.htm](http://www.eruditiononline.com/01.04/honor_killings.htm) adresinden ulaşılmıştır).
- Hürriyet Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/selda-tasin-katil-zanlisi-esi-aldatiyordu-oldurdum-41702141> adresinden ulaşılmıştır).

- İbiloğlu, A. O. (2012). Aile içi şiddet. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(2), 204-222.
- İhlas Haber Ajansı (2018). (4.4.2024 tarihinde <https://www.haberler.com/mersin-de-vah-set-11496025-haberi/> adresinden ulaşılmıştır).
- İnci, Ü. H. (2013). Basında Yer Alan Namus Cinayetlerinin Sosyolojik Analizi. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 2 (3): 282-296.
- Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu (2021). (4.4.2024 tarihinde <http://www.kadincinayetleriniurduracagiz.net/veriler/2947/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-2020-raporu> adresinden ulaşılmıştır).
- KA-MER (2005) Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgeleri'nde "namus" kisvesi altında işlenen cinayetler ile mücadelede kalıcı yöntemler geliştirme projesi" 2005 raporu. (4.4.2024 tarihinde <http://www.kamer.org.tr/rapor/2005NCRapor.doc> adresinden ulaşılmıştır).
- Kandiyoti, D. (1995). *Ataerkil Örüntüler: Türk Toplumunda Erkek Egemenliğinin Çözümlemesine Yönelik Notlar, Kadın Bakış Açısından 1980'ler Türkiye'sinde Kadın*. Der. Şirin Tekeli. İstanbul: İletişim Yayınevi. 367-382.
- Kardam, N. (1991). *Bringing women in: women's issues in international development programs*. Lynne Rienner Publishers.
- Kocagazıoğlu, B. N. A. S. Y., Arda, Ö. E. ve Gölge, Z. B. (2016). Basında kadına yönelik şiddet haberlerinin ele alınış biçimlerinin karşılaştırılması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19, 64-72.
- Koyuncu, B. (2019). (4.4.2024 tarihinde <http://hizmetgazetesi.com.tr/?p=32858> adresinden ulaşılmıştır).
- Lazar, M. M. (2007). Feminist critical discourse analysis: Articulating a feminist discourse praxis. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141-164.
- Lloyd M. ve Ramon S. (2017). Smoke and mirrors: U.K. Newspaper representations of intimate partner domestic violence. *Violence Against Women*, 23(1), 114-139.
- Milliyet Gazetesi (2015). (4.4.2024 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/gundem/tartistigi-esine-kursun-yagdirirdi-2139640> adresinden ulaşılmıştır).
- Milliyet Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/gundem/pinardan-4-gundur-haber-yok-6264051> adresinden ulaşılmıştır).
- Özübek, T. (2013) Aile içi şiddet ve medya: televizyonda şiddetin görünürlüğü ve yeniden üretilmesi, *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1),88-98.
- Posta Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.posta.com.tr/istanbulda-ogretim-gorevlisi-aylin-sozer-eski-sevgilisi-tarafindan-yakilarak-olduruldu-2295292> adresinden ulaşılmıştır).
- Pröll, F. ve Magin, M. (2022). Framing feminicides—A quantitative content analysis of news stories in four Colombian newspapers. *Journalism and Media*, 3(1), 117-133.
- Richards, T. N., Gillespie, L. K. ve Smith, M. D. (2014). An examination of the media portrayal of femicide-suicides: An exploratory frame analysis. *Feminist Criminology*, 9(1), 24-44.
- Sabah Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/baba-uygunsuz-goruntu-iddiasıyla-kizini-oldurmustu-o-goruntudeki-kisi-seyma-yildiz-degilmis> adresinden ulaşılmıştır).
- Sabah Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/gundem/2020/12/07/son-dakika-yasemin-aydin-cinayetinin-detaylari-ortaya-cikti-aldattigi-icin-oldurdum> adresinden ulaşılmıştır).

- Sabah Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/yasam/2020/12/05/konyada-korkunc-vahset-kacarak-evlendigi-4-aylik-esinin-bogazini-kesti> adresinden ulaşılmıştır).
- Sakarya Yeni Haber (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.sakaryayenihaber.com/haber/6672899/yasemin-aydin-cinayetinde-sok-ifade-beni-aldatti> adresinden ulaşılmıştır).
- Sela-Shayovitz, R. (2018). 'She knew he would murder her': The role of the media in the reconstruction of intimate femicide. *Journal of comparative social work*, 13(1), 11-34.
- Sever, A. and Yurdakul, G. (2001). Culture of honor, culture of change: A feminist analysis of honor killings in rural Turkey. *Violence Against Women*, 7 : 964 – 999 .
- Sözcü Gazetesi (2014). (4.4.2024 tarihinde [https://www.sozcu.com.tr/2014/yasam/cani-kocaya-muebbet-hapis-497920/?utm\\_source=dahafazla\\_haberveutm\\_medium=freeveutm\\_campaign=dahafazlahaber](https://www.sozcu.com.tr/2014/yasam/cani-kocaya-muebbet-hapis-497920/?utm_source=dahafazla_haberveutm_medium=freeveutm_campaign=dahafazlahaber) adresinden ulaşılmıştır).
- TCK (2004). (4.4.2024 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/> adresinden ulaşılmıştır).
- Tekeli, E. S. (2016). Kadın cinayetlerinin haberleştirilmesi bağlamında medya etiğini yeniden tartışmak: Habertürk gazetesi örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 129-142.
- Tezcan, M. (1999). *Ülkemizde aile içi töre ya da namus cinayetleri. Töre cinayetleri- panel bildiri kitabı*, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Bakanlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- TGC (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti), (2016). Kadın ve Medya Toplumsal Cinsiyet Eşitlikçi Haber Kılavuzu. (14.07.2024 tarihinde [https://www.tgc.org.tr/images/kadin\\_ve\\_medya\\_kilavuz.pdf](https://www.tgc.org.tr/images/kadin_ve_medya_kilavuz.pdf) adresinden ulaşılmıştır).
- TRT Haber (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/yasemin-aydin-cinayetinin-zanlisi-tutuklandi-536726.html> adresinden ulaşılmıştır).
- Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Komisyonu (2005) Töre ve Namus Cinayetleri. Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Komisyon 71Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 2011; 14: 1 Raporu. [http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tbmm\\_basin\\_aciklamalari](http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tbmm_basin_aciklamalari) adresinden ulaşılmıştır).
- Van Dijk, T. (1988). *News as Discourse*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Yeni Asır Gazetesi (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.yeniasir.com.tr/eg/manisa/2020/12/14/onu-kotuluk-dolu-kalbinden-vurdum> adresinden ulaşılmıştır).
- Yılmaz, E. ve Ören, B. (2021). Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin medyada yansımaları. *Atatürk Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 46-53.
- Yurtseven, C. (2020). (4.4.2024 tarihinde <https://www.indyrturk.com/node/194991/haber/tedavi-edilmezse-tehlikeli-oluyor-bir%C3%A7ok-kad%C4%B1n-cinayetinin-ard%C4%B1nda-morbid> adresinden ulaşılmıştır).

## Bölüm 8

# TÜRKİYE’NİN DIŞ POLİTİKASINA ETKİ EDEN DEĞİŞKENLER

Sefer YILMAZ<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Akademisyen Yayınevi tarafından 2019 yılında yayımlanan *Dış Politika Analizinde Bir Sistem Yaklaşımı* isimli çalışmada, sistem yaklaşımının dış politikaya nasıl uyarlanabileceği konusunda bir model önerisi yapılmıştı (Yılmaz, 2019). Bu çalışmaya göre dış politika olarak tanımlanan siyasi olgu, “değişkenler” olarak adlandırılan iç etkenler ile “parametreler” olarak nitelendirilen dış etkenlerin etkileşimi sonucunda girdilerin çıktılara dönüştürüldüğü bir sürece verilen isimdi.

2022 yılında yayımlanan *Dış Politika Sürecine Etki Eden Parametreler* adlı bölümde, söz konusu holistik yaklaşım sürecine etki eden dış etkenlerden belli başlıları, 2023 yılında yayımlanan *Dış Politika Sürecine Etki Eden Değişkenler* adlı bölümde ise, dış politika sürecine etki eden iç etkenler “alt sistemler” ya da “değişkenler” başlığı altında ele alınmıştı (Yılmaz, 2022; Yılmaz, 2023). Bu çalışmada ise, söz konusu önceki çalışmalar ışığında, somut olarak Türkiye’nin dış politikasına etki eden değişkenler; jeopolitik, tarihi, coğrafi, demografik, siyasi ve ekonomik unsurlar bakımından ele alınarak belirlenmeye ve açıklanmaya çalışılacaktır. Sosyolojik ve psikolojik değişken unsurlarına ise, hacminin genişliği nedeniyle bir başka çalışmada yer verilecektir.

### JEOPOLİTİK UNSURLAR

Jeopolitik bir devletin büyük devlet olup olmayacağını belirleyen en temel veriler setidir. Şayet bir devletin ülkesinin genişliği, nüfusunun büyüklüğü, ekonomisinin gelişmişliği, askeri gücü, kendisine uluslararası sistemi ciddi bir şekilde etkileme fırsatı sağlıyorsa, bu devlete ‘büyük devlet’ denilmektedir (Ayata, 2011, s. 176). Bu açıdan bakıldığında jeopolitik, her ne kadar coğrafyanın olgularla ilişkisini ön plana çıkarıyorsa da, aslında bir devletin güç unsurlarının bütününe işaret

<sup>1</sup> Prof. Dr. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon AD, seferyilmaz@aybu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8784-2777



değişkenlerin etkilerinin de nazara alınmasına ve teferruatlıca analiz edilmesine bağlıdır. Bu çalışmanın bu bağlamda araştırmacılara ve uygulayıcılara dış politika analizlerinde ışık tutması beklenmektedir.

## KAYNAKÇA

- AK Parti (2002). Seçim beyannamesi. Ankara. (21.07.2024 tarihinde <https://www.akparti.org.tr/media/318780/3-kasim-2002-genel-secimleri-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf>, adresinden ulaşılmıştır).
- AK Parti (2007). Seçim beyannamesi. Ankara. (21.07.2024 tarihinde <https://www.akparti.org.tr/media/o0omydr3/22-temmuz-2007-genel-secimleri-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf>, adresinden ulaşılmıştır).
- AK Parti (2011). Seçim beyannamesi. Ankara. (21.07.2024 tarihinde <https://www.akparti.org.tr/media/iesaeuoj/12-haziran-2011-genel-secimleri-secim-beyannamesi.pdf>, adresinden ulaşılmıştır).
- Aka, H. B. (2013). Soğuk savaş sonrası Türk dış politikasının değişen paradigmaları. Hasret Çomak ve Caner Sancaktar (Ed.), *Türk Dış Politikasında Yeni Yönelimler* içinde. İstanbul: Beta.
- Ayata, A. (2011). Türkiye'nin Ortadoğu politikası, Azmi Özcan (Ed.), *Değişen Dünyada Türk Dış Politikası* içinde. Ankara: Nobel.
- Aydın, M. (1999). Determinants of Turkish foreign policy: historical framework & traditional inputs, *Middle Eastern Studies*, 35(4): 152-186.
- Bilgin, P. (2007). Only strong states can survive in Turkey's geography: the uses of geopolitical truths in Turkey, *Political Geography*, 26(7): 740-756.
- Cem, İ. (2001). *Turkey in the New Century: speeches and Texts Presented at International Fora (1995-2001)* (2. Baskı). Lefkoşa: Rustem.
- Çağlar, E. ve Mumcu, O. (2006). Türkiye'nin nüfusu zenginlik kaynağı olabilir mi? *Ekonomi Politikaları Araştırma Enstitüsü Politika Notları*. TEPAV.
- Çakmak, H. (2012). *Türk dış politikası 1919-2012* (2. Baskı). Ankara: Barış Kitapevi.
- Çalış, Ş. H. (2010). *Hayalet bilimi ve hayali kimlikler, neo-Osmanlılık, Özal ve Balkanlar*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Çavuş, T. (2012). Dış politikada yumuşak güç kavramı ve Türkiye'nin yumuşak güç kullanımını, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2): 23-37.
- Çemrek, M. ve Aksoy, M. (2010). Türk dış politikasında kimlik sorunsalı, Ertan Efeğil ve Cüneyt Yenigün (Ed.), *Türkiye'nin Değişen Dış Politikası* içinde. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çiftçi, K. (2010). *Tarih, kimlik ve eleştirel kuram bağlamında Türk dış politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Davutoğlu, A. (2011). *Stratejik derinlik Türkiye'nin uluslararası konumu*. İstanbul: Küre yayınları.
- Dugin, A. (2003). *Rus jeopolitiği*, V. İmanov (Çev.). İstanbul: Küre Yayınları.
- Efeğil, E. (2011). Türk dış politikasında eksen kayması sorunsalı: batı yöneliminden Anadolu merkezli anlayışa geçiş mi? Azmi Özcan (Ed.), *Değişen Dünyada Türk Dış Politikası* içinde. Ankara: Nobel Yayın.
- Ercan, A. (2013). Türk dış politikasında gelenek dışı aktörler, Hasret Çomak ve Caner Sancaktar (Ed.). *Türk Dış Politikasında Yeni Yönelimler* içinde. İstanbul: Beta.



- Erdoğan, R. T. (2012). *Küresel barış vizyonu*. İstanbul: Medeniyetler İttifakı Enstitüsü Yayınları.
- Fuller, G. E. (2011). *Yükselen bölgesel aktör yeni Türkiye Cumhuriyeti*, Mustafa Acar (Çev.). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Gözen, R. (2001). Türk Amerikan ilişkileri ve Türk demokrasisi: realist bağlantı, S. H. Çalış, İ. Dağı ve R. Gözen (Ed.), *Türkiye'nin Dış Politika Gündemi* içinde. Ankara: Liberte Yayınları.
- Güngör, E. (1980). *Türk kültürü ve milliyetçilik*. İstanbul: Ötüken Yayınevi.
- Gürün, K. (1983). *Dış ilişkiler ve Türk dış politikası*. Ankara: A.Ü. SBF Yayınları.
- Karabulut, B. (2005). *Strateji, jeostrateji, jeopolitik*. Ankara: Platin Yayınları.
- Karpat, K. (2003). *Türkiye ve Orta Asya*. Hakan Gür (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Karpat, K. H. (2012). *Türk dış politikası tarihi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kekevi, S. (2004). *Batının çöküşü ve Türk dış politikası*. İstanbul: IQ Kültür-Sanat Yayıncılık.
- Kirişçi, K. (1994). Uluslararası sistemdeki değişmeler ve TDP yeni yönelimleri, Faruk Sönmezoğlu (Ed.), *Türk Dış Politikasının Analizi* içinde. İstanbul: Der Yayınları.
- Kirişçi, K. (2009). Türkiye daima kendisini AB'ye yakınlaştıracak politikalar izlemelidir, Habibe Özdal et.al. (Ed.), *Mülakatlarla Türk dış politikası Cilt I*. İçinde. Ankara: USAK Yayınları.
- Krebs, R. R. ve Levy, J. S., Demographic change and the sources of international conflict, Myron Weiner and Sharon Stanton Russell (Eds.), *Demography and National Security*, Providence, R.I., Bergahn Books.
- Mahan, A. (2003). *Deniz gücünün tarih üzerine etkisi*, (3.Basım). İstanbul: Q Matris.
- Morgenthau, H. (1993 [1948]). *Politics among nations*, (Brief ed.), Revised by Kenneth W. Thompson, New York, NY: McGraw Hill.
- Organski, K. ve Organski, A. F. K. (1961). *Population and world power*, New York, NY: Alfred A. Knopf.
- Özey, R. (2002). *Türkiye Coğrafyası ve jeopolitiği*. İstanbul: Aktif Yayınevi.
- Rosenau, J. N. (2006). *The Study of world politics theoretical & methodological challenges*. Oxon, Routledge.
- Sanberk, Ö. (2005). Türk dış politikasının dayanakları, *Stratejik Öngörü*, 2(5): 4-18.
- Sander, O. (1998). Türk dış politikasında sürekliliğin nedenleri, Melek Fırat (Ed.), *Türkiye'nin dış politikası* içinde. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sander, O. (2013). *Türkiye'nin dış politikası*, (4.Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Sinkaya, B. (2015). Ortadoğu siyasetine giriş: temel faktörler, aktörler ve dinamikler, ORSAM, 1: 1-32.
- T.C. Anayasası (1982). Anayasa, 9/11/1982, Tertip: 5, Cilt: 22, Sayfa: 3, (21.07.2024 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2709&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>, adresinden ulaşılmıştır).
- Tezkan, Y. (2007). *Jeopolitik yazılar*. İstanbul: Ülke Yayınları.
- Tiğ, A., Baydaroğlu, İ. ve Pehlivan, S. (2012). *Recep Tayyip Erdoğan ne diyor?* İstanbul: Kim Ne Diyor.
- Tür, Ö. (2011). "Economic relations with the Middle East under the AKP-trade, business community and reintegration with neighboring zones", *Turkish Studies*, 12(4): 589-602.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) (2011). İstatistik göstergeler 1923-2011, Ankara.

*Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler VII*

- Uslu, N. (2006). *Türk dış politikası yol ayrımında: soğuk savaş sonrasında yeni sorunlar, yeni imkânlar ve yeni arayışlar*. İstanbul: Anka Yayınları.
- Uzun, T. (1998). Uluslararası politik sistemin değişimi, yen, uluslararası düzen ve Türkiye, *Amme İdaresi Dergisi*, 31(4): 79-95.
- Yeşiltaş, M. ve Balcı, A. (2011). AK parti dönemi Türk dış politikası sözlüğü: kavramsal bir harita, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2: 9-35.
- Yılmaz, S (2019). A 'systems approach' for foreign policy analysis, in Harun Bal (Ed.) Economics and politics, (pp.1-14). Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Yılmaz, S. (2022). Dış politika sürecine etki eden parametreler, Neslihan Coşkun Karadağ & Abdullah Balcioğulları (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler III*, (165-176) içinde. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Yılmaz, S. (2023). Dış politika sürecine etki eden değişkenler, Serkan Yılmaz Kandır, Harun Bal, İlksun Didem Ülbeği (Ed.), *Ekonomi ve Yönetim Bilimlerinde Güncel Akademik Araştırmalar III* (s.15-30). İçinde. Ankara: Akademisyen Kitabevi.

## **Bölüm 9**

# **Z KUŞAĞININ SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN KOZMETİK ÜRÜN SATIN ALMA TUTUMLARI İLE KİŞİSEL DEĞERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

**Haydar Kerem HOŞGÖR<sup>1</sup>  
Polat CAN<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Tüketici davranışı, pazarlamanın temel konularından biri olup insan davranışının alt kategorilerinden birini oluşturmaktadır. İnsan davranışı, bireyin çevresiyle etkileşime girdiği bütüncül bir süreci içermektedir. Tüketici davranışları ise, satın alma eylemiyle ilgili insan davranışlarının özel bir türüne odaklanmaktadır (Keskin ve Baş, 2015). Bir diğer ifadeyle tüketici davranışları; bireylerin ürün ve hizmetleri satın alma, kullanma, değerlendirme süreçlerini inceleyen ve bu süreçlerin arkasındaki motivasyonlarını, tercihlerini ve alışkanlıklarını anlamaya odaklanan önemli bir araştırma alanıdır.

Tüketici davranışları, doğrudan ürün ve hizmetleri elde etmeye, onları tüketmeye ve kullanmaya yönelik bir faaliyettir (Elov vd., 2024). Hizmet sektöründe bu faaliyetlerin incelenmesi, müşteri tutumlarının doğru tahminlenip onları tatmin edecek hizmet sunum ortamlarının oluşturulmasında kritik bir role sahiptir. Buna ek olarak, tüketici davranışlarının rasyonel temelde analiz edilmesi işletmelerin rekabet gücüne de olumlu yansiyabilmektedir.

İşletmeler, ürün ve hizmet kalitelerini yükseltmek ve pazardaki rekabetçi konumlarını güçlendirmek amacıyla pazarlama stratejilerine başvurmuşlardır. Son yıllarda internetin ve bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, geleneksel pazarlama yaklaşımlarının yerini çevrimiçi pazarlama stratejileri almaya başlamıştır. Bu noktada çevrimiçi pazarlama stratejileri, rakiplerinden geri kalmak istemeyen işletmeler için etkili ve güncel bir araç haline gelmiştir (Yalçın ve Güllü, 2022). Dolayısıyla işletmeler, yalnızca geleneksel mağazacılık

<sup>1</sup> Doç. Dr. Uşak Üniversitesi Sağlık Hizmetleri, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, haydar.hosgor@usak.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1174-1184

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Halkla İlişkiler AD, polat.can@usak.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-5417-970X

olan bir çalışmada (Erciş ve Ünal, 2009); güçlü, başarılı ve çevresiyle yakın ilişkiler içerisinde olmak isteyen gençlerin aldıkları ürünlerde mükemmeli aradıkları ve alışkın oldukları markalara ait kozmetik ürünleri tercih ettikleri bulunmuştur.

Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde; hem kozmetik sektörü için hem de tüketiciler ve araştırmacılar için şu önerilerde bulunmak mümkündür:

Kozmetik endüstrisi, Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve kişisel değerlerine daha fazla odaklanarak mevcut pazarlama stratejilerini revize edilebilir. Markalar, sosyal medya platformlarında etkili bir varlık oluşturarak genç tüketicilerin dikkatini çekebilir ve onların kozmetik ürün satın alma tutumları üzerinde daha güçlü bir etki tesis edebilir. Öte yandan kozmetik markalarının, sosyal medya üzerinden yürüttükleri pazarlama faaliyetlerinde daha etik ve şeffaf bir yaklaşımı benimsemeleri kritik bir husustur. Bu bağlamda kozmetik firmalarının, genç tüketicilerin güvenini kazanmak ve onların mevcut ürünler hakkında doğru bilgiye erişmelerini sağlamak için etik standartlar belirlemeleri önemlidir.

Z kuşağına yönelik eğitim ve bilinçlendirme programları düzenlenerek, onların sosyal medyanın etkileri konusunda bilinçlenmeleri ve kozmetik ürün seçiminde daha sağlıklı karar vermeleri sağlanabilir. Bu türden programlar vasıtasıyla, genç tüketicilerin reklamlara ve sosyal medya içeriklerine karşı daha eleştirel bir bakış açısı kazanmalarına destek olunabilir.

Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki etkilerini derinlemesine anlamak için daha kapsamlı araştırmalara gereksinim duyulmaktadır. Bu tür araştırmalar, çeşitli demografik gruplar arasındaki farklılıkların ve sosyal medyanın uzun vadeli etkilerinin daha sağlıklı bir şekilde anlaşılıp yorumlanmasında faydalı olabilir. Dolayısıyla, çalışma kapsamında uyarlanmış olan bu ölçeğin Z kuşağını temsil eden farklı örneklem gruplarında ve hacimlerinde test edilip sonuçların karşılaştırılması önemlidir.

## **KAYNAKÇA**

- Ahmad, S. N. B., Omar, A. B. ve Rose, R. B. (2015). Influence of personal values on generation Z's purchase intention for natural beauty products. *Advance in Global Business Research*, 12(1), 436-446.
- Atta, H. S., Abbas, B. ve Syed, F. U. (2021). Study of consumer values for organic personal care products in the fields of health and cosmetics. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(8), 258-265.
- Bagozzi, R. P. ve Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8-34.

- Bakar, E. A., Rosslee, N. N., Ariff, A. M. M., Othman, M. ve Hashim, P. (2017). Consumers' trust and values towards halal cosmetics and personal care products. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 20(2), 21-35.
- Balkıs, P. ve Barış, G. (2013). Erkekler ve kişisel bakım: Türk erkeklerinin kozmetik ürünleri tüketme eğilimleriyle ilişkili değişkenler. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(12), 91-116.
- Ball, J. ve Savin-Baden, M. (2023). Learning to navigate a changing marketing landscape. In *Contemporary Trends in Marketing: Problems, Processes and Prospects* (pp. 13-30). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Burić, I., Sorić, I. ve Penezić, Z. (2016). Emotion regulation in academic domain: Development and validation of the academic emotion regulation questionnaire (AERQ). *Personality and Individual Differences*, 96, 138-147.
- Can, P. (2006). *Yaşam tarzlarının satın alma karar süreci üzerindeki rolüne ilişkin bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Castillo, R. A., Jaramillo, C. Z. ve Sy, L. (2022). The effectiveness of social media influencers in the cosmetic and skincare industry to the purchase intention of the generation Z Filipinos. *Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 180-191.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Elov, O. K., Kholboyeva, M. ve Pirmamatova, N. (2024). Consumer behavior and marketing strategy. *World of Scientific news in Science*, 2(2), 722-726.
- Erciş, A. ve Ünal, S. (2009). Gençlerin kişisel değerleri ile satın alma tarzları arasındaki ilişkilerin belirlenmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 19-44.
- Erdoğan, M. (2023). Z kuşağının satın alma davranışına fenomenlerin etkisi: İstanbul Esenyurt üniversitesi kadın öğrencileri örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 3033-3050.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 39-50.
- Hair, J. F, Black, W. C, Tatham, R. L. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Haudi, H. (2024). The impact of digital transformation on consumer behavior and marketing strategies. *International Journal of Economic Literature*, 2(1), 167-179.
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research*, 6(1), 53-60.
- Hossain, M. (2018). Understanding the attitude of generation Z consumers towards advertising avoidance. *European Journal of Business Management*, 10, 86-96.
- Huang, C. C., Wang, Y. M., Wu, T. W. ve Wang, P. A. (2013). An empirical analysis of the antecedents and performance consequences of using the moodle platform. *International Journal of Information and Education Technology*, 3(2), 217.
- In'nami, Y. ve Koizumi, R. (2013). *Structural equation modeling in educational research: A primer*. In M. S. Khine (Ed.), *Applications of structural equation modeling in educational research and practice* (pp. 23-31). Rotterdam: Sense Publishers.
- İnce, M. ve Bozyiğit, S. (2018). Tüketicilerin instagram reklamlarına karşı tutumlarının satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Y ve z kuşağı üzerine bir araştırma. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 39-56.

- İslamoğlu, A. H. ve Alniaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kahle, L. R. ve Kennedy, P. (1988). Using the list of values (LOV) to understand consumers. *Journal of Services Marketing*, 2(4), 49-56.
- Karagöz, Y. (2014). *SPSS 21.1 Uygulamalı Biyoistatistik-Tıp, Eczacılık, Dış Hekimliği ve Sağlık Bilimleri için*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Keskin, S. ve Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide to factor analysis*. Routledge.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York, NY: The Guilford Press.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Marsh, H. W. (2012). *Application of confirmatory factor analysis and structural equation modeling in sport and exercise psychology*. In G. Tenenbaum & R. C. Eklund (Eds.), *Handbook of sport psychology* (pp. 737-799). New Jersey, NJ: John Wiley & Sons.
- Nugroho, S. D. P., Rahayu, M. ve Hapsari, R. D. V. (2022). The impacts of social media influencer's credibility attributes on gen Z purchase intention with brand image as mediation: Study on consumers of Korea cosmetic product. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(5), 18-32.
- Oyman, M. ve Akıncı, S. (2019). Sosyal medya etkileyicileri olarak vloggerlar: Z kuşağı üzerinde para-sosyal ilişki, satın alma niyeti oluşturma ve Youtube davranışları açısından vloggerların incelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (32), 441-464.
- Schermelleh-Engel K., Moosbrugger H. ve Muller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *MPR-Online*, 8, 23-74.
- Simon D., Kriston L., Loh A., Spies C., Scheibler F., Wills C. ve Harter M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the Autonomy-Preference-Index (API). *Health Expectations*, 13, 234-243.
- T. Paker, İ. B. (2022). Z kuşağının tüketim tercihlerinde sosyal medya fenomenlerinin etkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(4), 451-461.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. United States: Pearson Education.
- Tamara, D., Heriyati, L., Hanifa, T. ve Carmen, M. (2021). The effect of instagram influencers on purchase intentions mediated by brand image on cosmetic products (study on gen z women). *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 4(6), 570-580.
- Tamer, E.T., Güven, Ö. Z. ve Mısırdalı Yangil, F. (2022). Bireysel değerler ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Otel işletmeleri üzerine bir çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (3), 1904-1919.
- Thangavel, P., Pathak, P. ve Chandra, B. (2022). Consumer decision-making style of gen Z: A generational cohort analysis. *Global Business Review*, 23(3), 710-728.
- Ünsal, İ., Elbir, İ. ve Eşiyok, E. (2020). Kozmetik sektöründe satın alma kararı oluşturma da vloggerların rolü. *Yeni Medya*, (9), 40-51.
- Widyanto, H. A. ve Agusti, C. R. (2020). Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of generation Z? *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 1-16.

*Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler VII*

- Yalçın, S. ve Güllü, K. (2022). Sanal mağaza atmosferinin davranışsal niyet üzerine etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 2246-2256.
- Zhang, X., Cheng, X. ve Huang, X. (2023). Oh, My God, Buy It! Investigating impulse buying behavior in live streaming commerce. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(12), 2436-2449.

## **Bölüm 10**

# **İNSAN KAYNAKLARI MUHASEBESİ: İNSAN SERMAYESİNİN FİNANSAL TABLOLARDA GÖRÜNÜRLÜĞÜ**

**Ferah YILDIZ<sup>1</sup>**  
**Furkan ŞEN<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

İnsan kaynakları muhasebesi insan sermayesi kavramı etrafında şekillenen bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. İnsan sermayesi, bireylerin bilgi, beceri ve yetenekleri gibi unsurlarını içeren soyut bir kavram olarak değerlendirilir. (Gallego ve Rodriguez, 2005, s.107). Bu kavramlar dikkate alındığında şirketlerin en önemli kaynaklarından biri olarak görülür. (Chen vd.2004, s.202).

İnsan sermayesi kavramı 18. yüzyılda Adam Smith ile ortaya çıkmış ve 1950'lerin sonu ve 1960'ların başında önem kazanmıştır. İnsan sermayesi, çalışanların tecrübeleri, bilgileri, yetenekleri ve kabiliyetlerini ifade eder. Bu kavram, entelektüel sermayenin temel unsuru olarak kabul edilir. Bilgi çağında işletmelerin amacı, insan sermayesini verimli kullanmaktır. Bu, çalışanların zekâsı, güvenilirliği, bağlılığı, yaratıcılığı, paylaşımcılığı ve uyum yeteneklerini içerir. İnsan sermayesi, genel ve mesleki eğitimlerle kazanılan beceriler ve özgün yeteneklerin birleşimini kapsar. İş dünyasında, bir işletmenin veya sektörün başarısıyla doğrudan ilişkili yetenekler olarak tanımlanır. İnsan sermayesinin ana hedefleri, yeni ürün veya hizmetler yaratmak ve iş süreçlerinde yenilikler yapmaktır. Fiziksel işlerden ziyade bilgi odaklı çalışmalara öncelik verilir (Öz, Güngör Tanç, 2019, s.14).

Bu kaynakların etkin yönetimi ve finansal raporlamalara dâhil edilmesi ile organizasyonların uzun vadede sürdürülebilir olmasını sağlar. İnsan sermayesi kavramı, ilk olarak 20. yüzyılın ortalarında akademik çalışmalarda bahsedilmeye

<sup>1</sup> Doç. Dr. Kocaeli Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman AD, ferah.yildiz@kocaeli.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-3374-1297

<sup>2</sup> Bilim Uzmanı, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, frknsn297@gmail.com, ORCID iD: 0009-0002-7352-844X



politikalarını daha etkin bir şekilde yönetmelerini sağlar. Ayrıca bu muhasebe dalı, işletmelerin yatırımcılar ve diğer paydaşlarına şeffaf ve güvenilir bilgi sunma imkânı tanır. İnsan kaynakları muhasebesinin doğru bir şekilde uygulanması, işletmenin performansını artırırken, uzun vadeli başarı sağlamasına da yardımcı olur.

Özetle, insan kaynakları muhasebesi, çalışanların işletmeye sağladığı değeri ölçme ve raporlama sürecini içerir. Ancak bu sürecin başarılı olabilmesi için daha esnek muhasebe standartlarına ve yeni düzenlemelere ihtiyaç vardır. Bu doğrultuda, insan sermayesinin finansal tablolara yansıtılması süreci, mevzuatın ve muhasebe standartlarının geliştirilmesiyle daha etkili bir hale gelebilir. Özellikle dijitalleşen iş dünyasında insan sermayesinin önemi giderek artmaktadır ve bu değerlerin finansal raporlarda daha belirgin bir şekilde yer alması gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abeysekera, I. & Gunthrie, J. (2004).: Human capital reporting in a developing nation, *The British Accounting Review*, 36 (3), 251-268.
- Acar, F. (2021). İnsan kaynakları muhasebesi ve sektörel uygulamaları. *Muhasebe ve Finans Dergisi*, 19(2), 40-50.
- Aksoy, E. (2021). *Maddi olmayan varlıkların muhasebeleştirilmesi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Alagöz, A. & Özpeynirci, R. (2007). Bilgi toplumunda entelektüel varlıklar ve raporlanması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 9(2), 67-184.
- Aydın, B. (2019). *İnsan kaynaklarının muhasebeleştirilmesi*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Becker, G. S. (1993). Human capital: A Theoretical and empirical analysis, With Special Reference to Education. University of Chicago Press.
- Çelik, B. (2021). Maddi olmayan varlıkların finansal raporlamadaki yeri. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 50-60.
- Çetinel, F. G. (2003). Personel yönetiminden insan kaynakları yönetimine: tarihsel bir perspektif. *Anadolu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 175-200.
- Chen, J., Zhu, Z. & Xie, H. Y. (2004). Measuring intellectual capital: A new model and empirical study, *Journal of Intellectual Capital*, 5(1), 195-212.
- Çiftçi, O. (2020). İnsan sermayesinin maddi olmayan varlıklar olarak muhasebeleştirilmesi. *Muhasebe ve Finans Dergisi*, 45(2), 128-135.
- Demirci, O. (2019). Teknoloji şirketlerinde insan kaynakları muhasebesi. *İşletme ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 22(4), 60-75.
- Doğan, M. (2019). *Türkiye'de insan kaynakları muhasebesi uygulamaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Doğan, M. (2021). *Türkiye'de insan kaynakları muhasebesi ve ifrs uygulamaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Erdem, O. (2020). *Maddi olmayan varlıkların finansal raporlanması*. İstanbul: Derin Yayınları.

- Flamholtz, E. (1999). Human resource accounting: Advances in concepts, methods, and applications. Springer Science & Business Media.
- Gallego-Alvarez, I. & Rodriguez-Domínguez, L. (2005). Situation of intangible assets in spanish firms: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 6(1),105-126.
- Iasb (2008). International financial reporting standards (Ifrs). International Accounting Standards Board.
- Kaplan, R. S. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 77.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). The balanced scorecard: translating strategy into action. Harvard Business Review Press.
- Kaya, B. (2020). Türkiye’de insan sermayesinin finansal raporlama uygulamaları. *Finans ve Muhasebe İncelemeleri Dergisi*, 12(1), 85-95.
- Kaya, M. (2020). İnsan sermayesinin finansal tablolarda yansıtılmasının önemi. *Muhasebe ve Finans Dergisi*, 14(3), 30-40.
- Kgk (2020). *Kamu gözetimi, muhasebe ve denetim standartları kurumu*. Türkiye.
- Kucharčíková, A. (2011). İnsan sermayesi - tanımlar ve yaklaşımlar. *İnsan Kaynakları Yönetimi ve Ergonomi*, 5 (2), 60-70.
- Öz, A. Ö. & Güngör Tanç, Ş. (2019). *Entelektüel sermayenin işletme performansı üzerine etkisi: Nevşehir ili örneği* (Master’s thesis), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).
- Özkan, T. (2018). İnsan sermayesinin performans üzerindeki etkisi. *Muhasebe Teorisi ve Uygulama Dergisi*, 13(2), 70-80.
- Sarı, E. (2010). *Aile şirketlerinde kurumsallaşma sürecinde insan kaynakları Kırçılar ve İskender karşılaştırması* (Master’s thesis), Sakarya Üniversitesi, Türkiye.
- Sarıgül, S. S. (2020). Entelektüel sermayenin ölçülmesi, finansal tablolara yansımaları ve raporlanmasına yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(2), 427-443.
- Sarı, M. (2010). *İnsan sermayesi ve işletme performansı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Selimoğlu, S. K. (2001), *İşletmelerin etkinliğini ve verimliliğini artırmada insan kaynağı muhasebesinin rolü*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1290, İ.İ.B.F. Yayınları No:171.
- Tunç, M. (1998). Kalkınmada insan sermayesi: İç getiri oranı yaklaşımı ve Türkiye uygulaması. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 13 (1), 83-106.
- Yıldız, Z. (2020). Maddi olmayan varlıkların değerlendirilmesi ve insan kaynakları muhasebesi. *Finansal Yönetim Dergisi*, 6(2), 20-30.
- Yılmaz, E. (2019). İnsan kaynakları maliyetlerinin muhasebeleştirilmesi: teorik ve uygulamalı yaklaşımlar. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 80-90.
- Yılmaz, R. (2018). İnsan kaynakları yönetiminde ücret ve eğitim uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve bir araştırma.
- Yılmaz, S. (2018). *İnsan kaynakları muhasebesi ve uygulamaları*. İstanbul: Beta Yayınları

## **Bölüm 11**

# **İHRACATÇI İŞLETMELERİN LOJİSTİK HİZMET KULLANIMLARINA İLİŞKİN GÜVEN EĞİLİMLERİNİN TEKRAR KULLANMA EĞİLİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

**Ayşe ATABEY BÖLÜK<sup>1\*</sup>**  
**Hüsniye ÖRS<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Globalleşen dünyada uluslararası ticaretin artışıyla birlikte ihracatçı işletmelerin lojistik hizmetlere olan bağımlılığı her geçen gün daha da belirgin hale gelmiştir. İhracat süreçlerinin etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesi, rekabet avantajı sağlamak için kritik bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, lojistik hizmet sağlayıcılarının kalitesi ve güvenilirliği, ihracatçı işletmelerin operasyonel başarıları üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Ancak lojistik hizmetlerin tekrar kullanımını söz konusu olduğunda, işletmelerin güven eğilimleri önemli bir rol oynamaktadır. İşletmeler için lojistik hizmet sağlayıcılarıyla olan ilişkilerinde güveni inşa etmek ve bu güveni sürdürülebilir bir şekilde korumak önemli olmaktadır. Mevcut çalışma, ihracatçı işletmelerin lojistik hizmet kullanımına ilişkin güven eğilimlerinin tekrar kullanma eğilimleri üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayarak, lojistik hizmetlerin seçiminde ve devamlılığında güven olgusunun ne denli belirleyici olduğunu ortaya koymayı hedeflemektedir.

### **İHRACATÇI İŞLETMELER VE ÖZELLİKLERİ**

İhracatçı işletme, mal veya hizmetlerini yurt dışına satan ve uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmelerdir. Bu tür işletmeler, yerel pazarın ötesinde müşteri bulma ve global pazarda rekabet etme amacı taşımaktadır.

\* Gerçekleştirilen çalışma “İhracatçı İşletmelerin Lojistik Hizmet Sağlayıcısına İlişkin Güven Eğilimi, Hizmet Kalitesi ve Tekrar Kullanma Eğilimi Arasındaki İlişkilerde Lojistik Bilgi Teknolojilerinin Moderatör Rolü” isimli doktora tezinin bir kısmından türetilmiştir.

<sup>1</sup> Dr., Ostim Teknik Üniversitesi, ayse.atabey@ostimteknik.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3469-5835>

<sup>2</sup> Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü/Uluslararası Ticaret ve Finansman AD, husniye.ors@hbv.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-8319-3340

lojistik hizmet sunan işletmelerin ihracatçı işletmelere yönelik güveni tesis edecek uygulamaları benimsemesi önerilir.

Mevcut araştırmada sadece ihracatçı işletmelere yönelik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Sonraki araştırmacılara, işletme türü ve sektörlerin sayısının artırılarak işletmelerin güven ve tekrar kullanma niyetlerine yönelik araştırmalar yapılması önerilir. Bu doğrultuda uygulama gerçekleştirilerek genel anlamda bir güven ve tekrar kullanma niyeti profili oluşturulması önerilir.

## KAYNAKÇA

- Abay, Ş. & Akkılıç, M. E. (2020). Tüketicilerin çevrimiçi alışverişlerde algıladıkları değerlerin marka sadakati üzerindeki etkisi: Giyim ürünü temelinde bir çalışma. *TUJOM*, 5(2), 141-157.
- Aksoy, R. (2018). *E-pazarlama geleneksel ve dijital pazarlama bakış açısı birlikte*. 4. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Altuntaş, G., Sözüer, A. & Semerciöz, F. (2015). Uluslararası girişimcilik ile ihracat pazar performansı arasındaki ilişki: Türkiye'deki ihracatçı işletmeler örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16(1), 65-78.
- Aydınhan, E. & Erat, S. (2019). web sayfasına güven ve canlı desteğin yeniden satın alma niyeti üzerine etkisi: Online alışveriş siteleri üzerine bir araştırma *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 123-140.
- Casaló, L., Flavián, C., Guinaliú, M. (2007). The impact of participation in virtual brand communities on consumer trust and loyalty: The case of free software. *Online Information Review*, 31(6), 775-792.
- Casalo, V. L., Flavian, C. & Guinaliu, M. (2007). The role of security, privacy, usability and reputation in the development of online Banking. *Online Information Review*, 31(5), 583-603.
- Çavuşoğlu, S. & Bilginer, S. (2018). Tüketici deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Bingöl ili örneği, *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 72-85.
- Duran Tekoğlu, A. & Eser, Z. (2021). Transfer edilen ritüel ile tüketici tutumu ve satın alma davranışları arasındaki ilişki: Kara cuma örneği. *Journal of Marketing & Marketing Research/ Pazarlama & Pazarlama Araştırmaları Derneği*, 14(3).
- Durmaz, Y., Bahar, R. & Kurtlar, M. (2011). Kişisel faktörlerin tüketici satın alma davranışlarına etkisi üzerine bir araştırma, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(1), 114-133.
- Durmuş, B. & Yurtkoru, E. S., Çinko, M. (2016). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. İstanbul: Beta.
- Er, İ. & Erçin, M. (2016). Tüketicilerin özel alışveriş sitelerinden yeniden alışveriş yapma niyetini belirleyen güvenle ilişkili faktörler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (49),303-329.
- Erciş, A., Ünal, S., Candan, F. B. & Yıldırım, H. (2012). The effect of brand satisfaction, trust and brand commitment on loyalty and repurchase intentions, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1395-1404.
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., McCole, P., Ramsey, E. & Lim, K. H. (2014). Trust, satisfaction, and online repurchase intention, *MIS quarterly*, 38(2), 407-A9.

- Firmansyah, N. & Ali, H. (2019). Consumer trust model: The impact of satisfaction and e-service quality toward repurchase intention in E-commerce, *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(8), 552-559.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate Data Analysis*, Pearson Education Limited.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A. & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model, *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hess, J. (1995). Construction and assessment of a scale to measure consumer trust, *AMA Educator's Conference* 6, Chicago, IL, 20-26.
- Hung, S. W., Cheng, M. J. & Chen, P. C. (2012). Reexamining the factors for trust in cultivating online customer repurchase intentions: The moderating effect of perceived waiting. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 28(10), 666-677.
- Iglesias, O., Markovic, S., Bagherzadeh, M. & Singh, J. J. (2020). Co-creation: A key link between corporate social responsibility, customer trust, and customer loyalty, *Journal of Business Ethics*.
- Kaveh, M. (2012). Role of trust in explaining repurchase intention, *African Journal of Business Management*, 6(14), 5014.
- Kılıç, M. & Bilginoğlu, B. (2010). İhracatçı Türk firmalarında personel sağlama ve seçme yöntemleri ve inovasyon performansı ilişkisi: Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri örneği. *Sosyoekonomi*, 13(13).
- Kim, D. J., Ferrin, D. L. & Rao, H.R. (2009). Trust and satisfaction, two stepping stones for successful E-Commerce relationships: A longitudinal exploration, *Information Systems Research*, 20(2), 237-257.
- Koç, F. (2015). Sigortacılık sektöründe kurumsal itibar ve tüketici güveni, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(26), 63-84.
- Kozaklı M (2015). Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lau, G. T., Lee, S. H. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty, *Journal of Market-Focused Management*, 4, 341-370
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N. & Kvasova, O. (2013). Cultural drivers and trust outcomes of consumer perceptions of organizational unethical marketing behavior, *European Journal of Marketing*, 47(3/4), 525-556.
- Liang, L. J., Choi, H. C. & Joppe, M. (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb, *International Journal of Hospitality Management*, 69, 41-48.
- Mertler, C. & Vannatta, R. (2002). *Advanced and multivariate statistical methods*, 2nd ed, Los Angeles Pyrszak Publishing.
- Mosavi, S. A. & Ghaedi, M. (2012). A survey on the relationship between trust, customer loyalty, commitment and repurchase intention, *African journal of business management*, 6(36), 10089.
- Oliveira, T., Alinho, M., Rita, P. & Dhillon, G. (2017). Modelling and testing consumer trust dimensions in e-commerce, *Computers in Human Behavior*, (71), 153-164.
- Özalp, İ., Tonus, H. Z. & Sarıkaya, M. (2008). İktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları üzerine bir araştırma, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 69-84.

- Özdemir, Ş. (2006). İhracatçı işletme yöneticilerinin perspektifinden ihracat engelleri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 56(1), 47-61.
- Pérez, A., Martínez, P. & Rodríguez del Bosque, I. (2013). The development of a stakeholder-based scale for measuring corporate social responsibility in the banking industry, *Service Business*, (7), 459-481.
- Pivato, S., Misani, N. & Tencati, A. (2008). The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food, *Business Ethics: A European Review*, 17(1), 3-12.
- Razak, N. S. A., Marimuthu, M., Omar, A. & Mamat, M. (2014). Trust and repurchase intention on online tourism services among Malaysian consumers, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 577-582.
- Sharma, Neeru & Paul G. Patterson (2000). Switching Cost, alternative attractiveness and experience as moderators of relationship commitment in professional, consumer services, *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 470-490.
- Shin, J. I., Chung, K. H., Oh, J. S. & Lee, C.W. (2013). The effect of site quality on repurchase intention in internet shopping through mediating variables: The case of university students in South Korea, *International Journal of Information Management*, 33(3), 453-463.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J. & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges, *Journal of Marketing*, 66(1), 15-37.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*, Boston, Pearson.
- Taşkın, Ç. & Özdemir, Ö. (2019). Online itkisel satın alma davranışının öncülleri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 251-270.
- Tekin, E. (2018). Lider-üye etkileşiminin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde örgütsel adalet alisinin aracılık rolü, *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 291-314.
- Trivedi, SK & Yadav, M. (2020). Y kuşağında yeniden satın alma niyetleri: güven ve e-tatmin aracılığı. *Pazarlama Zekâsı ve Planlama*, 38 (4), 401-415.
- Veloutsou, C. (2015). Brand evaluation, satisfaction and trust as predictors of brand loyalty: the mediator-moderator effect of brand relationships, *Journal of Consumer Marketing*, 32(6), 405-421.
- Yasa, Y. A. (2019). *Sosyal medya satın alımlarında tüketici güveni oluşturan faktörler ve güvenin satın alma niyetine etkisi: instagram örneği*, Yüksek lisans tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Yaşar, M. (2014). İstatistiğe yönelik tutum ölçeği: geçerlilik ve güvenilirlik Çalışması, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, 59- 75.

## **Bölüm 12**

# **KLASİK ARAPÇA RETORİK ARAÇLARININ MODERN İLETİŞİME ETKİSİ ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ**

**Rashad SEYİDOV<sup>1</sup>**

### **GİRİŞ**

Arapça, Klasik Arapça ve buna bağlı olan çeşitli lehçelerin iç içe geçmiş olduğu bir dili ifade etmektedir. Tarihselliği dört ana bölüme ayrılan Arap dili, yaygın kanaatle eski, klasik ve bundan neşet eden edebi lehçeler ile orta ve modern Arapça biçiminde kategorize edilebilir. Buna göre eski Arapça, öncelikle çok sayıda antik medeniyete ait çeşitli yazıtlar ve metinler aracılığıyla bilinmektedir. Bu yazıtlar, Arap Yarımadası, antik Mezopotamya ve Levant dahil olmak üzere çeşitli yerlerde keşfedilmiştir. Bu antik yazıtlarda kaydedilen kabile, birey ve yer adları, eski Arapçanın yapısı ve kelime dağarcığı hakkında önemli bilgiler sağlar (Aydın, 2018). Eski Arapça hakkında en önemli bilgi kaynaklarından biri, Asurlular ve Ariler arasındaki savaşları belgelendiren Asur metinlerinde bulunur (Şulul, 2020). Klasik Arapça, 7. yüzyıldan başlayarak erken İslam dönemine kadar inmektedir. Bu dönem, özellikle söz dizimi ve dil bilgisi kurallarını ifade eden “nahv” kavramıyla önemli dil bilgisi çalışmalarının başlangıcını da işaret etmektedir (Yerinde, 2016). Klasik Arapça, ağırlıklı olarak Emevi ve Abbasi Halifeliklerinde kullanılmış, şiir, nesir ve hitabet alanında gelişme göstermiştir (Gündüzöz, 2003). İslamiyet’in yayılmasına bağlı olarak Arapçanın da farklı dillerle karşılaşarak onlarla etkileşime geçmesi yeni bir dönemi başlatmış ve Orta Arapça denilen dönemin temelleri de böyle atılmıştır. Modern Arapçanın tarihsel evrimi, İslam’ın ortaya çıkışından önceki bir dönem olan cahiliye döneminin sonuna kadar izlenmekte olup; bu dönemde Arapça, çeşitli kabileler arasında çeşitlenmeye başlayarak çok sayıda lehçenin gelişmesine de yol açmıştır. Bu çeşitlenme yüzyıllar boyunca devam ederek Modern Arapça olarak kabul edilen dili de şekillendirmiştir. Öncelikle dini metinlerde ve şiirlerde kullanılan klasik Arapçanın aksine, Modern Arapça,

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Erzurum Atatürk Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Temel İslam Bilimleri Bölümü, Arap Dili ve Belagatı AD, resadseyidov373@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-7757-1272



geleneksel retorik becerilerinin bugün nasıl geçerliliğini koruduğunun bir örneğidir. İletişimciler bu araçlardan esinlenerek İzleyicinin dikkatini çekmek - Karmaşık fikirleri özlü bir şekilde iletmek - İzleyiciyle duygusal bağları güçlendirmek gibi yaklaşımları daha güçlü sunabilmektedirler. Klasik Arapça retorik araçlarının modern iletişimde etkisi düşünüldüğünde yine özellikle kamuoyunu şekillendirmede ve siyasi kararları etkilemede siyasi söylem ve iknada da önemli bir rol oynamaktadır. Klasik Arap retoriği bağlamında, ethos, pathos ve logos'un entegrasyonu etkili siyasi iletişim için bir temel görev görmektedir. Ethos konuşmacının güvenilirliğini ifade eder, pathos dinleyicilerin duygularına hitap eder ve logos mantıksal argümanlara dayanarak dinamik bir devinim oluşturmaktadır. Siyasi figürler bu retorik araçları stratejik olarak kullanarak seçmenlerle yankı uyandıran ve paylaşılan değerler etrafında bir topluluk duygusu geliştiren mesajlar üretebilirler. Sonuç olarak, modern siyasi retorikte klasik retorik ilkelerinin kullanımı kamuoyunun duygusunun daha ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasını sağlar ve siyasi iknanın etkinliğini artırmaktadır. Sonuç olarak, klasik Arapça retorik araçlarının keşfi, bunların yalnızca tarihsel edebiyat alanında değil, aynı zamanda çağdaş iletişim uygulamalarında da derin bir öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Yüzyıllar boyunca gelişen zengin retorik teknikleri dokusu, özellikle medya ve siyasi alanlarda modern söylemi bilgilendirmeye ve geliştirmeye devam etmektedir. Dahası, klasik ve modern tekniklerin karşılaştırmalı etkinliği, retoriğin zamansız doğasını vurgulamakta ve klasik Arapça bilgileri tarafından oluşturulan ilkelerin bugün de geçerliliğini koruduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, bu retorik geleneklerini anlamak ve modern iletişime entegre etmek, geçmiş ile şimdiki zaman arasındaki boşluğu kapatarak daha etkili ve yankı uyandıran alışverişlere yol açabilecek bir dinamizm oluşturacağı görülecektir.

## **KAYNAKÇA**

- Ahkemoğlu, H. (2011). *A Study on metaphorical perceptions of efl learners regarding foreign language teacher*. Adana: Master of arts, Çukurova University Institute of Social Sciences Department of English Language Teaching.
- Alan, S. (2008). *Klasik Arapçanın ortaya çıkışı ve kullanım alanı* [Master's thesis, Bursa Uludağ University]. Yök Tez.
- Aristoteles (2019). *Retorik*. (M. H. DOĞAN Çev.). (17. Basım). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Arslan, İ. (2022). Arap dili edebiyatı/belagati temel kaynakları. *Rumeli DE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (30), 964-979.
- Aydın, M. (2018). Arap yazı sistemi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10 (4), 1-8.
- Chandler, D. ve Munday, R. (2018). *Medya ve iletişim sözlüğü*. (B.TAŞDEMİR Çev.). (1. Baskı). İstanbul: İletişim yayınları.



- Çınar, S. (2024). Klasik Arap edebiyatında teşbih. *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11 (21), 59-87.
- Daşcıoğlu, Y. (2024). Metafor. *Ansiklopedi Tübitak*. Tübitak Bilim yayınları.
- Demir, C. & Yıldırım, Ö. K. (2019). Türkçede metaforlar ve metaforik anlatımlar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (4), 1085-1096.
- Demir, C. & Yıldırım, Ö. K. (2019). Türkçede metaforlar ve metaforik anlatımlar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (4), 1085-1096.
- Eroğlu, Y. (2020). Kur'an-I Kerim'in Arap diline etki ve katkıları. *Ağrı İslami İlimler Dergisi*, (7), 182-199.
- Ertem, T. (2012). *Tarihsel açıdan halkla ilişkilerde iletişimin stratejik dönüşümü* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. Yök Tez.
- Gezer, E. E. (2021). Görsel retoriğin reklamlarda kullanımı ve basılı reklam örnekleri. *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 150-172.
- Görgün, M. E. (2023). Klasik arap edebiyatında ecvibe-i müskite ve kavramsal analizi. *Amasya İlahiyat Dergisi*, (20), 307-345.
- Gündüzöz, S. (2003). Klasik ve modern Arapçanın tarihsel ve filolojik sınırları. *Nüsha: Şarkiyat Araştırmaları Dergisi*, 3-8.
- Gürer, M. (2012). *Tartışma programlarının anlatı yapısı ve söylemi: tematik haber kanallarındaki tartışma programları örneği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kahyaoğlu, Y. (2006). *Arap dili fonetiği ve telaffuz problemi*. *Nüsha*, 20, 85-98.
- Karabela, N., & Ekşi, F. (2015). Arap edebiyatında Tarihi romanın ortaya çıkışında milliyetçilik düşüncesinin etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 185-202.
- Karaman, S. (2012). *Retorikte genel inandırma tarzları hakkında bir inceleme* [Master's thesis, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Yök Tez.
- Kızıklı, Z. (2007). Arap dilinde retoriğin bir bilim dalı olarak doğuşu, gelişimi ve öncülleri. *ICANAS 38 Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*.
- Kızıklı, Z. (2007). Edebi bir sanat olarak Arap belâgatinde teşbih. *Dini Araştırmalar*, 9 (27), 223-246.
- Koçak, İ. (1992). *Arapça dilbilgisi: (sözdizimi)*. AÜ Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi.
- Moreh, S. (2003). Modern Arap edebiyatında 'mensûr şiir'. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12 (1). 297-329.
- Moreh, S. (2003). Modern Arap edebiyatında 'mensûr şiir'. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(1).
- Öz, N., & Gür, A. (2023). Arapçaya metaforik bir yolculuk: Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Hazırlık Sınıfı Öğrencilerinin Yabancı Dil Algısı. *Hitit İlahiyat Dergisi*, 22 (2), 745-761.
- Rüzgar, N. & Akdemir A. (2017). Retorik söylemin içerik kalitesi ve etkileme amacına yönelik algının akademisyenler düzeyinde araştırılması. *Journal of Business Research Turk*, 9 (2), 258-282.
- Simawe, S. A. (2004). Arap şiirinde modernizm ve istiare. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3, 113-133.
- Siyamoğlu, E. (Kış 2020). Dr. Mehmet Akif Duman, Retorikten Belâgate Mecâzdan Metafora. *KÜLTÜRK Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi*, 2, 139-153.
- Smyth, W. (2013). Retorik ve belâgat ilmi: Hıristiyanlık ve İslâm. *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, 13 (1), 167-179.

- Şentürk, N. (2022). Aristo'da metafor ve metaforik üslup. *Turcology Research*, (75), 437-447.
- Şulul, K. (2020). Arap yazısının kökeni ve tarihi. *Bitlis İslamiyat Dergisi*, 2 (2), 28-67.
- Tepebaşılı, F. (2016). *Retorik konuşma sanatı-söz bilimi*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Ufuk, P. Ş. (2015). Dil bilimsel açıdan benzetme ve Sait Faik Abasıyanık'ın hikâyelerindeki görünümleri. *Türk Dili*, 109 ( 767-768).
- Uzun, A. (2024). Klasik Arapça sözlüklerin teşekkülünde dinin etkisi. *ULUM*, 7 (1), 1-34.
- Würsch, R. (2021). Yerel Arap geleneği açısından retorik ve stilistik. *Folklor Akademi Dergisi*, 4 (3), 26.
- Yerinde, A. (2016). 'Nahiv' Kavramının tarihi arka planı ve terimleşme süreci. *Şarkiyat Mecmuası*, (29), 193-238.
- Yıldız, A. (20219). *Arap dilinde temsili teşbih ve Kur'an'dan bazı örneklerin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. Yök Tez.
- Yüksel ve diğr. (2012). *İkna edici iletişim*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yay..

## **Bölüm 13**

# **YAŞAR KEMAL'İN “ORTADİREK” ADLI ESERİNDE SOSYOLOJİK UNSURLAR**

**Engin BÖLÜKMEŞE<sup>1</sup>  
Çiğdem HOCAOĞLU<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Türk edebiyatının en önemli yazarlarından olan Yaşar Kemal'in unutulmaz eseri ve özelinde toplumcu-gerçekçi kimliğinin de yansıması olan “Ortadirek”te dönem koşullarının yansımasını tespit edip araştırmalarımız ışığında bu unsurların hangi sebeple ve koşullarda vücut bulduğu irdelenecektir. Bu amaçla çalışmamız üç bölüm halinde ele alınmıştır.

İlk bölümde çalışmada uygulanan ve teorik altyapıyı oluşturan yöntem bilgisi verilmiştir. Moran ve Taine gibi alanın öncülerinin görüşleri bu kısımda aktarılmıştır.

Yazarın özgeçmişi ile Ortadirek adlı esere ait özet ve dönem bilgilerine ikinci bölümde yer verilmiş, aynı zamanda yazarın hayatı irdelenerek dönem toplum bilgisi sosyo-ekonomik bakış açısı ışığında eserlerine olan etkileri de analiz edilmiştir. Eserin yazıldığı dönem koşullarının hem yazar hem de esere aktarım süreçleri göz önünde bulundurulmuştur.

Son bölümde ise eserin ana fikrine etki eden sosyolojik unsurlardan yola çıkılarak eserde bulunan ekonomik, politik ve tarihsel öğelerle dile getirilen bir analiz çalışması gerçekleştirilmiştir. Her ne kadar kurgu olduğu bilinse de tarihsel gerçekçi unsurların eserde aktarılmasının ve kullanılmasının incelenen eserimize ne gibi katkıları olduğu da ayrıca tartışılmıştır.

### **YÖNTEM**

Bu çalışmamızda toplumcu – gerçekçi edebi metinlerin çözümlenmesinde başlıca inceleme yöntemi olan sosyolojik eleştiri yöntemi uygulanmıştır. Tarihin her

<sup>1</sup> Doç.Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Karşılaştırmalı Edebiyat Bölümü, Batı Dilleri Ve Edebiyatları AD, enginb@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-6482-7512

<sup>2</sup> Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Karşılaştırmalı Edebiyat Bölümü, cchocaoglu@gmail.com, ORCID iD: 0009-0000-5596-1499

incelemeler sonucunda sosyolojik unsurların son derece derin izler bıraktığı ve okuru son derece etkin bir şekilde etki altına alabildiği görülmüştür.

Yaşar Kemal'in kendi hayat deneyiminden yola çıktığı diğer eserlerinde olduğu üzere Ortadirek adlı bu eserde aile ilişkileri yanında yaşlı akrabaların ve çok eskiden gelen tanışların, yaşanmışlıklara bağlı davranış biçimleri vurgulanmaktadır. Genç-yaşlı, anne-oğul, kadın-erkek farklılıkları çerçevesinde saygı ve sevginin ortaya çıkışı önemli bir kültürel değeri okuyucuya hissettirmektedir. Köylünün çalışmak ve geçim derdi ayrıca Çukurova bölgesinin ağır koşulları, göç etme sürecinde daha gerçekçi olarak gözler önüne serilmektedir. Bu bağlamda Yaşar Kemal'in Ortadirek eserinde incelemeler sonucunda sosyolojik unsurların son derece derin izler bıraktığı ve okuru son derece etkin bir şekilde etki altına alabildiği görülmüştür. Emperyalizmin sonucunda ortaya çıkan feodal düzenin yarattığı ağalık sistemi ve onun yordakçılara proletaryal sınıfın direnme isteği dikkat çekicidir. Ancak bu hedefin gerçekleşmemesi toplumsal bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Nedenleri arasında aynı tarafta güven duygusunun gelişmemiş olması ve daha ziyade köylü içinde her zümrenin çekimsiz karakter sergilemesi yer almaktadır. Bu noktada romantik ve realist akımın izleri net bir şekilde de görülmektedir.

Eser, Çukurova köylüsü adına kaderin değişmezliğini en sert yüzü ile sergilemektedir. Bu çalışma kapsamındaki araştırmalar neticesinde dünya üzerinde benzer hayatların yaşandığını söylemek mümkündür.

## **KAYNAKÇA**

- Arslan Vural, E. (2017). *Yaşar Kemal'in Ortadirek Adlı Romanında Kozmik Ağaç İmgesi: Ziyaret Ağacı*. Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları, (9:17), s. 207-215.
- Çiftçi, A. (2017). *Çukurova Gibi Düşünmek: Yaşar Kemal'de Toprak Etiği*. Şarki üç aylık edebiyat ve sanat dergisi, Adıyaman, s. 83-93.
- Çiftlikçi, R. (1997). *Yaşar Kemal Yazar-Eser-Üslup*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Doğan, D.M. (2019). *Tarih ve Toplum Türkiye'de Toprak Meselesi ve Toplum Yapımızın Tarihi Oluşumu*. Ankara: Yazar Yayınları.
- Ergin, M. (1975). *Türkiye'nin Bugünkü Meseleleri*. İstanbul: Güryay Matbaacılık.
- Filizok, R. (2019). Bilimsel Eleştiri - İzlenimci Eleştiri. Rıza Filizok ve Eylem Saltık Dereli (Ed.), *Eleştiri Kuramları* içinde 155-178, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Gürel, B. (2019). *Classes and Status Groups in Times of Transformation: Reading Agrarian Change in Çukurova through the Lens of Yaşar Kemal*. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 36(2), December, s.209-219.
- Kemal, Y. (2022). *Ortadirek (Dağın Öteki Yüzü1)*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş.
- Küçük, Y. (1992). *Emperyalist Türkiye*. Ankara: Başak Yayınları.
- Moran, Berna (2002). *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*, İstanbul:İletişim Yayıncılık.

- Salihođlu, H. (1995). *20. Yüzyıl Edebiyat Sanatı*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Şahin, O. (2013). *Yaşar Kemal geniş bir nehrin akışı Yaşadı Gördü Yazdı İz bırakanlar-7*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Dergisi, 9(18), s.253-272.
- Şeker, A. (2019). *Yaşar Kemal'in Romanlarında Ekososyoloji*. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Türkoloji Dergisi, Ankara, s.158-176.
- Toprak, Z. (2009). "20. Yüzyılın İlk Çeyreğinde Çukurova'da Emek ve Sermaye". Toplumsal Tarih Dergisi, Kasım 2009 Sayısı, s.70-75.
- Turhan, M. (2019). *Mümtaz Turhan Bütün Eserleri*. Ankara: Altınordu Yayınları.
- Uluatam, Ö. (2001). *Geçmiş Bakmak Cumhuriyet Dönemi İktisadi, Mali, Siyasi Olaylar Kronolojisi:1920-2000*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Yavuz, M. (2021). *Yaşar Kemal'in Öykülerinde Değerler*. Rumeli Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (25), s. 439-451.
- Yılcıoğlu, S. S. (2010). *Yaşar Kemal'in Anlatısında At İmgesi*. (Çev. Elif Kayalar). CIU Cyprus International University, folklor/edebiyat, cilt 16, sayı:64, 2010/4.

## **Bölüm 14**

# **TÜKETİCİLER YAPAY ET ÜRÜNLERİ HAKKINDA NE DÜŞÜNÜYOR? VEGANLARA, VEJETARYENLERE VE ET TÜKETİCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**Aleyna AKÇAY<sup>1\*</sup>**  
**Çiğdem BAŞFIRINCI<sup>2</sup>**

### **GİRİŞ**

Artan küresel nüfus, değişen tüketici niyetleri ve kişi başına düşen gelirin artması nedeniyle hayvansal gıdaların tüketimi giderek artmaktadır. Hayvansal gıdalar, insan beslenmesinde ihtiyaç duyulan proteinlerin çoğunu oluşturmaktadır. En sık tüketilen hayvansal gıdaların başında et ürünleri gelmektedir. Son verilere göre 2018 yılı itibarıyla dünya çapında yaklaşık 360 milyon ton et tüketilmektedir (Whitnall & Pitts, 2019). Türkiye’de ise 2018 yılında kırmızı et tüketimi 2010 yılına göre %82,46 artmış ve 1.620.500’e ulaşmıştır. Görüldüğü gibi et tüketimi hem ulusal hem küresel çapta hızla artmaktadır. Bu artış, yakın gelecekte hayvansal temelli gıdaya yönelik talebin daha da artacağını göstermektedir.

Ancak kırmızı et üretimi %9 karbondioksit, %39 metan gazı ve %65 nitrit oksit emisyonlarına neden olmaktadır (FAO, 2006). Kırmızı et üretiminin çevre üzerinde büyük etkisi olduğu gibi insan sağlığını da olumsuz etkilemektedir. Dünya Kanser Araştırma Merkezi, 2007 yılında yayınladığı bir raporda, tüketicilerin kırmızı et tüketimini sınırlamaları ve işlenmiş etlerden kaçınmaları gerektiği konusunda uyarıda bulunmuştur (Demeyer vd., 2008). 2012 Harvard Halk Sağlığı Okulu’nun yaptığı araştırma, yetişkinler için günde bir deste iskambil kâğıdından büyük olmayan kırmızı et tüketiminin diyabet riskini %19 oranında arttırdığı sonucuna ulaşmıştır (Yerebakan, 2018). Et tüketiminin her geçen gün artması, hayvan refahı üzerindeki olumsuz etkinin de devam etmesine neden olmaktadır. Özellikle hayvanların bayıltılmadan ve acı vererek endüstriyel et

\* Bu çalışma Aleyna Akçay’ın “Tüketicilerin Yapay Et Ürünlerine İlişkin Görüşleri: Veganlara, Vejetaryenlere ve Et Tüketicilerine Yönelik Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Trabzon Üniversitesi, aleynaakcyy@gmail.com, ORCID iD:

<sup>2</sup> Prof. Dr., Trabzon Üniversitesi, cigdem.basfirinci@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-1194-9804

daha az negatif değerlendirilmiştir. Katılımcılar, 'laboratuvar eti' ve 'sentetik et' kavramları için kimyasal ve tehlikeli gibi olumsuz çağrışımlarda bulunmuş, 'laboratuvar etini' isimler arasındaki en olumsuz isim olarak nitelendirmiştir. Tüketicilerin 'temiz et' ve 'hayvansız et' kavramlarına 'laboratuvar eti' kavramına kıyasla daha olumlu tutumları bulunmaktadır. İsimler arasında en az negatif algılanan isim 'kültür eti' olmuştur. Bu nedenle katılımcıların büyük bir çoğunluğu bu ürüne 'Kültür eti' isminin verilmesini önermiştir.

Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu kendini çevreci ve organik yaşam belirleyen bir birey olarak gördüğünü ifade etmiştir. Ancak yapay etin çevresel faydaları yerine lezzeti, dünyaya sağlayacağı avantajlar yerine görüntüsü tüketicileri daha çok endişelendirmiştir. Bu nedenle tüketicilerin çevreci, sürdürülebilir ve organik ürünler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Son olarak tüketicilerin büyük bir çoğunluğu yapay etin üretilmemesi ve tüketilmemesi yönündeki düşüncelerini bildirmiştir. Tüketiciler, geleneksel gıdaların yerini alması beklenen yeni gıda ürünleri ve teknolojileri konusunda muhafazakâr bir tutum eğilimindedir. Bunun en büyük nedeni ise, güvenlik, doğallık ve sağlık konusunda tüketicilerin yaşadığı endişelerdir.

Mevcut sonuçların ışığında, vegan ve vejetaryen tüketiciler, yapay etin kendilerine uygun olmadığını ancak et tüketimini azaltmak isteyen tüketiciler için iyi bir alternatif ürün olabileceğini belirtmiştir. Sonuç olarak tüketicilerin gıda tüketimi konusundaki alışkanlıkları, yeni ürünleri kabul etme ve tüketme konusunda bariyer olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmanın temel kısıtı mevcut olmayan bir ürüne karşı tüketici tutumlarını ölçmenin verdiği zorluktu. Gösterilebilecek ya da tattırılacak bir ürün yoktu. Ancak ilerleyen çalışmalarda Türkiye pazarına girmiş, market raflarında ve restoran menülerinde yer alacak yapay ete yönelik tüketici tutumları daha detaylı incelenebilir. Duyusal testler ile tüketici tutumları incelenip bu çalışma genişletilebilir.

## **KAYNAKÇA**

- Akkan, E., & Bozyiğit, S. (2020). Bir niş pazar olarak Türkiye'deki vegan ürünler: Tüketici bakış açısından keşfedici bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 101-149.
- Akkemik, Y., & Güner, A. (2020) Gıda ambalaj sistemlerinde yeni yaklaşımlar: Akıllı ambalaj sistemleri. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 13(1), 9-22.
- Asioli, D., Bazzani, C., & Nayga Jr, R. M. (2022). Are consumers willing to pay for in-vitro meat? An investigation of naming effects. *Journal of Agricultural Economics*, 73(2), 356-375.

- Baran, A. (2020) İn vitro ete karşı olan tutumun araştırılması: Erzurum Meslek Yüksekokulu öğrencileri örneği. *Harran Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 9(2), 98-106.
- Bhat, Z.F., Kumar, S., & Fayaz, H. (2015) In vitro meat production: Challenges and benefits over conventional meat production. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(2), 241-248.
- Bogueva, D., & Marinova, D. (2020) Cultured meat and Australia's generation Z. *Frontiers in Nutrition*, 7, 148.
- Capper, J. L. (2011) The environmental impact of beef production in the United States: 1977 compared with 2007. *Journal of Animal Science*, 89(12), 4249-4261.
- Demeyer, D., Honikel, K., & Smet, S. (2008) The World Cancer Research Fund report 2007: A challenge for the meat processing industry. *Meat science*, 80(4), 953-959.
- FAO. (2006) <https://www.fao.org/3/j8126e/j8126e10.htm> adresinden 7 Kasım 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Ford, B. J. (2010) Culturing meat for the future: anti-death versus anti-life. *Death and anti-death*, 7, 55-80.
- Franceković, P., García-Torralba, L., Sakoulogorga, E., Vučković, T., & Perez-Cueto, F. J. (2021) How do consumers perceive cultured meat in Croatia, Greece, and Spain?. *Nutrients*, 13(4), 1284.
- GCFGlobal. <https://edu.gcfglobal.org/en/thenow/what-is-labgrown-meat/1/> adresinden 22 Aralık 2022 tarihinde erişilmiştir.
- GlobeNewswire. (2021) <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/12/29/2358710/28124/en/Global-Cultured-Meat-Market-Report-2021-3D-Printed-Cultured-Meat-Gaining-Popularity.html> adresinden 25 Kasım 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Hocquette, A., Lambert, C., Sinquin, C., Peterloff, L., Wagner, Z., Bonny, S.P.F., Lebert, A., & Hocquette, J.F. (2015) Educated consumers don't believe artificial meat is the solution to the problems with the meat industry. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(2), 273-284.
- Hoffman S.R., Stallings S.F., Bessinger R.C., et al. 2013. Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence. *Appetite*, 65: 139-144
- Kaur, A., Sharma, S., & Thind, S. T. (2015) In vitro meat production system: Why and how? *J Food Sci Technol*, 52(12), 7599-7607.
- Malek, W. (2016) Big data analysis in social networks: Extracting food preferences of vegans from Twitter (Master Thesis). Dalarna University, Falun.
- Mancini, M. C., & Antonioli, F. (2019) Exploring consumers' attitude towards cultured meat in Italy. *Meat science*, 150, 101-110.
- Muslu, M. (2021) Yapay et (sentetik et – kültür eti), küresel protein gereksinimi için alternatif bir kaynak olabilir mi? 4. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yaşam Kongresi; 08-10 Nisan, Burdur. 339-348.
- Pitts, N., & Whitnal, T. (2019) Global trends in meat consumption. *Agricultural Commodities*, 9(1), 96-99.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. (2005) Qualitative interviewing: The art of hearing data. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- STM Thinktech. (2021) [https://thinktech.stm.com.tr/uploads/docs/1635149130\\_stm-yapay-et-teknolojisi.pdf](https://thinktech.stm.com.tr/uploads/docs/1635149130_stm-yapay-et-teknolojisi.pdf)? adresinden 30 Kasım 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory, 2nd edition, London:Sage Publications, 1998.



- Sürek, E., & Uzun, P. (2020) Geleceğin alternatif protein kaynağı: Yapay et. *Akademik Gıda*, 18(2), 209-216.
- Valente, J.D.P.S., Fiedler, R.A., Heidemann, M.S., Molento, C.F.M. (2019). First glimpse on attitudes of highly educated consumers towards cell-based meat and related issues in Brazil. *PLoS One*, 14(8): 1-12.
- Verbeke, W., Marcu, A., Rutsaert, P., Gaspar, R., Seibt, B., Fletcher, D., & Barnett, J. (2015). 'Would you eat cultured meat?': Consumers' reactions and attitude formation in Belgium, Portugal and the United Kingdom. *Meat science*, 102, 49–58.
- Verbeke, W., Sans, P., & Van Loo, E. J. (2015). Challenges and prospects for consumer acceptance of cultured meat. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(2), 285-294.
- Web of Science. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/analyze-results/d3203556-5339-465e-aaaf-7aef86a655d8-20158d9a> Retrieved from 30 December 2021.
- Web of Science. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/analyze-results/8e1feb21-469d-4e25-b5ef-6fd94d992978-20159232> Retrieved from 30 December 2021.
- Weinrich, R., Strack, M., & Neugebauer, F. (2020). Consumer acceptance of cultured meat in Germany. *Meat Science*, 162, 107924.
- Wilks, M., & Phillips, C. J. (2017). Attitudes to in vitro meat: A survey of potential consumers in the United States. *PloS one*, 12(2), e0171904.
- Yerebakan, H. (2018). <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/halit-yerebakan/2018/04/25/cok-fazla-kirmizi-et-tuketimi-diyabet-riskini-artirabilir> adresinden 22 Kasım 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Yetim, H., & Tekiner, İ. H. (2020). Alternatif protein kaynaklarından yapay et üretimi kavramına eleştirel bir bakış. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 85-100.
- Zhang, M., Li, L., & Bai, J. (2020). Consumer acceptance of cultured meat in urban areas of three cities in China. *Food Control*, 118, 107390.

## **Bölüm 15**

# **KAZAK TÜRKÜ KADINLARIN GEBELİK ÖNCESİ, GEBELİK SÜRECİ VE GEBELİK SONRASI GELENEKSEL BAKIM UYGULAMALARI**

**Çiğdem KAYA BAĞDAŞ<sup>1\*</sup>**

### **GİRİŞ**

Kazak Türklerinde doğum öncesi geleneksel uygulamalar; çocuk sahibi olma, aşırme, çocuğun cinsiyetini tahmin etme ve gebelik sürecinde kadının dikkat edilmesi gereken davranışlardan oluşmaktadır. Çocuk sahibi olamayan kadınlar için geleneksel uygulamalar; kutsal yerleri ziyaret etmek, dua etmek ve adak adayıp, muska yazdırmak, evdeki yaşlı ve büyük kişilerin kadına dua etmesi, kadını sıcak tutmak, sıcak yiyecek içecek yedirip içirmek, içine yumurta konulmuş kuş yuvasının ılık suya koyularak kadının buna oturması, aygır derisi ile kadını terletmek, kadının akrabalarından bir çocukla uyuması, çocukları olan veya ölen bir kadının iç çamaşırını alarak evdeki sandığın dibine saklamak ya da o giysileri giymek bazı bitkileri kaynatarak içmek, anneannelerin göbek kordonunun küçük bir bölümünün etle kavurup kadına yedirmek, devenin bacak etinin yağını yünü örtüye sürüp üst karın bölgesine sarmak, Kara torgay kuşunu bağrına basmak ve dua etmek, koyun şirdeni yemek, yeni doğmuş köpek yavrusunun üzerinden atlandığında eğer yavrunun biri ölürse, gebe kalacağına inanmak, deve yününden yapılmış iplik ile tekrarlı düşük yapan kadının eteğinin ön tarafını dualarla dikmek, çocuk sahibi olamayan ya da sık sık düşük yapan kadın çocuğu çok olan akrabalarının birisinin çocuğunu evlatlık edinmek ve o çocuğun elbisesinin doğacak çocuklarına giydirdiğinde çocukların uzun ömürlü olacağına inanmak olduğu görülmektedir (Yeniasır ve ark., 2020; Nussipkhan ve Öger, 2021; Çetin., 2021; Çeltikci, 2009; Küçük., 2022; Şimşek ve Dinç, 2018; Nauanova,2020).

Çocuğun cinsiyetini belirlemeye yönelik yapılan geleneksel uygulamalara bakıldığında; yatırlara gitmek, adaklar adamak, bir erkek çocuğu loğusanın

\* Çalışma, Uluslararası Türk Dünyası Sempozyumunda tebliğ olarak sunulmuştur.

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, cbagdas@erzincan.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8831-3471

cildini koruduğu için bu suyun bebeğin vücudunun her yerine dokunmasına inanılmaktadır. (Mukhtarkhanova, 2020; Nussipkhan, 2021)

6 katılımcı artık bebek hastanede doğduysa hastanede göbeği kesildikten sonra bebeğe iğne yapılır ve bu yıkama törenleri üç gün sonra gerçekleşir' diye yanıtlamıştır. Mukhtarkhanova Kazak Türklerinde (Jambıl Yöresi) Doğum Âdetleri Araştırma Makalesi'nde de belirtildiği gibi bebek hastanede doğmuşsa bu yıkama töreni üç gün sonra yapıldığının ve bu Şildehané'nin bir düğün bir kutlama havasında yaşandığını aktarmıştır. Nauanova'nın Kazak Türklerinin Halk Kültüründe Geçiş Dönemleri başlıklı tezinde de bebeği doğum sonrası tuzlu su ile yıkama ve bunun zamanına dair bilgiler aktarılmıştır. (Mukhtarkhanova, 2020, Nauanova, 2020)

## **SONUÇ**

Tüm Türk milletlerinde olduğu gibi Kazak Türk'lerinde de gebelik öncesi, doğum ve gebelik sonrası uygulamalar nesilden nesile aktararak devam etmektedir. Çalışmanın ayrıntıları Kazak Türklerinde 'aile' kavramının önemini, değerlerin yaşatılmasında geniş ailenin ve akrabalıkların büyük ölçüde rol oynadığını göstermektedir. Kazak Türkü kadınların gebelik, doğum ve gebelik sonrası pek çok geleneksel uygulamaları sürdürdükleri belirlenmiştir. Bu uygulamaların bir kısmının sağlık açısından bir etkisi olmadığı, bir kısmının faydalı olduğu görülmüştür fakat sağlığa zararlı olabilecek birçok uygulamanın da sürdürüldüğü dikkat çekmektedir. Gerek çocuk bakımı ve gerekse diğer aile bireylerinin sağlığı için, başta anne adayları olmak üzere tüm aile bireylerinin eğitim etkinliklerinden yararlanması önemli görünmektedir. Kültürel özellikler bir toplumun varlığını sürdürmesinde önemli olsa da sağlığı olumsuz etkileyecek uygulamaların sürdürülmesinin önlenmesi gerekmektedir. Aile eğitimi etkinlikleriyle sağlığı etkileyen etmenler, sağlığın devamı için hangi uygulamaların neden yapılması gerektiği konuları ele alınarak olumsuz uygulamaları bireylerin kavramaları sağlanabilir.

## **KAYNAKÇA**

- Alyar, G. (2020). *Kazak Türkleri ve Bodrum'da geçiş dönemi (doğum, düğün, ölüm) gelenek ve uygulamaları üzerine karşılaştırmalı bir inceleme*. Yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Canikoğlu, G. T. (2009). Kazak Türklerinde yaş dönümü inanç ve gelenekleri. *Türk Dünyası Araştırmaları*, (182).
- Çeltikçi, O. (2009). Türk dünyası kültüründe doğum üzerine ortak uygulamalar. *Journal of Azerbaijani Studies*, 511-521.

- Çetin, H. (2018). Kazaklar Türklerinde çocuk ile ilgili gerçekleştirilen törenler ve çocuk terbiyesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 1088-1101. Doi: <https://doi.org/10.33692/avrasyad.510058>
- Çetin, H. (2021). *Türkiye ve Kazakistan'da geçiş dönemlerinin (doğum-evlenme-ölüm) karşılaştırmalı incelemesi*. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- EKİZ, Durmuş. (2003). *Eğitimde araştırma yöntem ve metotlarına giriş. Nitel, nicel ve eleştirel kuram metodolojileri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Küçük, K. (2022). Traditions of birth, wedding and death of the Kazakhs. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 7 (1), 13-23. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6912489>
- MERRIAM, Sherridan B. (2013). *Qualitative Research, a Guide of Design and Implementation (Nitel araştırma, desen ve uygulama için bir rehber)*, (Çev. Ed. Selahattin Turan). Ankara: Nobel Yayınları, s.16,85.
- Mukhtarkhanova, R. (2020). Kazak Türklerinde (Jambıl yöresi) doğum âdetleri. *Akdeniz Havzası ve Afrika Medeniyetleri Dergisi*, 2(1), 89-9.
- Nauanova, G. (2020). *Kazak Türklerinin halk kültüründe geçiş dönemleri*. Doktora tezi, Ardahan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ardahan.
- Nazarova, A. & Temenova, G. (2021). Kazak halk kültüründe bir yaşa kadarki bebekle ilgili gerçekleştirilen geleneklerin anlamsal boyutu. *Millî Folklor*, 17(129), 176-191.
- Nussipkhan, G. & Öger, A. (2021). *Kazak çocuk folkloru*. Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Pelin, M. (2021). Edirne'de Pomak doğum âdetleri üzerine bir inceleme. *Rumeli DE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (24), 755-770.
- Şimşek, S. & Dinç, A. A. (2018). Öskemen Şehri'nde (Kazakistan) doğum öncesi ve sonrası adetler. *Sobider: Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (30), 402-419.
- Yeniasır, M., Gökbulut, B., & Âdem, Ö. G. E. R. (2020). Kazak, Türkmen ve Kıbrıs Türklerinin halk inançları ile gelenekleri üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Folklor/Edebiyat*, 26(102), 297-316. Doi: <https://doi.org/10.22559/folklor.1150>

## **Bölüm 16**

# **WoS VERİ TABANINDA YEŞİL MUHASEBE VE YEŞİL DENETİM KONUSUNDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**

**Fatih AKBAŞ<sup>1</sup>**

### **GİRİŞ**

Muhasebe, işletmelere ait finansal nitelikteki işlemleri kaydeden, sınıflandıran, özetleyerek raporlayan, analiz ve yorumlama yapan bir bilgi sistemidir. İşletmeler çevreyle ilişkisini faaliyet raporlaması yoluyla yapmaktadır. İlk dönemlerde işletmelerin tek amacının kar elde etmek olduğunu savunan klasik ekonomik yaklaşımın etkisiyle raporlamalarda yalnızca finansal raporlar düzenlenmekteydi. Modern ekonomik yaklaşımın benimsenmesiyle birlikte kar elde etmenin yanında toplumsal refahın artırılması ve geliştirilmesi de eklenmiştir (Süklüm, 2020). Muhasebenin temel kavramlarından olan sosyal sorumluluk kavramı gereği işletme yalnızca yöneticiler ve şirket sahipleri gibi belirli bir kesimin çıkarlarına yönelik değil, tüm topluma karşı üretilen bilgilerin gerçeğe uygun ve tarafsız bir biçimde raporlamalarını gerçekleştirmek zorundadır. Son dönemlerde kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve kurumsal sürdürülebilir kavramlarıyla birlikte işletmeler finansal raporlamaların yanında sosyal ve çevresel etkilerine yönelik raporlamaları da yapmaya başlamışlardır. Bu raporlamalar ile muhasebeye maliyet, genel muhasebe gibi bilinen muhasebe türlerinin yanında çevre muhasebesi ya da yeşil muhasebe olarak isimlendirilen muhasebe kavramı da eklenmiştir (Sebastian, 2022). Finansal muhasebe işletmelerin finansal faaliyet sonuçlarına yönelik raporlamaları içerirken, firmanın çevre ile ilişkisi dolayısıyla ortaya çıkan ilişkilerin finansal yönünün kayıt ve raporlanması yönünde eksik kalmaktadır. Bu noktada yeşil muhasebe işletme, çevre arasındaki ilişkide ortaya çıkan çevresel maliyetlerin raporlanması ve kayıtlanmasında ön plana çıkmaktadır. Yeşil muhasebe tarafından üretilen raporlar ülkelerin sürdürülebilir kalkınması için geliştirdiği politika ve stratejilere yol gösterecek çevre ile ilgili kaynaklar ve

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ordu Üniversitesi, İkizce Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, fatihakbas@odu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-2474-8913

## **SONUÇ**

Denetim ve muhasebe konularının işletmelerin finansal faaliyetleri dışındaki uygulamalarıyla ilişkilendirilmeye başlamasıyla ortaya çıkan yeşil denetim ve yeşil muhasebe, ilgili faaliyet sonuçlarını çeşitli raporlar ile bilgi kullanıcılarına sunmaktadır. Çevre konusunun hassasiyeti ve önemi dolayısıyla kamu otoritelerinin çevre konularında yüklerini paylaşmaya başlaması ve hem birey hem de firmalara yasal yükümlülükler yüklemeye başlamıştır. Yasal zorunluluklar ve/veya İş dünyasının konuyu içselleştirmesiyle yazın alanda da konuya ilişkin çalışmaların artarak devam edeceği söylenebilir.

Çalışma Vosviewer programı ve R yazılımı kullanarak yeşil muhasebe ve yeşil denetim konularında WoS veri tabanında yayınlanan belgeleri inceleyerek bibliyometrik analiz yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ilgili veri tabanında ilk çalışmaların 1992 yılında yapıldığı ve bu yıldan itibaren çeşitli konulara odaklanan yayınlarda incelenen konuya ilişkin çalışmaların muhasebeye yönelik çalışmalarda yer aldığı görülmüştür. Dönemsel olarak denetim konusunun muhasebe konusundan ayrı olarak incelenmeye başlanmasıyla birlikte konu yönetim, sürdürülebilirlik ve işletmelerin performanslarına yönelik konularla ilişkilendirilerek çalışılmaya başlanmıştır. Yeşil muhasebenin yeşil denetime göre daha fazla çalışıldığı sürdürülebilirlik konusuyla her iki konu başlığının da yoğun bir ilişki içinde olduğu söylenebilir. Muller, NZ ve Mendelsohn, R. ilgili konularda en çok atıf alan yazarlarken, Cairns, RD ise 14 yayın ile en üretken yazar olarak belirlenmiştir. İlgili konuya yönelik eserlerin büyük çoğunluğu birden fazla yazar ortaklığında ortaya konmuştur. *Ecological Economics*'in 23 belge ve 442 atıfı en çok belge ve atıf üreten kaynak olduğu söylenebilir.

Sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda tüm birey ve kuruluşlara çeşitli yükler yüklenmiştir. Bunların bir kısmı gönüllülük esasına dayalıyken bir kısmı yasal olarak zorunluluk arz etmektedir. İşletmelerin gönüllük esasına dayanan uygulamalarını yasal bir zorunluluk olarak görmeye başlamasıyla birlikte konuya ilişkin çalışmaların ivme kazanarak artacağına işaret etmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Akbaş, F., Tura, Ü. ve Kaya, F. (2021). Web of Science core collection veri tabanında islami bankacılık ile ilgili yapılan makalelerin bibliyometrik analizi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 56–78. doi:10.47129/bartiniibf.846247
- Altınbay, A. ve Durak, H. (2022). Çevre muhasebesi, yeşil muhasebe ve karbon muhasebesi kavramları hakkında yazılan makalelerin bibliyometrik analizi. *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 7(1), 140–155.

- Çetin, A. A. ve Doğan, S. (2023). Yeşil muhasebeye yönelik kavramsal bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 25 (MODAVICA Özel Sayısı), 153–179.
- Çil Koçyiğit, S., Temelli, F. ve Derya Baskan, T. (2023). Sürdürülebilirlik muhasebesi konusunda yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi: Web of Science örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 241–264. doi:10.25287/ohuiibf.1188162
- Gök, A. G. ve Çarıkçı, O. (2022). Çevre muhasebesi konulu çalışmaların bibliyometrik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(3), 369–391.
- Gönen, S. ve Yurtlu, Ö. (2022). Kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında yeşil denetime kavramsal bakış. A. Akçay Öztürkçü (Ed.), *Sosyal, beşeri ve idari bilimler alanında uluslararası araştırmalar 11II* içinde. Eğitim Yayınevi.
- Güney, C. ve Polat, B. (2013). Denetim süreci açısından ekolojik muhasebeye bakış. *Vergi Sorunları Dergisi*, (299), 122–131.
- IAC IQ AUDIT COMPANY. (2024). Yeşil bağımsız denetim uygulamaları nelerdir? <https://iqdenetim.com/2024/08/05/yesil-bagimsiz-denetim-uygulamaları-nelerdir/#:~:text=Yeşil denetim raporları%2C işletmelerin çevre,riskleri belirleyip yönetmeye yardımcı olur. adresinden erişildi>.
- Jayanthi, R. (2015). Green accounting: A study about its importance and concept. *International Journal Of Research in Commerce & Management*, 6(11), 76–80.
- Karcioğlu, R. ve Öztürk, S. (2023a). İklim Değişikliği muhasebesi araştırmalarının bibliyometrik analizi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 23(70), 23–44. doi:10.55322/mdbakis.1250638
- Karcioğlu, R. ve Öztürk, S. (2023b). Sürdürülebilir su yönetimi ve muhasebesi: bibliyometrik yöntemlerle bir analiz. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 23(69), 45–66. doi:10.55322/mdbakis.1204113
- Karcioğlu, R. ve Tosunoğlu, B. (2022). Yeşil Muhasebe araştırmalarının bilim haritalama teknikleri ile bibliyometrik analizi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 24(MODAVICA Özel Sayısı), 57–70. doi:10.31460/mbdd.1055706
- Öztürk, S. (2022). Türkiye’de çevre muhasebesi konusunda yayınlanmış akademik çalışmaların bibliyometrik analizi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(26), 743–767. doi:10.36543/kauibfd.2022.031
- Sebastian, M. (2022). A study on green accounting: Concept and its importance. *Internal Journal of Creative Research Thoughts*, 10(8), 677–681.
- Şerbetçi, G. (2015). Çevresel muhasebede maliyetlerin denetim ve raporlanması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 1–20.
- Süklüm, N. (2020). Kurumsal Sosyal sorumluluk, yeşil muhasebe ve yeşil denetim ilişkisine kavramsal bir bakış. *Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Özel Sayı), TBMM 100. Yıl Özel Sayısı. doi:10.33905/bseusbed.752576
- Yalçın, A. ve Sümerli Sarıgül, S. (2021). Yeşil Pazarlama ve yeşil muhasebe konularının görsel haritalama tekniğine göre bibliyometrik analizi. 3. *Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56(1), 304–328. doi:10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.21.02.1548
- Yaylalı, İ. (2024). Çevre muhasebesi ve alt muhasebe türlerinin önemi üzerine muhasebe dergilerinde bir analiz. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 14(3), 1253–1276. doi:10.30783/nevsosbilen.1471007