

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

ÜLKE İMAJININ TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETME NİYETİ
ÜZERİNE ETKİSİNDE YUMUŞAK GÜÇ UNSURLARININ
DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ÇİN PAZARI

DOKTORA TEZİ

EMİN GÜLEÇ

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

ÜLKE İMAJININ TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETME NİYETİ
ÜZERİNE ETKİSİNDE YUMUŞAK GÜÇ UNSURLARININ
DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ÇİN PAZARI

DOKTORA TEZİ

EMİN GÜLEÇ

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. NURAY TETİK DİNÇ

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201712526009 numaralı Emin GÜLEÇ'in hazırladığı Ülke İmajının Türkiye'yi Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Yumuşak Güç Unsurlarının Düzenleyici Rolü: Çin Pazarı konulu DOKTORA tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 14.07.2023 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan) Prof. Dr. Düriye BOZOK	İmza
Üye (Danışman) Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ	İmza
Üye Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU	İmza
Üye Doç. Dr. Serkan TÜRKMEN	İmza
Üye Dr. Öğr. Üyesi Kemal OLÇAR	İmza

.../.../...

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Bayram ŞAHİN

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

14/07/2023

İmza

EMİN GÜLEÇ

ÖNSÖZ

Bir turistin seyahat etme niyetini şekillendiren birden çok parametre bulunmaktadır. Herhangi bir destinasyonun doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel dokusu ya da turistik arz imkanları, turisti ilgili destinasyona çekebileceği gibi sıradanlıktan kaçış, sosyalleşme ihtiyacı ya da yenilenme arzusundan doğan içsel motivasyon kaynakları da turisti söz konusu destinasyona doğru seyahat etmeye itmektedir. Pek tabii ki turistin yaşı, sosyo-ekonomik durumu ya da eğitim düzeyi gibi kişisel özellikleri; içe dönük ya da dışa dönük bir birey olması gibi psikolojik özellikleri; seyahat etmeyi düşündüğü destinasyonun imajı gibi faktörlerde turist in satın alma karar sürecinde rol oynayan başat değişkenlerdir.

Buna karşın disiplinlerarası -özellikle de uluslararası ilişkiler sahasına yönelik- entelektüel okumalar yaptıkça şunu fark ettim ki: Uluslararası turizm hareketliliğine katılan yabancı turistlerin ilk ziyaretleri ya da tekrarlanan ziyaretlerinin pek çoğu ağırlıklı olarak “Batı” dünyasının değerlerini benimsemiş ülkelere gerçekleştirilmektedir. Nitekim uluslararası turizm verilerini incelediğimde, en çok yabancı turist ağırlayan ilk on ülkenin neredeyse tamamının AB (Avrupa Birliği) üyesi ülkeler olması bu anlamda dikkate değer bir bulgudur. Dahası turistik ürünlerinin pek çoğu benzer özniteliklere sahip olmasına ve turizm yatırımlarına devasa bütçeler ayırmalarına rağmen halen birçok ülkenin yabancı turistlerce çok daha az tercih edilir olduğunu gördüm.

Her biri Akdeniz ülkesi olmalarına ve benzer turistik ürünlere sahip olmalarına rağmen Mısır’ın, diğer Akdeniz ülkelerine göre uluslararası turizm hareketliliğinden oldukça sınırlı bir pay alabilmesi bu duruma bir örnek teşkil etmektedir. Keza, birkaç 10 yıl sonra ham petrolden elde ettiği gelirlerinin çok büyük bir kısmının tükeneceği bilincinde olan Katar gibi ülkeler turizm sektörüne milyarlarca dolarlık yatırım yapmaktadırlar. Euronews’e göre Katar 2022 yılında gerçekleşmiş olan Dünya Kupası öncesinde 300 milyar dolar değerinde turizm yatırımı yapmıştır. Katar gibi kendi turizm hikâyesini baştan yazmaya çalışan bir ülkenin turizme yönelik girişimleri takdire şayan olsa da, spesifik olarak Katar’a oranla turizm için ayırdığı bütçesi çok daha mütevazı olan İsviçre gibi küçük bir ülke halen uluslararası turist varışları açısından Katar’dan çok daha iyi bir performans göstermektedir.

Son olarak, UNESCO tarafından listelenen, özel kültürel veya fiziksel öneme sahip yerlerden her birine verilen isim olan Dünya Mirası Listesi'ni incelediğimde ise İran'ın söz konusu listede yer alan varlıkları ile İngiltere'nin varlıklarının benzer sayılara tekabül ettiği gerçeği ile karşılaştım. Her iki ülke, tarihi ve kültürel çekicilik unsurları bakımından eş sayıda fırsatlara sahip olmalarına rağmen İngiltere'nin uluslararası turistleri kendi ülkesine çekebilme noktasındaki başarısı İran'a nazaran çok daha dikkate değerdir.

Özetle, bir turistin seyahat etmeye karar verme sürecini açıklamak adına sadece ilgili destinasyonun sunmuş olduğu turistik olanakları ve turistin seyahat motivasyonu kaynaklarını ölçü almak yanıltıcı olabilmektedir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde, Mısır'ı diğer akdeniz ülkelerine göre; Katar'ı İsviçre'ye göre ve İran'ı da İngiltere'ye göre uluslararası turizm varışları açısından dezavantajlı bir pozisyona sürükleyen ikincil nedenleri gün yüzüne çıkarma çabası, bu araştırmanın çıkış noktası olmuştur. Dikkat edileceği üzere, bahsi geçen ülkelerin “Batı” dünyasına ve o dünyadan kök bularak sonrasında evrensel bir niteliğe bürünen değerler ve normlar ile o ya da bu şekilde uyumsuzlukları bulunmaktadır. Dolayısıyla, bir turistin satın alma karar sürecindeki söz konusu ikincil nedenler ya da ikincil seyahat motivasyonu kaynakları, turizm disiplini içindeki bir başka olgu ile değil, uluslararası ilişkiler disiplinde yer edinen yumuşak güç olgusu ile Türkiye özelinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmamın disiplinlerarası bir içerik barındırması hususunda telkinleriyle bana cesaret veren saygıdeğer hocam Doç. Dr. Nuray TETİK DİNÇ'e teşekkürü borç bilirim. Yoğun iş yüküne rağmen ihtiyaç duyduğum her an bana vakit ayıran Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU hocama teşekkür ederim. Gezinler, doğada kendilerine bir hareket noktası belirlemek adına referans olarak kutup yıldızını seçerler. Benim ise akademik kariyerime yön tayin etmek için baktığım kutup yıldızı olan kıymetli hocam Prof. Dr. Düriye BOZOK'a şükranlarımı sunarım.

En son ancak en önemlisi ise yaptığım her anlamlı, güzel ve iyi bir eylemi uğruna atfedebileceğim yegâne varlıklarım; canım annem Ayşe GÜLEÇ'e, canım babam Kubilay GÜLEÇ'e, canım kardeşim Akın GÜLEÇ ve canım kardeşim Ali Rıza GÜLEÇ'e sonsuz sevgiler, saygılar ve teşekkürler. İyi ki varsınız.

ÖZET

ÜLKE İMAJININ TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETME NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİNDE YUMUŞAK GÜÇ UNSURLARININ DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ÇİN PAZARI

GÜLEÇ, Emin

Doktora, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ

2023, 197 Sayfa

Destinasyon imajının bir ülkeyi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde belirleyici ve açıklayıcı bir rolü bulunmaktadır. Buna karşın bir ülkenin turistik cazibesinden doğan destinasyon imajına ek olarak, ülkenin uluslararası ilişkiler açısından inşa ettiği siyasi cazibesi de ülkeyi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olabilmektedir. Herhangi bir ülkenin kültürünün diğer ülke vatandaşları üzerinde hayranlık uyandırması, ülkenin; evrensel insani değerlere olan bağlılığı, dış politikasındaki söylem ve eylemlerinde meşruiyet arayışı, o ülkeye yönelik olumlu imajı ve algıyı pekiştirebilir. Bu varsayımdan hareketle araştırmanın amacı, destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide yumuşak güç unsurlarının (kültür, siyasi değerler ve dış politika) düzenleyici etkisinin olup olmadığının açığa çıkarılmasıdır. Araştırma, Türkiye genelindeki muhtelif turizm destinasyonlarından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen Çinli turistlere yüz yüze anket toplama tekniği uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Toplamda 270 anket analize tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda, destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide yumuşak gücün her üç unsurunun da düzenleyici etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, Çinli turistlerin Türkiye'ye dair yumuşak güç algılarının yüksek olması durumunda, turistlerin destinasyon imajına olumlu bakışları arttıkça, Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetlerinin de arttığı görülmüştür. Benzer bir şekilde, Çinli turistlerin Türkiye'ye dair yumuşak güç algıları düştükçe Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetleri de azalmaktadır. Sonuç olarak, Destinasyon imajı ve yumuşak güç unsurlarının ikisi birlikte, araştırma modelinin bağımlı değişkeni olan

Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde aynı yönlü ve özellikle birlikte kullanıldığında daha güçlü bir etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: İmaj, Yumuşak Güç, Tekrar Ziyaret Etme Niyeti, Uluslararası İlişkiler, Turizm

ABSTRACT

MODERATING ROLE OF SOFT POWER FACTORS ON THE EFFECT OF COUNTRY IMAGE ON TRAVEL INTENT TO TURKEY: THE CHINA MARKET

GÜLEÇ, Emin

Phd Thesis, Department of Tourism Management

Advisor: Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ

2023, 197 pages

The destination image plays a decisive and explanatory role in the intention to revisit a country. Additionally, apart from the touristic attractions, a country's political appeal in terms of international relations can also influence the intention to revisit. The admiration of a country's culture by citizens of other countries, its commitment to universal human values, and its pursuit of legitimacy in foreign policy discourse and actions can reinforce a positive image and perception of that country. Based on this assumption, the aim of this research is to determine whether soft power elements (culture, political values, and foreign policy) have a moderating effect on the relationship between destination image and the intention to revisit Turkey. The research involved conducting face-to-face surveys with Chinese tourists selected through convenient sampling at various tourism destinations across Turkey. A total of 270 questionnaires were analyzed. The results of the analysis indicate that all three elements of soft power have a moderating effect on the relationship between destination image and the intention to revisit Turkey. It was observed that when Chinese tourists have a high perception of Turkey's soft power, their intention to revisit Turkey increases as their positive perceptions of the destination image also increase. Conversely, as Chinese tourists' soft power perceptions towards Turkey decrease, their intention to revisit also decreases. In conclusion, both destination image and soft power factors have the same effect on the intention to revisit Turkey, which is the dependent variable of the research model, in the same direction, particularly when considered together.

Keywords: Image, Soft Power, Revisit Intent, International Relations,
Tourism

Değerli Aileme...

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	x
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi.....	5
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	7
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.6. Tanımlar	8
2. İLGİLİ ALANYAZIN.....	9
2.1. Kuramsal Çerçeve.....	9
2.1.1. Yumuşak Güç Kavramı.....	9
2.1.2. Yumuşak Güç Unsurları.....	17
2.1.2.1. Kültür.....	22
2.1.2.2. Siyasi Değerler	29
2.1.2.3. Dış Politika	34
2.1.3. Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi.....	43
2.1.4. Yumuşak Güce Getirilen Eleştiriler.....	57
2.1.4.1. Yumuşak Gücün Ölçülebilirliği.....	57
2.1.4.2. Hegemonya Kavramı ve Yumuşak Gücün Benzeşikliği.....	67
2.1.5. Destinasyon Kavramı.....	78
2.1.6. Destinasyon İmajı Kavramı.....	78

2.1.7. Destinasyon İmajının Bileşenleri.....	84
2.2. İlgili Araştırmalar.....	87
3. YÖNTEM.....	91
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	91
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	96
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri.....	102
3.3.1.Yumuşak Güç Ölçeğinin Geliştirilme Süreci	107
3.3.1.1. Ölçmek İstenilen Yapının Belirtilmesi.....	107
3.3.1.2. Madde Havuzunun Oluşturulması.....	108
3.3.1.3. Ölçme Biçiminin Belirlenmesi.....	110
3.3.1.4. Ölçeğin Kapsam Geçerliğinin Sağlanmasına Yönelik Çalışmalar....	111
3.3.1.5. Pilot Uygulamanın Gerçekleştirilmesi.....	116
3.3.1.6. Ölçeğin Güvenirliğinin Test Edilmesine Yönelik Analizler.....	117
3.3.1.7. Ölçeğin Yapı Geçerliğinin Test Edilmesine Yönelik Analizler.....	118
3.3.1.7.1. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA).....	119
3.3.1.7.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA).....	125
3.3.1.7.3. Yakınsak Geçerlik ve Iraksak Geçerlik.....	131
3.4. Veri Toplama Süreci.....	133
3.5. Verilerin Analizi.....	133
4. BULGULAR VE YORUMLAR	134
4.1. Yumuşak Güç Ölçeğinin Kapsam Geçerliğine İlişkin Bulgular.....	134
4.2. Yumuşak Güç Ölçeğinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular.....	139
4.3. Yumuşak Güç Ölçeğinin Yapı Geçerliğine İlişkin Bulgular	141
4.3.1. AFA'ya İlişkin Bulgular	141
4.3.2. DFA'ya İlişkin Bulgular	146
4.3.3. Yakınsak ve Iraksak Geçerliğe İlişkin Bulgular	148
4.4. Destinasyon İmajı Ölçeğinin Yapı Geçerliğine İlişkin Bulgular	150
4.4.1. AFA'ya İlişkin Bulgular	150
4.4.2. DFA'ya İlişkin Bulgular	154
4.5. Araştırmanın Tanımlayıcı İstatistikleri	156
4.6. Hipotez Testleri.....	157
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	163

5.1. Sonuçlar.....	163
5.2. neriler.....	170
KAYNAKÇA.....	173
EKLER	
Ek 1- Anket Formu (Türkçe).....	189
Ek 2- Anket Formu (Çince).....	193

ÇİZELGELER LİSTESİ

<u>Cizelge 1.</u> Yumuşak Gücün Bir Analiz Kategorisi Olarak Ölçülebilmesi İçin İzlek....	63
<u>Cizelge 2.</u> Destinasyon İmajı Tanımları	83
<u>Cizelge 3.</u> Pilot Çalışma Bulgularına Göre İdeal Örneklem Büyüklükleri	101
<u>Cizelge 4.</u> Destinasyon İmajı Ölçeği	104
<u>Cizelge 5.</u> Araştırma Ölçeğinin Kapsam Geçerliği Formu	113
<u>Cizelge 6.</u> Kurgusal Bir X Yapısının KGO ve KGİ Katsayıları.....	116
<u>Cizelge 7.</u> Yapı Geçerliliğinin Doğrulanması İçin Uyum İyiliği İndekslerine Ait Kabul Aralıkları	130
<u>Cizelge 8.</u> Kültür Değişkeninin KGO ve KGİ Katsayıları	135
<u>Cizelge 9.</u> Siyasi Değerler Değişkeninin KGO ve KGİ Katsayıları	137
<u>Cizelge 10.</u> Dış Politika Değişkeninin KGO ve KGİ Katsayıları	138
<u>Cizelge 11.</u> Yumuşak Güç Ölçeğinin Boyutlarına Yönelik Güvenirlik Analizi Sonuçları	140
<u>Cizelge 12.</u> Yumuşak Güç Ölçeğine Ait Maddelerin Normal Dağılım Varsayımına Yönelik Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	142
<u>Cizelge 13.</u> Yumuşak Güç Ölçeğine Yönelik AFA Çıktıları	144
<u>Cizelge 14.</u> DFA Uyum İyiliği Ölçütleri İle Araştırma Sonuçlarının Karşılaştırılması (Yumuşak Güç)	148
<u>Cizelge 15.</u> Yumuşak Güç Ölçeğinin Güvenirlik, Geçerlik ve Korelasyon Katsayıları	149
<u>Cizelge 16.</u> Destinasyon İmajı Ölçeğine Ait Maddelerin Normal Dağılım Varsayımına Yönelik Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	151
<u>Cizelge 17.</u> Destinasyon İmajı Ölçeğine Yönelik AFA Çıktıları	153
<u>Cizelge 18.</u> DFA Uyum İyiliği Ölçütleri İle Araştırma Sonuçlarının Karşılaştırılması (Destinasyon İmajı).....	155
<u>Cizelge 19.</u> Araştırma Örneklemine Ait Tanımlayıcı İstatistikler	156

<u>Cizelge 20.</u> Araştırma Modelinde Yer Alan Örtük Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları	157
<u>Cizelge 21.</u> Araştırma Modeli İçin Yol Analizi Hipotezlerinin Sonuçları	158

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Sekil 1.</u> Düzenleyici Değişkenin İlişkisel Yapıya Etkisi	93
<u>Sekil 2.</u> Araştırmanın Temel Düzenleyici Değişken Modeli	94
<u>Sekil 3.</u> Yumuşak Güç Ölçeğinin Standardize Edilmiş DFA Sonuçları	147
<u>Sekil 4.</u> Genel Destinasyon İmajı Ölçeğinin Standardize Edilmiş DFA Sonuçları .	154
<u>Sekil 5.</u> Genel Destinasyon İmajının Türkiye’yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Kültür Örtük Değişkeninin Düzenleyici Rolü	159
<u>Sekil 6.</u> Genel Destinasyon İmajının Türkiye’yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Siyasi Değerler Örtük Değişkeninin Düzenleyici Rolü	160
<u>Sekil 7.</u> Genel Destinasyon İmajının Türkiye’yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Dış Politika Örtük Değişkeninin Düzenleyici Rolü	161

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AFA	: Açıklayıcı Faktör Analizi
BM	: Birleşmiş Milletler
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu

1. GİRİŞ

Giriş bölümünde, sırasıyla; araştırma problemi tanımlanmış, araştırmanın amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıkları ortaya konulmuş ve araştırmanın analiz kategorilerini oluşturan önemli kavramlar açıklanmıştır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Bireyin destinasyon hakkında sahip olduğu fikir, inanış ve izlenimlerinin toplamı olarak tanımlanan destinasyon imajı, destinasyon tercihinde oldukça önemli etkiye sahiptir. İmaj algısı, ziyaret edilen destinasyonun yeniden ziyaret edilmesi niyetini de etkileyebilmektedir. Olumlu izlenimler, tekrar ziyaret kararında belirleyici olabilmektedir. Tekrar ziyaretler ise destinasyon açısından tekrarlanmış ekonomik getiri elde edebilme olanağı sağlamaktadır (Yüce, Samsa ve Meriç, 2019, s. 131). Nitekim bir destinasyonu birden fazla ziyaret eden turistlerin sayısı, o destinasyonu ilk defa ziyaret eden turist sayısından daha fazla olabilmektedir. Örneğin İspanya'nın Mayorka şehrini ziyaret eden İngiliz turistlerin % 71'i, Alman turistlerin ise yaklaşık % 57'si Mayorka'yı tekrar ve tekrar deneyimleyen turistlerden oluşmaktadır (Wang, 2004, s. 101). Aynı destinasyonu tekrar ziyaret eden turistlerin istikrarlı bir gelir kaynağı olmalarına ek olarak, bu turistler için pazarlama ve tanıtım kampanyalarına ayrılacak bütçenin destinasyona ilk defa gelecek ya da gelmiş olan turistlere göre daha az harcama gerektireceği de bilinmektedir. Dolayısıyla bir turistin tekrar ziyaret etme niyetinde gözlenen bir birimlik artışın bile ekonomik gelir ve tasarruflar üzerindeki etkisi yadsınmamaktadır (Güngör, 2010a, s. 35). Tekrar ziyaret etme niyetinin turizm endüstrisi açısından önemi giderek artan bir davranış çıktısı olması, onun hangi kavram ya da olgularla açıklanabileceği konusundaki araştırmalara da hız kazandırmıştır. Buna göre ilgili alanyazında tekrar ziyaret etme niyeti ağırlıklı olarak turistlere yönelik destinasyon imajı araştırmalarıyla (Yüce, Samsa ve Meriç, 2019;

Saçlı, Ersöz ve Kahraman, 2019; Huang ve Van der Veen, 2019; Jeong ve Kim, 2019; Styliadis, Shani ve Belhassen, 2017; Byon ve Zhang, 2010) yordanmaya çalışılmıştır.

Buna karşın Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyetini tek başına destinasyon imajı ile açıklamak ise konuya oldukça indirgemeci bir bakış açısı ile yaklaşmak anlamına gelebilmektedir. Destinasyon imajının tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini arttıran, zayıflatan ya da tamamen tersine çeviren birçok farklı değişkenin olması, başka bir anlatımla düzenleyici rol üstlenen değişkenlerin olması muhtemeldir.

Bu araştırma özelinde söz konusu düzenleyici etkiyi yaratması beklenen değişken ise yumuşak güç olarak belirlenmiştir. Türkiye’nin destinasyon imajı ve yumuşak gücünün ikisi birlikte Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde aynı yönlü ve özellikle birlikte kullanıldıklarında daha güçlü bir etkiye sahip olabileceği düşünülmektedir. Destinasyon imajı ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde yumuşak güç olgusunun düzenleyici rol üstlenebileceğine dair iç görüler elde etmek için ilk önce yumuşak güç olgusunun uluslararası ilişkiler disiplinindeki işlevini kavramak gerekmektedir.

Yumuşak gücün tanımını yapmadan önce -uluslararası ilişkiler bağlamında ele alındığında- güç olgusunun neye karşılık geldiğini açıklamakta fayda vardır. Entelektüel kökleri oldukça eskiye dayanan, karmaşık ve ilişkisel bir kavram olan güç: Bir ülkenin kendi tercihi ile yapacağı/yapmayacağı bir eylemi ya da kararı başka bir ülkenin etkisi ile gerçekleştirmemesi/gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir.

Nye (2004, s. 5), uluslararası ilişkiler açısından bir ülkenin diğer ülkelerin eylemlerini, kararlarını ve pozisyonlarını kendi lehine değiştirebilmek için gücün sert ve yumuşak olarak iki farklı formda kullanabileceğini ifade etmiştir. Bir ülke sert güç unsurlarına başvurarak, yani sopa (askeri güç ile tehdit unsuru oluşturmak) ve/veya havuç (ekonomik güç kullanarak yaptırım veya rüşvet yoluyla ikna etmeye çalışmak) kullanarak başka bir ülkenin davranışlarını kendi çıkarlarına uygun olarak dizayn edebilmektedir. Yumuşak güç ise bir ülkenin sahip olduğu soyut nitelikler nedeniyle ona hayranlık duyan ülkelerin, o ülkeyi takip etmesi ve izlemesi şeklinde vurgulamaktadır. Yumuşak gücün ana kaynağını teşkil eden soyut nitelikler 3 temel unsur olarak ele alınıp kategorize edilebilir. Bu unsurlar bir ülkenin “kültürü (diğer devletler tarafından çekici ve cazip algılandığı takdirde), siyasi değerleri (yurt içi ve yurt dışında bu değerlerle uyumlu faaliyetlerde bulunulduğunda) ve dış politikasıdır (başkaları tarafından meşru ve ahlaki olarak algılandıklarında) (Nye, 2004, s. 11).”

Yumuşak güç olgusu uluslararası ilişkilerde neoliberal görüşün bir argümanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Neoliberal görüş, uluslararası anarşik sistem içerisinde yer alan her devleti sadece kendi çıkarları peşinde koşan ve başka devletleri de kendi varlığı için tehdit olarak gören aşırı rasyonel aktörler olarak görmemektedir. Neoliberal görüşe göre devletler, başta ekonomik gerekçelerden kaynaklı olarak birbirleriyle sağlıklı bir işbirliği kurmak zorunda olup; küresel ısınma, salgın hastalıklarla mücadele ya da insan hakları ihlalleri gibi uluslar üstü sorunların çözümünde de işbirliğine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ise devletleri giderek birbirlerine karşı daha bağımlı hale getirerek, onları ortak çıkarlar ve ortak değerler ekseninde buluşturan uluslararası bir sisteme entegre etmeyi teşvik etmektedir.

Bu noktada neoliberal bir dünya görüşünü benimsemiş olan hegemonik güç, uluslararası sistemin anarşik yapısını ve işleyişini de bu görüşün temel ilke ve varsayımlarını referans alarak düzenleyecektir. Böylesi bir sistemin geçer akçeleri ise işbirliği, kurumsallaşma, normlaşma, eşitlik, hukuk, kültürel sempati yaratabilme yeteneği, liberal ekonomik düzen, özgürlük, demokrasi ve insan hakları gibi değerler olup, bu değerler çerçevesinde izlenen dış politika uygulamalarıdır. Esasen her biri doğrudan ya da dolaylı olarak yumuşak gücün farklı bir unsuruna işaret eden bu geçer akçelerin, içerik anlamında nasıl doldurulduğu ve kavramsallaştırıldığı ise yine sistemin hegemonik gücü tarafından belirlenir. Sistemdeki diğer ülkeler, hegemonun tanımladığı ve sınırlarını çizdiği şekliyle söz konusu geçer akçelere göre davranış kalıpları geliştirmelidirler. Böylelikle uluslararası sistemin istikrarına ve gelişimine katkıda bulunan diğer ülkeler, önemli düzeyde yumuşak güç elde ederek ödüllendirilebilirler.

Öyle görülmektedir ki, yumuşak güç unsurları ile baskı ve şiddete başvurulmaksızın kalpleri ve zihinleri kazanabilen bir ülkenin; uluslararası kamuoyunda gündem yaratabilmesi, diğer ülkeler tarafından takip edilmesi, hayranlık uyandırması ve eylemlerinin meşru olarak algılanması oldukça muhtemeldir. Bu ise bir turistin zihninde, o ülkenin güvenli ve ziyaret edilmeye değer bir destinasyon olduğu imgesi yaratmaya fayda sağlayacaktır. Bir ülkenin yumuşak güç bağlamındaki ülke imajı ile turistik cazibesinden kaynaklı destinasyon imajının önemli ölçüde birbirinden farklı olduğunu ima eden örnekler üzerinden hareket edildiğinde, destinasyon imajı ve yumuşak güç olgularının birbirleriyle bağları daha iyi anlaşılır olacaktır. Akdeniz'e kıyısı olan ve dünyanın en büyük antik medeniyetlerinden birinin

mirası üzerine inşa edilen Mısır ülkesini, Mısır'ın destinasyon imajı ve yumuşak gücü bağlamında kategorize ederek irdelemek, yumuşak gücün uluslararası turizm hareketliliğini düzenlemek adına üstlendiği rol ile ilgili bilgiler barındırmaktadır.

Mısır, kendisi gibi Akdeniz'e kıyısı olan diğer ülkeler ile benzer turistik çekicilik kaynaklarına sahip olmakla birlikte, özellikle turistik ürün fiyatları açısından Yunanistan ve Türkiye gibi rakip destinasyonlar ile kıyaslandığında fiyat esnekliğine de sahip olan bir ülkedir. Antik Mısır'ın hâkim olduğu coğrafya üzerinde siyasi varlığını sürdüren Mısır'da kültürel turizm faaliyetleri oldukça gelişmiştir. Mısır, deniz-kum-güneş ve kültür-tarih turizmi dışında Nil kıyısına yakın destinasyonlarda sağlık, inanç ve golf turizmi gibi alternatif turizm türleri için turizm arzını arttırmış ve yenilemiştir. Turizm tanıtımlarına kayda değer bir bütçe de ayıran Mısır'ın önemli ve güçlü bir turizm destinasyonu imajına sahip olduğu aşikârdır (Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, 2017, s. 5). Mısır, küresel anlamda bir turizm ülkesi olarak tanınmak adına çok büyük bir potansiyel taşımasına karşın uluslararası turizm pastasından aldığı pay hem uluslararası turist varışları hem de uluslararası turizm gelirleri bakımından oldukça önemsizdir. Buradan da anlaşılacağı üzere, bir ülkenin doğal, tarihi, kültürel turizm kaynaklarına sahip olması, turizm arzını geliştirmesi, aynı bölgeyi paylaştığı rakip destinasyonlara fiyat-performans açısından üstünlük kurması vb. etmenler doğrudan doğruya ülkenin turizm anlatısına katkı sağlamamaktadır.

Bu duruma bir gerekçe olarak Mısır'ın destinasyon imajının, onun yumuşak gücü ile ters yönlü ilişki içerisinde olduğu gösterilebilir. Mısır'ı 2011 yılına kadar otoriter bir rejim ile yöneten Hüsnü Mübarek döneminde Mısır'ın uluslararası prestiji oldukça yıpranmıştır. Mübarek sonrası kısa bir süre Müslüman Kardeşler iktidarı ele geçirmiştir. Bu dönemde Mısır'ın yumuşak gücü, erkini dini referanslardan alan teokratik ve "her şeyi yasaklayan dini aşırıcılık (Abd El Rehim, 2016, s. 14)" engeliyle karşı karşıya kalmıştır. Müslüman kardeşler iktidarının askeri bir darbeyle devrilmesinin ardından kendisi de asker kökenli olan Abdülfettah el-Sisi iktidara gelmiş ve Mısır'da otoriter rejimi yeniden tesis etmiştir. Tüm bu süreç içerisinde Mısır, kanlı iç çatışmalara ve terör saldırılarına ev sahipliği yapmış, basın ve örgütlenme özgürlüğü kısıtlanmış, insan hakları ihlallerinin gündemden düşmediği, nepotizmin ve yolsuzluğun bayağılaştığı ve tutarsız dış politik davranışların sergilendiği bir ülke olarak görülmüştür (Mason, 2016, s. 77-89). Mısır'ın, dünyanın uygar ülkelerinde benimsenmiş siyasi değerleri içselleştirememesi, dış politikasındaki kararsızlığı ve

başta bölge ülkeleri nezdinde olmak üzere dünya genelinde kültürel cezbediciliğini yitirmesi, onun yumuşak gücünün ciddi ölçülerde aşınmasına neden olmuştur.

Mısır özelinde irdelendiği gibi herhangi bir ülkeye yönelik uluslararası turizm hareketliliğini yoğunlaştıran ya da ivmesini kaybettiren şeyin, o ülkenin turistik çekicilikleri kadar yumuşak gücü de belirleyebilmektedir. Uluslararası turizm hareketliliğinin dış etmenlere oldukça bağımlı, kırılgan ve duyarlı doğası göz önüne alındığında, sıradan bir turist ilk defa ziyaret edeceği ülke hakkındaki organik imajı ya da tekrar ziyaret edeceği ülke hakkındaki uyarılmış imajı, ziyaret edilecek ülkenin yumuşak gücü ile yakından ilintilidir. Çünkü sıradan bir turist için söz konusu ülkenin uluslararası sistem tarafından meşru kabul edilen siyasi değerlere, dış politikaya ya da kültüre sahip olması, turist tarafından da ilgili ülkenin güvenilir ve keşfedilmeye değer olarak yorumlanmasının önünü açmaktadır.

Yukarıda bahsedilen bilgilerin ışığında bu araştırmanın problem cümlesi: Destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde yumuşak güç unsurlarının düzenleyici etkisi var mıdır? olarak kurgulanmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisinde Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarının (kültür, siyasi değerler, dış politika) düzenleyici etkisini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırma kapsamında elde edilmek istenen sonuçlar ise aşağıdaki şekilde sıralanmıştır;

- Ağırlıklı olarak soyut unsurlar barındıran yumuşak güç olgusunun ölçülebilir olup olmadığını tespit etmektir.
- Türkiye'nin destinasyon imajı ve yumuşak gücü birlikte değerlendirildiğinde Çinli turistlerin Türkiye'yi ziyaret etme niyetleri üzerinde daha olumlu ve daha güçlü bir etki meydana getirip getirmediğini açığa çıkarmaktır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu araştırmanın arz ettiği öneme dair bilgiler aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.

1- Yapıcı (2015, s. 5), yumuşak gücü ölçmek için genel bir yol olarak kamuoyu anketleri, nicel veriler ya da her ikisinin bir sentezine başvurulduğunu göstermiş ancak yumuşak gücü ölçme iddiasında bulunan böylesi yöntemlerin başarısızlıkla sonuçlandığını ifade etmiştir. Yapıcı, bu başarısızlığın nedenini Türkiye ve AB ilişkileri üzerinden bir okuma yaparak izah etmeye çalışmıştır. Bu okumaya göre AB ülkeleri, diğer ülkelerin AB'ye katılım heveslerini, Avrupa'nın yumuşak gücünün bir belirtisi olarak tanımlamaktadırlar. Günümüzde Türkiye, insan hakları politikaları ve iç hukuk düzenlerinde AB standartlarıyla uyumlu değişiklikler yapmaktadır. Ancak bu değişikliklerin ne kadarı pazara erişim konusunda ekonomik bir saikle, ne kadarı Avrupa'nın başarılı ekonomik ve politik sisteminin çekiciliğinin, yani AB'nin yumuşak gücünün etkisiyle yürütülmüştür? Dolayısıyla hedef aktörün (Türkiye'nin) politik çıktılarının (AB standartlarıyla uyumlu olarak yaptığı değişiklikler) Avrupa'nın yumuşak gücünden doğan cazibesinin ürünü olup olmadığı saptanamaz durumdadır.

Ancak Nye (2017, s. 6), yumuşak gücün çekiciliği karşılığında istenen politik sonuçları üretip üretmediğini özel durumlara göre değerlendirilmesi gerektiğinin üzerinde durmuş ve yumuşak güç kaynaklı çekiciliğin her zaman diğer ülke kamuoylarının tercihlerini belirleme ve değiştirme de tek başına yeterli olmayacağını belirtmiştir. Kısacası Nye, yumuşak gücün başlı başına bir sonucun nedeni olarak gösterilemeyeceğini ancak o sonuca neden olan değişkenleri manipüle edebileceğini ima etmiştir. Dolayısıyla Çinli turistler (hedef aktör) tarafından algılanan destinasyon imajının (neden) Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti (sonuç) üzerindeki etkisinde yumuşak güç unsurlarının (düzenleyici) rolünü açığa çıkarmak, yumuşak güç kavramını ölçülebilir kılan bir modele işaret etmektedir. Bu araştırma, araştırma modelinde uygun bir rol verildiğinde ve doğru bağlamda konumlandırıldığında, yumuşak güç olgusunun bir analiz kategorisi olarak ölçülebilir olduğunu kanıtlamak adına önem taşımaktadır.

2- Araştırma, 3. Turizm Şurası kapsamında hedef turizm pazarlarından biri olarak belirtilen Çin pazarının profiline ışık tutması ve söz konusu pazarın Türkiye'ye yönelik talep potansiyelini öngörebilmek adına önem taşımaktadır. Bununla birlikte araştırma, gerek turizm ve yumuşak güç olgusunu inceleyecek olan gerekse Çin pazarı üzerine gerçekleştirilecek olan sonraki çalışmalar için ilgili

alanyazında bir kaynak ve model teşkil etmesi bakımından da önem arz etmektedir.

Çin Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre 2019'da 169.21 milyon Çinli vatandaş yurt dışı seyahate katılmıştır. World Bank verilerine göre dünya genelinde 257 milyar dolar harçayarak en fazla turistik harcama yapan ülke vatandaşları Çinli turistler olmuştur (http-1). Çinli turistlerin harcanabilir gelirlerinin % 28'ini uluslararası seyahatlere ayırması (Arslantürk, Özyurt ve Tanrıdağlı, 2017, s. 66) ve Ctrip & China Tourism Academy verilerine göre Çin nüfusunun sadece ve sadece % 10'unun pasaport sahibi olması göstermektedir ki, önümüzdeki yıllarda Çin'in turizm pazarı potansiyeli giderek daha da güçlenecektir. Buna karşın Türkiye'nin bu devasa turizm pazarından elde ettiği pay ise oldukça kısıtlıdır ve Türkçe alanyazında Çin pazarını odağa alan araştırmalar ise oldukça sınırlıdır. Bu noktada araştırma, Çinli turistlerin Türkiye'ye ilişkin zihinlerinde oluşturdukları imaj örüntülerini açığa çıkararak, bahsi geçen imaj örüntüleri ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetleri arasındaki ilişkide Türkiye'nin yumuşak gücünün düzenleyici etkisini ortaya koymak adına önem taşımaktadır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu araştırmanın en temel varsayımı; araştırma özelinde hazırlanan anket formunun ve araştırma modelinde yer alan değişkenlerin birbirleriyle ilişkilerinin, araştırma problemini ve araştırma amacını yansıtmasıdır. Bu doğrultuda, araştırma amacına hizmet etmek için tasarlanan anket sorularına araştırma katılımcıları tarafından içtenlik ve tarafsızlık ile cevaplar verildiği varsayılmıştır. Ek olarak, araştırma kapsamında erişilen örneklemin araştırma evrenini temsil ettiği varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma için iki ana sınırlılık raporlanmıştır. Bunlardan ilki, araştırma kapsamında açığa çıkarılan bulguların araştırma konusu üzerine alan yazın incelemesinin ardından ulaşılabilen kaynaklar ile sınırlandırılmasıdır. İkincisi ise araştırmaya ait veri setinin 20.02.2023 ile 17.04.2023 tarihleri arasında

toplanmasından dolayı araştırma bulgularının söz konusu zaman aralıkları ile sınırlandırılmasıdır.

1.6. Tanımlar

Destinasyon İmajı: Kişilerin bir yer ile ilişkilendirdikleri izlenim, fikir ve inançların toplamıdır (Crompton, 1979).

Yumuşak Güç: Bir ülkenin benimsediği değerler, izlediği dış politika ve refah sahip olduğu kültürden kaynaklı olarak söz konusu ülkeye hayranlık duyan diğer ülkelerin, o ülkeyi takip etmesi ve izlemesidir (Nye, 2004).

2. İLGİLİ ALANYAZIN

Araştırmanın ilgili alanyazın ana başlığı iki ana kısımdan oluşmaktadır. Bu kısımlar sırasıyla; araştırmanın kuramsal çerçevesine ışık tutan birinci bölüm ve araştırma konusu üzerine daha önce gerçekleştirilen çalışmaları mercek altına alan ikinci bölümdür.

2.1. Kuramsal Çerçeve

İlgili Alanyazın ana başlığının ilk bölümü olan bu alt bölümde araştırmanın analiz kategorisini oluşturacak olan yumuşak güç ve destinasyon imajı olgularına dair alanyazın incelemesi gerçekleştirilmiştir.

2.1.1. Yumuşak Güç Kavramı

Güç, uluslararası ilişkiler bağlamında devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerini açıklayabilmek ve devletlerin birbirlerine karşı göreceli konumlarını tespit etmek adına en temel olgudur. Uluslararası ilişkiler disiplinine ait teorik yaklaşımlar tarafından farklı yönlerine vurgu yapılması nedeniyle güç olgusunun tanımını kesin bir dil ile yapmak zorlaşmaktadır. Güç olgusuna yönelik araştırmalar ile güç olgusunun doğasına ışık tutan teorilerden en genel-geçer haliyle bilinenlerini, realist gelenek ve liberal gelenek olarak ikiye ayırmak mümkündür. Güç kavramı işitildiğinde birey zihninde şekil alan ilk şey ise zorlamaya ve zorbalığa dayalı eylemler olmaktadır ki, güç kavramı bu haliyle realist yaklaşımla oldukça özdeşleştirilmiştir. Bu nedenle ilk olarak realist ve neo-realist bakış açılarına kısaca değinmekte fayda vardır.

Realist bakış açısı beslendiği entelektüel kökleri ve referans noktasını sıklıkla antik dönemde yaşanmış olan Peloponezya Savaşına dayandırmaktadır. Atina şehir devleti ile Sparta şehir devleti arasında yaşanan bu savaşı kaçınılmaz kılan şey: Atina'nın gücünün büyümesi ve bunun Sparta üzerinde yarattığı korku olmuştur. Savaşa Atina saflarında katılan Thucydides, korku hissini insanın doğasında var olan,

onun davranışlarını olumsuz yönde etkileyen ve ona sonuçları bakımından yıkıcı kararlar aldırabilen bir olgu olarak görmektedir. Thucydides'e göre Atina ve Sparta arasındaki güç dengesinin Atina lehine değişmesi, Sparta'da korku hissi yarattı ve böylece kendilerini Atina'ya karşı güvensiz hisseden Sparta, savaş aracılığıyla bozulan güç dengesini tekrar eşitleyerek barışı tesis etmeye çalışmıştır. Antik dönemde geçen Peloponezya Savaşı ve savaşın arka planı, ulusal egemenliğini tehdit altında hisseden bir ulusun savaş pahasına kendisini koruma refleksi geliştirmesini ya da uluslararası sistem içerisinde bir ülkenin yegâne amacının güç (özellikle de askeri ölçekte) elde etmek olması gibi birçok açıdan realist bir örüntüyü yansıtmaktadır (Oldemeinen, 2010, s. 1-2).

Bu örnekten anlaşılacağı üzere klasik realist bakış açısı gücü, diğer devletlerin düşünce ve eylemleri üzerinde kontrol sağlayabilme yeteneği olarak görüp, en son kullanacak güç uygulama aracının ise savaş olması gerektiğinin altını çizmiştir (Morgenthau, Thompson ve Clinton, 1985, s. 32). Dolayısıyla bu görüşe göre gücün gerçek doğası, diğerleri üzerinde caydırıcılık özelliğinin ne kadar işlevsel olduğu ile yakından ilgilidir (Carr, 1981, s. 109). Realist geleneğin ardılları olan neo-realistler ise güç olgusunu, uluslararası anarşik bir sistem içerisindeki yapıların (devletler) birbirleriyle ilişkileri üzerinden okumaya çalışmaktadır. Burada anarşik sistemden kastedilen şey; uluslararası sistemdeki devletlerin teorik açıdan birbirlerine eşit ve her birinin egemen devlet olarak kabul edilmesidir. Uluslararası sistemdeki her devlet eşit ve egemen ise hiçbir devletin diğer bir devlet üzerinde hükmetme hakkı yoktur ve bir devletin diğerine itaat etmesi de söz konusu değildir (Waltz, 1979, s. 89). Realist bakış açısının aksine egemen devletlerden müteşekkil bir sistem içerisinde hiçbir devletin bir diğeri üzerinde mutlak kontrol gücü de yoktur. Bunun yerine neo-realist bakış açısı güç kavramını kontrol etmekten daha ziyade anarşik sistem dâhilinde mümkün olan en fazla hareket serbestliği ve özerklik kazanma mücadelesi olarak görmektedir.

“Buna göre bir aktöre daha fazla hareket alanı yaratan ilişki, kurum, önyargı ve uygulamalar onun gücünü oluşturur. Sistemik düzeydeki bu yapılar olmaksızın gücün unsurlarının elde bulundurulması veya kontrol edilmesi bir anlam ifade etmez. Arap dünyası, en stratejik hammadde olan petrolü elinde bulundurmakta ancak Arap devletleri sisteme hâkim güçler olamamaktadır. Sistemik ilişki yapıları ve kurumlar her aktöre eşit avantaj sağlamamaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ABD, ekonomi alanında IMF ve Dünya Bankası ile birlikte Bretton Woods sistemini kurmuş, siyasal alanda Birleşmiş Milletler sistemini oluşturmuş ve kendisini bu sistemin merkezine yerleştirmiştir. Bu anlamda ABD'nin gücü, yalnızca sahip olduğu askeri veya ekonomik kaynaklardan değil,

yarattığı uluslararası kurum ve ilişkilerin, yani sistemin yapısından da kaynaklanmaktadır (Özdemir, 2008, s. 130).”

Bununla beraber bir sistemin temel ilkesi anarşi olarak tanımlanmışsa, o sistemde mevcut bir pozisyon işgal eden devletlerin de yegâne amacının hayatta kalmak, yani sistem içerisindeki varlıklarını sürdürmek olması kaçınılmazdır. Böylesi bir sistemde devletler ancak kendilerine yardım etmek, bir başka deyişle kendi başlarının çaresine bakmak koşuluyla siyasi varlıklarını sürdürebilirler. Dolayısıyla anarşik bir sistemde devletlerin ulusal güvenliklerini sağlamaları ve bu durumu idame ettirebilmeleri için güce ihtiyaçları vardır.

Realist ve neo-realist anlamdaki güç kavramının işlevi ve insan zihnindeki çağrıştırdığı anlamın değişmesine neden olan gelişmeler ise soğuk savaş sonrasında yaşanmıştır. Soğuk savaş sonrası yeniden tasarlanan dünya düzeni, güç olgusunu tekrar gözden geçirmek ve yeniden tanımlamak için milat olmuştur. Bu milada kadar güç kavramı; devletlerin askeri, ekonomik, coğrafya, nüfus ve siyasi otoriteleri aracılığıyla sahip oldukları kaynakları ima etmektedir. Özellikle bir devletin askeri kapasite ve yetenekleri açısından merkezi sayılabilecek bir konumu işgal etmesi, o devletin uluslararası boyuttaki gücünün en temel kanıtı niteliği olarak görülmüştür.

Soğuk savaş sonrasında realist ve neo-realistlerin öngördükleri gibi gücü ister başkaları üzerinde kontrol kurmak, isterse başkalarına göre daha fazla özerklik kazanabilmek adına zorlayıcı bir kuvvet olarak kullanmak birçok sebepten dolayı geçerliliğini yitirmiştir. Bu sebepler; nükleer bir savaşı tırmandırma riskinin göze alınmaması; güçsüz ülkelere yapılan askeri müdahalelere karşı gelişen direnişler; ekonomik hedeflerine katkı sağlaması için askeri eylemlere başvuran ülkelerin büyük ölçüde olumsuz etkilerle karşılaşması; askeri kuvvet kullanımının insan hayatına mal olması nedeniyle bu duruma şiddetle karşı çıkan uluslararası kamuoyunun baskısı şeklinde özetlenebilir (Keohane ve Nye, 2015, s. 81). Bu noktada güç olgusuna dair iç görülerde bulunan bir diğer uluslararası ilişkiler teorisi olan neo-liberal görüşü irdelemekte fayda bulunmaktadır.

Neo-liberaller, realist ve neo-realistler gibi devletlerin uluslararası ilişkileri yönlendiren ve biçimlendiren başat aktörler olduklarını ve uluslararası sistemin anarşik bir yapıda olduğu gerçeğini göz ardı etmemektedirler. Buna karşın neo-liberallere göre ulus aşırı örgütlerin varlığı, çok uluslu şirketler, medya, üniversiteler, kanaat önderleri vb. ikincil aktörlerin dünya kamuoyunda artan rolü nedeniyle

devletlerin rolleri giderek sınırlanmış ve anarşik sistemde bile olsa devletlerin birbirleri ile kazan-kazan temelinde işbirliği yapabilecekleri görüşü hâkim kılınmıştır.

İklim değişikliği, bulaşıcı hastalıkların yayılması, uluslararası suç ve terörizm gibi sınır ötesi birçok sorunun, tek başına askeri güçle çözülememesi hem devlet dışı birçok aktörün inisiyatif almasına hem de bu sorunların giderilebilmesi adına ülkeler arasında karşılıklı işbirliklerinin artmasına neden olmaktadır (Nye, 2017, s. 193). Devletlerarası düzeydeki söz konusu işbirliklerini kaçınılmaz kılan şey ise neo-liberal söylevin en önemli argümanlarından bir olan karşılık bağımlılık ilkesidir.

Karşılıklı bağımlılık iki veya daha fazla tarafın karşılıklı fakat eşit olmamakla birlikte bağımlılığını ifade eden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, bu bağlamda ele alınacak ilişkilerin asgari seviyede bir karşılıklı içermesi gerektiğidir. Zira aksi halde karşılıklı bağımlılıktan ziyade bir bağımlılık ilişkisinden söz edilebilir. Neo-liberal söylemin en güçlü argümanlarından bir olan karşılıklı bağımlılık ilkesi gereği devletler; ticaret, güvenlik veya mali yönden birbirlerine güçlü bir şekilde bağlı olduklarından, bir devlet kendisiyle ticari ilişkisi olan diğer devletlerin ekonomik ve siyasi istikrara sahip olmasını tercih etmektedir (Yılmaz ve Kılıçoğlu, 2019, s. 2302). Özellikle ekonomik anlamdaki karşılıklı bağımlılığın altını çizmek gerekirse; Norveç, yıllık bazdaki toplam dış ticaretinin % 72'sini AB ile gerçekleştirirken, AB'de yıllık doğalgaz ihtiyacının yaklaşık % 20'sini Norveç'ten sağlamaktadır. Dolayısıyla Norveç ya da AB üyesi devletlerin ekonomilerinde yaşanacak bir darboğaz her iki tarafı da olumsuz etkileyecektir (Turhan, 2018, s. 104-105).

Görülmektedir ki, uluslararası sistemdeki devletler karşılıklı bağımlılık ilkesi gereği birbirleriyle karmaşık ilişkiler kurmaktadır. Böylesi karmaşık ilişkiler ise devletlerin uluslararası sistem içerisindeki hareket özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Dahası günümüz bilgi çağında uluslararası kamuoyu ve sivil toplum alanındaki aktörler herhangi bir devletin politik kararlarını dikkatle takip etmekle kalmayıp, zaman zaman ilgili devletin politik kararlarına müdahale de edebilmektedir. Küresel boyuttaki baskı unsurları tarafından politik kararları ve eylemleri mercek altına alınan devletler, özellikle dış politikalarını salt kendi ulusal çıkarları doğrultusunda oluşturamamaktadırlar. Küresel sorunların ve kaygıların da gözetildiği bir dış politika belirleyen devletler, bu yol ile dış politikadaki eylemlerine meşruluk katmaktadırlar.

Benzer bir şekilde, birçok disiplini değiştirip dönüştüren bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim ile beraber tüm dünya birbirine bağlanmış ve bu sayede zaman zaman sıradan vatandaşlar bile yaşadıkları dünya üzerindeki gelişmeler hakkında söz sahibi olmayı talep etmişlerdir. Uluslararası sistemin bu gerçeklerini göz ardı edip, arzu ettiği politik hedeflerine askeri gc kullanarak ya da ekonomik yaptırımlar uygulayarak erişmeye çalışan devletler için gc kazanmanın maliyetleri giderek artmaktadır. Neo-liberal bakış açısına sahip teorisyenlere göre günümüzde en etkili gc; uluslararası kamuoyunu yönlendirebilmek, kendi normlarını, değerlerini ve kültürünü dünyanın geri kalanına benimsetebilmek, kitleleri ikna edebilmek ve küresel düzeydeki sorunların çözümünde uzlaşı yeteneğini kullanabilmektir (Arquilla, Ronfeldt, Barnes-Proby, Williams, ve Christian, 1999, s. 30-31).

Öyle görünüyor ki, gc kavramının tanımı, işleyişi ve kapsamı zamanın dönüştürücü etkisiyle birlikte değişiklik göstermiştir. Nitekim 20. Yüzyıla kadar bir devletin gücü sadece askeri kapasitesinin varlığı ve yeterliliği ile ilişkiliyken, 20. Yüzyıl içerisinde ekonominin kullanışlı bir araç haline gelmesi, ekonomiyi dikkate değer bir gc unsuru haline getirmiştir. Soğuk Savaş sonrası dönemde ise devletlerin birçok sosyal ve siyasal aygıtlar ile birbirlerine bağlı hale gelmesi ile birlikte gücün bir başka yüzüne temas eden yumuşak gc kavramı uluslararası ilişkiler literatürüne girmiştir.

Yumuşak gc kavramını uluslararası ilişkiler ve siyaset bilimleri alanyazınına kazandıran Nye, yumuşak gc olgusunun daha iyi ielleştirilebilmesi için önce sert gücün ne olduğunu açıklamıştır. Bu doğrultuda sert gc; bir devletin sopa (askeri gc ile tehdit unsuru oluşturmak) ve havuç (ekonomik gc kullanarak yaptırım ve/veya rüşvet yoluyla ikna etmeye çalışmak) kullanarak diğer devlet ya da devlet topluluklarını kendi çıkarları doğrultusunda manipüle edebilme becerisi olarak tanımlanmıştır. Ancak bazen devletlerin arzu ettiği diplomatik sonuçlar, somut tehditler veya zorlayıcı baskı unsurları olmadan da elde edilebilmektedir. Devletlerin diğer devlet ya da devlet gruplarından istediklerini elde etmelerinin dolaylı yoluna gücün ikinci yüzü yani, yumuşak gc denilmektedir.

Yumuşak gc, bir devletin uluslararası siyaset arenasında istediği sonuçları; onun kültürüne ve siyasi değerlerine hayranlık besleyen, dış politika uygulamalarını meşru gören, onu kendisi için örnek alan, refah seviyesine ve yaşam standartlarına öykünen ülkelerin kendisini izleyerek ulaşacağı tezini savunmaktadır (Nye, 2004, s.

5). Nye (2003, s. 5) bu durumu şöyle ifade eder; “Eğer istediğim şeyi istemeni sağlayabilirsem, o zaman yapmanı istemediğim şeyi yapmaman için seni zorlamama gerek kalmaz.” Bu bağlamda yumuşak güç, hedef aktörü ya da aktörler topluluğunu cezbederek, onu gönüllü itaatkârlığa ve kendisini taklit etmeye yönlendiren politik bir araç olarak değerlendirilebilir.

Güç olgusunun soyut boyutunu temsil eden yumuşak gücün doğasını daha iyi kavrayabilmek ve onun özellikle sert güce göre ayırt edici yönlerini ortaya koyabilmek amacıyla konu üzerine taranan alanyazını aşağıdaki başlıklar şeklinde özetlemek mümkündür.

Yumuşak güç göreceli ve ele alındığı bağlama göre değişiklik gösteren bir olgudur.

Yumuşak güç, sert güç ile ilişkisi bağlamında görecelilik özelliği gösteren bir kavramdır. Yöntemleri itibariyle her ne kadar farklılık gösterebilir de sonuçları itibariyle her iki güç biçimi de bir aktörün başkalarının davranışlarını etkileyerek kendi amacına ulaşma yeteneğine işaret etmektedir. Bu güç biçimleri arasındaki esas fark ise bir derece farkıdır. Örneğin sert güç kaynaklarından ekonomik güç, diğer bir sert güç kaynağı olan askeri güç ile karşılaştırıldığında görece yumuşak bir güç biçimini temsil etmektedir. Buna karşın ekonomik güç (yardım veya yaptırım), yumuşak gücün kültür ya da siyasi değerler kaynağı ile karşılaştırıldığında ise görece çok daha sert bir güç anlamına gelmektedir.

Yumuşak güç, hangi aktöre ya da ülkeye hangi koşullar altında uygulandığına göre değişik davranışsal çıktılar üretebilecek bir kavramdır. Coğrafi yakınlık, kültürel benzerlik, tarihsel ilişkiler ve ekonomik bağlar da dâhil olmak üzere bir dizi bağlamsal değişken, yumuşak gücün bir ülkeden diğerine konuşlandırılmasını ve hedef ülke üzerindeki sonuçlarını etkilemektedir. Yumuşak gücün bağlama özgü doğası, onun yalnızca belirli bir ülke veya o ülkedeki belirli bir gruba uygulanabileceği anlamını taşımaktadır. Yumuşak güç uygulamalarında, her hedef ülkenin ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir.

“Örneğin, Latin Amerika'da hayranlık yaratan Hollywood filmleri, Suudi Arabistan'da ve Pakistan'da ters etki yaratabilmektedir. Bazı hallerde ise her ülkenin ayrı ayrı ele alınmasının bile yeterli olmayacağı, hedef ülkenin kendi içinde de verilen mesajla farklı tepkiler üretebileceği görülmektedir. Nitekim aynı örnekten hareketle, Hollywood

filmleri, İran'da genç kuşaklara çekici gelmekte iken, İranlı muhafazakârlar için tam ters bir etkiyle itici bir boyut kazanabilmektedir (Özel, 2018, s. 18).”

Yumuşak gücün etkileri dolaylıdır ve bu türden bir güç ile istenilen politik sonuçların elde edilmesi uzun yıllar alabilir.

Sert güç uygulamalarının hedef kitle üzerindeki etkisi doğrudan ve kısa sürede ortaya çıkmaktadır. Buna karşın yumuşak gücün etkisi ise dolaylıdır ve yumuşak güç kullanarak arzu edilen sonuçlar almak çok daha uzun bir zaman dilimine yayılmaktadır. Çünkü yumuşak gücün etkinliği, hedef ülkedeki kitlelerin yumuşak gücü uygulayan ülke hakkındaki algısına bağlıdır. Nihayetinde, neyin cezbedici olup neyin olmadığına karar verecek olanlar; hedef ülkenin sıradan vatandaşları, aydınları, iş adamları ya da siyasi karar alıcılarıdır.

Dış politika ve uluslararası ilişkilerde gerek yumuşak gerekse sert güç unsurlarını etkili bir şekilde kullanabilen ABD'nin kültürü, siyasi değerleri ve dış politikası, başka devlet ya da devlet toplulukları gözünde meşru olarak görüldüğü sürece yumuşak gücü olumlu anlamda çıktılar vermiştir. Soğuk savaş yıllarında sosyalist bir dünya görüşünün hâkim olduğu *Demir Perde* ülkelerinde yaşayan gençlerin, Radio Free Europe'da kapitalist Amerikan müzik ve haberleri dinlemesi; Çinli öğrencilerin Tiananmen Meydanı'ndaki komünist hükümeti protestolarında Amerika'da bulunan Özgürlük Anıtı'nın bir kopyasını inşa etmeye çalışmaları; orta ve genç yaştaki birçok İranlı'nın -merkezi hükümetin suç teşkil ettiğini belirtmesine rağmen- gizlice yasaklı Hollywood filmlerini ve Amerikan uydu televizyon yayınlarını izlemeye çalışmaları gibi örnekler şunu göstermektedir: Amerika, kendi liberal dünya görüşü ile taban tabana ters düşen devletlerin halkları üzerinde bile etkili bir yumuşak güç alanı yaratabilmiştir (Nye, 2004, s. 10).

Bu örnekler üzerinden devam etmek gerekirse, SSCB (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği)'nin önderliğinde sosyalist dünya görüşünün ihraç edildiği demir perde ülkeleri, SSCB'nin dağılması ile birlikte birer birer bağımsızlıklarına kavuştuktan sonra zamanla Amerika ve Avrupa'nın değerler sistemini benimsemişlerdir. Bu noktada ABD'nin temsil ettiği kültürün ve değerler sisteminin yarattığı yumuşak gücün etkisi yadsınmamaktadır. Benzer bir şekilde, ilk izlenimde Çin ve İran kamuoyunun ABD yumuşak gücüne kayıtsız kalmayarak, Amerikan değerlerini benimsemiş ve yaşam tarzına öykünmüş bir manzara ile karşılaşmaktadır. Diğer taraftan ABD yumuşak gücünün çekiciliği, bu ülkelerin halkları üzerinde olduğu

kadar devletleri üzerinde ABD lehine bir eylem değişikliğine neden olmamıştır. Dolayısıyla yumuşak gücün dolaylı etkilerinden ortaya çıkan politik sonuçlar söz konusu ülkelerin devletleri düzeyinde henüz kendini gösterememiştir.

Yumuşak gücün tek bir aktör tarafından kontrol edilmesi oldukça güçtür.

Genel anlamda yumuşak gücün kaynakları, devletlerin idaresini elinde bulunduran hükümetler gibi tek bir organizasyon tarafından kontrol edilememektedir. Yumuşak gücün çok büyük bir kısmı devlet dışı birçok farklı aktöründe (çok uluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları –STK-, uluslararası kurum ve kuruluşlar, medya ve yayın organları, sıradan bireyler vb.) sahip olabileceği kaynaklardan gelmektedir. Örneğin, bazı STK'ların kara mayınlarına dikkatleri çeken çalışmaları küresel kamuoyunda kendine destekçi bulmuş ve böylelikle birçok devlet kara mayınlarını yasaklama politikasını benimsemeye başlamıştır. STK'ların insan hakları alanındaki normları, devletleri bu soruna daha fazla kayıtsız kalamamaya zorlamış ve sorunun çözümü noktasında devletlerin davranışlarını değiştirmeye zorlamıştır. STK'ların ulusal sınırların ötesine geçerek uluslararası kamuoyunun görüşlerini etkileyebilmeleri ve devlet politikaları üzerinde baskı kurabilmeleri göstermektedir ki (Tuna, 2021, s. 1), STK'lar kendi yumuşak güç kaynakları doğrultusunda uluslararası gündemi belirleyerek, ister kendi çıkarları lehine ve isterse köken olarak bağlı bulunduğu ülkenin yararına faaliyetlerde bulunabilmektedirler.

Yumuşak gücün tek bir kaynaktan kontrol edilemeyeceğine dair önermenin istisnaları bulunmaktadır. Çin gibi komünist bir ideoloji ile yönetilen devlette, komünist parti hala neredeyse tüm hayati kaynakları, özellikle de medyayı kontrol ettiği için partinin/devletin, kamu diplomasisi veya devlet propagandası şeklinde yumuşak güç kullanımını üzerinde tam kontrolü bulunmaktadır (Fan, 2008, s. 150).

Ülkeler düzeyinde değerlendirildiğinde yumuşak güç ve sert güç rezervleri asimetrik gelişim gösterebilirler.

Şurası açıktır ki, pek çok ülkenin aynı anda hem güçlü bir ekonomisi hem de gelişmiş teknolojilerle donatılmış bir ordusu bulunmamaktadır. Sert güç kaynaklarına sahip böylesi ülkelerin sayısı ise oldukça sınırlıdır. Ancak bu durum özellikle küçük ülkelerin uluslararası arenada söz sahibi olamayacakları, kendi hikâyelerini diğer ülkelerin kamuoyuna anlatamayacakları ya da kendi benimsedikleri değerlerin

başkalarının da meşru görülmesini sağlayamayacakları anlamına gelmemektedir. Ekonomik ve askeri kaynakları yetersiz ya da dikkate değer olmayan küçük ülkelerin sert güç boşluğu, yumuşak güç kaynaklarını etkin bir şekilde kullanmalarıyla giderilebilir. Bu bağlamda, hayranlık uyandırıcı bir kültür, barışçıl bir dış politikaya, insan hakları, hukukun üstünlüğü, ifade özgürlüğü ve demokrasiye bağlılık gibi yumuşak güç unsuru olarak nitelendirilebilen değerlere sahip olan, buna karşın çok büyük ekonomik ve askeri kaynaklara sahip olmayan bazı devletlerin de yumuşak güç potansiyellerinden söz etmek mümkündür. Nitekim sadece 5 milyon nüfusa sahip olan, çokuluslu bir şirketin bünyesinde dünya çapında markalı bir ürünü olmayan ve hatta AB üyeliği bile bulunmayan Norveç, son yıllarda küresel anlamda yapılan barış görüşmelerine ev sahipliği yaparak ciddi boyutta uluslararası saygınlık ve yumuşak güç elde etmiştir (Nye, 2004, s. 10).

2.1.2. Yumuşak Güç Unsurları

Araştırmanın bu bölümünde yumuşak gücün ana kaynağını teşkil eden sadece 3 temel ve geleneksel unsurun üzerinde durulacaktır. Bu unsurlar bir ülkenin “kültürü (başkaları için çekici ve cazip algılandığı takdirde), siyasi değerleri (yurt içi ve yurt dışında bu değerlerle uyumlu faaliyetlerde bulunulduğunda) ve dış politikaları (başkaları tarafından meşru ve ahlaki olarak algılandıklarında)” şeklinde belirtilmektedir (Nye, 2004, s.11). Birçok kaynakta bu unsurlar çok çeşitli sayı ve niteliklere göre değişiklik gösterebilmektedirler. Örneğin, yumuşak güç yaklaşımının kapsamını ve içeriğini belirleyen Nye tarafından yumuşak güç kaynaklarını olabilecek en doğru biçimde tasnif ettiği için övgü toplayan Soft Power 30 indeksine göre yumuşak gücün kaynaklarından bazıları; eğitim, geleneksel mutfak, girişimcilik verileri, lüks tüketim ürünleri, teknolojik ürünler vb. şeklindedir (McClory, 2019, s. 11).

Yumuşak gücün geleneksel unsurları üzerine eklenen her bir yeni kaynakla birlikte yumuşak güç kavramı o kadar esnek bir hale gelmektedir ki, eklenen ya da eklenmeyen her bir güç kaynağı, yumuşak gücü giderek daha karmaşık, soyut ve zor betimlenen bir kavram haline dönüştürmektedir. Çünkü çok fazla çeşitlilik arz eden bu kaynaklar ve onlardan doğan etkiler birbirleri ile karıştırılarak çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanılabilir. Örneğin, eğitim ile ilgili olarak özellikle ülkeye gelen yabancı öğrencilerin sayısı doğrudan doğruya bir yumuşak güç unsuru olarak ele alınmış ve öğrenci değişimi ya da benzer amaca hizmet eden girişimlerin

teşvik edilmesi ülkenin yumuşak gücünü arttıran akıllıca politikalar olarak görülmüştür (Han ve Zweig, 2010, s. 304). Ancak en iyimser tahlil; yabancı öğrencilerin yumuşak güç kaynağı olmaktan daha ziyade ülkenin geleneksel yumuşak güç kaynaklarının etkisi ile söz konusu ülkede eğitim almaya motive olmuş kimseler olarak sunulabilir. Yabancı öğrenciler bir ülkenin yumuşak güç cazibesine katkı yapan özneler olarak değil, ülkenin yumuşak güç cazibesinden etkilenen ve bunu davranışsal niyetlerine yansıtan nesnelere olarak değerlendirilmelidir. Bir başka deyişle, ülkeye gelen yabancı öğrencilerin sayısı, o ülke için yumuşak güç kaynağı değil ülkenin hâlihazırdaki yumuşak gücünün sonucudur.

Zoraki bir şekilde eğitimi ve onun göstergelerini yumuşak gücün unsurları çatısına dâhil etmeyi istemek ise iki aşamadan oluşan bir sürecin her noktasını aydınlatmak ile mümkündür. Bu aşamalardan ilki, yabancı bir öğrencinin eğitim aldığı ülkeyi doğrudan temas yoluyla deneyimleyerek ülkeye dair tanımlayıcı olumlu/olumsuz inanç ve tutumlarının şekillenmesidir. İkinci aşama ise yabancı öğrencinin eğitim aldığı ülkeye karşı inanç ve tutumlarını kendi ülkesinde yayan bilgilendirici bir kaynak işlevi gördüğünün ispat edilmesidir (Seong-Hun, 2018, s. 12). Bütün bunlara karşın uzun yıllardan bu yana yabancı öğrenciler üzerine yapılan çalışmaların bulguları ağırlıklı olarak eğitim alınan ülkeye dair olumlu tanımlayıcı inançlar ve tutumlar üretme aşamasında bile böylesi bir durumun gözlemlenemediğine işaret etmektedir. Dolayısıyla yabancı bir ülkede eğitim almanın aynı ülkeye karşı daha olumlu tutumlarla sonuçlanmasını beklemek yumuşak güç açısından konuyu aşırı basitleştirme ve aşırı iyimserlik anlamına gelmektedir (Selltiz ve Cook, 1962, s. 11).

Bir ülkeye ait çok çeşitli değerler, ahlaki normlar, ekonomik, sosyal ve siyasal özellikler bulunabilmektedir. Bunlar arasından ülkenin geleneksel mutfağı; ülke halkının özgün kimliğini, yaşam şekillerini ve beslenme alışkanlıklarına ışık tutması açısından ülke kültürünü tanımlayan temel bir yapıtaşını olarak görev üstlenmektedir (Karaca ve Karacaoğlu, 2016, s. 561). Geleneksel mutfak, bir ülkenin kültür DNA'sının ayrılmaz bir bileşenidir. Aynı zamanda kültür de geleneksel mutfağın gelişimi ve içeriği konusunda yön verici bir rol üstlenebilmektedir. Şayet bir ülkenin geleneksel mutfağı en basit ve yalın haliyle tat alma duyusuna indirgenecek olursa, yiyecek-içeceklerin lezzetli olup olmadığına dair temel yargıların oluşumunu şekillendiren en önemli etkenlerden birinin kültür olduğu söylenebilir. Daha doğrusu yenilen ve içilen besinlerin makul olarak algılanma düzeyleri, içinde yaşanan kültüre

göre belirlendiği için tat alma hissi kültür ekseninde öğrenilebilen bilişsel bir özelliktir. Nitekim belirli bir kültürde yaşayan bireyler iyi restoranlarda salyangoz yiyebilmek için en yüksek meblağları ödemeye gönüllü bir rıza gösterirken, başka bir kültür içinden gelen herhangi bir birey ise aynı salyangozu evinin bahçesinde gördüğünde ezilmektedir (Civitello, 2011, s. 16). Öyle anlaşılıyor ki, bir ülkenin geleneksel mutfağı o ülkenin kültürü ile simbiyotik bir ilişki içindedir ve ülke kültürünün özgün bileşenlerinden biridir. Dolayısıyla yumuşak güç açısından geleneksel mutfağı kültürden bağımsız bir şekilde spesifik olarak mercek altına almak uygun bir yaklaşım değildir. Bununla birlikte dil, din, mezhep, tarih, sanat vb. diğer kültür öğeleri de kültürden bağımsız olarak ya da sınırlı kültür vurgusu ile birer yumuşak güç unsuru olarak ele alınırlarsa, geleneksel mutfağı getirilen eleştiriler bu öğeler özelinde de geçerli olacaktır.

Yumuşak güç kaynaklarını küçük parçalar halinde atomize etmenin bir diğer sakıncası ise her bir parçanın boyutları nedeniyle yumuşak güç filtresine takılmadan geçebilmesini olanaklı kılmaktır. Daha yalın bir ifadeyle, göstergeleri bakımından sert güç unsuru olan bir kaynak yeteri kadar soyutlamaya tabi tutulduğunda bir yumuşak güç unsuru olarak değerlendirilebilmektedir. Öyle ki, yumuşak güç kaynağı olarak tasvir edilen girişimcilik tam da böyle bir sorunun temsili niteliğindedir. Her ne kadar bu kaynağın ekonomik göstergeler içeren sert güçle organik bağları itiraf edilmiş olsa da girişimcilik sayesinde bir ülkenin ekonomik modelinin rekabet gücü, yolsuzluk seviyesi, yenilik kapasitesi ve ticareti teşvik etme yeteneği göreceli bir çekicilik ve cazibe yakalamayı amaçladığı takdirde yumuşak güce bir kaynak teşkil edebilir (McClory, 2019, s. 28). Kulağı oldukça mantıklı gelen bu bakış açısı çekicilik ve cazibenin yaratılmasının altında yatan gerçek nedeni gizlemesi nedeniyle yumuşak gücün temel ilkesi ile çelişmektedir. Örneğin, Çin'in ekonomik gücü ve gelişme potansiyeli göz önüne alındığında birçok Avrupalı genç Çince öğrenmek için Konfüçyüs Enstitülerine kaydolmaktadır (Dams, Martin ve Kranenburg, 2021 s. 7). Avrupalı genç bireyler için Çince öğrenmenin ekonomik açıdan bireysel özgürlüğü elde etmek ve kariyer beklentilerini iyileştirmek adına bir umut olması şüphesiz bir çeşit çekicilik ve cazibenin varlığı ile açıklanabilir. Ancak genç bireyleri etkisi altına alan söz konusu çekicilik ve cazibe, Çin'in karşı konulmaz düzeyde hayranlık uyandıran soyut özelliklerinden kaynaklanmayıp, ekonomik açıdan sunduğu somut fırsatlarla ilgilidir. Girişimcilik özelinde değerlendirildiğinde cazibe ve çekiciliğe

neden olan etken yumuşak güçten daha ziyade *yumuşatılmış* sert güç unsurlarından kaynaklanmaktadır.

Kısaca özetlemek gerekirse, yumuşak güç ile ilgili kaynak karmaşası üç farklı nedene dayandırılabilir. Bunlar; yumuşak gücün etki ve sonuçlarını bizatihi yumuşak gücün kendisi zannetme yanılığsı (yabancı öğrenci göstergeleri üzerinde işlendiği gibi), yumuşak güç unsurlarına ait bileşenleri atomize ederek yeni kaynaklar üretme çabası (geleneksel mutfak örneğinde işlendiği gibi) ve sert güç ile yumuşak güç arasındaki gri alanları manipüle etme girişimleridir (girişimcilik örneğinde işlendiği gibi).

Bu bölümde yer verilen yumuşak güç kaynaklarına ilişkin bilgi ve bilginin organize edilmesiyle ortaya çıkan verilerin incelemesi Türkiye özelinde gerçekleştirilmemiştir. Bunun nedenini gerekçelendirmek adına neoliberal dünya görüşünün temel varsayımlarına tekrar değinmekte ve hegemonya kavramına bu görüşe uygun olarak göz gezdirmekte fayda vardır.

Neoliberal görüşte tıpkı neorealist görüşe benzer biçimde uluslararası sistemin yapısının devletler arasında düzen, istikrar ve güvenlik tesis edecek mutlak güçte bir otorite bulunmaması nedeniyle anarşi içerdiğini kabul etmektedir. Buna karşın neorealistlerin aksine neoliberal görüş, anarşik sistem içerisinde her devleti sadece kendi çıkarları peşinde koşan ve başka devletleri de kendi varlığı için tehdit olarak gören aşırı rasyonel aktörler olarak görmemektedir. Neoliberal görüşe göre devletler, başta ekonomik gerekçelerden kaynaklı olarak birbirleriyle sağlıklı bir işbirliği kurmak zorunda olup; küresel çevre, salgın hastalıklarla mücadele ya da insan hakları ihlalleri gibi uluslararası sorunların çözümünde de işbirliğine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ise devletleri giderek birbirlerine karşı daha bağımlı hale getirerek, onları ortak çıkarlar ve ortak değerler ekseninde buluşturan uluslararası bir sisteme entegre etmeyi teşvik etmektedir.

Peki, neoliberal zemin üzerine inşa edilmiş böylesi bir uluslararası sistemde sistemin kurallarını ve sistemdeki devletlerarası etkileşimin düzenlenmesi kim tarafından sağlanacaktır? Uluslararası sistemin işleyişini düzenleyen, sistemi kontrol edendir. Yani Gramşiyen bir bakış açısıyla sistemdeki hegemonik güç ya da güçlerdir. Hegemonik güç ile kastedilen, sistemdeki diğer devletlerin amaçlarını ve tercihlerini kendi çıkarları doğrultusunda kaba kuvvet kullanarak değiştiren zorba bir egemenlik

anlayışı değildir. Hegemonik güç, uluslararası sistemin anarşik yapısı içerisinde belirli bir ölçüde güven ortamı tesis ederek sistemin devamlılığını sağlayan güçtür. Sistemdeki diğer devletler ise sistem tarafından sağlanan faydalar karşılığında kendi konumlarını kabul etmektedirler. Sistemin devamlılığı için hegemonik güç tarafından belirlenen kurallar ve bu gücün benimsediği değerler diğer devletlerin davranışlarını kısıtlasa da sistem içinde olmanın faydaları daha ağır basmaktadır. Sonuç olarak, hegemon bir güç tarafından dizayn edilen sistemin kendisi devletler için bir değere sahiptir ve devletler kendi çıkarlarını sistemin devamlılığı ile sürdürülebilir kılmaktadırlar (Deudney ve Ikenberry, 1999; Ikenberry, 1998).

Bu noktada neoliberal bir dünya görüşüne sahip olan hegemonik güç, uluslararası sistemin işleyişini de liberal ilkelere ve varsayımlara göre düzenleyecektir. Böylesi bir sistemin geçer akçeleri ise işbirliği, kurumsallaşma, normlaşma, eşitlik, hukuk, kültürel sempati yaratabilme yeteneği, liberal ekonomik düzen, özgürlük, demokrasi ve insan hakları gibi değerler olup, bu değerler çerçevesinde izlenen dış politika uygulamalarıdır. Esasen her biri doğrudan ya da dolaylı olarak yumuşak gücün farklı bir unsuruna işaret eden bu geçer akçelerin, içerik anlamında nasıl doldurulduğu ve kavramsallaştırıldığı ise yine sistemin hegemonik gücü tarafından belirlenir. Sistemdeki diğer devletler hegemonun tanımladığı ve sınırlarını çizdiği şekliyle söz konusu geçer akçelere göre davranış kalıpları geliştirmelidirler. Böylelikle sistemin istikrarına ve gelişimine katkıda bulunan diğer devletler, önemli düzeyde yumuşak güç elde ederek ödüllendirilebilirler. Örneğin, bir süre önce demokratik bir yönetime geçen ve anayasasında sekülerizm, kapsayıcılık ve demokrasi gibi neoliberal değerlere yoğun bir vurgu yapan Nepal, Birleşmiş Milletler (BM) gibi neoliberal öğretilerin kurumsallaşmış yapıları ile de işbirliği içerisine girmiştir (Karki ve Dhungana, 2020, s. 173). Nepal gibi sisteme “yeni giren” devletlerin iç ve dış politikaları ile birlikte değer ve inanç sistemlerini hegemon gücün hâkim norm ve değerleriyle uyum sağlamak için inşa etmesi, yumuşak gücünün de zaman içinde genişlemesine katkıda bulunacaktır.

Öyle anlaşılıyor ki yumuşak güç, bir ülkenin özgün kültürü, kendi yerel dinamikleriyle tanımladığı siyasi değerleri ya da rafine dış politikasının yarattığı organik cazibe ve çekimden çok; bu cazibe ve çekim kaynaklarının uluslararası sisteme hâkim olan norm ve değerlerle ne boyutta bağdaştığı ile ilgilidir. Bu bakış açısına göre yumuşak güç, anlatılan ve algılanan; hâlihazırda olan ile olması arzu

edilenin veya gerçek ile idealize edilmiş olan arasındaki uyumdur. Kısaca, bir ülkenin kendi yumuşak gücünü nasıl tasnif edip tanımladığı değil, ülkenin yumuşak gücünün mevcut uluslararası sistemdeki yankılarına kulak kabartmak gerekmektedir. Buna göre yukarıdan aşağıya doğru (uluslararası sistemin norm ve değerleri ölçüt olarak alındığında, sistemin içindeki devletlerin mevcut konumlarının meşruiyeti) yapılacak bir yumuşak güç okuması, özellikle yumuşak gücün ölçümü noktasında daha sağlıklı sonuçlar verebilmektedir. Bu nedenlerden ötürü, Türkiye'nin yerel dinamikleri ile şekillenerek Türkiye'ye özgü ve rafine bir hal alan siyasi değerler, dış politika ve kültürün spesifik bir incelemesini yapmak yerine, Türkiye'de dahil olmak üzere uluslararası sistemdeki birçok aktör için genelleştirilmiş ve idealize edilmiş bir siyasi değer, dış politika ve kültür tanımlaması yapmak daha makul bir seçenek olarak tercih edilmiştir.

Özetlemek gerekirse, araştırmanın bu alt başlığı, aynı zamanda araştırmanın alanyazını ile ilgili iki sınırlılığın (yumuşak güç kaynaklarını 3'e indirgeme ve Türkiye özelinde bir yumuşak güç alanyazını taranmaması) gerekçeli açıklamalarını içermektedir.

2.1.2.1. Kültür

Dünya üzerinde ortak bir tarihsel ve toplumsal süreç yaşamış her ulusun muhakkak ki sahip olduğu bir kültürü vardır. Bir ulusun kendine özgü kültüre sahip olması yumuşak güç için potansiyel teşkil ederken, bu potansiyelin güce dönüşmesi ise söz konusu ulusun kültürünün diğer uluslar tarafından cezbedici olarak algılanması ile mümkündür. Nye (2004, s. 11)'e göre bir ulusun kültürü, ulusun kimliğini oluşturan yerel değerlerin yanında evrensel değerleri de içermesi durumunda başkaları için cezbedici olacaktır. Madalyonun diğer yüzünde; uzun yıllar izole kalmış, içe dönük, sınırlı ve çağın evrensel ilkeleri ile bağdaşmayan dar görüşlü kültürlerin yumuşak güç inşa etmesi oldukça zordur.

Bununla birlikte cezbedici bir kültüre sahip olmak tek başına hiçbir şey ifade etmemektedir. Bu nedenle kültürünü coğrafi sınırlarının ötesine ihraç ederek, kültürel kodlarını ve normlarını, kısaca kendi hikâyesini başarıyla dünyanın geri kalanına anlatabilen ulusların kültürleri güç için bir kaynak olarak irdelenmeye değerdir. Nitekim Roma İmparatorluğu ve SSCB'nin sahip olduğu kültürel etkiler kendi coğrafi

sınırlarında sonlanırken, ABD'nin yumuşak gücü ise güneşin üzerinde hiç batmadığı bir imparatorluğa dönüşerek dünya geneline yayılmıştır.

Yumuşak güç kazanmak için kültürün ülke sınırlarının dışına ihracında hangi araçlar kullanılmalı? Hangi kültür ögesinin hedef ülkedeki hangi aktöre tesir etmesi beklenir? gibi başat sorulara cevap verebilmek adına kültür olgusunu basitçe, yüksek kültür ve popüler kültür olarak kategorize etmek gerekmektedir. Buna göre yüksek kültür; bir ülkenin içindeki eğitilmiş ve seçkin insanlara yönelik ideolojiler, inançlar, düşünceler, eğilimler, uygulamalar ve entelektüel birikimlerin bir koleksiyondur. Tiyatro, opera, müzik, edebiyat, bale, müzeler, sergiler, şiir, resim, eğitim ve seçkin bir sınıfın yaşam tarzını belirleyen bütün diğer ögeler yüksek kültürün bir parçasıdır.

Tanımdan da anlaşılacağı üzere, yüksek kültürde *yüksek* kavramı ile ülke içerisindeki ayrıcalıklı bir sınıf ve o sınıfa özgü ayırt edici özelliklere işaret edilmektedir. Yüksek kültür alıcıları; ülkenin entelektüelleri, aydınları, öğretim üyeleri, ülkenin kaderine ilişkin karar alıcıları gibi seçkin (veya üst sınıf), eğitilmiş ve rafine insanlardır. Yüksek kültürü anlamak veya takdir etmek için kişinin önemli miktarda eğitime veya bilgi birikimine ihtiyacı bulunmaktadır. Örneğin, insan iyi bir sanat bilgisine sahip olmadan Michelangelo'nun resimlerini anlayamaz. Aynı şekilde müzik bilgisi olmadan da Bach'ın senfonilerini takdir etmek imkânsızdır. Böylesi bir kültür, oldukça yoğun bir emek ve eşsiz yetenekler olmadan üretilmemektedir. Beethoven'ın "Ay Işığı Sonatı"nı bestelemek için çok çaba sarf etmek gerekmektedir. Aynı şekilde, Tarkovsky'nin "Stalker" veya "Solaris" gibi sanat filmlerini yaratmak da son derece zordur (Debnath, 2019, s. 474-476).

Nye (2004), yüksek kültürün diğer ülkelere yayılarak bir çeşit yumuşak güç kaynağına dönüştürülmesinde en önemli ögenin eğitim faaliyetleri olduğunu belirttiikten sonra ABD özelinde konuyu mercek altına almıştır. ABD, özellikle öğrenci değişim programları aracılığıyla her yıl birçok öğrenciyi Amerikan üniversitelerinden mezun etmektedir. Bu, ABD'nin eğitim sisteminin cezbediciliğini gösterirken, söz konusu öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde Amerikan kültürü ve değerleri ile uyumlu normlar geliştirmesi ile birlikte ABD'nin yumuşak gücüne hizmet etmektedir.

Dahası, başka bir ülkede eğitim alan yabancı bir öğrenci, o ülkenin diğer yüksek kültür öğelerini de bu yol ile yerinde tüketme şansına sahip olduğu için Nye'in eğitim faaliyetleri üzerinde ısrarcı bir şekilde durma isteği anlaşılmaktadır. Birçok

farklı ülke liderinin, kanaat önderinin, sanatçının ve aydınının bizzat kendisinin ya da çocuklarının ABD’de eğitim görmesi, ABD kültürünün diğer ülkelerdeki seçkinler arasında fark edilmesinin önünü açmaktadır. ABD, eğitim faaliyetleri yoluyla kendi yüksek kültürünü bir başka ülkenin zihinsel, siyasal ve sosyal dönüşümünde yine kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilmeyi başarmıştır. Nitekim Oleg Kalugin, ABD’de eğitim almış Rus seçkinlerinin SSCB’nin çözülmesi ve dağılması süreçlerinde oynadığı ılımlaştırıcı etkiyi şöyle izah etmektedir; "Öğrenci değişim hareketleri Sovyetler Birliği için bir Truva Atıydı. Sovyet sisteminin erozyonunda muazzam bir rol oynadı ve Amerikan kültürü ve değerleri yıllar geçtikçe daha fazla insanı etkilemeye devam etti (Nye, 2004, s. 46)." Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere, farklı ulusların seçkinleri arasındaki yüksek kültürel temaslardan doğan cazibe ve yumuşak güç, herhangi bir devletin dış politika hedeflerine önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Yüksek kültürün dışında kalarak benimsenmeyen pratikler ise zamanla popüler kültürün birer ögesi haline gelmektedir. Yumuşak güç bağlamında değerlendirildiğinde, yüksek kültür sayıca çok küçük, buna karşın bir ülkenin özellikle sosyal ve siyasal dinamikleri üzerinde etki alanı çok büyük seçkin bireyleri eksenine yerleştirmektedir. Popüler kültür ise çok daha geniş kitleler tarafından özümşenen, kolaylıkla erişilebilen, rahatlıkla tüketilebilen, sıradan ve görece derinliksiz kültürel öğeleri merkezine almaktadır. Dolayısıyla popüler kültürün yayılma alanı ve yayılma hızı yüksek kültüre göre çok daha verimliyken, seçkinlerin aksine sıradan insan toplulukları tarafından ilgiyle karşılandığı için etki alanı daha dardır. Muhtemeldir ki, popüler kültür özellikle küçük ülkelerin yumuşak güçlerini arttırmak adına oldukça işlevseldir.

Uluslararası ilişkiler açısından yumuşak güç olgusunun varlığının kabul görmesi demek, teorik anlamda da olsa geleneksel güç dengelerini değiştirebilmek anlamına gelmektedir. Şöyle ki, yumuşak güç ile birlikte uluslararası ilişkilerin odak noktası, ölçek olarak büyük devletlerin birbirleriyle rekabetine değil, görece daha küçük devletlerin ve çeşitli devlet dışı aktörlerin yeteneklerine de çevrilebilmektedir. Özellikle küçük ülkeler için bilinen anlamlarıyla ekonomik ve askeri güç dışında kalan yumuşak güç kaynaklarının da dikkate alınan dinamikler haline gelmesi oldukça memnuniyet vericidir. Çünkü yumuşak güç olgusunun işlevsel bir mekanizmayı temsil etmesi sayesinde sert güç kaynaklarına dayalı olan güç sıralamasında kendilerine yer edinemeyen küçük ülkeler; kendi kültürlerini, geleneksel mutfaklarını ve yaşam

tarzlarını başka ülke halklarına benimsetebilmek adına yeni fırsatlar edinmişlerdir. Bir başka deyişle yumuşak güç, ülkelerin güç ölçümünü yapmak adına basit bir analiz kategorisi olmakla sınırlı kalmayıp, ileride daha ayrıntılı işlenecek olan kamu diplomasisi aygıtına ya da uluslararası ölçekte markalaşma aracına dönüşmüştür. Bu ise çoğunlukla söz konusu ülkeye dair ilgiyi, doğrudan yabancı yatırımları ve turizm hareketlerini çekmeye yönelik isteklerin hayata geçmesini yansıtmakla beraber, o ülkenin ya benzersiz bir şekilde geleneksel, yani otantik ya da çığır açıcı gelişmelere ev sahipliği yapan, yani yenilikçi yapısını eşit derecede tasvir edebilmektedir (Marklund, 2020, s. 293). Bu tespiti doğrulayacak nitelikteki en somut örnek ise Güney Kore kökenli bir fenomen olan *Kore Dalgası* olarak verilebilir. Bu fenomen, bir ulusun geleneksel ve popüler kültürünü modern çağın dinamiklerine göre tekrar dizayn ederek nasıl başka uluslara ihraç ettiğinin en başarılı örneği olması nedeniyle geniş ölçüde tahlil edilmeyi hak etmektedir.

Sert güç kaynakları açısından Kuzey Kore ve Çin gibi görece agresif komşularıyla ya da ABD gibi süper güçlerle kıyaslandığında rekabet şansı oldukça düşük olan ve bununla birlikte nüfus, coğrafi sınırlar ve doğal kaynak zenginliği gibi parametreler bakımından da küçük bir ülke olarak sayılan Güney Kore için bahsi geçen bu dezavantajlı tablo, konu yumuşak güç kaynaklarının işlenmesi ve verimliliği olduğunda tersine dönmektedir. Bu farklılığı ortaya çıkaran ise Güney Kore'nin kültür temelinde inşa ettiği yaratıcı endüstrileridir. Yaratıcı endüstriler, esasen bir ülkenin eski ve yeni kültürel değerlerini birleştirip onlardan ekonomik faydalar edinmeyi amaçlayan bir yaklaşımı ifade etmektedir. İçerisinde ağırlıklı olarak kültürel öğeler barındıran içerikleri metalaştırılarak kendi kültürünü diğer uluslara ihraç etmeye çalışan Güney Kore tam bu noktada diğer devletlerin geleneksel anlamdaki kültür politikalarından ayrışmaktadır. Nitekim Güney Kore, sinema ve televizyon endüstrisinden, pop müziğe, dijital oyun endüstrisinden moda ve geleneksel mutfığa değin, farklı kültürel öğelerini yaratıcı endüstriler olarak tanımlayıp, bu doğrultuda yaratıcı içerik endüstrisinde kültür temelli politikalar geliştirmiştir. Dahası yaratıcı endüstri alanındaki kültür politikaları ve yönetimi diğer birçok ülkenin aksine (örneğin İngiltere, Avustralya) doğrudan doğruya Güney Kore hükümetinin müdahalesi ve ülkedeki büyük şirketlerin işbirliği ile bilinçli bir şekilde oluşturulabilmektedir (Binark, 2019, s. 17). Örneğin, Kore Dalgası'nın taşıyıcı kolonlarını oluşturan 9 farklı yaratıcı endüstri kategorisi (Animasyon, Yayıncılık, Çizgi Film, Karakter, Elektronik

Eğlence Amaçlı Oyun Yazılımları, Enformasyon, Sinema Filmi ve Televizyon Dizileri, Müzik ve Yayıncılık) ülke ekonomisi için kayda değer katkı sağlamıştır. Bu endüstrilerin yarattığı katma değeri gören Güney Kore hükümeti, söz konusu endüstrilerin büyümesini sürdürülebilir kılmak için yüksek vasıflı vatandaşlarına sıra dışı ve özgün üniversite programlarında eğitim vermeyi teşvik ederek, bu konuda ciddi boyutlarda yatırımlar yapmaktadır. Kore Dalgası'nın sağladığı yumuşak güç, diğer ülke halklarının Güney Kore hakkındaki algıları olumlu anlamda değiştirmek ve bu olumlu algıyı sürekli iyileştirme amacı, devlet eliyle ve devlet dışı aktörlerin de katılımıyla bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmıştır. Bu tespiti doğrulayacak bir kanıt olarak, Güney Kore Ulusal Meclisi Başkanı Park Hee-tae'ye göre Kore Dalgası, başta Asya ülkeleri olmak üzere dünyanın bütün uluslarının "Kore halkının derinliklerine inerek keşfedilmesini sağlayan en iyi elçi" olarak ifade edilmiştir.

Güney Kore hükümeti ve uluslararası ölçekli şirketler tarafında desteklenen bir yumuşak güç aracı olan Kore Dalgası fenomeninin ülke ekonomisi üzerindeki etkileri özel olarak vurgulanmayı hak etmekle beraber, bu fenomenin Güney Kore'ye teknoloji, kültür, politika ve sosyal ilerlemede küresel bir lider olma fırsatı verdiği de incelemeye değer bir olgu olarak görülmektedir. Bu incelemeye, Kore Dalgası'nın en tanınan ve en güçlü olduğu alan olan eğlence endüstrisinin K-Pop (Kore Pop Müziği) ve K-Drama (Kore Sineması ve TV Dizileri) bileşenlerinden başlamak gerekmektedir.

Super Junior, BTS ve Girls Generation gibi K-Pop grupların üyeleri çoğunlukla profesyonel şirketler tarafından gençlik yıllarının başlarında seçilip yetiştirilmektedir. Bu gençler yetiştirme süreci altında günde yalnızca 800 kalori içeren çok katı diyetlere, oldukça yoğun egzersizlere, uzun süreler boyunca sürdürülen dans koreografilerine ve sık plastik cerrahi değişikliklere maruz kalarak eğlence endüstrisinin taleplerini karşılamak için bilinçli ve amaçlı olarak var edilmişlerdir. Bu zorlu süreçlere rağmen öyle anlaşılıyor ki K-Pop konseptli grupların üyeleri; hareketli dansları, etkileyici dış görünüşleri, iyi bestelenmiş şarkıları, kolayca taklit edilen koreografileri ve birden fazla müzik türüne aynı şarkıda yer veren karışık ritimleri ile birlikte K-Pop'un çekiciliğini arttırmış ve tüm dünyada konuşulmasını sağlamıştır. Sonuçları açısından değerlendirildiğinde benzer etkileri K-Drama konseptinde de görmek mümkündür. Gerek K-Pop gerekse K-Drama sadece eğlence endüstrisinin taleplerini karşılanmakla kalmamış, birçok farklı ulusa mensup halk kitlelerinin Güney Kore kültürünü içselleştirmelerini ve bu kültürü kendi yaşamlarına entegre etmelerini de sağlamıştır.

Çarpıcılık kriteri göz önüne alındığında, herhangi bir ülke vatandaşının başka bir ülkeye ait olan kültürel bir değeri ne boyutlarda içselleştirdiğine güzel bir örnek olarak My Love From the Star adlı bir Kore TV dizisi karşımıza çıkmaktadır. Bu dizinin Güney Koreli başrol oyuncusu en sevdiği yemeğin chi-mek (kızarmış tavuk) ve bira olduğunu belirttiğinde, Çinli restoran işletmeleri bu yemeğe olan aşırı talebi karşılamakta güçlük çekmiş ve bu yemek Çin vatandaşlarının sağlıklarını tehlikeye sevk edecek kadar tüketilmiştir. Öyle ki, Çinli hamile bir kadının söz konusu diziyi uzun süreler boyunca ve aşırı chi-mek yiyerek izlemesinin onu neredeyse düşük doğum riski ile karşı karşıya getirdiği, başka bir örnekte ise evli bir çiftin çok fazla chi-mek tüketmesi ile birlikte hastaneye yatırılıp pankreatit tedavisi gördüklerine dair münferit örneklerle ilişkin haberler ana akım Çin medyasında yer almıştır.

K-Drama ve K-Pop konseptli içeriklerin etki sınırları öylesine genişlemiştir ki, çok sayıda farklı ulusa mensup halkın geleneksel Güney Kore mutfağına ilgisi oldukça artmıştır. Dahası bu konseptler Kore dilinin yabancı izleyiciler arasında hızla yayılmasında da önemli bir rol oynamıştır. Örneğin Japonya'da Korece eğitim veren kurum sayısı artmış, Singapur'da ise halkın Kore dilini öğrenme isteği yoğun bir talep yaratmıştır (Luguusharav, 2011, s. 29). Bu gelişmelerin bir okumasını yapmak gerekirse, Güney Kore'ye ait popüler kültürün geniş kitleler üzerinde yarattığı cazibe, Güney Kore'nin geleneksel kültürünü de olumlu anlamda etkilemektedir. Nitekim Güney Kore'nin kültürel öğeleriyle de desteklenen değerleri, Kore Dalgası'nın tesiri altındaki farklı ulus halklarının yaşam tarzlarına da yansımıştır. Böylelikle Güney Kore mutfağı, müziği, sosyal gelenekleri hatta modası ve güzellik standartları dâhi Güney Kore'nin giderek daha olumlu bir ülke imajı geliştirmesine katkıda bulunmuş ve bu modern kültür de bir çeşit Dijital İpek Yolu olarak adlandırılmıştır (Lale, 2020, s. 70).

Konuya ilişkin tüm bilgi, vaka ve gelişmeleri topyekûn bir dayanak noktası olarak ele alırsak, Kore Dalgası'nın ekonomik, sosyal ve politik anlamdaki getirileri bir yana, bu fenomenin nasıl bir yumuşak güç kaynağı olma potansiyeli taşıdığı ise 3 temel bulgu ile anlaşılabilir. Bunlar; 1) Yabancıların Kore algısını değiştirmek, 2) Kore kültürünü yaymak için bir ağ oluşturmak, 3) Koreli vatandaşlardan uluslararası düzeyde tanınmış ünlü ve şöhretli bireyler yetiştirmektir.

Yumuşak gücün kültür unsuru gerek yüksek gerekse popüler kültür öğeleri ile başkalarının kararlarını kendi lehimize olacak şekilde değiştirmek ve onları gönüllü

esasına dayalı olarak kendi görüşlerimize ikna edebilmek noktasında çok büyük bir potansiyel taşımaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki bu potansiyelin varlığı, kültürü tek başına bir yumuşak güç kaynağı olarak değerlendirmeye yetmemektedir. Bu bağlamda ülkelerin kültürel kaynaklara sahip olması gücü garantilememektedir. Bu sadece güç için bir potansiyelin mevcudiyetine işaret etmektedir ve elinde kültürel öğelerinden kaynaklı bir yumuşak güç potansiyeli barındıran ülke, ABD örneğinde olduğu gibi bunu güce dönüştürebilmektedir. Çin, Mısır ve Hindistan gibi kökleri yüzyıllar öncesine uzanan çok kadim kültürlere sahip ülkeler, bu potansiyellerini doğru yumuşak güç araçları ve politikaları ile birleştiremedikleri sürece sadece iki asırlık bir tarihe sahip olan ABD, bütün Dünya'ya kendi kültürünün ihracını yapmaya devam edecektir (Fan, 2008, s. 151).

Bu başlık altında kültür olgusuna dair uluslararası ilişkiler bağlamında irdelenen kültür ile sosyal bilimler temelli diğer disiplinlerde de kendisine araştırma sahası bulan kültür arasında bir ayrımı ortaya koymak gerekmektedir. Diğer disiplinler, kültürün nasıl tezahür ettiği, bileşenlerinin neler olduğu ve bireyin ya da insan toplulukları açısından önemini sorgulamaktadır. Diğer disiplinler, kültür olgusunun varoluşu ile daha yakından ilgiliyken, uluslararası ilişkiler bu olgunun diğer ülkeler üzerindeki sonuçlarını incelemeye daha duyarlıdır.

Kültür olgusunu turizm disiplini bağlamında ele alacak olursak; kültür, turizm aracılığıyla bir ürüne dönüştürülebilir. Bir destinasyona özgü kırsal yaşam biçimi, turistler tarafından tüketilmek adına bir meta haline gelebilir. Böylelikle bir ülkenin kültürüne ait yaşayan öğeleri zamanla o ülkenin doğal güzellikleri, anıtları ya da binaları gibi fiziksel çekicilikleriyle aynı potada eritilerek kültürel çekiciliklere dönüşür. Bu noktada turist, turistik bir destinasyonun doğal cazibesine ek olarak, bahsi geçen destinasyonun kültürel atmosferini de tüketmek istemektedir (MacCannell, 1976, s. 25).

Turizm disiplininin aksine yumuşak güç bağlamı kültür olgusu ise farklı bir kültüre duyulan geçici ilginin ya da destinasyonun kültürüne dair duyulan basit merak duygusunun üzerinde durmamaktadır. Yumuşak güç açısından kültür, bir aktörün farklı bir kültüre ilgi ya da merak duygusunu gidermekten daha çok, ilgili aktörün inançlarını, değerler sistemini ve kararlarını hayranlık beslediği farklı bir ülkenin kültürüne göre dizayn etmesi üzerine formüle edilmiştir. Örneğin, Anglo-Sakson, beyaz ve liberal bir batılı turist, Afrika'nın ücra noktasındaki ilkel bir kabilenin

kültürünü yakından tanımak için basit bir turistik ziyarette bulunabilir. Bu ziyareti esnasında söz konusu kabilenin gündelik hayatına, diline, dini ritüellerine, yerel mutfağına ve tarihine dair bilgiler edinir, çeşitli hediyelik eşyalar satın alır ve hatırlanabilir turistik bir hatıra olması amacıyla birkaç fotoğraf karesi ile birlikte evine, kendi kültürüne döner. Burada Afrikalı kabilenin kültürüne duyulan geçici ilgi ve sıradan merak duygusu giderilmiştir. İhtimaldir ki bahsi geçen turistin hafızasında bu Afrika gezisi gündelik rutinini kıran ve otantik öğelerle dolu bir maceradan öteye geçemeyecektir. Buna karşın kültür olgusu yumuşak gücün öngördüğü şekilde tezahür etse, şöylesi bir kurgusal manzaradan söz etmek mümkün olacaktır; Afrika'nın ilkel bir kabilesine gerçekleşen bu gezi esnasında turist, kültürel etkileşime açık olduğu kadar kültürel değişime de açıktır. Afrikalı kabilenin değer sistemi, yaşam tarzı ve dünyayı algılama biçimi, turistin kimliği ile bağdaştığında yumuşak gücün kültürel cazibe mekanizması devreye girmiştir. Bu noktadan sonra turist kendi değer yargılarını, alışkanlıklarını, davranış kalıplarını ilgili kabilenin kültürel normlarına göre dizayn etmeye başlamaktadır. Örneğin kabilenin yerel dilini konuşmak için çaba sarf ederken, kabilenin yerel kıyafetlerini giyme ve yerel yemeklerini tüketme gibi eğilimlerde gösterecektir. Bu sürecin sonunda ise turist kendi kimliğini artık bir "öteki" olarak değil, kabilenin bir parçası olarak yeniden şekillendirecektir. Kısaca kültür, turizm bağlamında değerlendirildiğinde turist üzerinde geçici ve biçimsel değişimlere yol açarken; yumuşak güç bağlamında değerlendirildiğinde ise daha kalıcı ve öz itibarıyla gerçekleşen değişimleri ifade etmektedir.

2.1.2.2. Siyasi Değerler

Yumuşak gücün bir diğer önemli kaynağı olan siyasal değerler olgusunu tam anlamıyla içselleştirip kavrayabilmek için öncelikle değer kavramının çerçevesini çizmek gerekmektedir. Değer kavramı, birey düzeyinde ele alındığında, bireye amaç verme ve ölçüt sağlama olmak üzere iki farklı işleve işaret eden bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Güngör, 2010b, s. 28-84). Buna göre değer kavramı; bireyin kendi hayatını hangi amaç için adadığını tasvir eden bir kılavuz olabilmektedir. Dahası birey kendisi için yaşam gayesi olan bu değerleri başkalarının da yaşam gayesi olmasını isteyebilmektedir. Böylelikle söz konusu birey hem kendisi hem de başkaları için neyin arzu edilen ya da edilmeyen olduğuna ilişkin bir sorunla karşılaştığında, birey bu sorunu kendi inandığı değerleri bir ölçüt olarak alıp çözüme kavuşturmaya

çalışmaktadır. Birey; kendisiyle, bir başkasıyla ya da toplumla ilgili bir olayı anlamlandırmak, eylemlerini seçmek ve seçtiği eylemlerin neden/sonuçlarını hem kendi hem de diğerlerinin gözünde meşru kılmak için ölçüt olarak inandığı değerlerini kendisine referans almaktadır.

Değer kavramının incelendiği düzey birey özelinden toplum geneline doğru genişletildiğinde ise psikoloji biliminin sınırları aşarak sosyoloji biliminin ilkeleriyle karşılaşılmaktadır. Değer kavramı sosyolojik yönü vurgulanarak mercek altına alındığında ise toplumların diğer toplumlardan ayırt edilmesini sağlayan ve toplumun/toplumların kendi içinde/birbirleriyle kaynaşmasını sağlayan işlevleri ile öne çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre değer kavramı; toplumun kendi varlık, birlik, işleyiş ve devamını sağlamak için üyelerinin çoğunluğu tarafından doğru ve gerekli oldukları kabul ve tasdik edilen, onların ortak duygu, düşünce, amaç ve çıkarını yansıtan genelleştirilmiş temel ahlaki ilke veya inançlardır (Kızılcıçelik ve Yaşar, 1994, s. 99).

Gerek psikolojik gerekse sosyolojik dinamikleri göz önüne alındığında değer kavramı, bireylerin bir olgu ya da olaya dair yargılarını/düşüncelerini biçimlendiren, yaşadıkları çevreyi anlamlandırmalarına yardımcı olan, bireylerin hayatlarını anlamlı kılan şeylerin, ortak bir konsensüs ile toplumun büyük bir bölümü tarafından da benimsenmesi sağlanarak hem bireye hem de topluma özgün rengini veren ilke ve inançlar manzumesidir.

Değer kavramı uluslararası ilişkiler disiplinine, hatta daha spesifik olarak siyasal zemine çekildiğinde ise felsefi köklerinin Eflatun ve Aristo'dan günümüze kadar ulaştığını görmek mümkündür. Nitekim antik çağlardan bu yana *iyi*, *erdemli* ve *adil* kısıması kusursuz bir siyasal rejim/politikaya erişme arzusu birçok düşünürün de temel gayesi olmuştur. Hatta bu yüzden olsa gerek ki birey, günlük yaşantısında karşılaştığı siyasi içerikli bir olay karşısında bile son tahlilde *adil* veya *adil değil* şeklinde hüküm verebilmektedir. Dolayısıyla, siyaset bilimi açısından iyi veya kötü yargısında bulunmak için muğlak da olsa bir ölçüden söz edilebilmektedir. Bu ölçü ise hiç şüphesiz bireyin ve/veya toplumun benimsediği değerlere göre şekil almaktadır (Kalaycıoğlu, 1984, s. 147-148). Örneğin dini öğelerin sosyal yaşamın, hukukun ve siyasetin bir parçası olmaması gerektiğine inanan siyasi anlamda seküler değerlere sahip bir bireyin, İran İslam Cumhuriyeti'ni çağın gerçekleriyle uyumlu hareket etmeyen ve arkaik (ilkel) bir idare şekli olan *teokratik rejim* temellinde inşa edilmiş

bir devlet olarak *kötü* bir şekilde yaftalaması muhtemeldir. Buna karşın bireyin ve o bireyin içinde bulunduğu toplum ile aynı değerler ekosistemi ile kuşatılmış olan ve aynı değerleri paylaşan İngiltere'ye ise daha olumlu bir nazar ile *iyi* bir şekilde bakılması da oldukça olasıdır.

Siyasi değerler yumuşak güç açısından incelendiğinde ise bir ülkenin içeride (kendi kamuoyuna karşı uyguladığı iç politikada) ve dışarıda (başka ülkelerin hükümetlerine ve kamuoyuna karşı uyguladığı dış politikada) sadakatle bağlı kaldığı ve başarıyla yerine getirmeye çalıştığı ulusal ve/veya evrensel ilkeleri ifade ettiği öne sürülmektedir (Nye 2004, s. 11). Bir ülkenin benimsediği siyasi değerlerin diğer ülkelerin çeşitli paydaşları tarafında da meşru olarak algılanması sonucunda ortaya çıkan hayranlık ve cezbedicilik sayesinde siyasi değerleri benimsenen ülke, uluslararası ilişkilerde istediği siyasal sonuçları zor kullanmayarak diğer devletlerin de isteyebilmesini sağlayabilmektedir.

Pek tabii olarak siyasi değerleri bir yumuşak güç kaynağı şeklinde tanımlanmak doğrudur. Ancak bu değerlerin farklı coğrafyalarda da teşvik edilmesi, sürdürülebilir kılınması ve yayılması için ise bir aktörün taşıdığı genel toplamdaki yumuşak ve sert güç rezervinin miktarı da önemlidir. Bir başka deyişle, siyasi değer yumuşak güç için bir kaynak teşkil ettiği gibi bir ülkenin hâlihazırdaki yumuşak gücünün büyüklüğü de, o ülke tarafından benimsenen siyasi değerlerin yayılabileceği azami sınırları çizebilmektedir. Nitekim normal şartlar altında AB'ye ait siyasi değerleri içselleştirmekte zorluk çekebilecek ülkeler, AB'nin sert ve yumuşak gücünün sağladığı imtiyazlardan faydalanabilmek ve AB'ye katılımın ön koşullarını yerine getirmek amacıyla kendi kamuoylarını dahi karşılarına alarak onların duyarlılıklarını ve taleplerini görmezden gelebilmektedirler. Bu durumun yakın zamandaki en somut örneği ise 2014 ve 2015 yılları arasında Sırbistan, Ukrayna ve Moldova gibi AB aday ülkelerin liderleri AB'nin siyasi değerlerine (özellikle de insan hakları ve bireysel özgürlüklere saygı bağlamındaki değerlere) desteklerini göstermek için eşçinsel vatandaşlarının onur yürüyüşü etkinliği düzenlemesine izin vermekle beraber bu vatandaşların haklarını anayasal güvence altına alan çeşitli yasaları da kabul etmişlerdir (http-2). Bahsi geçen devletlerin kamuoyunun büyük bir kısmı muhafazakar değerleri benimseyen bireylerden oluşmasına rağmen, AB'nin yumuşak gücünün tesiri ile bu ülkelerin liderleri kendi kamuoyuna aykırı siyasi kararlar almayı göze almışlardır. Örnekten de anlaşılacağı üzere, burada karşı taraf üzerinde

cezbedicilik yaratan ya da karşı tarafı kendi rızasıyla ikna eden yumuşak güç kaynağı olarak AB'nin siyasi değerleri değil, bizzat AB'nin kendi özgün yapısından kaynaklanan yumuşak gücü ön plana çıkarmıştır. Bu noktada AB genel toplamdaki yumuşak güç rezervini adeta bir koçbaşı olarak kullanıp daha önce çeşitli ideolojik ve yapısal sorunlar nedeniyle erişmekte zorlandığı bir kalenin kapılarını yıkmıştır. AB'nin genel toplamdaki yumuşak güç rezervi sayesinde yıkılan bu kale kapılarından ise ilk olarak spesifik bir yumuşak güç kaynağı olan AB'nin siyasi değerleri kale içerisine nüfus etmiştir.

Ulusal siyasi değerlerini evrensel değerlerle bütünleştirerek, yumuşak güç olgusunun öngördüğü şekilde, uluslararası arenada başka ülkeler tarafından meşru, saygın ve ikna edici olarak algılanmak isteyen devletler çoğu zaman arzu ettikleri sonuçlara ulaşamamaktadırlar. Böylesi başarısız girişimlerin altında yatan temel bir sebep bulunmaktadır. Bunlardan ilki, “benim için iyi olan bir şey diğer herkes içinde iyidir” gibi içerisinde normatif öğeler barındıran ve toptancı bir bakış açısının ürünü olan çıkarımsal bir hatadır. Sleat (2016, s. 258) bu durumu basitçe şöyle ifade etmektedir: Eğer bir toplum, kendi kültürel kodlarına görece yabancı bir siyasi değeri benimsemek için gerekli ön koşullara sahip değilse, o toplumun insanları için bir siyasi değer değildir. Çünkü kendisinin daha önce hiç tecrübe etmediği ya da kısmen tecrübe ettiği bir siyasi değer dayatılan toplum, bu siyasi değeri tutarlı bir şekilde sosyal hayata entegre etmekte güçlük çekmektedir. Dolayısıyla kendi siyasi değerleri küresel boyutlarda kabul görmesi için harekete geçen bir aktörün hedef aldığı ülkenin sosyolojik gerçeklerini çok iyi analiz etmesi gerekmektedir. Şayet bu analiz eksik ve hatalı yapılırsa öngörülemeyen birtakım sonuçların gelişmesine sebebiyet verebilmektedir. Nitekim 2011 yılında demokrasi, insan hakları, özgürlük ve hukukun üstünlüğü gibi siyasi değerlerin Arap coğrafyasında da hâkim kılınması motivasyonu ile harekete geçen (iyi niyetli ve kötü niyetli) birçok uluslararası aktör, bu coğrafyalardaki mevcut otoriter iktidar yapılarını zayıflatma/yıkma noktasında nispi başarılar elde etseler de 2011 *Arap Baharı* süreci düşünülenin tam tersi sonuçlar vermiştir. Bu sürecin yaşandığı ülkelerde mezhep ve etnik köken eksenli iç çatışmalar yer yer halen devam ederken, devrilen otoriter iktidarların yerini ise başka otoriter iktidarlar devralmıştır. Örnekten de anlaşılacağı üzere, “benim için iyi olan bir şey (inandığım ve benimsediğim siyasi değer) diğer herkes içinde iyidir” gibi bir retorik, yumuşak güç bağlamında incelendiğinde görülmektedir ki, kaynak ülkenin idealize ettiği siyasi

değerler ile hedef ülkenin algıladığı siyasi değerlerin farklı şekillerde algılanması durumunda, hedeften kaynağa doğru gelişen bir yumuşak güç geribildirimi meydana gelememektedir. Bir başka deyişle, evrensel siyasi değerleri bireylerin/toplumların algılayış biçimi ve pratiğe aktarma tarzlarının farklılık arz etmesi, siyasi değer kaynaklı yumuşak güç kazanımı stratejisine zaman zaman ket vurabilmektedir.

Siyasi değerler ulusal düzeyde incelendiğinde, ana akım evrensel değerler olarak kabul edilen insan hakları ve onun çıktıları olan bireysel hak ve özgürlükler, demokrasi, hukukun üstünlüğü vb. öğelere göre öncelikler açısından farklılaşabilmektedir. Bir devletin yurt içinde öncelikli önem verdiği yerel siyasi değerlere ülke halkının gönüllü bağlılığı birçok açıdan devlet ve halk bütünlüğünün yararına sonuçlanabilmektedir. Çinli vatandaşların ve dolaylı yollardan Çin'in yerel düzeydeki temel siyasi değerleri olan otoriter ideoloji (devleti yönetim biçimi olarak) ve ulusal bağlılık (halkı yönetme motivasyonu olarak) gibi değer bileşenlerini içselleştiren Çinli vatandaşların daha yüksek düzeyli bir yaşam doyumuna sahip olduğu görülmüştür (Liu, Zhang ve Vedlitz, 2021, s. 276). Yerel siyasi değerler ile yurttaşların yaşam memnuniyetleri arasındaki bağlantı Çin devletinin yöntem ve yönelişlerinin vatandaşları gözünden meşru olarak algılanması ve onaylanması anlamına gelmektedir. Ülke içinde teorik ve pratik açılardan izdüşümlerinden olumlu geri dönüşler alınan bu iki yerel değer, evrensel düzeyde özellikle de Batılı ya da Batı'ya ait siyasi değerlerin benimsendiği ülkelerde yumuşak gücü artıracak geçer akçeler olmayabilirler.

Batı'nın Çin üzerindeki gözü insan hakları ihlalleri, özgürlüklere getirilen kısıtlar ya da STK bağlamına odaklanmaktadır. Çin'in kültürel çekiciliğine yönelik atılan her adımın yoğun bir şekilde Çin hükümeti tarafından sansürlendiği ve hükümet tarafından yönlendirildiğine yönelik olumsuz algılar nedeniyle Çin kültürü Fransız vatandaşlara hitap edememektedir. Bu durum Çin'in siyasi değerleriyle ve Fransa'nın temel siyasi değerlerinin özgürlükler ekseninde çeliştiğinin bir göstergesidir (Dams, Martin ve Kranenburg, 2021 s. 34).

Benzer bir şekilde, Çin'in ısrarlı ve kapsamlı otoriterliği, Çin'in Almanya'daki imajının sistematik olarak iyileştirilmesinin önündeki en büyük engel olmaya devam edecek gibi görünmektedir. Özellikle Çin özelinde cereyan eden siyasi meseleler ve bu meselelerin Çin hükümeti tarafından ele alınış biçimi iki ülkenin önem atfettikleri siyasi değer kümeleri arasındaki boşlukları da gün yüzüne çıkarmaktadırlar. Alman

medyasında geniş yer bulan meselelerden birisi, Çin hükümetini insan hakları ve demokrasi gibi kavramlara duyarsızlıkla suçladıkları için siyasi mülteci konumuna düşen Ai Weiwei (muhalif sanatçı) ve Liu Xia (Nobel ödüllü Liu Xiaobo'nun gözaltında ölen eşi) gibi aktivistlerin durumudur. Batılı medya kurum ve kuruluşları tarafından bu aktivistlerin yaşadıkları olaylar kendi kamuoylarına kabaca şu şekilde servis edilmektedir: İnsan haklarının bir bileşeni olan ifade özgürlüklerini Çin hükümeti aleyhine kullandıkları için çeşitli zorbalık ve yaptırımlara maruz kalmış muhalifler. Çin'in Alman kamuoyu gözündeki yumuşak gücünü zora sokan bir diğer siyasi mesele ise Çin'in kendi ülkesinde faaliyet gösteren yabancı STK'lara yönelik yoğun baskı ve denetleme unsurları içeren yasasının Çin'de çalışan Alman vakıfları için yarattığı zorluklardır (Dams, Martin ve Kranenburg, 2021 s. 42).

Çin ve genel anlamda Batı dünyası arasında giderek daha belirgin gözlenen değer çatışmalarının yarattığı olumsuz izlenimlerin daha da derinleşmesini engelleyen ise Çin'in halen Avrupa ekonomisi üzerindeki gücünü koruyabilmesidir (http-3). Bir başka deyişle, zorlayıcı davranışlarda bulunan ve siyasi meselelerine evrensel siyasi değerler ışığında çözüm geliştiremeyen bir aktörün yumuşak gücü telafi edilemeyecek bir şekilde azalsa bile, aktörün sert gücünden kaynaklanan cazibesi bu durumu bir süre daha gölgeleyebilmektedir.

2.1.2.3. Dış Politika

Yumuşak gücün bir diğer kaynağı ise dış politikadır. Dış politikanın yumuşak güce ne şekilde kaynak oluşturduğunu irdelemeden önce dış politika olgusunun nasıl ortaya çıktığını anlamak ve bu olgunun genel geçer tanımını yaparak kavramsal bir çerçeve çizmek gerekmektedir. Modern anlamdaki dış politikanın tarihsel kökeni, Otuz Yıl Savaşı olarak bilinen ve 1618-1648 yılları arasında Avrupa hanedanlarının mezhep savaşları odağında birbirleriyle giriştikleri mücadelelere dayanmaktadır. Söz konusu mezhep savaşlarını bitiren Westphalia Barışı, aynı zamanda yeni bir devlet sistemini de hayata geçirmiştir. Buna göre kendilerini etkileşimde bulunduğu diğer güçlerle eşit olarak görmeyen ve hiyerarşik olarak uluslararası sistemin en kudretli aktörleri şeklinde konumlandırılan imparatorluklar çözülmeye, imparatorluk kavramı ise aşınmaya başlamış (Özel, 2019, s. 52) ve zamanla uluslararası arenanın yeni oyuncuları da ulus-devletler olmuştur. Bir başka deyişle, Westphalia Barışı ile birlikte

uluslararası ilişkilerin imparatorluk tahakkümü ile şekillenen yapısı yerine her devletin kendi egemen sınırları içinde mutlak güce sahip olduğu ve bu gücün diğer egemen devletlerce de tanındığı devlet egemenliğine dayalı yeni bir yapının tohumları atılmıştır (Keyman, 2006, s. 4).

Westphalia Barışı sonrasında etkileri küresel boyutlarda hissedilen Birinci ve İkinci Dünya Savaşı'nın yaşanması ve sömürge altında yaşayan uluslara bağımsızlıklarının geri verilmesi anlamına gelen dekolonizasyon süreci gibi tarihsel kırılma noktaları ile birlikte ulus-devlet sayısı giderek artarken, devletlerarası ikili anlaşmalara ek olarak BM ya da AB gibi uluslar üstü organizasyonlar da ulus-devletlerin meşruluğunu sağlamlaştırmıştır. Dahası, küreselleşme fenomeninin etkisi de bahsi geçen ulus-devletlerin birbirlerine olan karşılıklı bağımlılığının derinleşmesi ve hızlanmasına neden olmuştur. Tüm bu gelişmelerin sonucunda devletlerarasındaki karşılıklı ilişkiler/etkileşimler ivme kazanmış ve devletler başka devletler ile etkileşime girme kararlarını, stratejilerini ve amaçlarını belirlemek amacıyla kapsamlı bir dış politika oluşturmaya ihtiyaç duymuşlardır. Çünkü böylesi bir konjonktürde hiçbir devlet kendisini diğer devlet veya devlet dışı aktörlerden izole ederek ulusal çıkarlarını ya da uluslararası arenadaki varoluş mücadelesini etkili bir biçimde sürdüremeyecektir. Dahası devlet(ler) ile hiçbir doğrudan ya da dolaylı ilişkiye sahip olmama kararı alarak kendini izole eden “yalnız” devlet(ler)in bu tutumları bile bir çeşit dış politika olarak yorumlanabilmektedir. Bu bilgilerin ışığında, dış politikası olmayan bir devleti derin denizde yön bilgisi olmayan bir gemiye benzetmek metaforik açıdan doğru bir benzetme olacaktır (As, 2018, s. 1).

Dış politikanın tarihsel arka planı kısaca incelendikten sonra bu olgunun tanımını iki farklı bakış açısına dayandırarak yapmak mümkündür. Bunlardan ilki, uluslararası ilişkiler üzerine okumalarını realist geleneğe bağlı kalarak yapmaktır. George Modelski'ye göre realist kavrayışa dair öğeleri ima eden dış politika; “devletlerin başka devletlerin davranışlarını değiştirmek ya da kendi davranışlarını uluslararası ortama uyumlu hale getirmek için geliştirdikleri faaliyetler dizisidir.” Tanımdan da anlaşılacağı üzere dış politikanın uygulayıcıları kendi toplumlarının çıkarına ve adına hareket eden devlet kurum ve kuruluşlarıdır. Dolayısıyla dış politika, bir devletin yetkili organları aracılığıyla uluslararası sistem içerisindeki diğer devletlere karşı yürüttüğü siyaset ve uyguladığı davranışların tamamıdır. Dış politika olgusu liberal/çoğulcu bir dünya görüşü referans alınarak tanımlandığında ise dış politikanın ana karar verici aktörü olan devletlere ek

olarak karmaşık sosyal örgütlerden ve birbirinden farklılık gösteren örgütlü sosyal sınıflardan oluşan daha girift bir yapı göze çarpmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, dış politika bir ülkedeki devlet dışı aktörlerin öncelik ve tercihlerinin devlet aygıtı aracılığıyla uluslararası arenaya taşınmasıdır (Efegil, 2018, s. 24-26).

Bir devletin yumuşak güç kaynakları olarak genel kabul görmüş unsurları, ilgili devletin ulusal kültürel envanteri, politik değerleri ve dış politikasıdır. Ancak bu unsurlar içerisinden dış politika, hem özü ve tarzı bakımından oldukça değişken bir doğaya sahip olması hem de diğer unsurların aksine devlete hâkim olan hükümetin kontrolüne göre şekillenmesi nedeniyle oldukça dinamik bir yapı göstermektedir (Sancak, 2015, s. 92).

Yumuşak güç kaynağı olarak ele alındığında, bir ulusun kültürü ve kültürünün bileşenleri (örneğin bir ulusun dili) üzerinde değişim ve dönüşümler görmek ya da söz konusu ulusun benimsediği politik değerlerin (örneğin çoğunlukçu demokrasi) terk edilerek yeni değerlerin (örneğin çoğulcu demokrasi) benimsenmesi genellikle büyük toplumsal hareketler (toplumsal uzlaşma, kanlı devrimler, iç ihtilaller) ya da dış müdahaleler (savaş sonrası toprak kaybı ve sömürgeleştirme faaliyetleri) sonucunda gerçekleşmektedir. Buna karşın bir devletin benimsemiş olduğu dış politika genel anlamda doğrudan devletin ilgili organları tarafından yürütüldüğü için görece daha hızlı değişebilirken (Nye, 2004, s. 68) bir devletin değişen dış politikasının diğer devletlerin yöneticileri ve halkı üzerinde nasıl etkiler bıraktığını kestirebilmek de diğer yumuşak güç kaynaklarının etkilerini kestirebilmeye nispeten daha kolaydır.

Küresel etkileri dikkate alındığında dış politika değişiminin bir devletin yumuşak güç potansiyeli üzerinde bıraktığı izlerin en çarpıcısı Amerika örneği üzerinden incelenebilmektedir. Buna göre 11 Eylül 2001 yılında Amerika ana karasına yapılan terörist saldırılar sonucunda ABD dış politikada daha saldırgan bir tutum takınmakla beraber, zaman zaman kendi müttefiki olan ülkelerin dahi kaygı ve taleplerine kayıtsız kalarak tektarafılık prensibine dayalı zorba ve dayatmacı bir dış politika izlemeye karar vermiştir (Kurtbağ, 2007, s. 352-353). Dönemin ABD Başkan olan George W. Bush'un küresel terörizm ile mücadeleyi kastederek "Ya bizimle birliktesiniz ya da bize karşısınız" söylemi, bu saldırgan ve tektarafılı dış politikanın retorliğini anlamaya tek başına yardımcı olmaktadır. Bu söylem açıkça ABD'nin dış politikasının dikotomik düşünce çerçevesinde şekillendiğini gösteren ve dünyadaki diğer devletlerin diğer olasılıkları yok sayarak ya siyah (terör yanlısı) ya da beyaz

(ABD müttefikleri) arasında bir seçim yapması gerektiğine işaret eden bir meydan okumadır.

Daha öncede vurgulandığı gibi bir devletin dış politikasının küresel kamuoyunda nasıl etkiler bıraktığını kestirebilmek görece hem daha az uğraş alırken hem daha az kaynak gerektirir. Nitekim ABD'nin 11 Eylül sonrası benimsediği tektaraflı ve saldırgan bir üsluba dayalı dış politikanın ABD'nin yurtdışındaki cazibesinin hem diğer devletlerin karar alıcıları nezdinde hem de söz konusu devletlerin kamuoyu nezdinde azaldığına, dolayısıyla da yumuşak gücünün aşındığına dair kanıtlara basit birer kamuoyu anketi ile ulaşmak mümkündür. Gerek 11 Eylül saldırıları öncesi gerekse 11 Eylül sonrasında yaşanan Irak Savaşı'na yönelik uluslararası kamuoyunun görüşleri irdelendiğinde, ABD'nin en önemli müttefiklerinin yer aldığı kıta olan Avrupa'da, ABD dış politikasının ABD'nin küresel imajını olumsuz etkilediğini görülmüştür. Dahası Fransız ve Alman kamuoyunun % 90'ı ABD'nin tektaraflı, saldırgan ve zorba tutumundan kaynaklanan tehdidin neredeyse Kuzey Kore'nin veya İran'ın geliştirmekte olduğu kitle imha silahlarının yarattığı tehdit ile eşdeğer olarak algılamıştır (Nye, 2004, s. 68).

ABD'nin yumuşak gücünü diğer ulusların yöneticileri ve halkları nezdinde eriten dış politika uygulamaları Bush ile aynı siyasi geleneğin temsilcisi olan ABD başkanı Donald John Trump döneminde de devam etmiştir. Trump dış politika kararlarını alırken ABD'nin geçmişte uluslararası işbirliği ve uzlaşmaya dayalı retoriği kabul etmekte isteksiz davranmaktadır. Trump döneminde uluslararası camianın ve özellikle de Müslüman coğrafyalardaki egemen devletlerin hassasiyetleri görmezden gelinerek İsrail'deki ABD Büyükelçiliği'nin Kudüs'e taşınması, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu ABD'ye çelik ve alüminyum ihraç eden ülkelere getirilen ağır gümrük vergileri getirme kararı ve Paris İklim Değişikliği Anlaşması'ndan çekilmesi, ABD'yi dünyadaki diğer tüm ülkelerle uyumsuz bir hale getirmiştir (Morrison, 2018, s. 36).

ABD'nin belirli dönemlerde uyguladığı dış politika davranışlarından hareketle, bir devletin küresel ya da bölgesel liderlik yapabilmek için ihtiyaç duyduğu sermaye olan uluslararası toplumun güvenini yitirmesi demek, bahsi geçen devletin yumuşak gücünün de büyük yara alması ve küresel inanılabilirliğinin büyük ölçüde zedelenmesi demektir tespiti hatalı olmayacaktır. Böylesi dış politika uygulamaları ile yumuşak güç rezervini daraltan bir devlet ise arzu ettiği politik amaçlara ulaşmak için yumuşak

gücün cazibesi yerine sert güç unsurlarını devreye sokarak hedef ülkeye daha fazla ekonomik yaptırım, askeri harcama ve diğer sert güç politikası araçları ile nüfus etmeye çalışacaktır. Bu durumda da sert güç uygulayıcısı devletin hem ekonomik açıdan yıpranması hem de uluslararası konumunun ve itibarının zayıflaması kaçınılmaz olacaktır (Sümer, 2008, s. 141). Devlet(ler)in yumuşak gücü tamamen ya da kısmen göz ardı ettiği bir dış politika davranışının başka devletlerce ve devletlerin kamuoyunda meşru kabul edilmesi oldukça zor olup, böylesi bir politikadan doğacak olan kayıpların telafisini yapmakta güçleşecektir.

Madalyonun diğer yüzünde ise dış politikanın doğru kurgulandığı takdirde nasıl bir yumuşak güç kaynağına dönüşebileceği ile ilgili örneklere rastlamakta mümkündür. Bu doğrultuda Nye (2004, s. 62), devletlerin dış politikaları; demokrasi ve insan hakları gibi bütün uluslar tarafından geniş ölçüde benimsenen ve paylaşılan değerleri teşvik ettikleri sürece birer yumuşak güç kaynağı olabilir şeklinde görüş bildirmiştir. Yine küresel anlamdaki etki büyüklüğü açısından ABD'nin dış politikaları özelinde bir örnek vererek bu görüşün tutarlı ve yerinde bir tespit olduğu doğrulanabilmektedir. Bilindiği üzere ABD dış politikasının en idealist uygulamalarına Demokratlar tarafından öncülük edilmektedir. Demokratlar, ABD'nin ulusal çıkarlarıyla ters düşmedikçe, dış politikada çoktaraflılığı merkeze alarak demokrasi ve insan hakları gibi değerlerle kuşatılmış bir yumuşak güç siyaseti ile ABD dış politikasını daha etkili kılmaya çalışmışlardır.

ABD merkezli bir düşünce kuruluşu olan PEW'in yayınladığı bir kamuoyu yoklaması sonuçlarına göre Bush ve Trump dönemleri arasında ABD başkaldığı yapan ve demokrat bir geleneği temsil eden Barack Obama döneminde ABD'nin küresel imajında önemli bir iyileşme görülmüştür. PEW raporuna göre Obama dönemindeki dış politikalar, insan hakları gibi küresel ölçekli bir değer en önemli bileşeni olan bireysel özgürlükleri teşvik etme noktasında oldukça başarılı olmuştur. ABD yumuşak gücünün güçlü bir bileşeni olan bireysel özgürlükler üzerine gerçekleştirilen bir araştırmanın sonuçlarına göre araştırma sahası olan 16 ülkenin 10'unda kamuoyunun çoğunluğu, ABD hükümetinin kendi halkının ve diğer halkların bireysel özgürlüklerine saygı duyduğu yönünde görüş bildirmiştir. Dahası Avrupa ülkelerinin Obama'ya ve onun koordinasyonu ile yürütülen ABD dış politikasına yönelik genel tutumu da oldukça olumludur. Anket uygulanan 10 farklı AB ülkesinde kamuoyunun % 77'si küresel meselelerde (sosyo/ekonomik koşulların iyileştirilmesi, iklim

değişikliği ile mücadele, azınlık hakları, iyi yönetim, enerji güvenliği, küresel terör vb.) doğru olanı yapacağına dair evrensel değerlerle entegre olmuş yumuşak güç ilkeleri odağındaki ABD dış politikasına yüksek düzeyde güvenmektedir (http-4).

Dış politika yumuşak güç için bir kaynak olarak kullanılabilmesi gibi aynı zamanda yumuşak gücü kendisi için bir araç haline de getirebilmektedir. Kroenig, McAdam ve Weber (2010, s. 414) bir devletin yumuşak güç olgusunu araçsallaştırıp kullanarak dış politikada arzu ettiği sonuçlara ulaşma yeteneğinin 3 temel koşulun karşılandığı takdirde ortaya çıkabileceği ileri sürmüştür. Buna göre yerine getirilmesi gereken ilk koşul, yumuşak gücü gönderen ve bu gücü alan aktörler arasındaki iletişim kanallarının açık olması gerekliliğidir. Yumuşak gücünü bir dış politika aracı olarak kullanmak isteyen devletler, hedef devletin yöneticilerinin, elitlerinin ya da sıradan halkının tercihlerini kendi lehlerine şekillendirmek istiyorsa, dış politika mesajları hedef devletten gelen sansür veya diğer engellerle karşılaşmamalıdır. Kuzey Kore gibi otoriter devletler kendi kamuoyunun sosyolojik ve politik tercihlerinin dış etkenler nedeniyle değişmesinden endişe duymaktadır. Bu nedenle Kuzey Kore kendi ile aynı dünya görüşünü paylaşmayan Batı Emperyalizminin yaydığı *Sarı Rüzgarı* durdurmak ve halkının kendi sosyalist değerlerine olan bağlılığını korumak için bütün iletişim kanallarına yoğun bir sansür uygulamaktadır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak yabancı bir kültürün, siyasi bir ideoloji ile harmanlanmış yerel kültürü yok edeceği korkusuyla bütün iletişim kanallarını kontrol etmeye çalışan Kuzey Kore ve onun benzeri diğer üçüncü dünya ülkelerinde yumuşak güç temelli bir dış politikanın sonuç vermeyeceği görülmektedir (Ahn, 2019, s. 50).

İkinci koşul ise hedefte gözlenen tutum değişikliğidir. Yumuşak güç eksenli bir dış politika uygulayıcısı devlet hedef devlete ya da devlet dışı aktörlere vermek istediği mesajı etkili bir şekilde iletebilse dahi işi henüz bitmiş değildir. Bu mesajın içeriğinin hedefi etkilemesi, en azından, mesajın hedefin tutumları üzerinde bir değişikliğine yol açması gerekmektedir. Devlet(ler) yumuşak güç temelli dış politika uygulama çabalarında güvenilir ve çekici kaynaklar aracılığıyla hedefle iletişim kurduklarında ve hedefle duygusal düzeyde etkileşime geçildiğinde hedefin tutumları yumuşak güç uygulayıcısı devlet lehine değişim gösterebilmektedir. Hedefte tutum değişikliğine yol açacak en önemli parametrenin ise dış politika mesajlarının iletildiği kaynağın ne ölçüde güvenilir olduğuna yöneliktir. Psikoloji disiplini açısından bir kaynağın güvenilirliği, kaynağı kullanan aktörün kullandığı kaynakla doğrudan bağı

tespit edildiğinde ve bu kaynak üzerinden kendi çıkarlarını açıkça vurguladığında zayıflamaktadır. Bu tespit uluslararası ilişkiler disiplinine uyarlandığında şöyle bir okuma yapmak mümkündür; bir devlet yumuşak gücünü kullanarak hedefini cezbetmeye çalışırken güvenilir olarak algılanmak istiyorsa hedefi ile doğrudan etkileşim içine girmemelidir. Bunun yerine hedef kitlelerin daha çok güvendiği bağımsız bir kimlik taşıyan üçüncü kişileri/kuruluşları destekleyerek kendi yumuşak gücünü oluşturan unsurları bu üçüncü kişiler/kuruluşlar aracılığıyla söz konusu hedef kitlelere empoze etmesi dış politikasının başarılı bir çıktı verme ihtimalini arttıracaktır (Kroenig, McAdam ve Weber, 2010, s. 415).

İlk iki koşul yerine getirildiğinde, yani bir devlet dış politika mesajını etkili bir şekilde hedefe iletmede ve hedef kitlesinin tutumunu değiştirmede başarılı olsa dahi, hedefin yeni tutumu dış politika uygulayıcısı devletin lehine gözle görülür bir iyileşmeye yol açmazsa, uygulayıcı devlet yumuşak gücünü hedefi üzerinde verimli bir şekilde kullanamamıştır. Bu önermeden de anlaşılacağı gibi bir devletin yumuşak güç olgusunu araçsallaştırıp kullanarak dış politikada arzu ettiği sonuçlara ulaşmasının son koşulu hedefin tutum değişikliğinin hedefin dış politikalarında da değişime sebebiyet vermesidir. Bu noktada yumuşak güç içerikli bir dış politikanın hedef kitlenin hangi zümresini yoğun olarak etkilenmesi gerektiğine karar vermek önemlidir (Kroenig, McAdam ve Weber, 2010, s. 416). Bu durum hangi ürünün hangi pazar için daha uygun olduğunu tahlil etmeye çalışan ve buna göre bir pazar bölümlendirmesi yapmaya gayret eden işletmelerin stratejilerini andırmaktadır.

Yumuşak güç eksenli dış politikanın uygulandığı hedefin uluslararası siyasi sonuçları doğrudan şekillendirecek bir konumda olması ya da toplum içerisinde politik güç ve sosyal sermaye sahibi olan seçkinler zümresinde yer alması yumuşak güç uygulayıcısı devletin başarılı olma ihtimalini arttıracaktır. Bir başka deyişle, yumuşak güce maruz kalan hedefler bir devletin dış politikası üzerinde söz sahibi olan devlet yöneticileri ve o devletin dış politikasını kısmen de olsa manipüle etme gücüne sahip olan elitleri ise bu iki sınıf (yönetici ve elitler), devletin sıradan vatandaşlarına göre dış politika kararları üzerinde daha fazla tesir yaratabilmektedirler. Kroenig, McAdam ve Weber (2010, s. 416)'in üstünde durduğu bir diğer nokta da, devlet(ler)in yumuşak güç politikası ile iletildiği mesajın hedef kitlenin temel çıkarlarıyla, değerleriyle ve kutsallarıyla çelişmemesi gerekliliğidir. Böylelikle hedefte gözlemlenen tutum

değişikliğinin uluslararası siyasi ortamda da yumuşak güç uygulayıcısı devlet lehine bir değişikliğe yol açma olasılığının daha yüksek olması öngörülmektedir.

Bir devletin yumuşak güç eksenli dış politikasının başarıyla uygulayabilmesi için gerekli olan koşulların gün yüzüne çıkarılması önemlidir. Yukarıda teorik çerçevesi ayrıntılarıyla anlatılan 3 koşulun gerçekleştiği takdirde pratikte nasıl sonuç verici olduğuna dair tarihteki en başarılı örneğin ABD'nin küresel düzeydeki demokrasi teşviki çabaları olduğu gösterilebilir. Demokrasi teşviki, küresel anlamda bir siyasal sistem olarak tanımlanan demokrasinin yayılmasını ve bütün ulus-devletler tarafından benimsenmesini destekleyen devlet ya da devlet dışı aktörlerin izlediği bir dış politikadır (Badmus, 2017, s. 12-13).

Hatırlanacağı üzere modelin ilk koşulu, yumuşak güç içerikli mesajı gönderen aktör ile bu mesajı alan aktör arasında iletişim kanallarının açık olmasıdır ki, böylelikle mesaj hedefine ulaştığında bir geri besleme süreci yaşanabilsin. Bu bağlamda SSCB'nin dağılmasından ve başarısız olsa da bir dizi demokratik seçim girişiminden sonra eski komünist ülkelerdeki demokrasi yanlısı siyasi partiler üzerindeki bazı kısıtlamalar kaldırılmış ve komünist devletlerin medya kuruluşları üzerindeki sıkı kontrolleri nispeten gevşetilerek bağımsız medya kuruluşlarına kısmi özgürlük tanınmıştır. Ayrıca bu ülkelerdeki STK'lar da komünizmin çöküşünden sonra giderek halk tabanında etki yaratabilmişlerdir. Örneğin, Ukrayna hükümeti, resmi ideoloji için sakıncalı olsa da, açıkça demokratik söylemleri halk tabanına yaymaya çalışan birkaç önde gelen STK'nın faaliyetine izin vermiştir. Dolayısıyla eski komünist coğrafyalardaki devlet baskısının azalmasıyla birlikte ABD kendi yumuşak güç unsurlarını bu coğrafyanın aktörlerine iletme fırsatını yakalamıştır (Kroenig, McAdam ve Weber 2010, s. 423).

İkinci ve üçüncü aşamada ise demokrasi ihracı yapmak isteyen ABD'nin yumuşak güç mesajlarının komünist coğrafyalarda yankı uyandırarak bu coğrafyanın bireyleri tarafından ikna edici bulunması ve sonrasında ikna edilmiş bu bireylerin de kitlesel boyutlarda örgütlenerek ülkenin siyasi rejimini ABD'nin çıkarları lehine dönüştürmesi gerekmektedir. Bu noktada, özellikle ikna süreci kapsamında, ABD kendisini perde arkasına alarak yumuşak güç politikasını bizzat yürütmemiş ve dış politikasını bu devletlerdeki demokrasi yanlısı yerel grupları ve yerel aktörleri destekleyerek göstermiştir. Özellikle ülkedeki otoriter rejime muhalif olan ve Batılı değerlerin kendi yerel değerleriyle çelişmediğine kanaat getiren siyasi seçkinler

desteklenmiştir. Demokratik muhalefetin bu önde gelen isimleri aynı zamanda kendi uluslarının halkı tarafından güvenilir kimseler olarak itibar gören bireylerdir (Kroenig, McAdam ve Weber 2010, s. 423). ABD bizzat sahada görünür bir şekilde yumuşak gücünü hissettirseydi, hedef ülkenin kamuoyu bu durumu; ABD'nin kendi toprakları üzerinde siyasi emelleri olan emperyalist bir güç olduğu ya da ABD teşviki ile bir demokratik geçiş yaşansa dahi bunun kendilerinin değil, yine en çok ABD'nin bölgedeki konumunu güçlendireceği şeklinde yorumlayabilirdi.

Nihai olarak ise ABD yumuşak gücünün içeriği ile hedef ülkedeki bireylerin çıkarlarının çatışmaması gerekliliği varsayımı da karşılanmalıdır. Buna göre komünizm sonrası bölge halklarının çoğu hali hazırda yüksek eğitilmiş nüfusa sahip olup demokratik bir seçim geleneğine (bu seçimler büyük ölçüde şaibeli de olsa) aşinadırlar, ordunun siyasallaşmasının engellenmesi istemektedirler ve demokratik bir siyasi yönetim şekline geçiş yaptıklarında olası bir AB üyeliğinin onlara sağlayacağı sosyo/ekonomik refahın farkındadırlar. Demokrasi, bireysel özgürlükler, sosyo/ekonomik kalkınma desteği ve insan hakları gibi yumuşak güç ilkeleri ile donatılmış bir dış politika anlayışı ile nüfus etmeye çalışan ABD'nin dış politika mesajları ile eski komünist ülkelerin kamuoyunun beklentileri büyük ölçüde paralellik göstermektedir (Bunce ve Wolchik 2006, s. 6).

Dolayısıyla, ABD kendi kimliğinin bir parçası olan ve aynı zamanda yumuşak gücünün kaynağını oluşturan demokrasiyi sistematik bir dış politika aracı olarak kullanıp, eski komünist devletlerin demokratik yönetimlere geçiş sürecini hızlandırmıştır. Eski komünist coğrafyalarda mevcut demokrasiyi geliştiren veya demokrasi getiren önemli seçimler yirmi kadar eski komünist ülkenin % 40'ın da başarıyla gerçekleşmiş (Kroenig, McAdam ve Weber 2010, s. 422) ve böylelikle bu ülkelerde ABD'nin küresel çıkarlarına uygun bir biçimde demokratik devrimlerin önü açılmıştır.

Farklı ilgi alanları, hedefleri ve değerleri olan çeşitli uluslararası aktörlerin varlığı düşünüldüğünde, dünyanın diğer bölgelerindeki devletlerin ve onların kamuoylarının belirli bir eylem tarzının nasıl yorumlanacağını ve anlaşılacağını düşünmek zahmete değer bir görevdir. Devletlerin dış politika yapıcıları kendi uluslarının çıkarlarına hizmet eden tutarlı politikalar geliştirmeye çalışmalıdırlar. Ancak unutulmamalıdır ki, bu dış politikaların geliştirilmesi kaçınılmaz olarak maliyetleri, faydaları ve riskleri değerlendirmeyi ve uluslararası sistemin anarşist

yapısı altında ödünleşmeleri dengelemeyi gerektirecektir. Bu nedenle hiçbir dış politika seçeneği mükemmel olmayacaktır. Bu noktada yumuşak güç merkezli dış politika uygulamalarına bir devletin bütün uluslararası ilişkilerini düzenleyen ve sorunlarını çözen sihirli bir değnekmişçesine bakmak yanlış olacaktır (Kearn, 2011, s. 80).

Yumuşak gücün dış politika alanında oldukça sınırlayıcı koşulları bulunmaktadır ve ancak bu koşullardan mümkünse hepsi yerine getirildiğinde, ABD'nin demokrasi teşviki örneğinde görüldüğü gibi, başarı sağlanması mümkün olmaktadır. Öyleyse, bir dış politika aracı olarak yumuşak gücün etki ve verimliliğini çok fazla abartma riskine prim verilmemelidir. Sonuçta, devletten-devlete ya da devletten-halka uluslararası iletişim sağlamak çoğu zaman bir takım yapısal sorunlardan dolayı gerçekleşmeyebilmektedir. Dahası bu gerçekleşse dahi yumuşak gücün hedef kitlesi olan insanlar kendi dünya görüşlerine ve siyasi tercihlerine sıkı sıkıya bağlı kalabildikleri için onların tutumlarını dış politika uygulayıcısı devletin çıkarları lehine değiştirmek oldukça zordur. Hedef aldığı devletin yöneticilerinin ya da halkının ya da her ikisinin birden bireysel tutumlarını yumuşak gücünün cazibesi ile bir şekilde değiştirmiş bir devlet, bu değişimin sonuçlarını siyasi ve politik düzeyde alamadığı takdirde de yumuşak güç temelli dış politikası girişiminde başarısız olmuş demektir. Bu nedenlerden ötürü yumuşak gücü başlı başına bir dış politika aracı olarak kullanmak yerine daha niş diplomatik sorunları çözmek adına ikincil bir politika ya da temel dış politikayı tamamlayıcı bir unsur olarak görmek daha uygundur.

2.1.3. Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi kavramının tanımına geçmeden önce bu kavramın uluslararası ilişkiler disiplini içerisindeki hangi boşluğu doldurmak veya eksikliği gidermek üzere formüle edildiğini açıklamak önem arz etmektedir. Bu noktada geleneksel diplomasi anlayışının temel mekanikleri mercek altına alınmalıdır. Geleneksel diplomasi açısından uluslararası ilişkiler, devlet-devlet düzeyinde gerçekleşen ve diplomatik görevler üstlenmiş kişi (devlet başkanı, dışişleri bakanı vb.) ve kurumlarca (Dışişleri Bakanlığı, Büyükelçilikler vb.) yürütülen bir alandır. Arı (2009, s. 340)'nın diplomasiyi, "Bir devleti yöneten hükümetin belli konulardaki kanı ve görüşlerini doğrudan doğruya öteki devletlerin hükümetlerinde yer alan karar vericilere iletmesidir" şeklinde tanımlaması da diplomasiğin geleneksel anlamını vurgulamaktadır.

2. Dünya savaşı sonrasında yaşanan bir dizi gelişme ise uzun yıllar boyunca uluslararası ilişkileri biçimlendiren ve devletlerin temel dış politika aracı olan geleneksel diplomasinin bazı aksak yönlerini ortaya çıkararak paradigma değişimine neden olacak süreci başlatmıştır. Bu gelişmelerin en başında iletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşümler yatmaktadır. Transistörlü radyo, televizyon ve faks cihazı gibi iletişim araçları ölçek ekonomilerine geçiş ile birlikte artık sıradan insanların da evine girecek kadar yaygınlaşmıştır. Bunun doğal bir sonucu olarak, uluslararası düzeyde gelişen olaylarla ilgili bilgi edinme imkânı sadece ayrıcalıklı bir zümrenin tekelinde olmaktan çıkmış ve bu türden olaylar hakkındaki bilgilere erişim bütün bir kamuoyuna açılmıştır. Kamuoyunun bilgi ve bilinç düzeyinde yaşanan olumlu gelişmeler ise devletlerin dış politika üzerine kararlar alırken hem kendi halklarına hem de ulus ötesi halklara daha yoğun dikkat kesilmesine neden olmuştur (Tuch, 1990, s. 3-5). Bu durum ise antik çağlardan bu yana pratikte uygulanmasına rağmen (Roma imparatorluğunun müttefiki olan dost hükümdarların oğullarını eğitmek amacıyla himayeleri altına almaları, kamu diplomasisinin temel uygulama alanlarından biri olan değişim diplomasisinin tipik bir örneğidir) uluslararası ilişkiler disiplini kendine 1960'lı yıllara değin yer bulamayan bir olguya, yani kamu diplomasisine olan ihtiyacı gündeme getirmiştir.

Bu bağlamda değerlendirildiğinde kamu diplomasisi: Ülkelerin kültürü, tarihi, sanatı, yönetim sistemi, kurumları ve dış politikası gibi yumuşak güç unsurlarını çeşitli yöntem ve programlarla diğer ülkelerin halkları tarafından benimsenmesi, beğenilmesi ve örnek alınmasını sağlayan bir politikadır şeklinde tanımlanmaktadır (Ekşi, 2014, s. 82). Bununla birlikte kamu diplomasisinin yumuşak güç ile bağlantısını inkâr etmeyerek daha çok bu kavramın öznesine vurgu yapan tanımlara rastlamak da mümkündür. Buna göre kamu diplomasisi faaliyetlerini tasarlayan, yürüten ve finanse eden aktörler sadece devletler ile sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda çok uluslu şirketleri, sivil toplum örgütlerini, uluslararası örgütleri hatta terör örgütü ya da vatansız paramiliter gruplar da uluslararası ilişkiler sahnesinde birer oyuncu olarak kabul eden Cull (2009, s. 12)'a göre kamu diplomasisi: Uluslararası bir aktörün yabancı bir halkla ilişki kurarak uluslararası ortamı yönetme girişimidir. Tanımlardan da anlaşılacağı üzere kamu diplomasisi hem onu uygulayacak olan özneler (devletlere ek olarak devlet dışı aktörlere de yer verilmesi) hem de ondan etkilenmesi beklenen

nesnelere (devletlerin karar vericilerinden ziyade, devletlerin kamuoylarını ikna etmek) açısından geleneksel diplomasiyi kendine ayırtmaktadır.

Bununla birlikte kamu diplomasisinin yumuşak güç ile amaç bakımından (bir ülkenin yabancı ulusların kamuoyunu gönüllülük ve rıza bağlamında kendi dış politikasının meşruluğuna ikna etmek) yadsınamaz bir yakınlık içerisinde ve etkileşim halinde olduğu da tanımlardan anlaşılabilir. Ancak söz konusu yakınlık ve etkileşim bu kavramların zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılmalarına neden olabilmektedir. Her iki olgu da hiyerarşik bir sınıflandırma çatısı altında değerlendirildiğinde bu sorununun üstesinden gelinebilmektedir. Buna göre kamu diplomasisi, yumuşak güç kaynakları temelinde oluşturulan dış politika için hem bir politika aracı (Melissen, 2005; Nye, 2004) hem de bir ülkenin yumuşak gücünü diğer ülke halklarına ihraç etmesi için bir dağıtım kanalı (Cull, 2009, s. 15) görevi üstlenmektedir.

Bu tespiti metaforik bir anlatımla zenginleştirecek olursak; zengin bir maden yatağındaki elmaslar (yumuşak güç kaynakları) ancak hırslı bir girişimci (devlet ya da devlet dışı aktörler) tarafından fark edildikten sonra çıkarılıp işlenmesinin ardından nakliye araçları vasıtasıyla (kamu diplomasisi) hedef pazarlara (yabancı ülkelerin halkları) ulaştırıldığında bir kazanç (yabancı ülkelerin halklarının değerlerine, normlarına, dış politika ve kültürüne sempati ile bakması) yaratabilir. Bu anlatım esasen kamu diplomasisinin bir ülkenin günlük haldeki yumuşak güç kaynaklarının devlet ya da devlet dışı aktörler tarafından organize edilerek belirli bir amaca hizmet etmesi için dış politikaya entegre edilme sürecini açıklamaktadır.

Kamu diplomasisi iki farklı teknik kullanılarak hedef kamuoyuna uygulanabilmektedir. Bunlardan ilki, diplomatik sistemlerin geleneksel yapılarından izler taşıyan *hiyerarşik kamu diplomasisi*, diğer yanda ise çeşitli uluslararası aktörlerin birbirleriyle etkileşimini odak noktasına alan *ağ modelli kamu diplomasisidir*. Hiyerarşik kamu diplomasisinde dış politika yapıcı ve uygulayıcı aktör devletlerdir. Devletler, söz konusu politikaları stratejik siyasi iletişim teorilerinin öngörülleri ile dizayn ederek yukarıdan aşağıya doğru (devletten kamuoyuna) düşey bir etkileşim biçimini benimserler. Stratejik iletişim teorisi ilkelerine bağlı kalınarak hazırlanan kamu diplomasisi politikaları tıpkı bir reklam kampanyası sürecinde olduğu gibi işlemektedir. Buna göre bir devlet ilgilendiği kamuoyunun dikkatini çekeceğini düşündüğü kendi yumuşak güç unsuru ya da unsurlarından bir tema yaratır. Sonrasında

bu temanın içini vermek istediği mesajlar ile doldurur. Bunu yaparken neyi, niçin ve nasıl yaptığını bilinçli bir şekilde ortaya koymak adına proaktif bakış açısını reaktif bakış açısına tercih etmelidir. Böylelikle politika için sorun oluşturabilecek noktaları henüz onlarla karşılaşmadan ya da henüz baş göstermeye başlamışken önceden belirleyip gerekli önlemleri alabilecektir (Gürcan, 2012, s. 105). Birleşik Krallık'ın kültürel elçilik misyonu ve eğitim adına sunduğu fırsatlardan sorumlu olan kamu diplomasisi aracı British Council, 1990'larda *Britanya'nın değerleri* ana teması altında sayılabilecek birçok yumuşak güç unsurunu (Britanya'nın modern yapısı, çok ırklı kimliği ve yaratıcı/entelektüel düzeyi) bir araya getirerek Britanya'nın uluslararası kamuoyu nezdinde bahsi geçen ana temasını markalaştırabilmek adına yoğun bir tanıtımını yapmış ve görece başarılı da olmuştur. Buna karşın stratejik iletişim açısından değerlendirildiğinde, öngöründen uzak, olası krizlere hızlı ve sonuç verici yanıtlar verememek bir ülkenin yumuşak gücünü olumsuz da etkileyebilmektedir. İngiltere tarih boyunca AB'nin varoluş sürecine yaptığı katkıları ve fedakârlıklarını ima ederek, kendisini uzunca bir süre AB'ye sadık bir üye teması ile konumlandırmıştır. Ancak bu konumlandırma öncelikle 2003'te İngiltere'nin Irak Savaşı'nda ABD'yi desteklemek adına AB'deki müttefikleri olan Fransa ve Almanya'ya sırtını dönmesi ile zedelenmiş, sonrasında da Brexit süreci sonunda AB'den ayrılmasıyla birlikte yok olmuştur. Nitekim tüm bu süreçler sonunda İngiltere, ironik bir biçimde, Amerika'nın sadık bir hizmetkârı olarak anılmış ve AB ülkeleri tarafından kendine duyulan güveni de yara alarak belirli bağlamlarda ciddi bir yumuşak güç kaybına uğramıştır (Nye, 2004, s. 108-109).

Örneklerden de anlaşılacağı üzere devlet eksenli kamu diplomasisi politikalarındaki baskın soru ya da sorun bu politikaların nasıl daha etkili ve doğru bir şekilde kurgulanacağı ile ilişkilidir. Cevap olarak ise genellikle devletin kamu diplomasisi uygulamalarına daha fazla kaynak ayırmasını, daha iyi koordine edilmiş veya bütünsel bir yaklaşımın benimsendiği politikaların yürütülmesi ve kriz durumlarına daha hızlı ve daha esnek bir şekilde yanıt verebilen bir yapının inşa edilmesi şeklindedir (Hocking, 2008, s. 64).

Ağ modelli kamu diplomasi, hiyerarşik kamu diplomasinin ve geleneksel diplomasinin önemini inkâr etmemekle birlikte 21. Yüzyılda diplomasinin nasıl işlenmesi gerektiğine dair farklı bir tablo çizmektedir. Ağ modelli kamu diplomasisi, "oldukça karmaşık ulusal yapılarda ve giderek karmaşılaşan bir uluslararası sistemde var olan farklı

aktörler arasındaki karşılıklı iletişime ve haberleşmeye kamu diplomasisi modelidir (Schmidt, 2014'den aktaran Oğurlu, 2019, s. 366).”

Birçok görüşün aksine küreselleşme ile birlikte devletler diplomatik alandaki egemenliklerini büyük ölçüde kaybetmemişlerdir. Ancak devletler, küresel sorunlara yanıt verme noktasında bilgi, esneklik, hız ve şeffaflık açısından eksikliklerini gidermek ve hem adına hareket ettiklerini iddia ettikleri kendi kamuoylarının gözündeki hem de uluslararası kamuoyunun gözündeki meşruiyetlerinin sınırlarını genişletmek adına ağ modelli kamu diplomasiyi benimsemektedirler. Bununla birlikte küresel boyuttaki birçok yeni kaygı diplomasinin kapsamına giren alanların siyaset, güvenlik, savaş, barış gibi bilindik konulardan, tüm aktörleri ilgilendiren ve ancak tüm aktörlerin kaynaklarını, bilgi ve deneyimlerini bir araya getirerek çözebilecekleri iklim değişikliği, küresel terör, göç ve insan hakları gibi konulara evrilmesine neden olmuştur (Cooper, Heine ve Thakur, 2013, s. 13-14). Böylesi çeşitlilik gösteren ve küresel işbirliği gerektiren konuları çözüme kavuşturmak sadece devletlerin yumuşak güçleriyle şekillenen kamu diplomasi ile değil, STK ya da uluslararası şirketlerinde bir yumuşak güç aracı olarak kullanılması ile mümkün olabilmektedir.

Ağ modelli kamu diplomasisinin en somut ve çarpıcı örneklerinden biri ise Kimberley sürecidir. Afrika ülkelerindeki çatışma bölgelerinden çıkarılarak yine bu bölgelerdeki çatışmaları finanse eden *kanlı elmasların* yasadışı ticaretini önlemek amacıyla uluslararası bir kontrol sistemi oluşturan Kimberley süreci, Global Witness adlı bir STK'nın ilk olarak 1998'de kanlı elmas sorununu belgeleriyle ortaya çıkarması ile başlamıştır. Sonrasında ise Global Witness öncülüğünde kanlı elmas ticaretine karşı düzenlenen kampanyalar başarılı olarak uluslararası kamuoyunda konuya dair hassasiyet yaratılmıştır. Bu, devletler üzerinde uluslararası baskıyı giderek arttırmış ve kanlı elmas konusu uluslararası boyutlu bir sorun olarak küresel gündeme taşınmıştır. Şaşırtıcı olan ise bu sorunun çözümü için kapalı kapılar ardında ve şeffaflıktan uzak bir biçimde sadece hükümetlerin yetkili diplomatları bir araya gelmemiş, aksine Global Witness, Partnership Africa Canada (PAC) ve diğer pek çok STK ile elmas endüstrisinin temsilcisi olan De Beers gibi çok uluslu şirketlerde gözlemci statüsüyle anlaşma masasında yer almıştır. Dahası bu devlet dışı organizasyonlar süreç için destek geliştirme ve oluşturma, sürecin teknik dokümanının yazılmasına yardımcı olma, taraflar arasında arabuluculuk görevini üstlenme, müzakerelerde ve uygulamada

aktif rol oynama konularında da alışılmadık düzeyde katılım göstermişlerdir (Global Witness, 2006, s. 1-2).

Ağ modelli bir kamu diplomasisinin güdümünde gerçekleşen Kimberley sürecinin yumuşak güç eksenli bir analizini yapmak mümkündür. Buna göre en temel analiz bulgusu; başarılı bir yumuşak güç siyasetinde olması gereken gündem yaratabilme becerisinin sadece devletlere haiz bir nitelik olmadığı, devlet dışı aktörlerin de birçok konuda kamuoyunu etkileme, yönlendirme ve devletler üzerinde baskı mekanizması oluşturabilme gücüne sahip olduğu şeklinde ifade edilebilmektedir.

Bununla birlikte postmodern halklarda sıkça görülen otoriteye şüpheyile yaklaşma ve devletleri güvenilmez organizasyonlar olarak görme eğilimi de, devletleri daha arka planda kalmaya ve misyonlarını devam ettirmek için özel aktörlerle işbirliği kurmaya mecbur etmektedir. Örneğin, Soğuk Savaş'ın sona ermesinden sonra Amerika, kendi yumuşak gücünün sosyal ve siyasal bileşenlerini oluşturan ifade özgürlüğü, federalizm, hesap verebilir hükümetler, liberal ilkeler, demokrasi, şeffaflık ve adalet gibi değerlerini komünist Doğu Avrupa'ya çeşitli Amerikan vakıfları ve STK'ları aracılığıyla da taşımıştır. Ford Vakfı, Soros Vakfı ve Carnegie Vakıf gibi kuruluşlar adeta Amerika'nın alternatif yumuşak güç dağıtım kanalları olarak kullanılmıştır (Nye, 2004, s. 113-114).

Devlet ve devlet dışı aktörlerin yabancı kamuoyu üzerindeki beklentileri ve amaçları her zaman birbirleriyle paralellik göstermemektedir. Dahası dış kamuoyunda siyasi nüfuz arayışındaki devletler için yumuşak güç eksenli bir kamu diplomasisi çoğu zaman politik hedeflerin peşinde koşarken zorlayıcı hale bile gelebilmektedir. Buna karşın özellikle devlet dışı bir aktör olan STK'ların imajları ise egemenlik tuzaklarından kurtulmuş ve realpolitik tarafından lekelenmemiş olduğu için kamuoyunun çıkarları adına hareket eden, kar amacı gütmeyen, nesnel ve tarafsız yapılar olarak algılanmaktadır. Bu ise STK'lara hükümetler ve büyük şirketler üzerinde ahlaki bir üstünlük sağlamaktadır. Dolayısıyla uluslararası kamuoyu bazı STK'lara devletlerden daha fazla güven duyabilmektedir. Buna karşın STK'ların kamu diplomasisi adına gerçekleştirdikleri eylem ve faaliyetlerinin devletler tarafından çoğu zaman kontrol edilememeleri, onlara devlet çıkarlarına ters düşse bile kendi kamu diplomasislerini geliştirme özerkliği vermektedir. Örneğin, İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında Nazi Almanyası ile ilişkileri, ardından da soykırım kurbanları ve onların

soyundan gelenlere yönelik olumsuz muameleleri hususunda İsviçre ve İsviçre Bankalarına karşı çeşitli gruplar aleyhte kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmüştür. Bu kampanyalar, İsviçre'nin yumuşak gücünde kilit bir unsur olan *tarafsız* imajının ve İsviçre bankalarının sahip olduğu *dürüstlük* ilkesinin uluslararası kamuoyu nezdinde sorgulanmasına neden olduğu gibi İsviçre'nin yumuşak gücünün aşındırılmasına da sebebiyet vermiştir (Hocking, 2005, s. 39).

Kamu diplomasisi tek boyutlu bir yapıyı ifade etmemektedir. Bu olguyu meydana getiren birden çok bileşen bulunmakla beraber söz konusu bileşenlerin birbirleriyle koordinasyonu sağlandığında bu diplomasinin uygulanmasından sonuç alınabilmektedir. Bahsi geçen bu bileşenler; dinleme, savunma, kültürel diplomasi, değişim diplomasisi ve uluslararası yayıncılık olarak isimlendirilmişlerdir.

Bu bileşenler esasen belirli bir sıra ile sunulan ve birbirleriyle doğrusal ilişkiler kuran olguları temsil etmezler. Buna karşın kamu diplomasisinin dinleme bileşeni diğer tüm bileşenlerin başarısı ya da başarısızlığını belirleyen ölçüt olduğu için incelmeye onunla başlanacaktır. Kamu diplomasisinin başlangıç noktası karşı tarafla tek taraflı konuşmak değil, karşı tarafı dinlemektir. Kamu diplomasisi bağlamında dinleme olgusu, bir aktörün uluslararası yabancı kamuoyunun düşünce, inanış, değer yargıları, tutum ve davranışları hakkında bilgi edinerek, söz konusu kamuoyuna ilişkin kamu diplomasisi faaliyet ve politikalarını edindiği bilgiler doğrultusunda şekillendirmesidir. Dinleme nosyonunu merkezine alan bir kamu diplomasisi faaliyeti iki yönlü iletişime de olanak tanınmalıdır. Yani, yurtdışındaki kamuoyunun hem eleştirel hem de olumlu anlamdaki geri bildirimlerine uluslararası araştırma şirketleri ya da on-line teknikler kullanılarak erişilmelidir. Böylelikle uygulanan kamu diplomasisinin eksikleri, anlaşılamayan ya da yanlış anlaşılan yönlerinin tespiti kolaylaşırken, diplomasi uygulayıcısı olan aktöründe yabancı kamuoyu algısındaki itibar ve imajının en güncel şekli de ortaya çıkarılabilir. Ayrıca hedef kamuoyunun onları etkilemek adına yürütülen faaliyetlerin içeriği ve mesajlarıyla gerçekten ilgili olup olmadığı, yani dinleyip dinlemedikleri de ancak böylesi bir iki yönlü iletişim ile ortaya çıkarılabilmektedir. Uluslararası kamuoyunu dinleme gerekliliğinin önemi açıkça bilinmesine rağmen, bu olgu dış politika yapıcılar tarafından genellikle göz ardı edilmektedir. Dolayısıyla dinlemeden yoksun birçok kamu diplomasisi faaliyetinin kaçınılmaz kaderi başarısızlığa uğramak olmuştur (Chaban, 2016, s. 78-79). Bu ise birçok çaba, emek, kaynak ve zaman harcanmasına rağmen neden halen

birçok ülkenin yumuşak gücünün dış politikada kayda değer bir fark yarat(a)madığının da göstergesidir.

Buna karşın görece daha nadiren karşılaşılmamasına rağmen, bir devlet mevcut kamu diplomasisinin etkilerinin uluslararası kamuoyunda nasıl yankılandığını dinleyerek, bu diplomasi yoluyla göndermiş olduğu mesajları tekrar revize edebilir ya da söz konusu diplomasiyi başka bir boyutta konumlandırabilir. Örneğin Fransa, kendi kültürel istisnacılığını (kendini diğer uluslardan farklı hatta üstün görme eğilimi) dayatmaya ve Fransız dilini tanıtmaya dayanan kamu diplomasisinin beklenen etkiyi yaratamamasından ötürü yeniden konumlandırmıştır. Fransa, Fransız istisnacılığını teşvik etmek yerine, ABD'nin kültürel egemenliğini kabul eden diğer ülkelerle ortak bir paydada buluşabilmeyi amaçlayıp kendisini de bu ulusların lideri olarak konumlandırdı. Dahası Fransızcanın küresel bir dil olarak İngilizce ile rekabet edemeyeceği anlaşıldığında, Fransa çok dilliliği teşvik etmeye çalıştı ki böylelikle Fransızca dünyada öğrenilen ilk yabancı dil olmayacaksa bile İngilizceye ek olarak birden fazla yabancı dilin öğrenilmesini teşvik etmiştir (http-5).

Kamu diplomasisinin bir diğer bileşeni ise savunma olgusudur. Bir devlet dinleme süreci ile edindiği uluslararası kamuoyu görüşleri içerisinde kendi ulusal çıkarlarıyla ters düşen bir kanı olduğu izlenimi edinirse, bu noktada uygulayabileceği kamu diplomasisi savunma olacaktır. Demir (2012, s. 92) bu durumu; “kamu diplomasisinde savunma tekniğinin, bir aktörün belirli bir politikayı, fikri veya özellikle ilgilendiği konuları uluslararası iletişim stratejileri izleyerek uluslararası zeminde yönetme teşebbüsüdür” şeklinde ifade etmiştir.

Kamu diplomasisinin en temel bileşeni ise kaynaklarını bir ülkenin yüksek ya da popüler kültür unsurlarından alması bakımından yumuşak güç ile de doğrudan ilişkili olan kültürel diplomasıdır. Kültürel diplomasının genel geçer bir tanımını yapmak gerekirse bu olgu, “karşılıklı anlayışı geliştirmek için fikirler, bilgiler, sanat ve kültürün diğer formlarının uluslar ve insanlar arasında değişim sürecidir” olarak ifade edilmiştir (Cummings 2003, s. 1).

Lenczowski (2009, s. 77)'ye göre, devletler ya da diğer aktörlerin kültürel diplomasi temelli dış politikalar oluşturmasının temel amacı, ülkelerin kendi kültürü ve dış politikaları hakkında uluslararası kamuoyunu olumlu bir görüşe sahip olmaya teşvik etmektir. Ayrıca ülkeler arasında daha fazla işbirliğini teşvik etmek, hedef alınan ulusun politikalarını veya siyasi ortamını kendi ulusal çıkarına uygun bir

biçimde değiştirmeye yardımcı olmak, hedef ulusla olası çatışmaları önlemek, mevcut çatışmaları ise yönetmek ve azaltmaktır. Dahası kamu diplomasisinin yarattığı katma değerlerin etkisi; ulusal güvenlikten artan turizm hareketlerine, doğrudan yabancı yatırımların ülkeye çekilmesinden ticari anlamda birçok fırsata kadar kendini gösterecektir. Ayrıca, kültürel diplomasi en etkili aktörler tarafından en uygun araçlarla en doğru hedef ulusa uygulandığında, uygulayıcı devlete benzersiz bir avantaj sağlamaktadır. Bu ise hedef olarak seçilen yabancı halkın bütün sosyo/demografik kesimlerine erişebilme ve onları etkileyebilme yeteneği olarak belirtilmektedir. Buna göre hedef kamuoyundaki ister genç ister yaşlı, ister sıradan isterse entelektüel bireylerin hemen hepsi kültürel diplomasiyi uygulayan devletin değer ve kültürünü kendi içinde yaşadığı toplumun değer ve kültürüne nispeten daha çekici ve tercih edilebilir görecektir. Tam bu noktada yumuşak gücün en temel öngörüsü olan ve gönüllülük esasına dayanarak başka bir kültüre imrenme süreci de başarı ile son bulacaktır. Nitekim Amerika'nın kendi popüler kültüründen izler taşıyan kültürel diplomasisi ile yaydığı değerler, birçok farklı ulustan daha iyi biri yaşam standarttı arayan, mutluluk ve özgürlük arzu eden ve *Bati* değerlerine öykünen bireylerin sıklıkla Amerika'ya göç etme eğilimini bir parça da olsa açıklayabilmektedir (Enaifoghe ve Makhutla, 2020, s. 89).

Kültür diplomasisine konu olan kültürel içerikli ileti, çağrışım ve mesajların diğer ülkelerin kamuoyuna taşınması için yazılı ve görsel basın, filmler ve diziler, müzik, radyo yayınları, spor müsabakalarına ev sahipliği, konferans ve seminerler, sosyal medya vb. araçlar kullanılabilir. Buna karşın devlet güdümlü yapılarıyla ülkelerin resmi kültürel diplomasi faaliyetlerinde başrolleri üstlenen daha kurumsal araçların varlığından da bahsedilebilir. Bu kurumsal yapıların ilki olan Alliance Française, Fransız kültürünü dünyaya tanıtmayı amaçlarken İngiltere kökenli British Council ise daha spesifik olarak İngiliz dilini dünya çapında yaymayı amaçlamaktadır. Kültürel dinamikleri odak noktasına alan bu kurumsal yapılara diğer örnekler olarak Almanya'nın Goethe, İspanya'nın Cervantes ve Çin'in Konfüçyüs enstitüleri verilebilir.

Kamu diplomasisini uygulayan aktörler tarafından kültürel diplomasi ile birlikte üzerinde en çok durulan diğer bileşen ise değişim diplomasisidir. Değişim diplomasisi, farklı ülkelerden bireyleri belirli bir amaç (eğitim, kültür, iş vb.) ve belirli bir süre için doğrudan temasa geçiren çok çeşitli faaliyetleri içeren bir diplomasi

türüdür (Zaharna, 2010, s. 147). Gerek kültür gerekse değişim diplomasisi kültür kavramını merkezlerinde konumlandırmıştır. Burada ayrışmanın yaşandığı nokta ise kültürel diplomasi faaliyetlerinin genellikle ilk elden deneyimlenememesine karşın değişim diplomasisi bir ülkenin kültürünü ve değerlerini bizzat kaynağına giderek tanımayı sağlamaktadır.

Kurgusal bir senaryo üzerinden hareketle, A ülkesinin bir vatandaşı televizyonda yayınlanan ve B ülkesinin tarihini konu alan bir diziyi izleyerek, bir gastronomi dergisinde rastladığı B ülkesine ait bir yemeğin tarifini öğrenerek ya da internet kaynaklı bir haberde B ülkesinin diğer ülkelere yaptığı insani yardımlara rastlayarak bu ülkeyi ziyaret etmese de B ülkesi ile ilgili organik bir imaja sahip olabilmektedir. Birey, bir değişim programı kanalıyla (Fulbright, Erasmus, International Visitor Leadership Program vb.) bu ülkeye seyahat etme fırsatı bulduğunda ise söz konusu organik imajlar artık uyarılmış imajlara dönüşecek ve böylelikle birey, B ülkesinin kültürüne dair daha güçlü ya da daha zayıf bir içselleştirme gerçekleştirebilecektir.

Değişim diplomasisi ile arzu edilen amaçlar, değişim olayına konu olan öğrencilerin, öğretmenlerin, bürokratların ve diğer katılımcıların kamu diplomasisindeki rolüne ilişkin tartışmalara da neden olmuştur. Bu tartışmalar üzerine temel argümanlardan birisi, değişim diplomasisini teşvik etmekteki esas niyetin kültürler arası anlayış, iyi niyet ve uzun vadeli ilişkiler kurmak olduğunu belirtmektedir. Bir başka deyişle, başarılı bir değişim diplomasisinin apolitik bir karakter göstermesi vurgulanmaktadır. Diğer argüman ise özellikle kamu tarafından finanse edilen değişim programlarının ulusal çıkarları desteklemesi gerektiğini vurgulaması bakımından yumuşak gücün argümanlarıyla da örtüşmektedir (Bettie, 2019, s. 213).

Özellikle ikinci argümanı temel alarak ilerlediğimizde değişim diplomasisinin ulusal çıkarlara hizmet etme noktasında karşılaştığı en büyük engelin değişim gezilerinin bir bireyi ne yönde etkileyeceğini tam olarak tahmin etmenin zorluğunda gizli olmasıdır. Sınır ötesi temaslar sonucunda bireyin kimliğinde küçük ama önemli bir değişimler olabilmektedir. Birey, önceden beri inandığı sabit siyasi ve kültürel bağlılıkların terk etmese de bunları daha esnek hale getirebilir (Scott-Smith, 2009, s. 55). Böylelikle birey edindiği yeni bakış açılarını kendi ülkesine taşıyabilecektir. Bu birey hırs ve liderlik potansiyeline de sahipse kendi toplumunda bir kanaat önderi rolü

üstlenerek kendi dünya görüşünü değiştiren yabancı ülkenin değerlerini kendi toplumun da değiştirmek ve dönüştürmek için kullanabilmektedir. Daha önce de vurgulandığı gibi değişim diplomasisinin bireyler üzerindeki etkisini kontrol etmek oldukça güç olmasına karşın ev sahibi ülke lehine böylesi bir değişimin yaşanmasının etkileri sadece hedef kamuoyunun ilgili ülkeye basit bir kültürel sempati duyması ile sınırlı değildir. Bu etkinin boyutları kimi zaman hedef ülkenin idari rejimini dahi değiştirecek boyutlara varabilmektedir.

Sovyet Rusya'da üst düzey bir yetkili olan Oleg Kalugin' e göre: "değişim diplomasisi Sovyetler Birliği'nin değerlerini aşındırmak için kullanılan bir Truva atıydı. Sovyet sisteminin çöküşünde değişim hareketliliği muazzam bir rol oynadılar ve bu diplomasi yıllar geçtikçe Sovyet Rusya'sındaki daha fazla insanı etkilemeyi devam etti." Soğuk Savaş sırasında aralarında yazarlar, politikacılar, müzisyenler ve diğer sanat figürleri de bulunan yaklaşık 50.000 Sovyet vatandaşı ABD'yi ziyaret etmiştir. Böylesi seçkin bir sınıfın Amerika ile kurduğu kültürel ilişkilerden doğan cazibe ve yumuşak güç ise Sovyetler Birliği'nin ve onun temsil ettiği dünya görüşünün tam da Amerika dış politikasının arzu ettiği gibi çökmesine katkı sağlamıştır (Nye, 2004, s. 46).

Madalyonun diğer yüzünde ise değişim diplomasisini bir kamu diplomasisi bileşeni olmaktan çok bir propaganda mekanizmasına yakınsayan bireylerin ülkelerin yumuşak güçleri üzerindeki tehditleri bulunmaktadır. Böylesi bir durumun en kötü şöhretli örneği, Seyyed Kutub'un 1948'de Amerika Birleşik Devletleri'ne yaptığı ziyaret ve bu ziyaretin ardından gelişen olaylardır. Mısırlı bir devlet memuru olan Kutub, kendi ülkesindeki reformların daha verimli uygulanması için Colorado'daki eğitim sistemini incelerken Amerikan kültürü ve değerleri üzerine de kendince çıkarımlarda bulunmuştur. Nihayetinde Amerikan toplumuna ve onun ahlaksız materyalist anlayışına duyduğu tiksinti, Kutub'u *Batı* karşıtı köktendincilik hareketleri içinde önemli bir figüre dönüştürmüştür (Scott-Smith, 2009, s. 52-53). Bu örnek olayın ışığında, Amerika'nın yumuşak güç unsurlarının ülkeyi ziyaret eden bireyleri etkilemesi bir yana, adeta kendi kuyruğunu yiyen bir yılan gibi dış politika etkinliği anlamında Amerikan değerlerinin aleyhine çalıştığını belirtmek yanlış olmayacaktır. Bireylerin kendi iç dünyalarında farklı ulusların yumuşak güç unsurlarına atfettikleri anlamlar olumsuz tutumlara bu tutumla da davranışlara dönüşürse söz konusu ülkenin yumuşak gücü de erozyona uğrayabilmektedir.

Kamu diplomasisinin son bileşeni olan uluslararası yayıncılık en basit tanımıyla yabancı halklarla etkileşim kurmak için gelenekse medya ve internet tabanlı iletişim aygıtlarının etkili bir biçimde kullanılmasıdır. Her ne kadar uluslararası yayıncılığın pek çok aracı olsa da, genellikle konu üzerine yapılan çalışmalar El Cezire (Katar menşeli), CNN (Amerikan menşeli), BBC (Britanya menşeli) ve NDTV (Hindistan menşeli) gibi 24 saat canlı uluslararası haber programcılığı yapan spesifik kurumlara odaklanmaktadır. Bu yayın organları küresel meseleler hakkında alternatif sesler ve bakış açıları sağlarken, uluslararası kamuoyunu baskın güçler tarafından göz ardı edilecek yerel ve bölgesel haberlere de bakmaya davet etmektedir (Rawnsley, 2016, s. 43).

Bununla birlikte uluslararası yayıncılık ilkeleri etik kodları ve işlevleri bağlamında değerlendirildiğinde 3 farklı habercilik prensibini yansıtmaktadır. Bu prensipleri bir düzlem üzerinde incelediğimizde en uçta yer alan (propaganda temelli habercilik ve katı tarafsızlığı ilke edinen habercilik) iki prensibin bir ülkenin kamu diplomasisi faaliyetine katkı vermediği ancak bu ikisinin ortasında kalan dengeli haberciliğin ise uluslararası kamuoyunun kalbini ve zihnini kazanmada bağlı buldukları ülkelerin çıkarlarına hizmet edebileceği belirtilmektedir (Bekiroğlu, 2019, s. 655).

Propaganda prensibi mercek altına alındığında, bu prensip Soğuk Savaş'la birlikte modası geçmiş bir iletişim tekniği olarak görülse de özellikle devlet dışı aktörler tarafından halen kullanılabilir. Bunlardan en bilineni ise küresel ve köktendinci bir terör örgütü olan İŞİD'dir. İŞİD, Hollywoodvari çekim teknikleriyle ürettiği video içeriklerini, *neşid* olarak adlandırılan müziksiz marşlarını ve öğretilerini içeren dergi yayınlarını propaganda ilkelerine uygun hazırlayarak kendi inandığı davasına taraftar toplamaktadır. Kısmi başarılarına rağmen İŞİD'in propaganda faaliyetleri küresel kamuoyu nezdinde o kadar itici bulunmuştur ki, İŞİD ile aynı dini paylaşan birçok Müslüman topluluk organize olarak İŞİD karşıtı eylemlerde bulunmuştur (Ayhan ve Çifçi, 2018, s. 22-23).

Düzlemin diğer ucunda yer alan katı tarafsızlığı ilke edinen habercilik prensibine dayalı uluslararası yayıncılık propagandanın yarattığı gibi yıkıcı etkiler yaratmamaktadır. Buna karşın içeriğinde tarafsız habercilik ve haber içeriklerine kimsenin müdahale edemediği bağımsız bir kuruluş olma motivasyonları bulunduğu için bu habercilik prensibi çoğu zaman menşei devletinin hak ve çıkarlarına dolayısıyla

yumuşak gücüne ters düşse dahi kendi etik ve nesnel kuralları çerçevesinde yayıncılık yapmaktadır. Örneğin, İngiliz hükümeti Soğuk Savaş yıllarında BBC'nin katı tarafsızlığını eleştirerek komünizm ile mücadele de Britanya'yı daha yoğun bir şekilde destekleyip komünist idare altında yönetilen ulus halklarının ulusal çıkarlar doğrultusunda manipüle etmeyi ima etmiştir (Webb, 2008, s. 560). BBC uluslararası kamuoyunda her ne kadar bilinçli bir şekilde Britanya'yı aklayan ve olumlu gösteren haberler yayınlamasa da zamanla Britanya'nın uluslararası arenadaki saygıdeğer ve güvenilir imajına katkı sağlamıştır. Çünkü; "Britanya pek çok sorunun yaşandığı bir ülke olmasına rağmen BBC'nin bu sorunlar hakkında haber yapabiliyor olması, bunları kamuoyu önünde tartışmaya açabilmesi, yabancı ulus haklarının Britanya'yı sahih, güvenilir ve ifade özgürlüğüne önem veren demokratik bir ülke" olarak görmesine katkıda bulunmaktadır (Yanardağoğlu, 2014, s. 125). Bu ise BBC'yi Britanya'nın güvenilir ve saygıdeğer kimliğini pekiştiren kurumsal bir değeri ve Britanya'nın yumuşak güç aracı haline getirmektedir.

Düzlemin tam ortasına geldiğimizde ise uluslararası yayıncılığın bir ülkenin kamu diplomasisinin etki alanını genişleten ve yumuşak gücünün kalıcılığını arttıran; uluslararası kamuoyunun tutum, inanç ve algılarını değiştiren bir araç olarak işlev kazandığından bahsedilebilir. Düzlemin ortasında olmak, düzlemin her iki ucunda yer alan paydaşların birtakım özelliklerini de taşımak anlamına geldiğinden, uluslararası yayıncılık eksenli başarılı bir kamu diplomasisi için menşei ülkenin kültürü, değerleri ve küresel gelişmelere ilişkin bakış açısı örtük bir propaganda ile uluslararası kamuoyuna iletilmelidir. Bunu gerçekleştirirken de nesnel yaklaşımlar ve tarafsız habercilik vurgusu azami ölçüde de olsa korunmalıdır.

Kamu diplomasisi aracılığıyla bu diplomasiyi uygulayan aktör ve bu diplomasiye nesne olan yabancı kamuoyunun ilişkileri derinleştikçe, yumuşak gücün davranış spektrumuna benzer bir hedefler hiyerarşisi elde edilebilmektedir. Buna göre ilk aşamada hedef kamuoyunun ülkenize dair aşinalığı artar (yabancı kamuoyunu ülkeniz hakkında düşündürmek ve ülkeniz hakkındaki imajlarını güncellemek). Hiyerarşinin sonraki basamağı ise takdir edilmektir (ülkenize ilişkin olumlu algılar yaratmak ve başkalarının sorunları sizin bakış açınızdan görmesini sağlamak). Bir sonraki adımda hedef kamuoyunu kendi çekmek gelmektedir (ülkenizin turizm için çekici bir yer olarak görülmesi, eğitim görmek için popülerleşmesi, ülkenizin değerlerini benimseme ve ülke markalarının ürünlerine yönelme). Son aşama ise hedef kamuoyunun davranışlarını etkilemektir (doğrudan yabancı yatırımları çekmek,

ülkenizin küresel pozisyonu ve misyonuna destek sağlamak ve hedef ülke politikacılarının ülkenizi müttefik olarak görmesi).

Bir ülke her ne kadar yumuşak gücü bağlamında zengin, çeşitli, işlevsel ya da cezbediciliği yüksek unsurlara sahip olsa da, bu unsurlarını kamu diplomasisi yoluyla uluslararası dolaşıma tâbi tutmadığı sürece dış politikasını geleneksel diplomasinin dar ve uluslararası kamuoyundan kopuk yöntemleriyle şekillendirmeye çalışacaktır. Bu noktada kamu diplomasisi de yabancı kamuoyu tarafından algılanan olumsuz dış politika eksikliklerinin üstesinden gelebilecek veya diktatörlükle yönetilen bir ülke halkına bir gecede postmodern dünya vizyonu kazandıracak sihirli bir değnek değildir. Dahası kamu diplomasisinin yabancı halklar tarafından saldırgan özellikler taşıdığına inanılabilir ya da kamu diplomasisi yabancı devletlerin içişlerine müdahale etmek adına bir araç olarak görülme riski de taşımaktadır. Tüm bu genel değerlendirmelerin ışığında kamu diplomasisinin bir takım kısıtları olduğu yargısına erişilebilir. Söz konusu kısıtlar aşağıda maddeler halinde ifade edilmiştir (Rana, 2016, s. 31-32).

- Devlet dışı aktörlerin tümü resmi kamu diplomasisi kurallarına uymaya mecbur değildirler. Başta medya kuruluşları ve STK'lar olmak üzere bu türlü aktörlerin özerklikleri devletler tarafından ihlal edilmemelidir.
- Büyük kamu diplomasisi faaliyetleri pahalı olabilmektedir. Bu doğrultuda bazı ülkeler ayrıntılı bir kamu diplomasisi stratejisine sahip olmamaktan memnundurlar.
- Kamu diplomasisi aracılığıyla bir ülkeyi markalama sürecine dâhil etmek çoğu zaman anlamsızdır. Çünkü bir ulusa meşrubat markası gibi davranıp, o ulusu (uluslararası kamuoyunun gözünde) salt imaj ve imgelere indirgemenin çok az olumlu geri dönüşü olacaktır. Bu nedenle kamu diplomasisinin temel amacı, onu kullanan ülkenin stratejik çıkarlarını ilerletmektir. Dolayısıyla hedefler kesin ve iyi tanımlanmış olmalıdır.
- Kamu diplomasisi hedef kamuoyunun çıkarları ve/veya ihtiyaçları ile uyumlu olmadığı sürece, hem tutum hem de davranış düzeyinde değişime yol açmayabilir.
- Sert kamu diplomasisi açık bir propaganda olarak anlaşılabilir. Nitekim El Cezire'nin başarısına set çekmek için ABD tarafından finanse edilen Al Hurra, uluslararası gündem yaratabilme becerisi açısından başarısız olmuştur.

- Diasporalar kamu diplomasisinde etkili bir araç olabilirler. Diğer yandan, bazı diasporalar menşe ülkelerinin politikalarına her zaman sempati duymayabilir. Halihazırda böyle bir diaspora ile birtakım temaslar kuran ülke, diasporanın menşe ülke yöneticileri ve halkı tarafından art niyetli olarak algılanıp, diplomatik normları ihlal etmek ile itham edilebilir.

2.1.4. Yumuşak Güce Getirilen Eleştiriler

Bu alt başlık altında yumuşak güç olgusuna getirilen iki temel eleştiri üzerinde durulacaktır. Bunlardan ilki, bir analiz kategorisi olarak yumuşak güç olgusunun ölçümünü zorlaştıran nedenleri irdelemektir. İkincisi ise yumuşak gücün hegemonya kavramı ile benzeştiği ve ayrıştığı noktaları tespit ederek, yumuşak gücün özgünlüğünü ortaya çıkarmaktır.

2.1.4.1. Yumuşak Gücün Ölçülebilirliği

Peter Drucker tarafından dile getirilmiş olan *ölçemediğin şeyi yönetemezsin* önermesi, yumuşak güç üzerine yapılan araştırmalarda dikkate değer düzeyde irdelenmemiştir. Hâlbuki zorlayıcı unsurlara başvurmaksızın, hedef aktörün kalbini ve zihnini kazanarak, onu *ikna etme* amacı taşıyan yumuşak güç olgusunu ölçmeye yönelik her bir girişim oldukça değerlidir. Nitekim böylesi girişimler, yumuşak gücün hangi koşul ve bağlama göre nasıl ölçülebileceğine dair kıymetli bilgileri barındırabilirler.

Yumuşak gücü ölçme iddiası taşıyan birçok araştırmada yumuşak gücün varlığı, dış politika hedefleri ya da uluslararası ticari ilişkiler gibi devletler arası düzeyde gerçekleşen makro düzey göstergelerdeki değişimler takip edilerek ispat edilmeye çalışılmaktadır. BM üyesi devletlerin BM Genel Kurulu'ndaki oy kullanma davranışlarında ABD ve Rusya'nın yumuşak gücünün etkisini inceleyerek, yumuşak gücün ABD ve Rusya'nın dış politika hedeflerine ulaşmasında yeterli olup olmadığını ampirik yollarla anlamaya çalışmak böylesi bir araştırmaya örnek gösterilebilir (Knecht, 2015, s. 1). Dış politika hedefleri teması taşıyan bir başka örnekte ise “B devletinin dış politika davranışındaki bir değişikliğin, sadece A devletinin yumuşak güç kullanmasının sonucu olduğunu ve başka hiç bir şeyin etkisi olmadığını nasıl bilebiliriz?” sorusunu yanıtlayan bir araştırma göze çarpmaktadır. İlgili araştırma yumuşak gücün varlığı ile dış politikada

erişilmek istenen hedefleri nedensellik ilkesine dayalı olarak birbirine bağlayan bir model tavsiyesinde bulunmuştur. Bu modele göre A devleti, yararlanılabileceği çeşitli yumuşak güç kaynakları kombinasyonlarına sahiptir. Bu yumuşak güç kaynaklarının etkisi, B ülkesindeki politik aktörler (siyasi seçkinler, çıkar grupları ve ülke halkı) tarafından olumlu algılanırsa, B ülkesindeki politik aktörler siyasi karar verme sürecinde A'nın görüşleri, yaklaşımları ve değerleri ile uyumlu hareket edecektir. B'nin, A'nın dış politikasını doğrudan desteklemesi; A'nın çıkarına olan politikaları uygulamasına veya kendine liderlik ve rehberlik etmesi için A'yı referans almasına yol açarsa, A'nın istediği dış politika sonuçlarına ulaştığı söylenebilir (Huang ve Ding, 2006, s. 25). Bahsi geçen araştırma, yumuşak gücün varlığını ortaya koymak için A ve B devletleri arasında gerçekleşmesi beklenen etkileşimi tarif ederken, etkileşimin nasıl okunması gerektiği ve daha da önemlisi bu etkileşimin nasıl ölçülmesi gerektiği gibi soruların ucunu oldukça açık bırakmıştır.

Dış politika hedefleri bağlamında olduğu gibi uluslararası ticari ilişkiler disiplini odağına alarak, yumuşak gücün varlığını devletlerin ekonomik göstergelerine dayandıran araştırmalarda bulunmaktadır. Örneğin Rose (2016, s. 216) yumuşak gücün bir devletin ihracat hacmi üzerindeki etkilerini incelerken, bir başka araştırma ise uluslararası yatırımların teşvik edilebilmesi için yumuşak güç bileşenlerinin geliştirilmesi gerektiğini öne sürmüştür (Lin, Liang, Xiao ve Chen, 2017, s. 30).

Daha önce de ima edildiği gibi yukarıdaki araştırmaların bulguları iki ortak örüntüye işaret etmektedir. Bunlar; (1) yumuşak gücü analiz birimi olarak sadece devletler düzeyinde ölçmeye çalışmak, (2) yumuşak gücün sonuçlarının irdelendiği bağlamın sadece devletin arzu ettiği dış politika hedeflerine ulaşp ulaşmaması veya ekonomik göstergeleri üzerindeki değişimlerinin izini sürmek ile kısıtlanmasıdır. Yumuşak güç varlığının ontolojik kanıtlarını ağırlıklı olarak bu iki örüntü üzerinde bulmaya çalışma ısrarı ise şüphesiz ki yumuşak güç olgusunu daha dar bir araştırma sahasına hapsetmek ve kapsamını sınırlandırmak anlamına gelmektedir.

(1) Yumuşak güç araştırmalarında analiz birimi olarak devletlerin kullanılması gayet kabul edilebilir bir seçenek olmakla birlikte gerek yumuşak gücü kullanan aktör gerekse bu güce maruz kalan aktör çoğu zaman devletler değildir. Devletlerin yumuşak güce maruz kalan başat aktörler olduğu önermesi yumuşak gücün diğer önemli

hedeflerini gölgeleyen bir illüzyon olabilmektedir. Yumuşak gücün öncelikli hedefleri genellikle yabancı ülkelerin kamuyu, medyası, aydınları, üniversiteleri, STK'ları, finans ve iş dünyası olabilmektedir (Yılmaz, 2011, s. 35). Repnikova (2022, s. 445) analiz birimini devletlerin ötesine genişleterek, yumuşak gücün dünya çapındaki devlet dışı aktörler tarafından somut olarak nasıl algılandığına dair çeşitlendirilmiş bir anlayış sunmuştur. Bu araştırmada Çin'in yumuşak güç vizyonu ve uygulamalarının bir üçüncü dünya ülkesi olan Etiyopya'daki yansımaları mercek altına alınmıştır. Araştırmanın en dikkate değer bulgusu, Çin'in Etiyopya ile ilişkilerini güçlendirmek ve genişletmek için Etiyopyalı aydınlara ve seçkin bireylere yönelik büyük ölçekli eğitim programları, medyaya erişim olanakları ve yüksek öğrenim girişimleri gibi kapsamlı bir yumuşak güç uygulaması başlatması ile birlikte sadece Etiyopyalı değil Afrikalı elitler arasında bile Çince öğrenmenin giderek yaygınlaşmasıdır. Açıkça görülmektedir ki Çin'in kendi yumuşak gücünü üzerinde uygulamak için seçtiği hedef aktör Etiyopya devletindeki karar alıcılar değil, Etiyopya'nın seçkin vatandaşlarıdır.

Devletlerin yumuşak güç uygulamaları için hedef aktör oldukları önermesi gibi, yumuşak güç kullanma yeteneğine sahip olan başat aktörler olduklarına ilişkin genel kabul gören önerme de her zemin ve her zaman geçerli olmamaktadır. Ülkelerin yumuşak güç kaynaklarının oldukça küçük bir kısmının devletlerin kontrolünde olması nedeniyle, bir ülkenin yumuşak güç unsurlarından doğan cazibenin başka ülkelerin politik aktörlerine empoze edilmesi sürecinde devlet aygıtının rolü oldukça küçük olabilmektedir. Bir devletin başka ülke devletleri üzerinde başarılı yumuşak güç politikaları uygulaması bir tarafa, kendi mevcut yumuşak güç rezervindeki aşınımı ya da zafiyeti bile gideremediği vakalarla karşılaşmakta mümkündür.

Yakın geçmişte böylesi bir vaka hipotetik olarak en çok yumuşak güç kaynağı ve aracına sahip olan ABD'de gerçekleşmiştir. Ulusal karakterini eşitlik, adalet, bireysel hak ve özgürlükler gibi liberal siyasi değerler üzerine inşa etme gayreti gösteren ABD, birçok kez bu değerlerle bağdaşmayan pratiklere de ev sahipliği yapmaktadır. Nitekim Amerikan polislerinin silahsız olmalarına karşın siyah erkek ve kadınları öldürmesi; ABD'de de ırksal önyargı ve toplumsal eşitsizlik konularını tekrar ülke gündemine getirmiş ve bu cinayetlerin ardından ortaya çıkan Black Lives Matter (Siyahların Hayatı Önemlidir-SYÖ-) hareketi ülke genelinde yoğun ilgi ve destek görmüştür. Tüm bu süreçler yaşanırken ABD hükümeti ise ana akım politikacıları aracılığıyla bu olayı görmezden gelmeye çalışmış ve yargı sistemindeki yapısal

ırkçılığın önüne set çekmek adına radikal adımlar atamamıştır. ABD hükümetinin süreç boyunca görece kayıtsız kalması ve böylesi bir toplumsal krizi başarı ile yönetememesi (Konak, 2021, s. 197-198), SYÖ hareketinin ABD'nin yurt dışındaki yumuşak gücünü baltalama riskini doğurmuştur. ABD'nin eşitlik ve insan hakları gibi siyasi değerleri ülke içindeki politikalarında içselleştirememesi, bu değerleri ülke dışında samimiyetsiz bir retorik olarak benimsediği şüphelerini ortaya çıkarmıştır.

(2) Yumuşak gücün sonuçlarının ele alındığı bağlamın sadece devletin arzu ettiği dış politika hedeflerine ulaşp ulaşmaması veya ekonomik göstergeleri üzerindeki değişimlerinin izini sürmek ile kısıtlanmasıdır. Yumuşak gücü ölçme noktasında en ısrarcı girişimler, yumuşak gücün yarattığı cazibe ile bir devletin dış politikadaki çıktıları arasındaki nedensellik bağımlı saptama çabalarından geçmektedir. Yumuşak gücü ölçülebilir bir analiz kategorisi olarak kabul etmek, böylesi bir bağın ispatlanması halinde mümkündür. Ancak bu noktada sorulması gereken soru; “bir devletin dış politikasında olumlu bir tutum değişimi olsa bile, bu değişime neden olan şeyin yumuşak güç olduğundan ne kadar emin olunabilir?” şeklinde kurgulanmalıdır. Yapıcı (2015, s. 21), oldukça ikna edici argümanlar ile bu soruya cevap olarak; yumuşak gücün varlığını (sonuçları itibariyle) sadece devletlerin dış politika tutumlarındaki değişimler üzerinde aramanın hatalı çıkarımlara yol açabileceğini belirtmiş ve AB-Türkiye ilişkilerini bu çerçevede irdelemiştir.

“Avrupa Birliği ülkeleri, diğer ülkelerin Avrupa Birliği'ne katılım heveslerini, Avrupa'nın yumuşak gücünün bir belirtisi olarak tanımlarlar. Günümüzde Türkiye, insan hakları politikaları ve iç hukuk düzlemlerinde Avrupa Birliği standartlarıyla uyumlu değişiklikler yapmaktadır. Bu değişikliklerin ne kadarı Pazara erişim konusunda ekonomik bir saikle, ne kadarı Avrupa'nın başarılı ekonomik ve politik sisteminin çekiciliğinin etkisiyle yürütülmüştür? Şu açık ki bazı Türkler sert güç saikiyle hareket ederken, diğerleri insan hakları ve ekonomik özgürlük konusunda Avrupa modeline bağlıdır. Nye'in örneğinden yola çıkılacak olursa, hedef aktörün (Türkiye'nin) politik çıktılarının (Avrupa Birliği standartlarıyla uyumlu olarak yaptığı değişiklikler) Avrupa'nın cazibesinin ürünü olup olmadığı saptanamaz durumdadır (Yapıcı, 2015, s. 21).”

Yumuşak gücün ölçülebilir olup olmadığına dair ontolojik kanıtları devletlerin dış politika tutumlarındaki değişimler üzerinde aramanın yol açtığı metodolojik hataya benzer bir şekilde, yumuşak gücün sonuçlarının ele alındığı bağlamı sadece ülkelerin ekonomik göstergeleri üzerindeki değişimlerde saptamaya çalışmak, güvenilir ve geçerli araştırma bulgularına erişimi zorlaştırmaktadır. Amerika kökenli bir Think

Tank kuruluşu olan PEW, ABD'nin yumuşak gücünü ekonomik göstergeler üzerinden ölçme iddiası taşıyan bir anket sorusunda bu metodolojik hataya düşmekten kaçınmamıştır. Yapıcı (2015, s. 19) bu durumu şöyle ifade etmektedir:

Pew'in 2012 tarihli anketinin 29. sorusu dünyanın en büyük ekonomik gücünün hangi ülke olduğu ile ilgilidir. Oysa bu soruya verilecek hiçbir cevap, cazibenin varlığının kanıtlanması konusunda anlamlı veri oluşturamaz. Bir başka ifadeyle, 29. sorudan birinci çıkacak ülkenin otomatik olarak potansiyel yumuşak gücünün en fazla olduğu söylenemez. Çünkü yumuşak güç açısından, kamuoyu araştırmasına konu olan devletin ekonomik gücünün artması ile ilgili hedef kitle algısı değil, bu algı oluşumunun hangi bağlamda yorumlandığı önemlidir. Bu çerçevede örneğin bir aktörün ekonomik gücünün artmasının sömürü ilişkisinin bir sonucu olarak algılanması, o toplumda o aktörün potansiyel yumuşak gücü azaltıcı bir faktöre de dönüşebilir.

Buna karşın yumuşak gücün sonuçlarını hedef alınan devletin ekonomik verilerindeki değişimler yerine devletin vatandaşlarının algı ve tutumlarındaki değişimlerde arayan görece doğru kurgulanmış araştırmalara rastlamakta mümkündür. Örneğin, Didier (2019, s. 2589) demokratik ülkelerin demokratik olmayan ülkelere göre daha yüksek ürün kalitesine sahip olduğu algısının hâkim olduğunu gözlemlemiştir.

Yumuşak gücün ölçülmesini zorlaştıran bir diğer husus ise ölçme işlevini keyfi bir şekilde ve en kestirme yolları kullanarak gerçekleştirme niyetidir. Öyle ki, ölçülmesi oldukça mümkün bazı somut verileri yumuşak güç kaynağı olarak ele alıp, bu kaynakların nicel artış-azalışları ile yumuşak gücün varlığı arasında zorlama bir ilişki kurma kolaycılığına kaçılmaktadır. Bu kolaycılığın en önemli nedeni Roselle, Miskimmon ve O'Loughlin (2014, s. 71) tarafından "Somutluk bizi büyüledi... Ölçülebilir kaynakları topluyoruz, ancak hangi davranışları ürettiklerini açıklayamıyoruz" şeklinde belirtilmiştir.

Uluslararası göç hareketleri istatistiksel olarak verisi tutulan ve ölçülmesi oldukça kolay bir parametre olduğu için sıklıkla ve büyük bir iştahla yumuşak güç kaynağı olarak analiz kategorilerine dâhil edilmektedir (Castles ve Miller, 2009, s. 213). "Bir devletin çok göç alması ilk bakışta söz konusu devletin yaşamak için tercih edilebilir olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanmaya uygun olsa da bu yorum her zaman gerçeği yansıtmayabilir (Yapıcı, 2015, s. 19)." Örneğin Rusya'daki Kırgız göçmenler, Rusya'da yüksek düzeydeki yolsuzluktan yana mağdur olduklarını dile getirdikleri gibi bireysel haklarının görmezden gelinmesini de onaylamamaktadırlar (Ruguet ve Usmanalieva,

2021, s. 98). Dolaysıyla Kırgızistan'dan Rusya'ya yönelik bu göç hareketini, Rusya'nın yumuşak gücünden doğan cazibenin doğal bir sonucu olarak okumak yerine, Kırgızistan'da yaşanan ekonomik istikrarsızlıktan ve siyasi çalkantı ortamından uzaklaşmak için pragmatik gerekçeler doğrultusunda gelişen zorunlu bir eylem olarak görmek daha doğru olacaktır.

Somut verilere dayanan uluslararası göç hareketleri üzerine yapılacak en iyimser tespit, uluslararası göç hareketlerinin bir yumuşak güç kaynağı olarak değil, bir ülkenin normlarını yani cezbedici siyasi değerlerini, kültürünü ve kısmen de olsa dış politika stratejilerini başka ülkelere yaymasına olanak tanıyan yumuşak güç aracı olarak değerlendirilmesi gerekliliğidir.

Uluslararası göç hareketlerine benzer bir şekilde, Japon kültürünü dünyaya tanıtarak yumuşak güç kazanmak için kullanışlı bir popüler kültür ögesi olan Japon animasyon filmleri her ne kadar yumuşak güç kaynağı olarak sınıflandırılrsa da şimdiye kadar Japonya'nın yumuşak gücüne önemli ölçüde hizmet edememiştir (Pellitteri, 2019, s. 474). Çünkü Dünya genelinde Japon animasyon filmlerinin izleme oranları ile Japonya'nın yumuşak gücü yani cezbediciliği arasında sağlıklı bir nedensellik bağı oluşturmak olanaklı değildir. Bu animasyon filmlerinin bir cazibe yarattığı kabul edilse bile, bu cazibenin animasyon filmindeki ana karaktere mi, animasyon filminin ilgi uyandırıcı senaryosuna mı ya da Japonya'nın kültürel cazibesine mi yönelik olduğu bir bilinmezliktir. Dolaysıyla yurt dışına ithal edilen ve yurt dışında büyük bir hayran kitlesine sahip olan böylesi filmlerin sayısının somut bir şekilde arttığını gözlemlemek, doğrudan doğruya Japonya'nın yumuşak gücünün ölçüsü olarak değerlendirilmemelidir. Böylesi kaynakları cezbedici kılan faktörlerin gerçekten yumuşak gücün bileşenlerinden mi yoksa daha farklı saiklerden mi kaynaklandığını anlamak çoğu zaman mümkün değildir. Bir başka ifadeyle, somut ve ölçülebilir araçların yumuşak gücün kaynakları olduğu yanılgısına kapılmak, gayet doğal bir şekilde bu araçlara sahip ülke için istenen sonuçlar doğuracağını garanti etmemektedir.

Bu araştırma yumuşak gücün ölçülmesine engel teşkil eden yöntemsel ve yapısal sorunları tespit ettikten sonra özellikle ampirik yollardan yumuşak gücün ölçülmesine olanak tanıyacak bir izlek önermiştir.

Çizelge 1. Yumuşak Gücün Bir Analiz Kategorisi Olarak Ölçülebilmesi İçin İzlek

Yumuşak Gücün Kaynakları	Yumuşak Gücün Aracı	Yumuşak Gücün Bağlamı	Yumuşak Güç İçin Analiz Birimi	Yumuşak Gücün Sonuçları	Yumuşak Gücün Araştırma Modelinde Oynadığı Rol
Siyasi Değerler, Kültür, Dış Politika	Uluslararası Turizm Hareketliliği	Sosyal Etkileşim	Birey Düzeyinde (Yabancı Turistler)	Yabancı Turistlerin Davranışsal Tutumlarındaki Değişim	Moderatör

Yumuşak güç; kaynakları ve araçları açısından bir ayırım yapılmadığı süreçte varlığının ispatlanması oldukça zor bir olgudur. Kaynak olarak ve araç olarak değerlendirilen yumuşak güç arasındaki boşlukları kavrayamamak, iki yapının da sıklıkla birbirlerinin yerine kullanılmasına neden olup, konu üzerine hatalı çıkarımları da beraberinde getirmektedir. Bu bilgilerden hareketle ve en basit tanımıyla kaynakları açısından yumuşak güç; hedef aktör üzerinde cazibe yaratan varlıklardır. Araçları açısından yumuşak güç ise yumuşak güç kaynaklarından doğan cazibenin hedefe aktöre empoze edilmesine yardımcı olan enstrümanlardır.

Bu araştırma özelinde yumuşak güç kaynakları -Nye'in sınıflandırmasına bağlı kalınarak- bir ülkenin kültürü, politik değerleri ve dış politikası olarak belirlenirken, yumuşak gücün aracı ise uluslararası turizm hareketliliğidir. Uluslararası turizm hareketliliği ile birlikte özellikle turist kabul eden ülkeler kendi hikâyelerini tüm dünyaya anlatma fırsatı bulmaktadır. Bu ülkeler; siyasi değerleri ve kültürel değerleri ile açığa çıkan cazibesini turizm hareketliliği aracılığıyla yabancı turistlere aktarır, belirli bir ülkede veya dünya çapında arzuladıkları dış politika sonuçlarını elde edebilirler. Bunun mümkün olabilmesi için ise yabancı turistlerin ev sahibi ülke ile daha yoğun duygudaşlık bağları geliştirmesi gerekmektedir (Özkan ve Boylu, 2021, s. 76).

Peki, öz itibarıyla sıradan insanlar olan yabancı turistler bir ülke ile nasıl duygudaşlık bağları geliştirir? Dahası, sıradan insanlar ve onların dünya görüşleri bir ülkenin yumuşak gücüyle nasıl bağlantılıdır? Bu sorulara cevap verebilmek adına yumuşak gücün varlığının ilk belirtisinin yabancıların kendilerini “biz” olarak

düşündükleri varsayımı kabul edilmelidir. Özellikle günümüzde yabancı ülkelerin toplumlarının birbirleriyle kısmen de olsa entegre olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yumuşak gücün varlığının yabancılar bizi; "onlar" yerine kendilerinden biriymiş gibi gördüklerinde ortaya çıkması gayet doğaldır. Bu varsayım, bizim bakış açımıza bir şekilde yaklaşan veya bakış açımızı tamamen kabul eden yabancıların sergiledikleri duygudaşlığın göstergesidir (Wu, 2021, s. 378).

Uluslararası turizm hareketliliğinin birbirinden oldukça farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip bireyler arasında bile etkileşim sağlayarak duygudaşlık yaratma fırsatı tanınması, bu araştırma özelinde yumuşak gücün sosyal etkileşim bağlamına oturtulmasına olanak tanımıştır. Buna göre farklı dünya görüşü, düşünce, yaşam biçimi, inanç, dil ve kültürlerle sahip yabancı turistlerin, başta yerel halk olmak üzere destinasyondaki diğer aktörler ile gönüllülük esasına dayalı sosyal etkileşimlerde bulunması; çeşitli alt kültürler oluşturmaya, güven inşa etmeye ve sosyal sermaye biriktirmeye olanak sağlanmaktadır (Özgürel ve Avcıkurt, 2020, s. 780). Uluslararası turizm hareketliliği sayesinde sosyal etkileşimin bir tarafı olan turistler, ziyaret ettikleri ülkenin normlarını, gündemlerini ve inançlarını kısaca yumuşak gücünü daha yakından tanıyarak söz konusu ülkeye dair olumlu anlamda tutum sergileme eğilimi gösterebilirler. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken nokta, sosyal etkileşimin kaçınılmaz doğası gereği yabancı turistler bir parça "biz" olurken, biz de bir parça "onlar" olacağımız gerçeğidir. Dolayısıyla yumuşak güç sosyal etkileşim bağlamında değerlendirilirse, bir ülkenin başka bir ülke üzerinde çok fazla yumuşak güce sahip olmadığı, aksine ülkelerin birbirleriyle sosyal etkileşimin doğasına uygun bir şekilde karşılıklı yumuşak güç ilişkilerinin bulunduğu bahsedilebilir. Öyle görülmektedir ki, ülkeler arasındaki yumuşak güç ilişkileri yalnızca devletler düzeyinde değil, aynı zamanda sıradan insanlar olan yabancı turistler gibi bireyler düzeyinde de gözlemlenebilir (Wu, 2021, s. 377).

Nitekim bu araştırma özelinde yumuşak güç için analiz birimi birey düzeyinde belirlenmiştir. Söz konusu bireyler bu araştırma kapsamında "yabancı turistler" olarak özelleştirilmiştir. Devlet aygıtının yumuşak güç çalışmaları için neden ideal bir analiz birimi olamayacağına dair gerekçeler daha önceki paragraflarda izah edilmiştir. Bunlara ek olarak, analiz biriminin birey düzeyinde seçilmesi, hipotetik bir savı dikkate alınmanın gereğidir. Bu sava göre yumuşak gücün varlığına dair izleri devletin aksiyonlarında değil, devleti bu aksiyonları almaya zorlayan birey ve toplumun tutum

değişikliklerinde tahlil etmek gerekmektedir. Çünkü bireyler ve bireylerin örgütlenmelerinden doğan sivil toplum, bazen uzun yıllar olsa da devlet politikalarını etkileyebilmektedir (Atar, 1997, s. 90). Kısaca, yumuşak gücü ölçmek için analiz birimi olarak doğrudan devlet düzeyini seçmek, devlet düzeyine erişene kadarki süreçte birey ve toplum basamaklarında yaşanan değişimlerin kaçırılmasına neden olabilmektedir.

Yumuşak gücün sonuçlarını bireyden devlete uzanan doğrusal bir hattı takip ederek açığa çıkarmak için ilkin bireyin davranışsal tutumlarındaki değişimleri ölçmek gerekmektedir. Bu araştırma özelinde yabancı turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçebilmek, onların davranışsal eğilimlerinin anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Peki, tam bu noktada yumuşak güce atfedilecek rol ne olmalıdır?

Bilindiği üzere yumuşak güç kaynaklarına ya da araçlarına sahip olmak otomatik olarak yumuşak gücün varlığını ispat edememektedir. Yumuşak gücün varlığından bahsedebilmek için bu kaynaklar ve araçların cazibesi sayesinde hedef kitlenin tutum, inanç ve düşüncesindeki değişimlerin izi sürülmelidir. Buna karşın hedef kitle de gözlemlenen değişimlerin ne kadarının yumuşak gücün cazibe mekanizması ile bağlantılı olduğunu kestirmek oldukça zordur. Yumuşak güç bağlamındaki cazibe mekanizmasının saptanabilirlik sorununa yönelik birey düzeyinde kurgusal ve çok basit bir örnek vermek gerekirse, sıradan bir Türk gencinin odasının kapısına ABD bayrağı astığı varsayalım; Türk gencinin bu bayrağı asma nedeninin ABD'nin kültürünü benimsediği, siyasi değerlerini onayladığı ve dış politikasını meşru olarak gördüğü için mi yoksa bayrağın estetik görünümünün odasına yakıştığını düşündüğü için mi olduğunu kestirmek güçtür. Dolayısıyla odasına ABD bayrağı asan her Türk gencini istatistiki bir veri olarak kabul ederek ABD'nin Türkiye üzerindeki yumuşak gücünü ölçmeye çalışmak doğru değildir.

Bu araştırma özelinde yumuşak gücün cazibe mekanizmasının yerini destinasyon imajı kavramı almıştır. Buna göre yabancı turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde etki yaratan bağımsız değişken; Türkiye'nin yumuşak gücünden doğan cazibesi değil, yabancı turistlerin Türkiye'ye dair sahip olduğu bilgi, his, inanç ve izlenimleri yani kısaca Türkiye'nin destinasyon imajı olarak belirlenmiştir. Böylelikle yumuşak gücün tek başına kullanıldığında değer-yüklü ve sorunlu olan cazibe mekanizmasının işlevi destinasyon imajı kavramına yüklenmiştir.

Nitekim alinyazında destinasyon imajının yarattığı cazibenin, yabancı turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkilediğini raporlayan birçok araştırma mevcuttur (Artuğer, Çetinsöz ve Kılıç 2013; Wu, Yeh ve Hsiao, 2011; Chen ve Tsai, 2007). Bu araştırmada yumuşak güç ise destinasyon imajı ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki nedensellik bağına daha da güçlendiren, araştırma modelinin moderatör değişkeni rolünü üstlenmiştir. Destinasyon imajının etkisiyle yabancı turistlerin davranışsal eylemlerindeki arzu edilen değişimi perçinlemesi beklenen yumuşak güç, ikincil ve tamamlayıcı bir cazibe mekanizması olarak varsayılmıştır.

Yumuşak güç ampirik araştırmalar için bir analiz kategorisi olarak kullanılacak ise araştırma modeline ikincil ve tamamlayıcı bir cazibe mekanizması olarak eklenmesinin gayet ikna edici nedenleri bulunmaktadır. Nitekim bu kavramın kendi entelektüel köklerinin bulunduğu uluslararası ilişkiler disiplini içerisinde bile tek başına açıklayıcı olamayacağı kabul edilmiş ve bu nedenle sert gücün tamamlayıcısı olarak görülmüş bir olgudur. İster sert gücün isterse yumuşak gücün kaynakları ve ilkeleri birbirinden ne kadar farklı olsa da her iki güç türünün nihai amacı hedef aktörlerin davranışlarını etkileyerek istenen politik çıktılara ulaşmaktır. İki güç türü tam da bu nedenle ayrılmaz bir şekilde iç içe geçmiş durumdadırlar. Buna karşın realist görüşe göre yumuşak gücün sert gücün tamamlayıcısı olamayacağı ve yeteri kadar sert güce sahip ülkelerin yumuşak güce ihtiyaç duymayacağı savı oldukça taraftar toplamıştır. Bu sava karşın liberal görüş ise 21. yüzyılın uluslararası ilişkilerinde etkili bir aktör olabilmenin yolunun anlatıları şekillendirmeyi, uluslararası normları belirlemeyi ve ulus ötesi ağları harekete geçirmeyi gerektireceğini öne sürerek yumuşak güce tamamlayıcı bir güç türü olarak değer atfetmekte bir sakınca görmemiştir (Nye, 2004, s. 8-9).

Şurası açıktır ki, yumuşak güç hangi bağlamda ele alınıyorsa o bağlamın doğasına uygun bir kavram ile bütünleştiği takdirde etkili ve sonuç verici olabilmektedir. Bu araştırmanın yumuşak gücü ele aldığı bağlamadan hareketle, yabancı turistlerin gözünden bakıldığında Türkiye'nin iki farklı görüntüsünün birbirlerini nasıl tamamladıkları irdelenmektedir. Türkiye'nin bir turizm ülkesi olarak performansına ışık tutan destinasyon imajı bu görüntülerden ilkidir. Diğer görüntü ise Türkiye'nin uluslararası itibarını yansıtan yumuşak gücüdür. En basite indirgenmiş haliyle bu araştırma, Türkiye'nin yumuşak gücünden beslenen uluslararası imajının,

Türkiye'nin destinasyon imajına katkısı nedir sorusuna cevap aramaktadır. Son tahlilde, nasıl uluslararası ilişkiler bağlamında yumuşak güce sert gücün tamamlayıcısı rolü atfedilmişse; turizm bağlamında da destinasyon imajı olgusunun pekiştiricisi rolü yumuşak güç olgusuna atfedilmiştir.

2.1.4.2. Hegemonya Kavramı ve Yumuşak Gücün Benzeşikliği

Hegemonya kavramının tarihi ve entelektüel kökleri antik Yunan'a kadar uzansa da bu kavram üzerine en isabetli çözümler ve tespitler Marksist dünya görüşüne sahip bir düşünür olan Antonio Gramsci tarafından yapılmıştır. Hegemonya kavramı üzerine okumalar ve irdelemeler yapıldığında sıklıkla Gramsci ismiyle karşılaşılmasının nedeni de bu yuzdendir. Buna karşın uluslararası ilişkiler düzeyinde hegemonya kavramı, Soğuk Savaştan sonra farklı yaklaşımlar üzerinden istikrar ve dünya düzeni açısından incelenmiş ve bu doğrultuda hegemonya kavramını doğrudan analiz eden dört farklı hegemonya görüşü ortaya çıkmıştır. Bu farklı dört görüş; Hegemonik İstikrar Teorisi, Liberal Kurumsalcı Yaklaşım, Neo-Gramşiyen Yaklaşım ve Dünya Sistemleri Yaklaşımı olup, bu başlıkta esas olarak Neo-Gramşiyen hegemonya anlayışı üzerinde durulacaktır (Gürdal, 2020, s. 169).

Gramsci hegemonya kavramını formüle ederken doğrudan doğruya uluslararası ilişkilerin doğasını anlamlandırmaya yardımcı olacak bir kuram geliştirme gayesi taşımamıştır. Oldukça indirgemeci bir bakış açısıyla konuya yaklaşılacak olursa, Gramsci için hegemonya kavramının varoluş nedeni, ulusal bağlamda bir toplumun kendi bütünlüğünü ve birliğini kurup bunu da sürdürülebilir kılmak için en ideal yönetim biçimini ortaya çıkarmaktır. Her ne kadar ulusal bağlamda ortaya çıkan dinamikleri odağına almış olsa da, hegemonya kavramı dünya düzenini şekillendirmek için uluslararası bağlamda da kendisine çalışma sahası bulabilmiştir (Morton, 2007, s. 122). Dolayısıyla hegemonya kavramının yumuşak güç olgusu ile örtüştüğü ve ayrıştığı noktaları daha görünür hale getirmek için hegemonya kavramını ilk olarak ulusal düzlemde mercek altına almak yerinde bir karar olacaktır.

Sıkı bir Marksist olan Gramsci'ye göre sosyalist bir devrime olanak tanıyacak hegemonik stratejiler geliştirmek için kapitalist düzeni çok iyi kavramak gerekmektedir. Buna göre kapitalist düzenin hâkim olduğu Batı uluslarında cereyan eden en şiddetli ekonomik krizlerde ve sosyal çalkantılarda bile sosyalist dünya

görüşü, kapitalist düzenin alternatifi olarak, bu kriz ve çalkantıları çözüme kavuşturacak bir yol olarak benimsenmemektedir (Güler, 2019, s. 30). Dahası kapitalist Batılı ülkeler kendi vatandaşlarını, faşist yönetimlerin iktidarda olduğu dönemler haricinde, doğrudan şiddet ve zorbalık uygulamadan yönetebilme/yönlendirebilme noktasında da oldukça başarılıdırlar (Güler, 2019, s. 24). Gramsci, kapitalist düzeni bu denli aşınmaz ve alternatifsiz bir yapıymışçasına gösteren şeyi, dikotomik bileşenlerin kombinasyonu ile oluşan *bütünleyici bir devlet* olarak tanımlamıştır. Bahse konu olan bütünleyici devlet nosyonunu ise Devlet = politik toplum + sivil toplum şeklinde formüle etmiştir.

Gramsci'nin bütünleşik devlet anlayışının formüle edildiği bu denklemde yer alan politik toplum, klasik anlamdaki devlet mefhumuna işaret etmektedir. Klasik anlamdaki devlet, hukuki olarak şiddet kullanma tekeline sahip ve şiddet aygıtlarını (ordu, polis, mahkemeler, hapishaneler vs.) harekete geçirebilen soyut bir yapıyı ifade etmektedir. Hapishaneler, mahkemeler, hukuk sistemi, resmi eğitim sistemi gibi halk kitleleri üzerinde çeşitli düzeylerde baskı uygulayacak kurum ve kuruluşlarda politik toplumun yani bilinen anlamda devletin diğer uzantılarını teşkil etmektedir. Halk üzerinde tesis edilen siyasi iktidarın sürdürülebilir olması için gerektiğinde zora başvurma hakkını saklı tutan politik toplum, üretim araçlarını elinde bulunduran bir toplum içerisindeki egemen sınıfa/gruba ait fikirleri, değerleri, normları ve ideolojileri zorlama yoluyla toplumun geri kalanı olan ikincil gruplara empoze etmeyi de amaçlamaktadır (Morton 2007, s. 89). Bu noktada politik toplum kavramı hegemonyanın baskıcı ve sert yüzünü yansıtmaktadır.

Bütünleyici devlet dikotomik bir formül ile ifade edildiğine göre politik toplumun baskıcı imajının tam karşısında konumlandırılacak bir öge olarak karşımıza sivil toplum çıkmaktadır. Sivil toplum; siyasi iktidarın entelektüel, ahlaki ve kültürel anlamda belirgin bir baskı unsuru kullanmadan, rıza ya da ikna üretimi yoluyla ikincil grupları kendisine angaje etme çabaları olarak ifade edilebilir. Sivil toplum araçları; özel eğitim kurumları, siyasi partiler, sendikalar, basın ve medya, dini kuruluşlar vb. şeklinde kümelenmektedir (Güler, 2019, s. 26). Bu araçlar klasik bir devlet organizasyonunun resmi kurumlarıyla benzeşmeyen ve toplumun siyasi beklentilerden daha çok toplumun sosyo-ekonomik içerikli ihtiyaçlarına cevap veren yapılar gibi durmaktadır. Bu noktada Gramsci devlet tanımını neden sivil toplum öğelerini de kapsayacak şekilde genişletmiştir sorusu oldukça makuldür. Gramsci bu soruya bir

olgunun nedenlerinden yola çıkarak değil, doğurduğu sonuçları tahlil ederek çözümlemede bulunmuştur. Buna göre bir toplumdaki sosyal örgütlenmeyi sağlayan egemen sınıf/grup aynı zamanda ister açıktan isterse gizli olarak devletin aygıtlarını da kontrol etmektedir. Dolayısıyla devleti kontrol eden egemen sınıfı/grubu siyasal yapının dışında kalan sivil toplumda da destekleyen araçlar olacaktır. Örneğin dini kurumlar, eğitim sistemi, basın ve aydınlar hegemonyacı egemen sınıfın/grubun çıkarlarıyla uyumluluk gösteren belirli davranış kalıplarının çerçevesini oluşturabilirken; medya, ticaret birlikleri ve diğer STK'lar da toplumdaki ikincil grupları mevcut hegemonyanın benimsediği değerlere entegre etmeye çaba gösterebilmektedirler (Gramsci, 1978'den aktaran Okur, 2015, s. 142). Son tahlilde devlet (egemen sınıf/grup) kendi dünya görüşünü sivil toplum kanallarıyla ikincil gruplara aktarıp onları büyük kitleler halinde ikna edebiliyorsa, bu sivil toplumun zaman zaman devletin bizatihi kendisi olduğu şeklinde de yorumlanabilir.

Gramsci'nin hegemonya sağlama ve sürdürme ya da sağlanmış bir hegemonyayı daha da meşru hale getirmek adına sivil toplumun devlet mekanizmasında oynadığı kritik rolü şu somut örnekle açıklamaktadır:

“Rusya'da devlet her şeydir, sivil toplum ise ilkel ve jelinimsidir; Batı'da Devlet ile sivil toplum arasında uygun bir ilişki vardır. Batıda ne zaman devlet zora düşse sağlam bir sivil toplum yapısı hemen ortaya çıkar. Batıda devlet çoğu zaman sadece basit bir ön karakoldur, ardında ise çok güçlü istihkam ve siperler vardır (Gramsci 2010'dan aktaran Böhm, 2018, s. 30).”

Bu örnek ile birlikte Batılı kapitalist devletlerin içine gireceği toplumsal ya da ekonomik krizler esnasında bile neden yeni bir ideolojik arayışa yönelim göstermemeleri daha anlaşılır hale gelmektedir. Buna göre Batılı devletlerde oldukça iyi örgütlenmiş olan sivil toplumu idare ve sevk eden burjuva, (kapitalist düzendeki egemen sınıf) toplumun zihnine ve kalbine din, felsefe, ideoloji, ahlaki dizge gibi olguları güçlü sivil toplum araçlarıyla yerleştirerek kendi ideolojisini (liberal değerleri) tekrar ve tekrar üretmektedir (Güler, 2019, s. 42).

Yalnızca tahakkümden oluşan bir otoritenin başarı sağlayamayacağını bilincinde olan Gramsci, bir otorite biçimi olarak hegemonya için güç (politik toplum) ve meşruiyeti (sivil toplum) birleştirir. Bu güç ve meşruiyet ilişkisi, meşru otoritenin ancak bir zorlama ve rıza kombinasyonu ile kurulabileceğini ve sürdürülebileceğini iddia eden hegemonya teorisinin temelidir. Politik toplum ve sivil toplumun işbirliği

ise hegemonya için bir ön koşuldur ve bütünlüyci devlet kavramına gömülüdür (Morton, 2007, s. 89).

Gramsci, hegemonya ile ilişkili kavramları dikotomik bir şekilde ele almış ve bu dikotomik ilişkiler ağı içerisinde aklı uygun bir bütünlük çıkarmaya çalışmıştır (Dural, 2012, s. 316). Politik toplumun anti tezi olan sivil toplum örneğinde olduğu gibi mevcut hegemonyayı bertaraf etmek için karşı hegemonya oluşturma, düşünürün dikotomik bakış açısını bir kez daha gözler önüne sermektedir. Söz konusu bu karşı hegemonya süreci ise ikincil grup ya da grupların mevcut hegemonyaya meydan okumanın gereği olarak ilk safhada özneler arası anlamları şekillendirmeleri ile başlamaktadır (Morton 2007, s. 93). Burada özneler arası anlamdan kastedilen şey ise toplumdaki ikincil grup üyelerinin içinde yaşadıkları toplumun doğasına ve işleyişine dair kendilerine göre ortak bir algı ve hakikati paylaşmalarıdır. Herhangi bir ikincil gruba ait olan ve çoğu zaman mevcut hegemonyanın değerleri ile paralellik de göstermeyen bu algı ve hakikatler zamanla toplumun diğer ikincil grupları arasında da benimsenebilmektedir. Bir başka deyişle, belirli bir ikincil gruba ait olan dar ve radikal bir ideoloji artık toplumun diğer kesimleri tarafından da paylaşılarak meşru bir sağduyuya evrilmektedir. Bu noktada belirli bir ikincil grubun ideolojisini sağduyu olarak gören diğer gruplar ittifaklar (tarihsel blok oluşturarak) yoluyla bir araya gelerek mevcut hegemonyaya meydan okumak için karşı hegemonyanın temelini atabilirler. Mevcut hegemonya ise kendine karşı sivil toplum içerisinde filizlenip örgütlenen karşı hegemonya karşı kendi gücünü dayatmak adına devletin zorlayıcı unsurlarına, siyasi eylemlere ve askeri gücüne başvurmayı bir çözüm olarak görebilir (Böhm, 2018, s. 36). Bu çözüm yolu ise mevcut hegemonyanın özellikle sivil toplumdaki meşruluğunu yitirmesine neden olabilmektedir. Bu durumda karşı hegemonya başarılı bir şekilde bütünlüyci devlet aygıtları üzerinde tam kontrol sağlayarak mevcut hegemonyanın yerine geçebilmektedir.

Yukarıda geçen metinlerde ulusal ölçekte bir hegemonyanın nasıl inşa edildiği, nasıl sonladığı ve nasıl yeniden inşa edildiği genel hatlarıyla izah edilmeye çalışılmıştır. Uluslararası ölçekte küresel bir hegemonya ise bir ülke içerisindeki egemen sosyal sınıf tarafından kurulan ulusal hegemonyanın dışa doğru yani uluslararası ölçekte doğru genişlemesi anlamına gelmektedir. Örnek vermek gerekirse, ABD'nin küresel sahnedeki üstünlüğü, Amerika'nın kendi ulusal tarihsel bloğunun ve onun meşrulaştırıcı Neo-Liberalizm ideolojisinin uluslararası sistemde yer alan diğer

aktörlere doğru genişlemesi olarak görülmektedir. Bu anlamda hegemonya sadece yeni kurulmuş bir dünya düzeni değil, egemen bir üretim tarzının, kültürün ve kurumların tüm ülkelere yayıldığı küresel bir dünya düzenidir.

Cox (1981, s. 137) küresel ölçekte bir hegemonyanın gerçekleşeceği zemini tarihsel yapılar olarak belirtmiştir. Tarihsel yapı, tüm dünyayı değil, belirli bir tarihsel dönemde içindeki belirli insan faaliyet alanlarını temsil etmektedir. İnsan zihninin icadı olan bu tarihsel yapılar, belirli tarihi dönemlerdeki (19. ve 20. yüzyıllarda) kolektif insan faaliyetlerinin (ABD, İngiltere ve Latin Amerika'da kölelik müessesine karşı kitlesel hareketler) kümülatif sonuçlarını (kölelerin formal anlamda özgürlüklerine kavuşması) özetlemektedirler. Cox (1981, s. 135)'un tarihsel yapı imgesi ise üç faaliyet alanının birleşiminden oluşmaktadır. Bunlar; belirli toplumsal güçleri doğuran toplumsal üretim ilişkileri; tarihsel olarak devlet/sivil toplum birlikteliğinin nasıl inşa edildiğine göre farklılık gösteren devlet sistemleri ve sadece istikrar ve çatışma aşamalarını temsil etmekle kalmayan, aynı zamanda mevcut olana karşı alternatif bir evrensel dünya görüşünün nasıl ortaya çıkabileceği hakkında düşünmeye de imkân veren küresel dünya düzenidir. Tarihsel yapıyı oluşturan bu üç ana alanın her birinin içerisinde de uluslararası hegemonyaya giden yolu betimleyen üç sacayağı yani üç farklı güç unsuru bulunmaktadır. Bunlar ise maddi güçler, (doğal kaynaklar, sanayi tesisleri, askeri kapasite, ekonomik güç gibi birikmiş kaynakları ifade eder.) özneler arası anlamlar olarak anlaşılan fikirler; son olarak ise diğer iki güç unsurunun birlikteliği ile oluşan, temel görevi hegemonun ideolojisini meşrulaştırarak hegemonik sistemin istikrarını sağlamaya yardım eden kurumlardır (Cox, 1981, s. 136).

Yapı içerisindeki mikro düzeyi ya da temeli oluşturan bu güç unsurları, daha geniş alanda tarihsel yapının birbirine bağlı üç faaliyet alanı (üretim ilişkileri, devlet sistemleri ve küresel dünya düzeni) arasında hareket etmektedir. Küresel sistemi oluşturan bu faaliyet alanlarında meydana gelecek bir değişim, diğer faaliyet alanları üzerine etki ederek bütünsel bir yapılanmayı oluşturmaktadır. Üretim ilişkilerinde oluşan değişim, kendi kurumlarını ve fikirlerini yaratacaktır. Değişen üretim ilişkileri sosyal kuvvetlerde bir oluşumu meydana getirecek ve bu oluşum tabandan gelen bir hareketle devlet sistemlerinde değişikliğe sebep olacaktır. Sonuç olarak en tepeye kadar ulaşan bu değişikliklerin birleşimi dünya düzenini etkileyerek evrensel bir hal

alacak ve son tahlilde uluslararası bir hegemonya yani küresel dünya düzeninin nihai şekline kavuşacaktır.

Süreç bağlamında uluslararası bir hegemonya oluşturulurken iki önemli detay gözden kaçırılmamalıdır. Bunlardan ilki ve belki de en kritik rol oynayanı ise hegemonyanın salt somut güce dayalı olarak kurulamayacağı, somut güçle beraber hatta ondan daha yoğun bir şekilde uluslararası sistemdeki diğer devletler ile (ya da en azından hegemonyaya yakın olanların) rıza temelli bir oydaşıma varılması gerçeğidir. Bu noktada hegemonun ait ideolojik (fikri) argümanlar geliştirilirken ve bu argümanları uluslararası düzeyde ihraç edecek kurumlar inşa edilirken bunların sadece hegemonun sistemdeki özel çıkarlarına hizmet ediyormuş gibi algılanmasının önüne geçilmelidir. Kurum ve ideolojiler, hegemon devleti oluşturan küçük bir sınıfın dar bir vizyonunun içine hapsedilmek yerine uluslararası sistemdeki diğer aktörler tarafından, şeklen de olsa, evrensel kabul edilirse hegemonun sistemdeki konumunu muhafaza edebilecektir. Dahası bu oydaşım hegemonun önderliğini ve meşruiyetini sorgulayan çeşitli uluslararası aktörler de bile bir miktar memnuniyet duygusu yaratacaktır (Okur, 2015, s. 139).

Cox, küresel hegemonyaya hâkim olan gücün herhangi bir devlet ya da devletler grubu olabileceği gibi, devlet ve devlet dışı aktörlerin koalisyonundan da oluşabileceğinin altını özellikle vurgulamaktadır (Cox, 1981, s. 115). Bu ise bizi uluslararası bir hegemonya oluşturulurken dikkat edilmeye değer ikinci noktaya götürmektedir. Bu noktada küresel hegemonya söz konusu olduğunda bile ulusal bağlamda tarihi bir blok kurulmasının gerekliliği anlaşılmaktadır. Yükselen bir küresel hegemonyanın içerisinde inşa edilen bu tarihsel blok devlet dışı aktörleri ve sivil toplumları görmezden gelerek yalnızca devletlerarası konsensüs ile gerçekleştiği takdirde, bu konsensüse karşıt olan devletler ile sert çıkar çatışmaları yaşanabileceği kaçınılmaz görülmektedir (Cox, 1983'den aktaran Böhm, 2018, s. 42). Bir başka ifadeyle, küresel hegemonyanın baş aktörü olan hâkim devlet ya da devlet grupları kendi sivil toplumlarını uluslararasılaştırarak iktidarlarını kurumsallaştırmalıdır (Okur, 2015, s. 148). Böylelikle küresel hegemonya ile kurulan ittifakların biçimi sadece uluslararası sistemdeki diğer devletler ile sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bu devletler içerisinde faaliyet gösteren sivil toplum kuvvetlerini de içerecek şekilde genişleyecektir.

Bu araştırma kapsamında yumuşak güç üzerine yapılan okumalar tekrar göz önüne getirildiğinde, yumuşak güç ve hegemonya olgusunun birbiriyle kesiştiği noktaların bulunduğu ve yine birbirleri ile birçok ortak kavramları, benzer unsurları ve nihai amacı da paylaştıklarını itiraf etmek gerekir. Yumuşak gücün varoluş amacına benzer şekilde hegemonya, uluslararası sistemde hâkimiyet ve liderliğe ulaşmanın bir yolu olarak tek başına politik toplumun yani sert gücün kullanılmasını yeterli görmemektedir. Küresel bir hegemonya için kültürel liderlik, hegemon devlet(ler)in gücüne ve etkisine katkıda bulunan bir koşul olarak vurgulanır. Cezbedici bir kültür, ideoloji, değerler ve kurumlar, uluslararası sistemdeki diğer aktörlerin hegemon devlet(ler)i takip etmesini, hayran kalmasını ve örnek olarak görmesini sağlayan ve böylelikle hegemonun gücünü ve etkisini artıran özelliklerdir. İlk bakışta böylesi bir hegemonya tanımı, doğrudan yumuşak gücün eş anlamlısı olarak bile algılanabilmektedir (Dirzauskaite ve Ilinca, 2017, s. 38).

Hegemonya ve yumuşak güç arasındaki benzerlik sadece tanım ve amaç açısından değil, önem atfedilen kurumlar ve aktörler açısından da kendini göstermektedir. Nitekim hegemonya temelli bakış açısı uluslararası ilişkiler ve uluslararası sistem içerisinde oyun kurucu aktörler olarak geleneksel anlamdaki devletleri kabul etmekle birlikte devlet dışı aktörlerin tesir gücünü de yok saymamaktadırlar. Hegemonya olgusu, sivil toplum güçlerinin etkinlikleri salt ulusal sınırlar içerisinde kalmayıp, örgütlü ve organize bir şekilde küresel boyutlarda kuşatıcılık göstermesinin gerekli olduğunu ima etmektedir. Benzer bir şekilde Nye (2004, s. 6), devletlere paralel olarak devlet dışı aktörlerin de yumuşak güce sahip olabileceğini ve bu gücü uluslararası sistem içerisinde kullanabileceklerini iddia etmiştir. Bu iddiayı ise Rusya ve Çin'in üzerine tahlillerde bulunarak somutlaştırmaktadır. Nye'e göre, Amerika'nın yumuşak gücünün çoğu devlet aygıtı tarafından değil sivil toplum tarafından üretiliyor. Çin ve Rusya ise devletin yumuşak gücün ana aracı olduğunu düşünme hatasına düşmektedir. Bu tespite göre Çin ve Rusya'nın ürettikleri yumuşak gücün meşru olarak algılanmamasının en önemli nedenlerinden biri, onların sivil toplum yani devlet dışı aktörleri öteleyerek ağırlıklı olarak resmi devlet politikaları üzerinden bir sonuç almaya çalışmalarıdır (http-6).

Zahran ve Ramos (2010, s. 14) yumuşak güç ve hegemonyanın birbirleriyle benzeştiğini belirtirken, bu olguların her ikisinde de işleyişin; üstünlüğü elde eden grub(lar)a ait bir dizi genel ilke üzerinde oydaşım sağlanması gerekliliği ve aynı

zamanda diğerk ikincil gruplara da belirli ölçüde çıkar edinme şansı tanınmasına bağlı olduğunu vurgulamaktadır.

Yumuşak güç ve hegemonya olgularının kuramsal anlamda birbirleriyle örtüşükleri gibi ayrışıkıkları da birçok nokta bulunmaktadır. Bunlardan en dikkat çekenini ise yumuşak güç yaklaşımı, güç kaynaklarını sert ve yumuşak güç olarak ikiye ayırma eğilimindeyken, hegemonya açısından söz konusu bu güç kaynakları iç içe geçmiştir. Her ne kadar hegemonya kavramının odağında rızaya dayalı uzlaşma stratejisi bulunsa da bu, zorlayıcı güçlerin yok sayılması ya da hiçbir şekilde kullanılmayacağı anlamına gelmemektedir. Hatta uluslararası ilişkiler açısından aktörlerin görünüşte birbirleriyle rıza temelinde uzlaşmaları bile *zorun zırhıyla* korunmaktadır (Angey-Sentuc ve Molho, 2015, s. 12).

Hatırlanacağı üzere tam bir hegemonyanın sağlanabilmesi, sivil toplum (yumuşak güç) ve siyasi toplum (sert güç) entegrasyonu ile oluşan bütünleşik devlet kuramının işlev kazanmasına bağlıdır. Dolayısıyla hegemonya yaklaşımındaki siyasi ve sivil toplum ayrımı tamamen teoriktir. Pratikte ise hegemonyanın sağlanabilmesi için siyasi ve sivil toplumun birbiriyle kaynaşması elzemdir. Örneğın, uluslararası hegemon bir güç kendine tehdit olarak algıladığı karşı hegemon oluşumu bertaraf etmeye yönelik zor kullanma yolunu seçtiğinde; uluslararası STK'lar, aydınlar, medya organları gibi sivil topluma ait araçları kullanarak sert güce başvurma kararını sanki çoğunluğun rızasına dayalıymış gibi göstermektedir (Okur, 2015, s. 148). Bir başka deyişle, hegemonya açısından yumuşak güç, sert güç uygulamalarının yarattığı yıkıcı etkileri optimal seviyede tutmak ve sert gücü uluslararası kamuoyunda aklamak adına araçsallaştırılabilir. Buna karşın Nye (2010, s. 217) sert ve yumuşak gücün bazı konjonktürlerde birbirinin tamamlayıcısı olabileceğini kabul etmiş olsa da esasen *komuta gücü* olarak adlandırdığı sert güce karşı *ortak güç* (başkalarının istediğini şekillendirebilme yeteneği) olarak adlandırdığı yumuşak güce ayrıcalık tanımaktadır.

Yumuşak güç ve hegemonya arasındaki bir diğerk yol ayrımı ise nihai amacına doğru ilerleyen bir aktörün güç kaynaklarını kullanma yoğunluğu ile ilgilidir. Bu noktada iki olgu arasındaki farkı daha iyi betimlemek adına Gramsciyan hegemonyanın bir bileşeni olan *mevzi savaşı* nosyonu ödünç alınıp, bu kavramın uluslararası ölçekte nasıl algılanabileceği izah edilmelidir. Buna göre mevzi savaşı, uluslararası sistemdeki hegemon gücün ideolojik olarak silahlanıp, kendi yaşam ve düşünce biçimini, ahlaki ve evrensel değerlerini, kendi üretim ilişkilerini ve üretim

biçimini meşru kılmak adına güç mücadelesini vereceği alanı ve zamanı tanımlamaktadır (Güler, 2019, s. 16). Mevzi savaşının verileceği alan esas olarak uluslararası sivil toplum düzeyinde olup, bu savaşın verileceği zaman ise hegemon lehine uluslararası toplumun sağduyusunu dönüştürme amacıyla sürekli verilmelidir. Oldukça geniş bir alanda ve kesintisiz şekilde sürdürülen böylesi bir mevzi savaşının kaçınılmaz sonuçlarından biri, hegemon gücün uluslararası sivil toplum tarafından saldırgan bir tutum sergilediği düşünülebileceği gibi salt hegemon gücün çıkarlarına göre dizayn edilmiş ideolojik bir propagandanın güzellemesi yapıyormuş şeklinde algılanmaya da sebep olabilir. Buna karşın yumuşak gücün işleyişi ve uygulamaları ise görece daha düşük yoğunluklu bir çatışmayı temsil etmesinin yanı sıra zaman zaman tek bir hedefe yönelik ve tek bir seferlikte olabilmektedir (Yörük ve Vatikiotis, 2013, s. 2368). Bu noktada hegemonyaya ulaşmanın tutarlı bir stratejisini betimlemek ister istemez hegemonyayı proaktif olmaya zorlarken, Nye'in teorisinin hegemonyanın betimlediği bu netlikten yoksun olması ise yumuşak gücü daha reaktif bir şekle girmeye zorlamaktadır. İlk bakışta yumuşak güç için bir dezavantaj olarak görülen bu reaktif özellik, belirli koşullar altında bir avantaja dönüşebilmektedir. Hegemonyaya ulaşmak için sistematik bir rehberin olması demek, hegemonyanın hareket alanının sert ve sıkı bir kabuk içinde ve bu rehber doğrultusunda sınırlanması anlamına gelmesi demektir. Ancak yumuşak güç ise kendini eksiksiz bir şekilde formüle etme ihtiyacı gütmemektedir. Bu nedenle yumuşak güç, uluslararası sistemdeki değişen koşullara hegemonya olgusuna kıyasla daha hızlı cevaplar üreterek daha esnek bir yapı ihtiva edebilir.

Gramsci'nin hegemonyasında olduğu gibi uluslararası ilişkiler üzerine çalışan Neo-Marksistler, mevcut dünya düzenine hâkim olan Liberal-Kapitalist üretim biçimini benimsemiş egemen ulusların, aynı zamanda uluslararası siyasi sisteme de egemen olmak için birbirleriyle dayanışma göstererek tarihsel blok oluşturduğunu öne sürmektedirler. Neo-Marksistler'e göre hegemonyayı elinde tutan Liberal-Kapitalist tahakküm, uluslararası sistemdeki kolektif çıkarların meşru garantörleri olarak tasvir edilen, ancak aslında egemen ulusların çıkarları ve tercihleri etrafında yönlendirilen uluslarüstü kurumlar aracılığıyla uygulanmaktadır (Cox, 1981; Murphy, 1994; Sklair, 1995). Gallarotti (2011, s. 30)'ye göre Neo-Marksist'lerin uluslararası ilişkilere yönelik böylesi çözümlerinin dayanağı Marx'ın *yanlış idrak* olarak adlandırdığı nosyonda gizlenmektedir.

Yanlış idrak fikri ikincil devlet(ler)in çıkarlarının gerçekte hegemon devlet(ler)in çıkarlarıyla örtüşmediğini öne sürmektedir. Örneğin Neo-Marksistler için Bretton Woods gibi uluslararası kurumlar özellikle gelişmekte olan devletler arasında yanlış idrakin yaratıcıları olarak görülürler. Bu, karşılıklı bağımlılık esasında sürdürülen ekonomik ilişkilerdeki liberal ilkeleri tüm devletler için gerçekten faydalı olarak gören Nye'in bir vizyonundan temel bir kopuşu yansıtmaktadır. Neo-Marksist okumaların aksine daha az gelişmiş devletlerin Liberal-Kapitalist tarzda sosyalleşmesi yanlış idrak değildir. Bu, devletlerin nesnel çıkarlarının gerçek bir kolaylaştırıcısını temsil etmektedir. Gallarotti (2011, s. 30)'ye göre gerçek yanlış idrak, Gramşiyen bir hegemonya anlayışında gözlemlendiği gibi, yalnızca evrensel bir ideolojiyi uluslararası sisteme satmaya yönelik ortak bir çaba, ikincil devlet(ler)e yanlış bir çıkar duygusu aşılacaktır. Böylesi bir hegemonya ikincil devlet(ler)e yönelik ortak bir telkin yoluyla kendini gösteren bir tür zoraki ve dayatılmış kontrol mekanizması oluşturacaktır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde yumuşak güç ve hegemonya kavramları arasındaki en keskin ayrışmanın yaşandığı görülmektedir. Buna göre hegemonya olgusu yumuşak güç olarak nitelendirilemez. Çünkü böyle bir hegemonyada, itaat ve rıza yaratmak liberal olmayan bir yol ile yani ikincil devletleri düşmanca bir manipülasyon ile kandırarak gerçekleşecektir. Dolayısıyla, bu radikal iktidar vizyonunda kesinlikle güçlü bir çıkar çatışması vardır.

Dahası, Neo-Gramşiyen hegemonya kavramı, güç ve kültürel araçlar arasındaki bağı kendi emperyalizmi için güç ve matuf bir ideolojiyi yaymak için kültürel araçlar bağlamına sokarak yumuşak gücün tasvir ettiği kültür tanımlamasıyla da çelişmektedir. Bir başka ifadeyle, hegemonya ile yumuşak güç olgusu aynı gözlemler ile başlar ancak birbiri ile çelişik zıt sonuçlar ile noktalanır (Angey-Sentuc ve Molho, 2015, s. 18). Uzun vadede Gramşiyen hegemonya girişimlerinin ardındaki emperyalist niyetin farkına varıldığında, bu tür radikal hegemonya girişimleri sadece yumuşak güç olarak nitelendirilmemekle kalmadığı gibi, aynı zamanda düşmanca bir beyin yıkama girişiminde bulunan emperyalist ulusların yumuşak gücünü de azaltabilir. Dolayısıyla uluslararası aktörler Neo-Marksist yanlış idrak duygusunun yersiz bir hezeyan olduğunu kavradıklarında sonuç olarak Neo-Gramşiyen hegemonya süreci yumuşak güç yaratmaktan ziyade taviz vermeye başlayabilir (Gallarotti, 2011, s. 30). Nitekim eski doğu bloğu ülkelerinin Neo-Marksist yanlış idrak duygusunu

aşarak birer birer Liberal-Kapitalist dünyaya eklemlenmesi bu duruma verilebilecek en ideal örneklerden biridir.

Neo-Gramşiyen hegemonyanın aksine Nye'in yumuşak güç yaklaşımında ise çoğu zaman yumuşak gücün etkisi emperyalist idealler ile kuşatılmak bir tarafa zaten gerçekleşmesi muhtemel bir eylemi daha da kolaylaştıran bir katalizör görevi üstlenmektedir. Bu tıpkı haşarı bir çocuğa zıplamasını emretmenin güç içermediğini, çünkü zaten çocuğun er ya da geç bunu yapmak isteyeceği gerçeğine dayanmaktadır (Nye, 2004, s. 2). Ek olarak, bir aktörün cazibesinin, dolayısıyla yumuşak gücünün en yoğun etkisini göstermesi, etkiye maruz kalan aktör tarafından güç olarak algılanmadığında görülebilmektedir. Aksi halde, Neo-Gramşiyen hegemonyada yaşandığı gibi etkiye maruz kalan aktör bunu bir çeşit manipülasyon olarak algılayabilir ve “hiçbir ülke, yumuşak güç tarafından bile olsa manipüle edilmeyi sevmez (Nye, 2004, s. 25).” Bu noktada yumuşak güç uygulayıcısı aktör hâlihazırda benimsenme ihtimali yüksek olan argümanlarını çekici bir şekilde çerçevelediği takdirde, hedef aktör onları meşru ve dolayısıyla ikna edici olarak görebilmektedir (Nye, 2011, s. 93).

Neo-Gramşiyen hegemonyanın mevcut uluslararası sistemdeki hegemon güç olan Liberal-Kapitalist hegemonyayı sonlandırmak adına bir karşı hegemonya hareketi olması gerçeğini göz önünde bulundurarak, Neo-Gramşiyen hegemonya mevcut Liberal-Kapitalist hegemonyanın tahakkümünü kırabilmek adına mevcut hegemonun kültürel boyutunu aşındırmayı ve yapıbozuma uğratmayı meşru görmektedir. Liberal-Kapitalist hegemonyanın başat aktörü olan ABD'nin küresel boyutlarda yarattığı deformasyonlar üzerine Harvey (2003, s. 41) tarafından: “ABD tarzı tüketim anlayışına, yaşam biçimlerine, kültürel kalıplara, siyasi ve finansal kurumlara öykünmek; küresel olarak sonsuz sermaye birikimi sürecine katkıda bulunmuştur” ifadesi bu tespiti doğrular niteliktedir. Buna karşın liberal değerlerle kuşatılmış yumuşak güç ise rekabet içinde bulunduğu diğer karşıt görüş ve fikirleri saf dışı bırakmak için onlarla bir çatışmaya girmek yerine kendi görüş ve fikirlerinin daha işlevsel olduğuna dair savlar ortaya atmaya meyillidir. Kısacası, daha iyi bir argümanın zorlamasız gücüne güvenen yumuşak güç olgusunun dinamikleri (Osipova, 2014, s. 59), başkalarının yanlısından ziyade kendi doğrularına daha çok odaklanma eğilimi gösteren bir yaklaşımı temsil etmektedir.

Hegemonya kavramının ve yumuşak gücün benzeşikliğinin irdelendiği bu alt başlığı kısaca özetlemek gerekirse yumuşak güç, hegemonyanın depolitize edilmiş ve daha barışçıl/olumlu bir çağrışıma sahip versiyonu olarak tasvir edilebilir.

2.1.5. Destinasyon Kavramı

Fransızca kökenli bir sözcük olan destinasyon, Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından *varılacak olan yer* şeklinde Türkçeye çevrilmiştir. Destinasyon kavramının turizm disiplini için spesifik tanımı ise “çeşitli turistik değerlere ve özelliklere sahip ve turistlerin seyahati süresince gereksinim duyabileceği turistik ürünlerin tamamını ya da bir kısmını sunabilen bir alan” şeklindedir (Atay, 2003, s. 144-145). Bir başka tanımda ise, “ürün ve hizmet karmasının sunulduğu turistik ortamlar (Kotler, Bowen ve Makens, 1999, s. 678)” olarak tanımlanmaktadır.

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere turizm destinasyonu kavramı, turistik ihtiyaçların tamamını bir bütün halinde karşılayacak ya da bu ihtiyaçlara kısmen de olsa cevap verebilecek herhangi bir yer olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla başlı başına bir kıta, bir ülke ya da sınırları tanımlanmış bir coğrafi bölge turizm destinasyonu olarak görülebileceği gibi bir kurvaziyer gemi ya da bir sanat galerisi de turizm destinasyonu tanımını karşılamaktadır. Bu araştırmada ise Türkiye, ülke ölçeği bazında turistik bir destinasyon olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda, tez başlığında yer alan *ülke imajı* ile kastedilen ve vurgusu yapılmak istenen olgunun, esasen Türkiye'nin destinasyon imajı olduğu varsayılmıştır.

2.1.6. Destinasyon İmajı Kavramı

Destinasyonların turistik ürünleri -istisnaları olmakla beraber- genel anlamda birbirleri ile benzer özneliklere sahiptirler. Dolayısıyla kendisini rakip destinasyonlardan ayırıştırarak rekabet üstünlüğü kazanmak isteyen bir destinasyon için sadece turistik ürünlerini ön plana çıkaran bir pazarlama anlayışı çoğu zaman kaynak israfına yol açabilmektedir. Çünkü diğer rakip destinasyonlar da ağırlıklı olarak eşdeğer turistik ürünlere sahip oldukları için (Akyurt ve Atay, 2009, s. 3) turistler, benzer destinasyonlar arasındaki farkı anlamlandırmak adına başka bir referans kaynağına başvurabilmektedirler. Bu referans kaynağı ise turistlerin destinasyonlara dair önyargılarından doğan bilinçli ya da bilinç dışı kanaatleri ile mümkün olmaktadır. Öyle görünüyor ki, günümüzde destinasyonlar arası rekabet, turistlerin bir destinasyona ilişkin inanç, fikir ve izlenimlerinin toplamı, yani bir destinasyonun turistlerin zihnindeki imajı (Crompton, 1979, s. 18) aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Destinasyon pazarlaması açısından değerlendirildiğinde, destinasyon imajını sadece rekabet üstünlüğü yaratabilen bir enstrüman olarak görmek oldukça indirgemeci ve basit bir çıkarımdır. Destinasyon imajını daha da çekici ve arzu edilir kılan bağlam ise destinasyon özelinde yaşanan kriz durumlarında ortaya çıkmaktadır. Turistlerin kolektif bilinçlerinde oldukça güçlü, olumlu ve ayırt edici bir imaja sahip olan destinasyonun beklenmedik sosyal, siyasi ya da ekonomik krizlere karşı daha fazla direnç gösterebildiği ve söz konusu kriz ile mücadelede güçlü destinasyon imajının sağlam bir müttefik olabileceği ortaya çıkarılmıştır. Böylelikle olası bir kriz öncesinde destinasyon imajını doğru bir şekilde kurgulayan destinasyonlar, destinasyona ait en temel ve güçlü yönleri odaklandıkları için kriz sonrasında destinasyon imajını kriz yönetimi planlarına dahil edebilmektedirler (Ryu, Bordelon ve Pearlman, 2013, s. 183). 2005 yılının sonuna doğru Fransa'nın başkenti Paris şehrinin banliyölerinden ülke geneline yayılan ve iki hafta süren huzursuzluk dalgası bu duruma güzel bir örnek teşkil edebilir. Bu huzursuzluğun giderek büyümesiyle ülke genelinde yaşanan ayaklanmaların yoğunluğu o kadar yüksekti ki ülkede olağanüstü hal ilan edilmek zorunda kalınmıştır. Bu olaylar daha sonraki yıllarda kendini tekrar etse de, Paris'e doğru gerçekleşen uluslararası turizm akışlarını neredeyse hiç etkilememiştir. Paris'in çok kültürlülük, hoşgörü ve yaratıcılık üzerine inşa edilmiş güçlü ve olumlu destinasyon imajı, potansiyel turistlerin Fransa'ya ve daha spesifik olarak Paris'e seyahat etme noktasındaki riskleri görmezden gelmelerine neden olmuştur (Matlovičová ve Kolesárová, 2012, s. 6).

Örnekten de anlaşılacağı üzere, postmodern kehanetlerin öngörüsünü haklı çıkaracak bir biçimde, turistlerin Paris şehri ile ilgili zihin kıvrımlarında yarattıkları sanal imaj, var olanı yansıtan gerçekliğin bile önüne geçmiştir. Destinasyona yönelik soyut imajlar, destinasyonun somut kimliğinin yerini alacak kadar güçlü olabilmektedirler.

Destinasyon imajı yukarıdaki paragraflarda belirtildiği gibi sadece destinasyonun bizzat kendisini değil, destinasyonu ziyaret eden turistlerin tutum, duygu, beklenti ve davranışları üzerinde de önemli roller üstlenmektedir. Destinasyon imajı, seyahat öncesinde turistlerin destinasyon seçimine karar verme sürecini etkiler, seyahat esnasında turistlerin ziyaret ettikleri destinasyona dair yerinde deneyimleri sonucunda destinasyona yönelik memnuniyet düzeylerini değerlendirmelerine olanak tanır ve seyahat sonrasında ise destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme isteği ya da

başkalarına tavsiye etme isteği gibi davranışsal niyetleri şekillendirmektedir (Chen ve Tsai, 2007, s. 1115).

Konu üzerine yapılan araştırmaların bir çoğu göstermektedir ki, özellikle destinasyonu ilk defa ziyaret edecek turistler ve potansiyel turistler, seyahat etmeyi düşündükleri destinasyonu ilk elden deneyimlemedikleri için söz konusu destinasyon hakkında neredeyse hiçbir fikre sahip değillerdir. Böylesi bir koşul altında destinasyon seçimine karar vermeye çalışan turistler, bu süreçte destinasyon imajı gibi dışsal ipuçlarına, kendilerine ait olan içsel sosyo-demografik faktörlere kıyasla daha çok güvenebilmektedirler (San Martín ve Del Bosque, 2008; Lee, Cai ve O’Leary, 2006; Mayo, 1975). Bu aşamada turistler, ilgili destinasyona yönelik bir ön imaj oluşturmak için ihtiyaç duyduğu verileri çeşitli mecralardan derlemeye başlamaktadır. Beerli ve Martín (2004, s. 660)’e göre bu mecralar, bilgi kaynakları ve kişisel faktörler olarak tanımlanmıştır. Bilgi kaynakları açısından değerlendirildiğinde turistler, organik (arkadaş ve akraba çevresinin destinasyon hakkındaki bilgi ve deneyimlerine başvurmak), uyarılmış (tur operatörleri ya da seyahat acentelerinin destinasyona yönelik pazarlama materyallerine maruz kalmak) ve özerk (destinasyon hakkında haber, belgesel, film, televizyon programları, sosyal medya vb. kitle iletişim araçlarında yayınlanan içerikleri takip etmek) ikincil bilgi kaynaklarından yararlanarak, seyahat etmeyi düşündükleri destinasyon ile ilgili kaba bir destinasyon imajı örüntüsü elde etmektedirler.

Pan, Rasouli ve Timmermans (2021, s. 1) yaptıkları araştırmada sosyal ağ üyelerinin herhangi bir destinasyona dair imajlarının, turistlerin destinasyona yönelik mevcut bilgilerini güncelleyerek revize etmelerine izin verdiğini ve böylelikle destinasyon seçimi davranışlarının şekillendiğini ortaya koymuştur. Turistler, ilgili destinasyona yönelik önceden bir imaj geliştirmiş olsun ya da olmasın, sosyal ağ üyeleri tarafından benimsenen destinasyon imajı her neyse o imajı benimseme eğilimindedir. Bu araştırmanın bulgularına göre sosyal medya gibi bilgi kaynakları üzerinden edinilen organik ya da özerk nitelikli veriler, turistlerin ilgili destinasyon imajını nasıl algılayıp değerlendirdiklerine bağlı olarak destinasyon seçimi üzerinde etkili olabilmektedirler.

Seyahat öncesi destinasyon imajı oluşumu üzerinde yordama yeteneği bulunan bir diğer etken ise turistlere özgü kişisel faktörlerdir. Kişisel faktörler, içsel belirleyicileri yani turistlerin sosyo-demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, eğitim

düzeıı, aile yaşam döngüsü, sosyal sınıf, ikamet yeri vb.) kapsayabileceği gibi, onların psikolojik niteliktekilerini (motivasyonlar, değerler, kişilik, yaşam tarzı vb.) de içerebilmektedir. Bir birey olarak turistlerin kendi çevrelerini algılamaları ve bu algılama sonucu çevreye yönelik zihinlerinde oluşan imaj, turiste özđü kişisel faktörler ile doğrudan bağlantılıdır. Dolayısıyla destinasyon imajı, destinasyon tarafından yansıtılan imaj ile turistin kişisel faktörlerinin ne düzeyde bağdaştığı ve tutarlılık gösterdiğini ifade etmektedir. Turist, herhangi bir destinasyonla ilgili kendi zihinsel resimlerini bu şekilde oluşturmaktadır. Burada resim ile kastedilen ise turistin ilgili destinasyona dair biricik ve benzersiz öznel algılayış biçiminden doğan destinasyon imajının bizatihi kendisidir (Beerli ve Martín 2004, s. 663-664).

Seyahat esnasında ise artık turist-destinasyon teması gerçekteşmiş ve turistler, destinasyondaki turistik ürün ve hizmetleri (cazibe merkezleri, konaklama, ulaşım, destinasyonun manzarası, plajlar, vb.) doğrudan deneyimleyebilecekleri bu süre boyunca destinasyonu tüketmeye başlamışlardır (Buhalis, 2000, s. 99). Dolayısıyla bir destinasyonun gerçekte imajı bu deneyim ve tüketim sürecinden sonra daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu noktada destinasyon imajı, seyahat memnuniyeti üzerinde önemli bir yordayıcı olarak kilit bir rol üstlenmektedir. Destinasyon imajı üzerinden seyahat memnuniyetini açıklayabilmek için ise genellikle iki farklı yöntem başvurulmaktadır. Bunlardan ilki, turistin destinasyona seyahat etmeden önce kurgusal bir şekilde zihninde oluşturduğu destinasyon imajına atıf yapmaktadır. Turistin seyahati öncesinde oluşturduğu bu kurgusal destinasyon imajı, turistin destinasyon tarafından doyuma ulaştırılacağını düşündüğu bir dizi beklentiye karşılık gelmektedir. Dolayısıyla seyahat öncesi destinasyon imajı (beklenti) ile seyahat esnasında deneyimlenen destinasyon imajı (algılanan) arasındaki karşılaştırmaya dayalı olarak turistin seyahat memnuniyeti düzeyi belirlenebilmektedir (Güçlü ve Yılmaz, 2020; Wang ve Davidson, 2010; Coshall, 2000; Chon, 1987). Örneğin, turistin seyahat öncesi destinasyon imajı olumsuz, ancak seyahat esnasında edindiği destinasyon imajı olumlu ise bu senaryoda turistin seyahatinden yüksek düzeyde memnuniyet duyması muhtemeldir. Çünkü algılanan destinasyon imajı beklenen destinasyon imajından daha iyi bir performans göstermiştir. Bu senaryonun tam tersi söz konusu olduğunda, yani beklentinin yüksek olup algılanan destinasyon imajının ise çok düşük olması durumunda, turist kendisini oldukça yoğun hayal kırıklığına uğramış hissedecektir.

Şüphesiz bu süreçler sonunda açığa çıkan memnuniyet veya memnuniyetsizlik yargısı, turistin destinasyon imajını da pekiştirecektir (Güçlü ve Yılmaz, 2020, s. 177).

Seyahat memnuniyetinin destinasyon imajı üzerinden açıklanmasına olanak tanıyan bir diğer yöntem ise seyahat öncesi destinasyon imajını göz ardı ederek, doğrudan doğruya seyahat esnasında destinasyon performansına bağlı olarak oluşan destinasyon imajının memnuniyet üzerine etkisini araştırmaktır (Aliedan, Sobaih ve Elshaer, 2021; Puh, 2014; Prayag, 2009). Bu yöntem aracılığıyla destinasyon imajının sadece seyahat memnuniyetini değil, seyahat sonrasındaki turist davranışlarını da koşullandırabildiği de görülmektedir. Nitekim Chi ve Qu (2008, s. 632) tarafından yapılan araştırmanın bulgularına göre destinasyon imajı, turist/seyahat memnuniyeti üzerinde olumlu bir etki göstermiştir. Buna göre turistin herhangi bir destinasyon ile ilgili sahip olduğu genel imaj algısındaki bir gelişme, onun destinasyon hakkında olumlu bir değerlendirme yapma eğilimini artıracaktır. Bu ise turistin söz konusu destinasyona gelecekte geri dönme ve destinasyonu başkalarına tavsiye etme niyeti gibi destinasyon sadakati göstergeleri olan davranışsal niyetlerinde de artışa yol açacaktır. Bununla birlikte, bir destinasyonla ilgili olumlu bir destinasyon imajı algısının ve onun sonucunda ortaya çıkan seyahat memnuniyetinin tekrar ziyaret etme niyetini mutlak bir şekilde garanti ettiğini söylemek hatalı bir çıkarımdır. Çünkü turistlerin yeni deneyimler aramaya olan hevesleri aynı zamanda bu turistleri sıklıkla yeni ve farklı destinasyonlar aramaya iten motivasyon kaynakları da olabilmektedir (Greaves ve Skinner, 2010, s. 493).

Destinasyon imajının gerek turistler gerekse destinasyonlar üzerinde birçok açıdan kilit ve etkili bir faktör olduğu ayrıntılarıyla açıklanabilir olmasına rağmen, onun bütün yönlerine ışık tutulmuş kesin bir tanımını yapmak mümkün değildir. Çizelge 2’de destinasyon imajının farklı araştırmacılarca farklı yönlerine vurgu yapan tanımları yer almaktadır (Atasoy, 2020, s. 58).

Çizelge 2. Destinasyon İmajı Tanımları

Yazar(lar)	Yıl	Tanım
Hunt	1971	Hunt 1971 Kişinin veya kişilerin ikamet etmedikleri bir yer ile ilgili sahip oldukları izlenimler
Markin	1974	Bildiklerimiz hakkında kendi kişiselleştirilmiş, içselleştirilmiş ve kavramsallaştırıcı anlayışımız.
Hunt	1975	Potansiyel ziyaretçilerin bir bölge hakkındaki algıları.
Crompton	1977	Bir destinasyonun bilişsel bir sistemde organize temsili.
Lawson ve Bond-Bovy	1977	Kişinin belirli bir nesne veya yer hakkında sahip olduğu bilgi, izlenim, önyargı, hayal gücü ve duygusal düşüncenin ifadesi.
Crompton	1979	Kişilerin bir yer ile ilişkilendirdikleri izlenim, fikir ve inançların toplamı.
Dichter	1985	Bir ürüne veya mekâna ait özelliklerden ziyade başkalarının zihinlerinde o ürün veya mekânın toplam izlenimi ve varlığı.
Reynold	1985	Bir bilgi yığını içinden seçilen birkaç izlenime dayanan zihinsel yapının oluşturulması.
Gartner	1986	Turistlerin ve satıcıların, bir destinasyonda bulunan faaliyetlerin veya ilginç yerlerin niteliklerine ilişkin algısı.
Phelps	1986	Bir yerin algılanması veya izlenimi.
Gartner ve Hunt	1987	Bir insanın ikamet etmediği bir yer hakkında sahip olduğu izlenimler
Gartner	1989	Çeşitli ürünlerin ve ilişkili özelliklerin karmaşık bir kombinasyonu.
Calantone vd.	1989	Potansiyel turistik yerlerin algılanması.
Embacher ve Buttle	1989	İncelenen destinasyonun bireysel veya toplu olarak ele alındığı fikirler veya kavramlar.
Reilly	1990	Bir yerin başkalarının zihinlerinde yarattığı toplam izlenim.
Um ve Crompton	1990	Bütünsel bir yapı.
Bojanic	1991	Kişinin veya kişilerin ikamet etmedikleri bir ülke hakkında sahip oldukları izlenimler.
Dadgostar ve Isotalo	1992	Bireyin belirli bir destinasyon yerinden edindiği genel izlenim veya tutum.
Ross	1993	Bir kişinin bir destinasyon noktasıyla ilgili inançlarının, fikirlerinin ve izlenimlerinin toplamı.
Kotler vd.	1994	Bireyin sahip olduğu inançların, fikirlerin ve izlenimlerin toplamı.
Santos Arrebola	1994	Bir ürünün özellikleri ve yararlarının zihinsel bir temsili.
Parenteau	1995	Ürün veya destinasyon ile ilgili sahip olunan olumlu veya olumsuz önyargı.
Milman ve Pizam	1995	Turizm deneyimini oluşturan bireysel unsurların veya özelliklerin toplamı.
Bramwell ve Rawding	1996	İnsanların düşüncelerinde olan bir yere ait fikir ve izlenimler.
MacKay ve Fesenmaier	1997	Zaman içinde çeşitli kaynaklardan gelen bilgi işlemeye dayanan, içsel olarak kabul edilmiş bir zihinsel yapı ile sonuçlanan inanç ve izlenimlerin bir derlemesi.
Walmsley ve Young	1998	Turizm destinasyonları arasında ayırım yapmak için kullanılabilecek ortak bir değerlendirme yapısı veya şeması.
Choi, Chan ve Wu	1999	İnsanların bir yer hakkındaki inançları, fikirleri veya izlenimleri.
Sussmann ve Unel	1999	Olumlu ya da olumsuz bir imajla sonuçlanacak tutumlarla dikte edilen kompozit algıların sonucu.
Coshall	2000	Bireyin destinasyonun özellikleri hakkındaki algıları.
Day, Skidmore ve Koller	2002	İnsanların bir yer hakkındaki inançlarının, fikirlerinin ve izlenimlerinin toplamı.
Sönmez ve Sırakaya	2002	Bir grubun üyeleri tarafından ortaklaşa kabul edilen ve temel bir tutum ve yönelimin sembolik bir zihinsel anlayışı.

Çizelge 2’de bahsedilen tanımların her biri destinasyon imajının belirli bir yönünü açıklayabilmektedir. Örneğin Gartner, destinasyonun var olan ve yeterliliği ölçülebilen niteliklerinden yola çıkarak destinasyon imajını tanımlarken; Crompton ise destinasyon imajını; var olan ve ölçülebilen destinasyon niteliklerinin hakkında turistin hissettiği duygular olarak tanımlamaktadır (Taşçı, Gartner ve Çavuşgil, 2007, s. 199).

Jenkins (1999, s. 1)’e göre destinasyon imajının eksiksiz bir tanımının yapılamamasının en önemli nedeni ise destinasyon imajının birden çok ve farklı bağlamlarda kullanılmasından ileri gelmektedir. Buna göre destinasyon pazarlaması amacıyla turizm aktörleri tarafından yansıtılan destinasyon imajı, daha geniş turist kitleleri tarafından algılanan destinasyon imajı ve tekil anlamda her bir turist tarafından yaratılan destinasyon imajı birbirleri ile çoğu zaman uyum gösterememektedir. Farklı turizm paydaşlarını merkeze alıp, onlara özgün destinasyon imajı tanımlamalarının yapılması ise kaçınılmaz olarak destinasyon imajı fenomenini daha girift bir şekil almaya zorlamaktadır.

2.1.7. Destinasyon İmajının Bileşenleri

Destinasyon imajı üzerine turist algılarını irdeleyen çalışmalarda; turistlerin destinasyona dair farkındalıkları, istekleri ve eylemleri dikkate alınarak teoriler geliştirilmiştir. Bu çalışmaların sonucunda ortaya çıkan ortak örüntü ise destinasyon imajının sıklıkla, bilişsel imaj ve duygusal imaj olmak üzere iki bileşenli bir yapı olarak kavramsallaştırılmasıdır (Beerli ve Martín 2004; Baloğlu ve McCleary 1999). Destinasyon imajının bilişsel boyutu, turistlerin bir destinasyon hakkında kendi olanaklarıyla ya da dış uyaranlar aracılığıyla edindiği bilgiler tarafından ürettiği bilgi, inanç ve düşüncelerin toplamıdır. Destinasyon imajının bir diğer boyutu olan duygusal imaj ise turistin bir destinasyona karşı olan duygusal yakınlık seviyesini ifade etmektedir. İmajın bilişsel ve duygusal bileşenleri birbiriyle doğrusal yönde ilişki içerisindedir. Bir başka deyişle duygusal imaj bilişsel imajın ardılı olup, duygusal imajın oluşması için öncelikle bilişsel imajın açığa çıkması gerekmektedir. Turistin zihninde konumlanan bilişsel ve duygusal bileşenlerin birleştirilmesiyle meydana gelen destinasyonun genel imajı ise söz konusu destinasyonun bir bütün olarak olumlu ya da olumsuz şekilde algılanmasına sağlamaktadır (Beerli ve Martin, 2004, s. 624).

Görölmektedir ki, turizm disiplini özeindeki ana akım araştırmalar, destinasyon imajının bileşenlerini ağırlıklı olarak bilişsel imaj ve duygusal imaj şeklinde tanımlamışlardır. Buna karşı bazı turizm araştırmacıları tarafından bilişsel ve duygusal destinasyon imajı bileşenleri temel alınarak, bir turistin destinasyona dair davranış kalıplarını ortaya koyan davranışsal imaj adlı bir başka olgu da destinasyon imajı bileşeni olarak kategorize edilmiştir (Pike ve Ryan 2004, s. 333). Davranışsal imaj bileşeninin çıktıları ise turistin ziyaret ettiği bir destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimini, ziyaret ettiği destinasyonu diğer insanlara tavsiye etmeye olan istekliliğini veya ağızdan ağza destinasyon ile ilgili tecrübelerini kendi çevresine yayma güdüsünü içermektedir (Güçlü ve Yılmaz, 2020, s. 175).

Destinasyon imajının bilişsel ve duygusal bileşenlerine ait her bir özelliğin ayrı ayrı değil, topyekün olarak seyahat memnuniyeti ve onun ardılları olan davranışsal niyetler ya da turist sadakati üzerinde yarattığı doğrusal etkileri incelemek oldukça tercih edilmektedir. Nitekim konu üzerine yapılan araştırmaların birçoğunda tercih edilen analiz yönteminin yapısal eşitlik modellemesi (Phi, Ngo, Phuong ve Linh, 2022; Ghazi ve Ammar, 2018; Artuger ve Cetinsöz, 2017; Hallmann, Zehrer ve Müller, 2015; Chew ve Jahari, 2014; Chi ve Qu, 2008) ve regresyon analizi (Dibiku ve Singh, 2019; Başaran, 2016) olması bu tespiti destekler niteliktedir.

Böylesi araştırmalar destinasyon imajının genel portresine dair fikir vermekte başarılıdırlar. Ancak, spesifik anlamda hangi bilişsel ya da duygusal özelliklerde iyileştirme yapılmalı ki, turistin seyahat memnuniyeti artış gösterebilir? Hangi bilişsel ya da duygusal özellikler turist sadakati üzerinde göz ardı edilecek kadar önemsizdir? Performansı arttırılmadığı takdirde destinasyon imajına ve doğal olarak destinasyonun rekabetçiliğine zarar verecek en öncelikli iyileştirme yapılması gereken bilişsel ya da duygusal özellikler nelerdir? gibi asimetrik soruların cevaplarını bulmak için destinasyon imajının bileşenlerini farklı bir bağlamda tekrar ele almak gerekmektedir. Destinasyonun bilişsel ya da duygusal imaj özelliklerini atomize edip ayrı ayrı değerlendiren ve belirli özelliklerin düşük ya da yüksek performans göstermeleri halinde tüketici memnuniyetini ne düzeyde etkileyeceğini öngörmeye çalışan müşteri memnuniyetinin üç faktör teorisi farklı bağlam arayışına çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Teori, bilişsel ya da duygusal imaj özelliklerini ayrı ayrı değerlendirebileceği gibi bu özellikleri 3 farklı şekilde de sınıflandırabilmektedir. Bu

sınıflandırma heyecan, temel ve performans faktörleri şeklindedir (Davras, 2019, s. 176-178).

Heyecan faktörü, yokluğu durumunda memnuniyet kaybına yol açmayıp, var olduklarında ise turistlerin tatil deneyimlerine beklenenin ötesinde olumlu bir değer katarak turistlerin seyahat memnuniyetine en çok fayda sağlayan destinasyon özellikleridir. Temel faktör, turistlerin temel ihtiyaçlarını yansıtır ve bu ihtiyaçların giderilememesi durumunda seyahat memnuniyetsizliğinden en çok sorumlu olan destinasyon özellikleridir. Temel ve heyecan faktörlerinin asimetrik yapılarına karşın performans faktörü, hem memnuniyetsizliğe hem de memnuniyete eşit olarak katkıda bulunan yani simetrik bir nitelik taşıyan destinasyon özellikleridir (Zhang ve Cole, 2016, s. 14).

Heyecan faktörü daha geniş bir kapsamda değerlendirildiğinde turist, destinasyon tarafından sağlanan boş zaman aktivite olanaklarını düşük olarak algıladığında, memnuniyet düzeyi kayda değer bir düşüş yaşamayacaktır. Ancak aynı özellikten yüksek düzeyde haz aldıysa bu durum seyahat memnuniyetini ve dolayısıyla tekrar ziyaret etme niyetini oldukça artırmaktadır. Çünkü turist için boş zaman aktivite olanakları göz ardı edilebilecek kadar önemsiz bir bilişsel destinasyon özelliğidir. Dolayısıyla bu özellik destinasyonun turistik arz kaynakları tarafından karşılamasa (ceza) bile turistte herhangi bir seyahat memnuniyetsizliği oluşmayacaktır. Ancak bu özelliğin destinasyon tarafından sunulabilmesi (ödül) turistlerin gözünde beklenmeyen güzel bir sürpriz olarak değerlendirileceği için yüksek seyahat memnuniyet yaratma potansiyeli taşımaktadır (Schofield, Coromina, Camprubi ve Kim, 2020, s. 6). Bir başka deyişle, ödül cezayı önemli ölçüde aşarsa, ilgili özellik heyecan faktörü olarak kabul edilmektedir.

Temel faktörler, yüksek düzeyde performans göstermelerine rağmen turistlerin seyahat memnuniyetini geliştiremeyen özellikleri tanımlamaktadırlar. Çünkü turistlerin gözünde bu özellikler, destinasyondaki turizm aktörlerinde “zaten olması gereken” ana özellikler olarak algılanmaktadır. Örneğin bilişsel imajın turistik tesisler alt boyutuna işaret eden özelliklerden olan ve bir turistik tesiste asgari düzeyde de olsa bulunması gereken yiyecek ve içecek kalitesi, turizm personelinin yetkinliği ve genel temizlik gibi özellikler ne kadar yüksek bir performans gösterirse gösterebilirler (ödül) seyahat memnuniyetine yapacağı katkıları sınırlıdır. Buna karşın bu temel özelliklerde

algılanacak düşük performans (ceza) ise turistin seyahatine dair memnuniyetsizliğini oldukça arttırmaktadırlar (Albayrak ve Caber, 2015, s. 48). Bir başka deyişle, ödenecek ceza alınacak ödül önemli ölçüde aşarsa, ilgili özellik temel faktör olarak kabul edilmektedir.

Performans faktörü ise bilişsel ya da duygusal destinasyon özelliklerinin turistler tarafından olumlu algılanırlarsa (ödül) seyahat memnuniyetini artıracığı, olumsuz algılanırlarsa (ceza) memnuniyetsizlikle sonuçlanacağını belirten ve doğal olarak simetrik bir görüntü çizen faktördür. Bilişsel imajın uyaranlarına karşı turistlerin zihnindeki psikolojik bir tepkiyi yansıtan duygusal imaj özellikleri (destinasyonu heyecan verici, rahatlatıcı, memnuniyet verici bulmak gibi) seyahat memnuniyeti üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etki bırakabilmektedir (Schofield, Coromina, Camprubi ve Kim, 2020, s. 6). Bir başka deyişle, ödül ve cezanın eşit olması durumunda, ilgili özellik performans faktörü olarak kabul edilmektedir.

Öyle görünüyor ki, destinasyon imajının bilişsel ve duygusal bileşenleri sadece turist memnuniyeti ya da buna bağlı olarak turistlerin davranışsal niyetlerini okumaya yardımcı olmakla sınırlı değildir. Destinasyon imajının bilişsel ve duygusal bileşenleri, müşteri memnuniyetinin üç faktör teorisi gibi görece farklı bağlamlara entegre edildiğinde, destinasyon ve/veya destinasyondaki turizm aktörlerinin etkin kaynak yönetimine de yardımcı olmaktadır. Kurgusal bir örnek vermek gerekirse, bir konaklama işletmesi ele alındığında, bu işletmenin temel faktörlerinin yani sahip olması gereken ana hizmet kalemlerinin yüzme havuzu, animasyon aktiviteleri ve otel odası dekorasyonları gibi özellikler olduğu varsayalım. Şayet bahsi geçen temel faktörler turistler için ideal düzeyde kullanışlı olarak kabul ediliyorsa, bu özellikleri daha da iyileştirmek için fazladan zaman, enerji ve maddi kaynak ayırmak gereksiz olacaktır. Çünkü temel faktörler kapsamındaki özelliklerde yapılacak restorasyon girişimlerinin turist memnuniyetini arttırmak açısından dikkate değer bir sonuç vermesi beklenmemektedir.

2.2. İlgili Araştırmalar

Bu araştırmanın temel çıkış noktası, destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki üzerinde yumuşak güç kaynaklarının düzenleyici etkisinin olup olmadığının tespit edilmesidir. Ancak, destinasyon imajı ile Türkiye'yi

tekrar ziyaret etme niyeti arasında yumuşak gücün düzenleyici değişken olduğu bir araştırmaya alanyazın taraması sonucunda rastlanılmamıştır. Bununla birlikte yumuşak gücün turizm ile ilişkisini özellikle bir regresyon modeline yerleştirerek irdeleyen oldukça sınırlı sayıda araştırmaya erişilmiştir.

Singh ve MacDonald (2017, s. 51) çeşitli yumuşak güç kaynaklarının (internet penetrasyon oranı, politik haklar, bireysel özgürlükler, angaje ülke sayıları, kültürel sıralama vb.) bir ülkeye olan yabancı turist akışına olan etkisini regresyon modelleri aracılığıyla incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre politik haklar ve özgürlükler gibi demokrasi çağrışımlı kavramların teorik düzeyde önemli olduğu bulgusuna erişilmiştir. Ülkelerin demokrasiye olan bağlılık düzeyleri yumuşak gücün teorik çerçevesi açısından önemlidir. Buna karşın araştırma sonucuna göre demokrasi değişkenlerine işaret eden katsayılar oldukça düşüktür. Bu da demokrasinin turistler için önemli olduğunu, ancak yalnızca marjinal anlamda dikkate değer bulunduğuna işaret eder. Dünyada sıklıkla ziyaret edilen turistik destinasyonların çoğunun demokratik ülkelerde bulunmaması da bu duruma örnek olarak gösterilmiştir. Buna karşın bir ülkedeki internet penetrasyon oranı arttıkça yabancı turist akışları üzerinde oldukça etkili bir yumuşak güç kaynağı olarak görülmektedir. Ziyaret edilen ülkenin yerli vatandaşlarının yüksek internet penetrasyonuna sahip olması, kendi ülkelerinin hikâyesini sosyal medya araçları üzerinden yabancı ülke vatandaşlarına aktarmalarına olanak tanımaktadır. Bu açıdan internet penetrasyon oranı, ülke vatandaşlarını küresel internet ağına dâhil ederek bir çeşit vatandaş diplomasisi görevi üstlenilmesine yardımcı olmaktadır. Bu yol ile yerli vatandaşların kendi ülkelerinin yumuşak gücünü uluslararası dolaşıma sokması da yabancı vatandaşların dikkatini cezbedebilmektedir. Bu açıdan vatandaş diplomasisi de ülkeye yabancı turistleri çekebilmek adına oldukça kullanışlı bir araçtır. Genel anlamda bu araştırmanın ortaya koyduğu bulgular; yabancı turistlerin, refah düzeyi yüksek ve kültürel açıdan zengin kaynaklara sahip olan destinasyonları ziyaret etme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Odağına yumuşak gücü olan bir diğer regresyon modeli araştırmada ise yumuşak güç aracılığıyla bir ülkeye ait yerel kültürel öğelerin dünya çapında benimsenme düzeyi incelenmiştir. Araştırmanın amacı yerel kültürel ürünlerin küresel pazarlarda da tüketilebileceğini ispat etmektir. Bu amaçla, Brezilya'nın kültürel öğeleri hakkında 478 Portekizli katılımcı ile anket yapılmış ve yumuşak gücün kültürel ürünlerin uluslararasılaşmasına katkı sağladığı gibi, böylesi kültürel ürünlere sahip

olan ülkeyi de cezbedici bir hale getirdiği raporlanmıştır (Rabêlo Neto, Sousa-Filho, Leocádio ve Nascimento, 2020, s. 335). Bu araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak, yerel kültürel ürünlerini dünya pazarına açan ve sahip olduğu yumuşak güç kaynakları ile keşfedilmeye değer bir turistik destinasyon izlenimi çizen bir ülkenin yabancı turistler tarafından tekrar ve tekrar ziyaret edilmesi oldukça doğal karşılanması gereken bir durumdur.

Bunlara ek olarak, yumuşak güç ile hem kaynakları hem de sonuçları açısından önemli benzerlikler gösteren ülke imajı ve ulus markalama gibi olgulara yönelik gerçekleştirilen ampirik araştırmaların sonuçları, yumuşak gücün bir analiz kategorisi olarak kullanıldığında olası sonuçlarıyla ilgili öngörülerde bulunmaya olanak tanımaktadır. Nitekim Chen (2012, s. 755); “yumuşak gücü temsil etmesi için tek bir olgu seçmek gerekseydi, bu kavram birçok uluslararası halkla ilişkiler araştırmacısı tarafından ülke imajı olarak tercih edilirdi” demiştir. Benzer bir şekilde Jaffe ve Nebenzahl (2006, s. 14)’de ulus markalamayı; “duygusal nitelikler etrafında inşa edilmiş, çeşitli durumlarda izleyiciler tarafından sözlü ve görsel olarak sembolize edilebilir ve anlaşılabilir net, basit, ayırt edici bir fikir yaratmak” olarak tanımlamışlardır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere ulus markalama, askeri veya ekonomik kaynaklarla ilgili olan sert gücün aksine, yumuşak bir güç biçimi olarak nitelendirilmiştir (Aronczyk, 2013, s. 16). Öyle görülüyor ki, ülke imajı ve ulus markalama kavramları, yumuşak gücün ikameleri olarak turizm olayı ve turist davranışları üzerinde etkili olabilmektedirler. Örneğin Zhang, Wu ve Buhalis (2018, s. 326)’in araştırma bulgularına göre ülke imajı, hatırlanabilir turistik deneyimlerin aracılık etkisi üzerinden destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetini dolaylı olarak etkilemektedir. Benzer araştırma sonuçları Soonsan ve Sukahbot (2019, s.1) çalışmasında da raporlanmıştır. Buna göre ülke imajı, destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetini doğrudan etkilemezken, destinasyon imajı ve genel memnuniyet yoluyla tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde dolaylı bir etki bırakmaktadır. Yadav, Paul ve Mittal (2023, s. 28) ulus markalama üzerine gerçekleştirdikleri araştırmada bir ülkenin küresel itibarını artırmada ulus markalama deneyiminin rolünü incelemişlerdir. Bu amaçla Hindistan'daki yabancı turistlerden toplanan 334 anket verisi analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçları, yabancı turistlerin ziyaret ettikleri ülkedeki deneyimlerinin, o ülke için marka sevgisini önemli ölçüde artırdığını ve ülkeyi tekrara ziyaret etme niyetine olumlu anlamda katkı sağladığını göstermiştir.

Kısaca özetlemek gerekirse, yumuşak gücün bir ülkeyi ziyaret eden turistlerin davranışsal tutumları üzerinde belirleyici bir faktör olduğu ve destinasyon imajının tamamlayıcısı olduğu varsayılabilir. Konuya ilişkin teori ve alanyazın bulgularına dayanarak önerilen hipotez ise;

H1: Genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç unsurlarının anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde; araştırmanın kuramsal modeli, evren ve örnekleme, araştırma verilerini elde etmek için kullanılan veri toplama araçları, verilerin toplanma süreci ve araştırma kapsamında toplanan veriler üzerinde hangi analiz tekniklerinin ne amaçla kullanıldığı gerekçeleri ile birlikte açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Pozitivist yaklaşıma göre fiziksel dünyayı yöneten kanunlar olduğu gibi sosyal düzeni ve sosyal bilimler alanını yöneten kanunlar da vardır. Sosyal bilimler de gözlemlenmesi ve ölçülmesi mümkün olgulardan ibarettir. Tıpkı fiziksel dünyadaki olgularda olduğu gibi sosyal bilimlerdeki kavramlarda birbirleriyle ilişkilidir. Kavramlar arası bu ilişkilerden yola çıkarak kuram ve yasalar oluşturulabilir, deney ve gözlem yoluyla kavramların bu kuram ve yasalara göre hareket edip etmediği sınanabilir. Ağırlıklı olarak soyut özellikler taşıyan sosyal bilimler alanındaki kavramları belirli bir yöntem yardımıyla ölçülebilir hale getirmek, kavramları değişken düzeyine indirmek ve sonrasında değişkenlere dönüştürülen bu kavramların birbirleriyle ilişkilerini anlamak mümkündür (Şavran, 2012, s. 67). Bu durumu mümkün kılan yöntem ise nicel araştırma yöntemidir.

Bu araştırma modeline konu olan kavramların dinamikleri ve birbirleriyle ilişkileri hakkında bilgi edinmek amacıyla toplanan sayısal veriler; formal, tarafsız ve sistematik bir süreçle (Burns ve Grove, 1993, s. 8), yani nicel araştırma yöntemleri ilkelerine uygun olarak yürütülmüştür. Bu süreç, pozitivist bilim anlayışının bir yansıması ve araştırmanın A'dan Z'ye kadar nesnel kriterleri göz önünde bulundurarak gerçekleştirildiğini ima etmektedir (Sönmez ve Alacapınar, 2013, s. 40-41).

Daha spesifik olarak bu araştırma, genel destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki yordayıcı etkisini ve bu yordayıcı etkide yumuşak güç

unsurlarının moderatör rolünü test etmeyi amaçlayan yordayıcı korelasyonel bir araştırma desenine sahiptir. Genel anlamda korelasyonel araştırmalar, iki veya daha fazla değişkenin ölçümünü ve aralarındaki ilişkinin değerlendirilmesiyken, yordayıcı korelasyonel araştırmalar (Stangor, 2011, s. 16), modelde yer alan bağımsız değişken(ler)den yola çıkarak bağımlı değişkenin yordanmaya çalışıldığı araştırma desenleridir.

Her sonucun bir ya da birden çok nedene bağlı olarak açıklanabileceğini ifade eden nedensellik kıstası bağlamında, değişkenleri; bağımlı ve bağımsız değişkenler olarak kategorize etmek mümkündür. Bağımsız değişken(ler), araştırmacılar tarafından değiştirilebilen ve araştırmanın bağımlı değişkenini etkileyerek, onun belirleyicisi olan değişkendir. Daha yalın bir anlatımla bağımsız değişkenler bağımlı değişkende meydana gelen değişimlerin tamamının ya da bir kısmının nedenidir. Dolayısıyla bağımlı değişken(ler)in bir şeye verilen tepki veya sonuç, bağımsız değişken(ler)in ise bir şeyin öncülü ve nedeni olduğu çıkarımında bulunmak mümkündür.

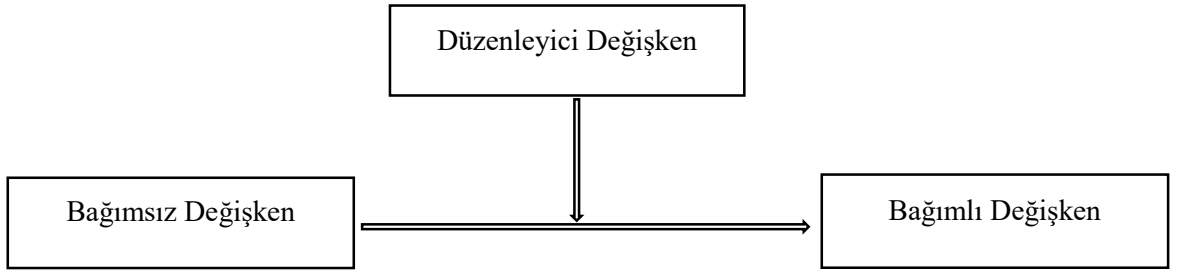
Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerinde farklı etkileri ve sonuçları olabilmektedir. Bu noktada değişkenler, araştırmadaki konumlarına göre aracı değişken ya da düzenleyici olarak rol üstlenebilirler.

Aracı değişken, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisine aracılık eden değişkenlere verilen genel addır (Baron ve Kenny, 1986, s. 1176). Örneğin, bir işletmenin reklam bütçesinin (bağımsız değişken) işletmenin satış miktarına (bağımlı değişken) etkisine, hedef kitlede yaratılan satın alma arzusu (aracı değişken) aracılık eder şeklinde kurgusal bir araştırma modeli oluşturulduğu varsayalım. Bu araştırma modelindeki aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunur ise şöyle bir çıkarsama yapmak mümkündür: Reklam bütçesi ne kadar artarsa artsın, eğer bu bütçeyle hedef kitle üzerinde satın alma arzusu yaratılmıyorsa ise reklam bütçesinin satış miktarı üzerinde herhangi bir açıklayıcı gücü ve etkisi olmayacaktır (Saruhan ve Özdemirci, 2011, s. 182-183).

Düzenleyici değişken, araştırma modelinde yer alan bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişki gücünü arttırabilen (arttırıcı etki), azaltabilen (tampon etkisi) ya da bu ilişkinin yönünü değiştirebilen (zıt etkileşim) değişkenlere verilen genel addır (Baron ve Kenny, 1986, s. 1174). Örneğin, çalışmanın (bağımsız değişken) başarı

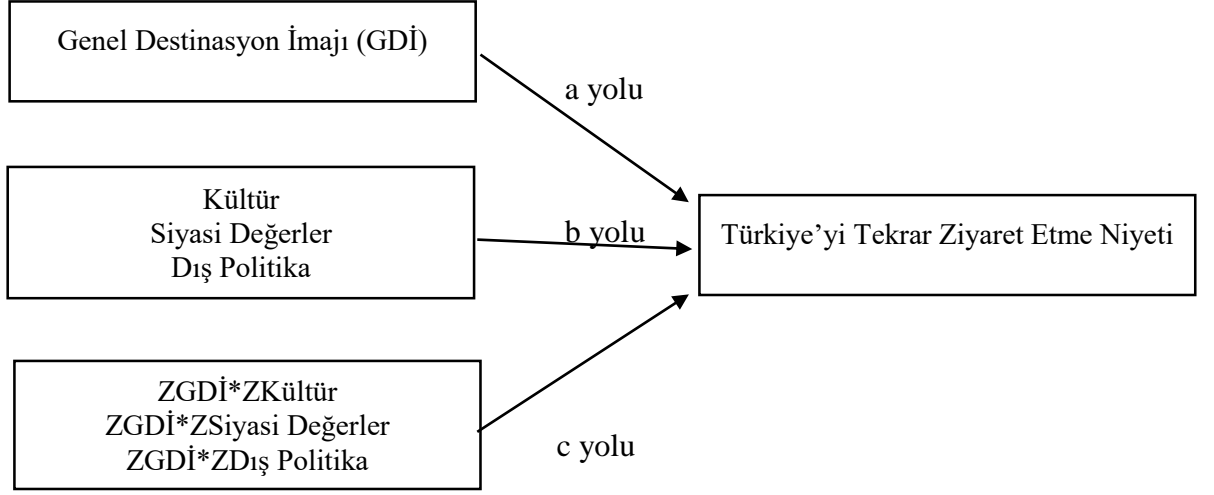
(bağımlı değişken) üzerine etkisinde bireyin zekâ düzeyi düzenleyici değişken rolü üstlenebilir. Buna göre yüksek zekâ seviyesine sahip bireylerde çalışmanın başarı üzerinde etkisi daha fazlayken, orta-düşük zekâ seviyesinde bu etki sifıra yakınsayabilir. Bu araştırma modeli özelinde de rol üstlenen düzenleyici değişken, evreni değiştiren, dolayısıyla o evrenin kanunlarını da yeniden şekillendiren değişkendir. Zekâ örneğine tekrar dönecek olursak, zekânın düzenleyici rolü zeki bireyler evreninde ele alınır, bu evrende zekânın çalışarak başarı kazanmayı anlamlı ve olumlu bir şekilde arttırdığı yadsınamaz. Ancak aynı sonuçları orta ya da düşük zekâlı bireylerin bulunduğu evrende gözlemlemek ise oldukça zordur (Saruhan ve Özdemirci, 2011, s. 182).

Bir araştırma modelinde yer verilen düzenleyici değişkenin, modeldeki hipotetik ilişkilere etkisi Şekil 1’de gösterildiği gibidir.



Şekil 1. Düzenleyici Değişkenin İlişkisel Yapıya Etkisi

Şekil 1’deki kurgusal modelde düzenleyici değişkenin bağımlı ve bağımsız değişken arasında ilişkisel olarak üstlendiği rol, path diyagramı yardımı ile de gösterilebilir. İçerisinde düzenleyici değişken olan bir araştırma modelinin diyagram kullanılarak göstermek için üç farklı nedensel yola ihtiyaç vardır. Söz konusu üç yol, bağımlı değişkeni besleyen 3 farklı nedensel yolu temsil etmektedir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi a yolu ile; düzenleyici değişkenin kontrol edici etkisi b yolu ile; düzenleyici değişken ve bağımsız değişkenin Z skorlarının çarpımı ile türetilen etkileşim etkisi değişkeninin etkisi ise c yolu ile tanımlanmaktadır. Tanımı yapılan bu üç nedensel yol ve araştırma modelinde bu nedensel yollara karşılık gelen değişkenler Şekil 2’de şematize edilmiştir.



Şekil 2. Araştırmanın Temel Düzenleyici Değişken Modeli

Düzenleyici değişkenin varlığına dair ipuçlarını verecek olan hipotez, c yolunun istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını belirlemek ile mümkündür. Etkileşim etkisi değişkeni, yani c yolu istatistiksel olarak anlamlı ise düzenleyici değişkenin etkisinden söz edilebilir. Araştırma modelindeki diğer iki nedensel yol olan a ve b yollarının kayda değer etkileri olabilir, ancak bunlar kavramsal olarak düzenleyici etki modelini test etmekle doğrudan ilgili değildirler. Bir başka deyişle araştırma modeli, a ve b yollarına ait hipotezleri sınamak amacıyla kurgulanmamaktadır (Baron ve Kenny, 1986, s. 1174).

Düzenleyici değişkenin varlığına dair en temel kriter c yolunun istatistiksel açıdan anlamlı olarak kabul edilmesi olmakla beraber, bunun öncesinde iki varsayımın daha yerine getirilmesi gerekmektedir. Bunlardan ilki; düzenleyici değişken modeli kurgulanırken, düzenleyici değişken ile araştırmanın bağımsız değişkeninin birbirleriyle nedensel bir ilişki içinde olmayıp aynı düzeyde bulunmalarıdır. Diğer bir anlatımla bu iki değişkenin araştırma modelindeki bağımlı değişkeni etkilemesi birbirlerinden tamamen farklı nedensel yollar ile (a yolu ve b yolu) gerçekleşmelidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, aracı değişkenden farklı olarak düzenleyici değişken araştırma modelinde her zaman bağımsız değişken olarak işlev görür ve bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki etkileşimi düzenler. Oysa aracı değişkenler, araştırma modeline bağlı olarak bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki etkileşimi düzenlemek yerine bağımlı değişken üzerindeki nedenselliği kendi üzerine çekmeye çalışmaktadır (Baron ve Kenny, 1986, s. 1174).

Düzenleyici değişken modeline dair bir diğer varsayım ise düzenleyici değişkenin hem araştırmanın bağımlı değişkeni hem de bağımsız değişkeni ile ilişkisiz

olmasıdır. Ancak araştırma modelinde farklı işlevler gören değişkenler arasında hiç bir ilişkiye rastlanmaması oldukça nadiren gerçekleşmektedir. Çoğu durumda düzenleyici değişkenin, özellikle de bağımsız değişkenle bir miktar bile olsa ilişkili olması kaçınılmazdır. Burada önemli olan araştırmacı tarafından ne düzeyde bir ilişkinin tolere edilebileceğine karar verilmesidir. Düzenleyici değişkenin araştırma modelindeki diğer değişkenler ile çok yüksek düzeyde ilişkili olması ve bu sorunun araştırmacı tarafından göz ardı edilmesi durumunda, düzenleyici değişken modelini sınamak anlamsızdır. Çünkü böylesi bir senaryoda düzenleyici değişken ve özellikle de bağımsız değişkenin nedensel olarak birbirleriyle ilişki içerisinde bulunması, bağımsız değişkenin araştırma evreninin tamamı üzerindeki sonuca etkisinin bir şekilde düzenleyici değişkene bağlı olduğu anlamına gelmektedir. Bu ise bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin alt evrenlere göre (yüksek, orta ve düşük zeka düzeylerinin çalışma ve başarı arasındaki ilişkide nasıl değişiklik gösterdiği örneğinden hatırlanacağı üzere...) ne ölçüde değiştiğini belirlemeye yardımcı olan bir düzenleyici değişkenin olmadığına işaret etmektedir (Farmer, 2012, s. 1150-1153).

Bu bilgilerden hareketle araştırma hipotezleri ise şu şekilde tasarlanmıştır:

H1: Genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç unsurlarının anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.

H1a: Genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan kültürün anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.

H1b: Genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan siyasi değerlerin anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.

H1c: Genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan dış politikanın anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni, araştırmacının doğasını anlamaya çalıştığı ve araştırma sonuçlarını genellemek istediği canlı veya cansız varlıkların, toplulukların, örgütlerin veya nesnelerin bütünüdür. Araştırma örnekleme ise araştırma evreninden seçilen ve araştırma evrenini temsil edebileceği varsayılan birimler grubudur (Özen ve Gül, 2007, s. 396-397). Bu araştırmanın evreni, daha önce Türkiye'ye en az bir kere seyahat etmiş ve 18 yaşını doldurmuş Çinli turistler şeklinde tanımlanmıştır. Araştırma evrenindeki bütün bireylerin tam bir sayısını elde etmek için Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden faydalanılmıştır. TÜİK'in kurumsal internet sitesinde yer alan turizm verilerine göre 2000-2021 yılları arasında Çin'den Türkiye'ye giriş yapan toplam turist sayısının 2.676.247 olduğu görülmüş ve bu 22 yıllık süre zarfı içerisinde ortalama her yıl 121.648 turist Türkiye'yi ziyaret ettiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgudan hareketle araştırma evreni için eşik değer en az 121.648 Çinli turist olarak kestirilmiştir.

Çinli turistlerin Türkiye seyahati sonrası deneyimleri ve Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetleri, Türkiye seyahatlerini tamamladıktan ve ana vatanlarına döndükten sonra açığa çıkabilmektedir. Ancak bu noktada araştırma evreninin tamamına ulaşmak, araştırma evreninin büyüklüğü ve Çin'in coğrafi olarak Türkiye'ye uzaklığı göz önüne alındığında; oldukça ciddi zaman, enerji ve maddi kaynak israfına yol açabilmektedir. Bu nedenle araştırmanın örnekleme, Türkiye seyahatleri esnasında ulaşılabilen Çinli turistler ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma evrenine dâhil olma kriterlerini karşılamayan katılımcılar yanlışlıkla dâhil edilebileceğinden, böylesi bir durum arzu edilmese de, araştırma örnekleminin araştırma evreninin sınırları ötesine geçmesi mümkündür. Örneklem ile araştırma evreni arasındaki bu tür farklılıklar, araştırma verilerindeki aykırı/uç değerlerin varlığına neden olabilmektedirler. Araştırma evreninde tanımlanan katılımcıların özellikleri görece homojen ve normal dağılım sergileme eğilimindeyken, normal dağılımı ihlal eden böylesi aykırı/uç değerler, araştırma evreninde tanımlanan özelliklerden belirgin şekilde farklı bir özellik sergileyen katılımcıların göstergesi olabilmektedir (Casteel ve Bridier, 2021, s. 345). Kısaca, araştırmaya katılan ancak araştırma evreninde açıkça tanımlanan nitelikleri taşımayan katılımcı sorununu azaltmak için, örneklemin seçildiği örnekleme çerçevesinin de araştırma içerisinde açıkça rapor edilmesi gerekmektedir.

Bu araştırmada tercih edilen örnekleme tekniği, olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden biri olan *kolayda örnekleme* olarak seçilmiştir. Sosyal bilimlerde yaygın bir şekilde kullanılan bu örnekleme tekniğini benimseyen araştırmacılar; erişilmesi kolay, araştırma için uygun nitelikleri taşıdıkları dşnlen ve araştırmaya gönüllü katılım gösteren bireyleri seçmektedirler (Başaran, 2017, s. 489).

Araştırma için ihtiyaç duyulan örnekleme büyüklüğünün hesaplanmasında ise iki farklı yöntem benimsenmiştir. Bunun sebebi ise araştırmanın amacından ve araştırmanın modelinden kaynaklanan iki farklı sorunun iki farklı örnekleme hesaplama yöntemi ile cevaplanmasıdır. Araştırma amacından kaynaklanan soru: Araştırma amacı gereği ulaşılan bulguları belirli bir evrene genelleyebilmek mi? Araştırma modelinden kaynaklanan soru: Odak noktasında hipotez testleri olan kurgusal bir araştırma modelini sınamak mı? Bu araştırma da her iki soruya da cevap aramaktadır. Buna göre ilk olarak araştırma sonuçlarının ilgili evrene genellenebilmesi için aşağıdaki formül yardımıyla ihtiyaç duyulan örnekleme sayısının ne kadar olması gerektiğine karar verilmiştir (Kılıç, 2014, s. 141).

$$n = \frac{(N) (t)^2 (p) (q)}{(S)^2 (N-1) + (t)^2 (p) (q)}$$

Yukarıda verilen formüldeki sembollerden;

N: Evrendeki kişi sayısı (Bu araştırmanın evreni 121.648 Çinli turistten oluşmaktadır).

p: Araştırılan olgunun araştırma evrenindeki görülme sıklığı (Genel kabul gören değer %50).

q: Araştırılan olgunun araştırma evrenindeki görülmeme sıklığı (Genel kabul gören değer %50).

S: 0.5 (Araştırmacı tarafından öngörülen örnekleme hatası oranı)

t: Sosyal bilimler üzerine yapılan ampirik araştırmalarda genellikle %90 % 95 ya da % 99 güven düzeyine (Kozak, 2017, s. 113) karşılık gelen t değer dikkate alınır.

(Bu araştırma için % 90 güven düzeyine karşılık gelen t değer 1.645'tir).

Sembollere karşılık gelen değerler ilgili formülde yerine konduğunda, araştırma verileri en az 270 katılımcı üzerinden toplanırsa, araştırma sonuçlarının araştırma evrenine genellenebileceğinden bahsedilebilir.

Bununla birlikte “belirli bir formül aracılığıyla hesaplanacak olan rakam kadar verinin toplanması” önerisinin sosyal bilimlerin doğasına aykırı ve mekanik (pür ve salt istatistik) yaklaşımın bir ürünü olduğu yönünde eleştiriler de mevcuttur (Doğan, 2017, s. 45).

Bu eleştirilerin en başat gerekçesi, büyük ölçüde insan ve insan doğasını irdeleyen sosyal bilimlerdeki araştırma yöntemleri ile büyük ölçüde madde ve maddenin doğasını irdeleyen pozitif bilimlerdeki araştırma yöntemlerini aynı şekilde ele alma eğilimidir. Bu eğilimin, istatistik ve sayısal yöntemler alanından araştırmacıların pür pozitivist yaklaşımla davranışsal ve sosyal bilim araştırmacılarının verilerini analiz etme pratiğinden beslendiği düşünülmektedir. Dolayısıyla “belirli bir formül aracılığıyla hesaplanacak olan rakam kadar verinin toplanması” yaklaşımının örnekleme büyüklüğü belirlemede tek yol olarak benimsenmesi önerilmemektedir (Doğan, 2017, s. 45).

Araştırma bulgularını araştırma evrenine genelleme amacına ek olarak, araştırmanın teorik bir modeli var ise ve bu modelde yer alan değişkenlerin birbirleriyle ilişkileri (araştırma hipotezleri) test edilmek isteniyorsa, testin gücü yaklaşımına başvurularak da örneklem büyüklüğü hesaplanabilmektedir. İki değişken arasında korelasyonel (anlamlı bir etki, ilişki) ya da nedensel (anlamlı bir fark) bir bağlantı olmasına rağmen, araştırma sonuçlarında bu bağlantı gözden kaçarak fark edilmeyebilir. Testin gücü, gerek örnekleme hatası, gerek ölçüm hatası gerekse araştırma modelinin hatalı tasarımından kaynaklanan nedenlerden ötürü istatistiksel karar aşamasında yokluk hipotezini (H_0) yanlışlıkla kabul etmek olan Tip-2 hata türünün gerçekleşmeme ihtimalidir ($1-\beta$). Araştırma için testin güç seviyesinin ne düzeyde olmasına yönelik bir dayanak yoksa bu seviyenin en az 0.80 olması önerilmektedir (Cohen, 1988, s. 56). Testin gücü kurgusal bir örnek üzerinden açıklanacak olursa, bir doktorun gerçekte hasta olan bir kişiye “sağlıkla ilgili endişelenecek bir durum yok, her şey yolunda” diyerek hatalı bir çıkarımda bulunmayıp, hastaya doğru bir teşhis koyma ihtimalinin % 80 olmasıdır. Bu kurgusal örnekten de anlaşılacağı gibi testin gücü, en az iki değişken arasındaki bir etkinin, ilişkinin ya da farkın varlığını doğru bir şekilde açığa çıkarılabilme ihtimalidir.

Bir araştırmada testin g¼c¼n¼ doğrudan etkileyen 3 temel parametre vardır. Bunlar; araştırmanın örneklem büyüklüğü, alfa değeri (Tip-1 tür¼ hatayı sergileme olasılığıdır; yani yanlış bir şekilde boş hipotezi reddetme olasılığıdır. Genellikle 0.01 ya da 0.05 olarak istatistiksel testler yapılmadan önce seçilir) ve etki büyüklüğüdür. Bu üç parametreye ek olarak, bu araştırma özelinde yapısal eşitlik modeline dâhil edilecek bağımsız değişken sayısı da araştırmanın istatistiksel g¼c¼n¼ dolaylı olarak etkilemektedir (Keskin, 2020, s. 160).

Testin g¼c¼ yaklaşımından sadece yanlış bir şekilde boş hipotezi reddetmeyip, Tip-2 tür¼ hata yapma riskini azaltma noktasında faydalanılmamaktadır. Araştırma için arzu edilen testin g¼c¼ seviyesi ile birlikte alfa değerine karar verilmesi ve etki büyüklüğü değerinin de belirlenmesi sonrasında, testin g¼c¼ yaklaşımı araştırma için ihtiyaç duyulan uygun sayıda örneklem büyüklüğüne hesaplanmasında da kullanılabilinmektedir (Cashen ve Geiger, 2004 s. 155).

Testin g¼c¼ ile yakından ilişkili bir parametre olan etki büyüklüğü istatistiksel açıdan, yokluk hipotezi (H_0) ile alternatif hipotez (H_1) arasındaki farkın boyutu olarak tanımlanmaktadır. Daha yalın bir anlatımla etki büyüklüğü, bir evrendeki veya bir örneklemden iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin ya da ortalama farkının gerçekte ne kadar önemsenmesi gerektiğinin ya da dikkate değer olduğunun bir ölçüsüdür. Tipik olarak istatistiksel anlamlılık testleri bir araştırma sonucunda değişkenlerden elde edilen ilişkinin/farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığına dair çıktıları veririrken, bu ilişkinin/farkın boyutlarına yönelik bilgi vermemektedir. Tam da bu noktada etki büyüklüğü, değişkenler arası ilişkiye/farka bir standart getirerek, bu ilişkinin/farkın pratikte uygulanabilecek kadar önemli olup olmadığı konusunda araştırmacıyı aydınlatmaktadır. Örneğın, uygulanan sıkı bir diyet proğramı sonrasında kiloları ortalaması 136 olan deneklerin program sonunda ortalama 2 kilo kaybetmeleri istatistiksel anlamlılık testleri açısından anlamlı olsa da, etki büyüklüğü açısından ve dolayısıyla pratik açıdan söz konusu diyet proğramının başarılı sonuçlar verdiğinden bahsetmek zordur (Fitzner ve Heckinger, 2010, s. 705). Gör¼ldüğü üzere istatistiksel anlamlılık testleri değişkenler arasında gözlenen bir ilişki ya da farkın var olup olmadığına dair bilgi veririrken, etki büyüklüğü ise değişkenler arasındaki böylesi ilişki ve farklılıkların önemsenecek boyutlarda olup olmadığını açıklamaktır (Işık, 2014, s. 59). Daha öncede vurgulandığı gibi örneklem büyüklüğü belirlenirken bilinmesi

gereken parametrelerden biri olan etki büyüklüğünü tespit edebilmek için ise 5 farklı yöntem bulunmaktadır. Bunlar (Tokur, 2022, s. 4);

a) Araştırma öncesinde konu ile ilgili alanyazını inceleyerek daha önceki benzer olguları inceleyen araştırmalarda rapor edilen etki büyüklüklerine ulaşmak ve ulaşılan bu değerlere göre araştırma için kabul edilebilir bir etki büyüklüğü değeri kestirmek.

b) Konuyla ilgili uzmanların ya da araştırmacıların geçmiş deneyimleri yoluyla karar vermek.

c) Ön çalışma (pilot çalışma) yapılarak etki büyüklüğü belirlemek

d) Araştırma sonucunda alanyazında etkisi belli olan girişimle uyumlu bir etkiyi beklemek.

e) Önceden standartize edilmiş etki büyüklüğü katsayılarını kullanmak.

Bu araştırma özelinde kabul edilebilir en düşük etki büyüklüğünü kestirmek için 68 katılımcı üzerinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Etki büyüklüğünün kestirilebilmesi için araştırma modelinin bağımsız değişkeni ve moderatör değişkenin standartize edilmiş katsayılarının çarpılmasıyla elde edilen etkileşim etkisi değişkeninin, araştırmacının bağımlı değişkeni üzerindeki değişimlerin açıklanmasına ne kadar katkı sağladığının standart bir ölçüsüne ihtiyaç duyulmaktadır (Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, Danks ve Ray, 2021, s. 162). Bu standart ölçü ise regresyon analizleri ve doğrusal modellerin etki büyüklüğünün standartlaştırılmasında kullanılan f^2 değeridir. Bu değer etkileşim etkisi olmaksızın kurulan modeldeki R^2 katsayısı ile modele etkileşim etkisi değişkeninin dâhil edilmesiyle birlikte ortaya çıkan R^2 katsayısının karşılaştırılmasıyla elde edilmektedir. Elde edilen f^2 değerini değerlendirmek için genel yönergeler, 0.02, 0.15 ve 0.35 değerlerinin sırasıyla küçük, orta ve büyük etki boyutlarını temsil ettiği şeklindedir. Aşağıda, R^2 katsayısının standartize edilmesi için uygulanan formül verilmiştir (Cohen 1988, s. 410-414).

$$f^2 = \frac{R^2_{\text{Etkileşim Etkili model}} - R^2_{\text{Etkileşim Etkisiz model}}}{1 - R^2_{\text{Etkileşim Etkili model}}}$$

Araştırma modelinde moderatör rol üstlendiği düşünülen her bir yumuşak güç kaynağı değişkeni için etki büyüklüğü değerleri hesaplanmıştır. Etki büyüklüğü değerleri ile birlikte araştırma için Tip-2 türü hatadan kaçınmak adına ideal düzeye

işaret eden testin gücü seviyesi (0.80) ve alfa katsayısı (0.05) belirlenmiştir. Bahsi geçen parametrelerden yararlanılarak bu araştırma özelinde moderatör etkiyi açığa çıkaracak hipotez testleri için ihtiyaç duyulan örneklem büyüklüğüne G-Power 3.1.9.4 adlı istatistiksel yazılım programı kullanılarak karar verilmiş ve program çıktıları Çizelge 3’de belirtilmiştir.

Çizelge 3. Pilot Çalışma Bulgularına Göre İdeal Örneklem Büyüklükleri

Etkileşim Etkisi Değişkenleri	Alfa katsayısı (a)	Testin Gücü (1-β)	Etki Büyüklüğü (f ²)	Örneklem Büyüklüğü (N)
M1 (Genel destinasyon imajı * Dış politika)	0.05	0.80	0.07	115
M2 (Genel destinasyon imajı * Siyasi değerler)			0.16	52
M3 (Genel destinasyon imajı * Kültür)			0.09	90

Çizelge 3’de yeterli istatistiksel güç ile birlikte, bu araştırma modelindeki moderatör değişkenlerin kabul edilebilir en düşük etki büyüklüklerini ortaya çıkarabilmek için ihtiyaç duyulan örneklem sayısı da raporlanmıştır. Çizelge sonuçlarına göre etki büyüklüğü arttıkça ihtiyaç duyulan örneklem büyüklüğü azalmaktadır. Nitekim araştırmanın bağımsız değişkeni olan genel destinasyon imajının, araştırmadaki bağımlı değişken olan tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki nedensel etkisini görece çok düşük düzeyde değiştiren M1 değişkeninin hipotez testi için 115 katılımcılı bir örneklem büyüklüğü yeterliyken, aynı etkiyi görece yüksek düzeyde değiştiren M2 değişkeni için bu sayı 52’ye düşmektedir. Bu durum gayet anlaşılabilir. Çünkü iki farklı olgunun birbiriyle ilişkisinin gücü ya da iki farklı grupun arasındaki beklenen farklılık yani etki büyüklüğü ne kadar belirgin ve büyük olursa, o farkı istatistiksel olarak ortaya koymak daha kolay olacağı için daha küçük örneklem büyüklüğü ile çalışmak yeterli olacaktır (Kılıç, 2014, s. 45).

Bu araştırmada; hem araştırma sonuçlarını araştırma evrenine genelleştirebilmek hem de araştırmanın hipotez testleri için yeterli istatistiksel gücü ve kabul edilebilir etki büyüklüklerini açığa çıkarmak için optimum boyutlu bir örneklem (N=270) ile

çalışılmıştır. Böylelikle; zaman, maliyet ve çaba yönünden de oldukça büyük kaynak tasarrufunda bulunulmuştur.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Nicel araştırmalar için veri toplama aşamasında sıkça tercih edilen bir veri toplama aracı olan anket tekniği; belirli kurallar çerçevesinde araştırmacı tarafından daha kurgulanan sorulara katılımcıların yanıt vermesiyle edinilen bir veri toplama yöntemidir. Bu teknik ile geniş kitlelere kolaylıkla erişilerek, araştırma evrenini temsil etmesi muhtemel örnekleme erişmek oldukça ucuz ve kolaydır. Dahası anket tekniği ile toplanan araştırma verileri, günümüzdeki çeşitli istatistiki programlar yardımıyla da oldukça hızlı analiz edilebilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s. 93). Anket tekniğinin araştırmacıya sağlamış olduğu avantajlar göz önüne alındığında, bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın anketi 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde anket katılımcılarının demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir durumu vb.) ve Türkiye'ye daha önce seyahat gerçekleştirip gerçekleştirmediklerine yönelik bulgular işlenmiştir. İkinci bölümde ise sırasıyla; yumuşak güç, destinasyon imajı ve Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti ölçeklerine dair katılımcı görüş ve tutumlarını yansıtan sorulara yer verilmiştir.

Yumuşak güç ölçeği: Söz konusu ölçek araştırma sürecinde araştırma yazarı tarafından geliştirilmiştir. Uygulanan analizlerin sonucuna göre ölçeğin 3 boyut ve 38 maddeden oluştuğu ortaya çıkarılmıştır. Ölçek boyutları; *Kültür* (15 madde) *Siyasi Değerler* (12 madde) ve *Dış Politika* (11 madde) olarak isimlendirilmiştir. Yumuşak güç ölçeği oluşturulurken takip edilen süreç “Yumuşak Güç Ölçeğinin Geliştirilme Süreci” alt başlığı altında ayrıntılarıyla rapor edilmiştir.

Destinasyon imajı ölçeği: Türkiye'nin destinasyon imajını ölçmek adına daha önce yapılmış araştırmalardan faydalanarak 18 maddeden oluşan 4 boyutlu bilişsel destinasyon imajı ölçeği ve tek boyutlu 5 maddeli duygusal destinasyon imajı ölçeği kullanılacaktır (Byon ve Zhang, 2010, s. 523; Martinez ve Alvarez, 2010, s. 763-764; Beerli ve Martin, 2004, s. 625). Belirtmekte yarar vardır ki, çoğu araştırmada duygusal imaj maddelerine verilen katılımcı tepkileri, iki zıt yargının (eğlenceli-sıkıcı, arkadaş canlısı-düşmanca vb.) 7 aralıklı bir ölçekte en olumlu tutumdan (1) en olumsuz tutuma (7) doğru madde işaretlemesi yapılarak ölçülmektedir. Martinez ve Alvarez (2010, s.

764)'in araştırmasında tarif edildiği üzere bipolar biçimde ölçülen duygusal imaj maddeleri, mevcut araştırmanın diğer ölçek maddelerinin cevap seçenekleri sayısı ile tutarlılık göstermesi adına 5'li Likert tipi ölççeğe göre uyarlanmıştır. Nitekim söz konusu alanyazın incelendiğinde tam da benzer kaygılar nedeniyle bipolar duygusal imaj maddelerini 5'li likert tipi ölççeğe dönüştüren araştırmalara rastlamak mümkündür (Atasoy, 2020, s. 146).

Çizelge 4. Destinasyon İmajı Ölçeği

Bilişsel Destinasyon İmajı			
Boyut Adı	Madde numarası	Maddenin tanımı	Maddenin edinildiği kaynak
Turistik Çekicilik Unsurları	TÇU1	Türkiye ilgi çekici bir kültüre sahiptir.	Martinez ve Alvarez, 2010
	TÇU2	Türkiye ilgi çekici bir tarihe sahiptir.	
	TÇU3	Türkiye ilgi çekici bir doğaya sahiptir.	Byon ve Zhang, 2010
	TÇU4	Türkiye temiz bir havaya sahiptir.	
	TÇU5	Türkiye güzel manzaralara ev sahipliği yapan bir ülkedir.	
Turistik Hizmetler	TH1	Türkiye yüksek kalitede turistik hizmetler (ulaşım olanakları, restoranlar vb.) sunmaktadır.	Martinez ve Alvarez, 2010
	TH2	Türkiye uygun konaklama hizmetleri sunmaktadır.	
	TH3	Türkiye iyi bir turist bilgilendirme ağına sahiptir (Turizm danışma merkezleri vb.).	Byon ve Zhang, 2010
	TH4	Türkiye’de hijyen ve temizliğin standartları yeterli düzeydedir.	
	TH5	Türkiye güvenli ve tehlikesiz bir ülkedir.	
Genel Altyapı	GA1	Türkiye’de yol, havalimanı ve limanların kalitesi iyidir.	Beerli ve Martin, 2004.
	GA2	Türkiye’nin özel ve toplu taşıma imkânları yeterlidir.	
	GA3	Türkiye’nin sağlık hizmetleri gelişmiştir.	
	GA4	Türkiye’nin telekomünikasyon hizmetleri gelişmiştir.	
	GA5	Türkiye’nin ticari altyapısı gelişmiştir.	
Eğlence ve Boş Zaman Aktiviteleri	EBZA1	Türkiye’de eğlenmek ve boş zamanı değerlendirmek için çeşitli aktiviteler yapılabilir.	Martinez ve Alvarez, 2010
	EBZA2	Türkiye’de iyi bir alışveriş yapmak için birçok alternatif vardır.	
	EBZA3	Türkiye iyi bir eğlence hayatına/gece hayatına sahiptir.	
Duygusal Destinasyon İmajı			
	Madde numarası	Maddenin tanımı	Maddenin edinildiği kaynak
Duygusal Destinasyon İmajı	DDİ1	Türkiye güzel bir ülkedir.	Martinez ve Alvarez, 2010
	DD2	Türkiye huzur veren bir ülkedir.	
	DD3	Türkiye eğlendirici bir ülkedir.	
	DD4	Türkiye neşeli bir ülkedir.	
	DD5	Türkiye arkadaş canlısı insanların yaşadığı bir ülkedir.	

Bu araştırma, yumuşak güç bileşenlerinin düzenleyici rolünü destinasyon imajının bilişsel ve duygusal öğeleri üzerinde ayrı ayrı test etmeyi amaçlamadığından, destinasyon imajı ölçeğini oluşturan boyutlar madde parselleme yoluyla tek bir boyuta indirgenmiş ve Türkiye'nin destinasyon imajının genel bir resmi açığa çıkarılmıştır. Esasen genel destinasyon imajı, ziyaret edilen destinasyonun somut niteliklerinin (uygun konaklama koşullarının varlığı, kaliteli ve hijyenik restoranlar, güzel hava, destinasyondaki plajların yeterliliği, lezzetli yiyecek-içecekler vb.) bilişsel olarak değerlendirilmesi sonucunda turist tarafından destinasyona yönelik gelişen duygusal hislerin dışı vurulmasıdır (destinasyonu keyif verici bulmak ya da destinasyondan sıkılmak) Bir başka deyişle, destinasyon imajının somut ve işlevsel tarafı olan bilişsel imaj ile destinasyon imajının soyut ve psikolojik tarafını oluşturan duygusal imajın birleşmesiyle tek boyutla izah edilebilecek genel destinasyon imajı ortaya çıkmaktadır (Lopes, 2011, s. 307).

Ampirik araştırmalar sonucunda çok boyutlu olduğu ortaya çıkarılan ancak teorik açıdan bütünlük bir yapıya karşılık gelen destinasyon imajı madde parselleme yöntemiyle tek bir boyuta indirgenecektir. Madde parselleme yöntemi, bir yapıyı ölçen iki ya da daha fazla maddenin toplam veya ortalama puan değerini alarak, istatistiksel analizlerde ölçek maddesinin puanları yerine, yeni oluşturulan ve parsel olarak adlandırılan bu değerleri kullanmak anlamına gelmektedir (Bandalos, 2002, s. 78). Destinasyon imajının çok boyutlu yapısı bir zekâ testinin çok boyutlu özelliklere sahip öğeler içermesi ile benzeştirildiğinde, madde parselleme tekniğinin kullanılma gerekçesi daha rahat anlaşılacaktır. Sayısal yetenek, sözel yetenek ve mantıksal akıl yürütme öğelerinden oluşan bir zekâ testinin tüm öğeleri arasındaki paylaşılan toplam varyans, öz itibarıyla tek boyutlu ortak bir yapıyı yansıtacaktır. Bir başka deyişle bu ortak yapı, tüm öğeleri başarıyla tamamlamak için gereken ortak entelektüel çabayı yansıtmaktadır. Spesifik olarak sadece sayısal, sözel veya mantıksal yetenekle ilişkili belirli bir varyansın hiç biri bu ortak çabayı tek başına açıklayamamaktadır (Little, Rhemtulla, Gibson ve Schoemann, 2013, s. 287-288). Zeka testi örneğinden hareketle, sadece bilişsel destinasyon imajı ve boyutları ile duygusal imaj boyutu üzerinden genel bir destinasyon imajı çıkarımını ima etmek hatalı ve eksik bir araştırma modeli kurgulamak anlamına geldiği için çok boyutlu madde parselleme tekniğini kullanmak elzem görülmektedir.

Destinasyon imajı gibi çok boyutlu yapılarda madde parselleme işleminin birden çok tekniği bulunmaktadır. Bu tekniklerden hangisinin hangi koşullar altında kullanılacağını belirleyen küçük nüanslar bulunmasına rağmen (Matsunaga, 2008, s. 286-290) söz konusu teknikler istatistiki sonuçlarına göre incelendiğinde benzer performanslar sunmaktadır. Örneğin Huang ve Van der Veen (2019, s. 385) destinasyon imajı ölçeğini parselledikleri çalışmalarında hem AFA'dan elde edilen faktör yüklerini baz alarak hem de ölçek maddelerinin ortalama değerlerini baz alarak madde parselleme yöntemini kullanmışlar ve her iki yaklaşımın istatistiki sonuçlarının benzer ve tutarlı olduğunu raporlamışlardır. Bu nedenle madde parselleme tekniklerinin birbirlerinden üstün ve zayıf noktalarına ayrı ayrı ışık tutmak yerine sadece bu araştırma tarafından benimsenen tekniği açıklamak faydalı olacaktır. Bu çalışmada madde parselleme işlemi için kullanılan teknik; destinasyon imajı ölçeğinde yer alan her bir boyut için o boyutu oluşturan ölçek maddelerinin ortalama puanları alınarak, ilgili boyutun tek bir ölçek maddesi haline getirilmesi işlemidir. Dolayısıyla bütün bir boyutun işaret ettiği özellikler tek bir ölçek maddesine indirgenip açıklanmaya çalışılacağı için bu tekniğe boyut temsili parsel adı verilmektedir (Little, Rhemtulla, Gibson ve Schoemann, 2013, s. 296).

Alanyazında boyut temsili parsel tekniğini doğrudan doğruya destinasyon imajı yapısına uygulayan Jeong ve Kim (2019, s. 6-7) destinasyon imajının 4 bilişsel ögesi olan altyapı ve sosyo-ekonomik çevre, atmosfer, doğal çevre ve destinasyonun kültürel çevresi boyutları ile duygusal imaj bileşeni boyutuna ait maddelerin puan ortalamalarına göre parsellemişlerdir. Böylelikle destinasyon imajını toplamda 15 madde ile ölçen bu 5 boyut birer ölçek maddesi haline dönüştürülmüş ve 15 yerine 5 maddeli, 5 boyut yerine de tek boyutlu genel destinasyon imajı yapısı ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma modelinin bağımlı değişkeni olan Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti değişkeninin ölçümü ise araştırmacı tarafından tasarlanan tek bir maddenin (Gelecekte bir gün Türkiye'yi tekrar ziyaret etmek isterim) yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

3.3.1. Yumuşak Güç Ölçeğinin Geliştirilme Süreci

Yumuşak gücün ölçülmesinde kullanılmak üzere araştırmacı tarafından geliştirilen ölçek, birbirini doğrusal bir şekilde ardın sıra izleyen bazı süreçler takip edilerek meydana getirilmiştir. Takip edilen bu süreçler şunlardır (Morgado, Meireles, Neves, Amaral ve Ferreira, 2017; De Vellis, 2017; Erkuş, 2007);

1. Ölçmek istenilen yapının belirtilmesi,
2. Madde havuzunun oluşturulması,
3. Ölçme biçiminin belirlenmesi
4. Ölçeğin kapsam geçerliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalar,
5. Pilot uygulamanın gerçekleştirilmesi,
6. Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesine yönelik analizler
7. Ölçeğin yapı geçerliğinin test edilmesine yönelik analizler

Yukarıda bahsi geçen adımların tamamlanması ile birlikte araştırma ölçeğinin son şekli elde edilmiştir.

3.3.1.1. Ölçmek İstenilen Yapının Belirtilmesi

Ölçek geliştirme sürecinde atılması gereken ilk adım, ölçülecek olan yapıyı (yumuşak güç) ve yapının bileşenlerini (siyasi değerler, dış politika, kültür) oldukça ayrıntılı ve kapsayıcı bir şekilde kavramsal bir tanımlamaya tabi tutmak ve bu bileşenlerin ait oldukları yapı içerisine nasıl ve ne amaçla yerleştirildiğini açıklamak elzemdir. Çünkü geliştirilecek olan ölçekteki yapı, doğrudan gözlenemeyen örtük değişken(ler)in, (boyut(lar)ın) işevuruk tanımlarının ta kendisidir (Erkuş, 2007, s. 18). İşevurukluk teriminden kastedilen şey ise bir kavramın, ortaya çıkarılmasını ve onun ölçülebilmesini mümkün kılan tanımlamayı yapabilme becerisidir.

Kavramsal tanımlar temel alınarak hazırlanacak bir ölçeğin, ölçülmek istenen olguyla ilişkili olan önemli yaklaşımlara ya da kuramlara dayandırılması, ölçülmek istenen yapının açığa kavuşturulmasında kolaylık sağlar. Bir kuramın ya da yaklaşımın yardımıyla geliştirilen ölçek, ölçülmek istenen olgunun sınırlarını net bir şekilde çizdiği için ölçeğin kapsamının istenmeyen noktalara sürüklenmesinin de önüne geçilebilir (De Vellis, 2017, s. 73). Bu araştırmanın ölçeği ise güç olgusunun soyut

bileşenini temsil eden yumuşak güç yaklaşımının üzerine kurgulanmıştır. Bu amaçla yumuşak güç yaklaşımını merkezine alan alanyazın dikkatli bir şekilde incelenerek, yumuşak gücün kavramsallaştırması ve işevuruklaştırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Bu araştırmanın alanyazınında ölçülmek istenen yapı olan yumuşak güç ve onun tanımı, kritik bileşenleri, içeriği, işlevi ve entelektüel kökleri etraflıca açıklanmıştır. Bununla birlikte yumuşak gücün ölçülebilirliğine engel teşkil eden sorunlara çözümler getirilmeye çalışılmıştır. Örneğin, yumuşak güç yaklaşımı ile Gramşiyen hegemonya kavramının ontolojik anlamda aynı vizyonu paylaşmalarına rağmen ilkesel anlamda ayrışan iki farklı olgu oldukları ortaya konmuştur. Böylelikle yumuşak gücün ve dolayısıyla onu temsil eden ölçeğin özgünlüğüne yönelik olası eleştirilere de bir miktar set çekilmeye çalışılmıştır.

3.3.1.2. Madde Havuzunun Oluşturulması

Ölçülmek istenen yapının genel çerçevesi çizildikten sonra, yapının özelliklerini tanımlayan ve yapı ile alakalı ve ilişkili olduğu düşünülen madde havuzu oluşturma işlemi gerçekleştirilmiştir. Madde havuzunun günümüzde dahi geçerliğini koruyan en temel ilkesi Loevinger (1957, s. 654) tarafından şu şekilde açıklanmıştır: “Madde havuzunda yer alacak ifadeler, varsayılan yapıyı tanımlayan tüm olası özelliklerin yanı sıra yapıyla ilgili olduğu düşünülen farklı kuramsal teorileri de kapsayacak şekilde meydana getirilmelidir.”

Bu ilke en basit anlamda, madde havuzunun araştırmacının yapıya ilişkin kendi teorik görüşünden daha geniş ve kapsamlı olmasını ve yapı ile teğet ve hatta alakasız olduğu bilinen ifadeleri de içermesi gerekli olduğunun altını çizmektedir. Madde havuzunun geniş ve kapsamlı olmasının gerekliliği altındaki mantık ise oldukça basittir. Çünkü araştırmanın sonraki aşamalarında madde havuzuna uygulanacak olan yapı geçerliği (açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi vb.) analizleri ölçekten çıkarılması gereken zayıf, ilgisiz maddeleri belirleyebilirken; ölçeğe dâhil edilmesi gerektiği halde dâhil edilmeyen maddeleri tespit etme noktasında ise araştırmacıya hiçbir fikir vermez. Dolayısıyla ölçülmek istenen yapıyı açık-seçik temsil eden her bir özellik maddeler haline getirilerek havuza eklemlenmelidir (Clark ve Watson, 2016, s. 313-314).

Madde havuzunu oluştururken bir diğer dikkat edilen nokta ise madde havuzu oluşturulurken başvurulacak kaynağın seçim kriterini belirlemektir. Şayet doğrudan doğruya bir davranışın ölçümü yapılacaksa gözlem tekniğini kullanılması tavsiye

edilirken, tıpkı bu araştırmada olduğu gibi bir kuram temel alınarak ölçüm yapılacaksa alanyazın taraması yeterli görölmektedir. Dahası ölçekte yer alması düşünölen ideal madde sayısının, eğer mümkünse, üç-dört katının veya daha fazlasının hazırlanması gerekmektedir (Şahin ve Öztürk, 2018, s. 191). Buna göre X yapısını ölçmek için 5 madde yeterlidir şeklinde bir kestirimde bulunan araştırmacı, X yapısına ilişkin madde havuzunu 15-20 arasında belirlemelidir.

Bir sonraki aşamada yapıyı temsil gücü yüksek olan “iyi” maddeleri yazmak için göz önüne alınması gereken kıstasların neler olduğu tanımlanmalıdır. Her şeyden önce ilk olarak, madde yazımında kullanılan dilin basit, anlaşılır ve ölçüğün uygulanacağı örneklemin okuma-anlama düzeyine uygun olması önemlidir. Ek olarak, hızla eskiyebilecek modaya uygun ifadelerin yanı sıra, aşinalığın ve dolayısıyla faydasının yaşa, etnik kökene, bölgeye, cinsiyete vb. göre büyük ölçüde değışeceği konuşma dili kullanmaktan da kaçınılmalıdır (Clark ve Watson, 2016, s. 315). Örneğın, bu araştırmada dış politika yapısını tanımlayan maddelerden biri olan “Türkiye, diğer ölkelerin egemenliklerine saygı duyar” ifadesi sadece birkaç kelime ile oluşturulmuş ve yalın bir maddedir. Aynı zamanda bu madde içerisinde uzmanlık gerektiren karmaşık ve teknik kavramlara yer verilmemiştir. Dolayısıyla orta düzeyde eğitime sahip bir anket katılımcısının bile kolayca anlayabileceğı bir madde yazıldığı sayılıısında bulunulabilir.

Bir yapıya ilişkin açılış sorusu, yani ilgili yapının altında konumlanmış ilk sorunun yapının bizatihi kendisine vurgu yapması tavsiye edilmektedir. Diğer sorular ise söz konusu yapının diğer özelliklerine karşılık gelecek şekilde formüle edilmelidir (Karakoç ve Dönmez, 2014, s. 41). Örneğın, bu araştırmada yumuşak gücün kültür bileşenine atıf yapan ilk madde (“Türk kültürü hayranlık uyandırıcıdır”) anket katılımcısının odağını doğrudan doğruya kültürün bütün ögelerine (dil, din, tarih, sanat, edebiyat, mimari, özgün mutfak vb.) çekecek şekilde tasarlanmıştır. Kültür bileşeninin sonraki maddelerinde ise kültürün alt parçalarına göndermelerde bulunulmuştur. Örneğın “Türkçe öğrenmek için aylık gelirimden belirli bir bütçe ayırırdım” maddesi yardımıyla kültürün en önemli parçalarından biri olan dil ögesi merkeze alınmıştır.

Madde yazımı sürecinde birden fazla yargıyı barındıran ve maddenin karmaşık bir hale dönüştüğünü betimleyen *çift namlulu* madde yazımından kaçınmaya da dikkat edilmelidir. Bir davranışın meydana gelmesini/gelmemesini, tek bir saikle açıklayan

"Polis tarafından durdurulacağım korkusuyla asla içki içip araba kullanmam" şeklinde tanımlanmış bir ölçek maddesi çift namlulu madde yazımına örnek olarak gösterilebilir. Böylesi bir maddeye verilecek yanıtın alkollüyken araba kullanmaktan kaçınan ancak bunu polis tarafından uygulanacak yasal bir yaptırımdan değil de, başka nedenlerle (örneğin, tehlikeli veya ahlaki açıdan yanlış olduğu için) yapan katılımcıların gerçek görüşlerini yansıtmayacağı aşikârdır (Clark ve Watson, 2016, s. 316). Dahası anket katılımcıları bu gibi karmaşık maddeleri farklı şekillerde yorumlamaya meyilli oldukları için maddeye verilen yanıtlar ilgili maddenin tutarsızca yorumlanmış heterojenliğini yansıtacaktır. Sonuç olarak söz konusu madde muhtemelen ölçtüğü özelliği çok zayıf bir temsil gücü ile betimleyecektir. Bu araştırmada ise iki farklı yargıya tek bir madde içinde yer verilmemeye özen gösterilmiştir. Örneğin siyasi değerler yapısını temsil eden "Türkiye'de yaşayan bireyler istedikleri şeye inanmakta özgürdürler" ifadesi, "Türkiye bir ülke olduğu için Türkiye'de yaşayan bireyler istedikleri şeye inanmakta özgürdürler" gibi fazladan bir yargı daha içeren koşul cümlesi ile bütünleştirilmemiştir.

3.3.1.3. Ölçme Biçiminin Belirlenmesi

Araştırmacılar inceledikleri soyut yapıyı ölçülebilir ve somut bir hale getirebilmek için çeşitli ölçme biçimlerinden yararlanmaktadır. Örneğin, bireyin mutluluk ve tatmin duygusuna erişme düzeyi, bireyin kanındaki serotonin miktarı ya da elektrotlar aracılığıyla beyin dalgaları gözlenerek ölçülebileceği gibi (Saruhan ve Özdemirci, 2011, s. 188) Guttman ölçek, Thurstone ölçek ve Likert tipi ölçekler kullanılarak da ölçülebilmektedir (De Vellis, 2017, s. 88). Nitekim bu araştırmada da bahsi geçen ölçeklerden biri olan Likert tipi sorulardan oluşan ölçek kullanılmış ve bu soruların ortalama değerlerini kullanılarak araştırma yapısına yönelik genel bir çıkarımda bulunma amacı güdülmüştür.

Likert tipi ölçekler, bir ölçek maddesini onaylama(ma) düzeyini belirlemek amacıyla iki aşırı uç arasında yer alan birden çok yanıt seçeneği sunmaktadırlar. Bu seçenekler *en düşükten en yükseğe* veya *en olumsuz tutumdan en olumluya* doğru dereceli bir şekilde sıralanır. Ölçek maddelerinin kaç adet yanıt seçeneği içermesi gerektiği, üzerinde karar verilmesi gereken önemli bir tartışma konusudur. Bu tartışmanın kaynağı ise madde yanıtları için kullanılacak seçenek sayısının ölçeğin ve

dolayısıyla yapının geçerlik ve güvenilirliği üzerine olası etkilerinden ileri gelmektedir (Turan, Şimşek ve Aslan, 2015 s. 190). Preston ve Colman (2000, s. 12)’a göre 5 veya 6 yanıt seçeneğinden oluşan maddelerden edinilen toplam ortalama değerler yapı için yeter düzeyde geçerlik ve güvenilirlik katsayıları verebilmektedir. Bu tespitin ışığında ilgili araştırmada kullanılan ölçme biçimi 5 yanıt seçenekli Likert ölçek tipi olarak kararlaştırılmıştır. Buna göre her bir anket katılımcısı Likert ölçekteki her bir maddeye “Kesinlikle katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Kararsızım”, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” biçiminde tepkide bulunarak, ölçekteki her madde tarafından işaret edilen farklı tutumlara katılma/katılmama düzeylerini bildirmişlerdir.

3.3.1.4. Ölçeğin Kapsam Geçerliğinin Sağlanmasına Yönelik Çalışmalar

Ölçek geliştirme çalışmalarında geliştirilmek istenilen ölçek ile ölçümü yapılmak istenilen yapı arasında tutarlı bir bağıntının olması beklenmektedir. Bağıntının ne ölçüde tutarlı olduğu ise kapsam geçerliği aşamasının öncesinde gerçekleştirilen adımlar olan ölçülmek istenen yapının tam olarak tanımlanması ve sınırlarının net bir şekilde çizilmesiyle mümkündür. Ayrıca madde havuzu oluşturulurken yapı-madde uyumunun sağlanabilmesi de kapsam geçerliğinin kabul edilebilir düzeylerde seyretmesine olanak tanıyacaktır. Kısaca kapsam geçerliği kendinden önce gelen ölçme aracı geliştirme adımlarının ne ölçüde titizlikle yapıldığına karşı oldukça hassastır. Benzer bir şekilde kapsam geçerliği sonrası sınanacak olan yapı geçerliği aşaması da kapsam geçerliğinin ne ölçüde başarılı olduğuyula yakından ilişkilidir (Yaghmaei, 2003 s. 25).

Kapsam geçerliğinin ölçme aracı geliştirme çalışmalarında önem arz eden bir aşama olduğu bilinmesine rağmen kapsam geçerliğini belirlemek için tam bir objektif yöntem veya herhangi bir istatistiksel yaklaşım bulunmamaktadır (Yaghmaei, 2003 s. 25). Buna karşın ölçüme konu olan yapı ile ilgili bilgi ve deneyimleri olduğu düşünülen birtakım uzmanların görüşlerinden elde edilen nitel veriler kapsam geçerliliğine kanıt olarak ileri sürülecek nicel verilere dönüştürülmektedir. Nicel açıdan kapsam geçerliği, somut bir ölçme aracı ile ölçülmeye çalışılan soyut bir yapının uyumluluk içinde olup olmadığına dair görüşlerini beyan eden uzmanlara ait öznel yargıların işevuruklaştırılmasından başka bir şey değildir.

Nicel verilerden elde edilen kanıtlara dayalı olarak, bir ölçme aracının kapsam geçerliğini doğrulamanın prosedürü sıralı bir şekilde birbirlerini takip eden 6 adımdan oluşmaktadır. Bunlar; (a) kapsam geçerliği doğrulama formunun hazırlanması (b) kritik uzman sayısına karar verilmesi (c) kapsam geçerliği çalışmalarının doğrulamasını yürütmek (d) yapıyı ve yapıyı temsil ettikleri düşünülen maddelerin uzman tavsiyelerine bağlı olarak tekrar gözden geçirilmesi (e) her bir ölçek maddesi için puan verilmesi (f) kapsam geçerliği oranı (KGO) ve kapsam geçerliği indeksi (KGİ) katsayılarını hesaplamaktır (Yusoff, 2019, s. 50).

Bu araştırmada da söz konusu prosedürün tarif ettiği adımlar izlenmiş ve her bir adımda hangi eylemlerin gerçekleştirildiği detaylıca tarif edilmiştir. Buna göre ilk aşama olan kapsam geçerliği doğrulama formunun hazırlanması sürecinde uzmanlar ile gerek yüz yüze gerekse çevrimiçi etkileşime girilerek ölçülmek istenen yapı ve yapıyı oluşturan bileşenler hakkındaki maddeleri 4 farklı düzeyde derecelendirmeleri istenmiştir. Yüz yüze etkileşim kurulan uzmanlara yapıya ilişkin temel bilgiler sözlü bir şekilde verilirken, çevrimiçi yollarla ulaşılan uzmanlara ise aşağıdaki şekilde hazırlanan talimat ve derecelendirme ölçeği gönderilmiştir.

Bu ölçme aracı yumuşak güç olgusunun tanımlayan 3 değişken (siyasi değerler, dış politika, kültür) ve adet ölçek maddesini içermektedir. Her bir maddenin ölçmeye çalıştığı değişkenle ne derecede ilgili olduğunu açığa çıkarmak için uzman görüşünüze ihtiyaç duyulmaktadır. İncelemeniz, her bir değişken için size sağlanan tanımlama ve ilgili terminolojilere dayalı olmalıdır. Lütfen değerlendirmenizde olabildiğince objektif olun ve aşağıdaki derecelendirme ölçeğini kullanın.

(1) maddeler ölçülen bileşenle ilgili değil.

(2) maddeler, ölçülen bileşenle bir şekilde ilgilidir.

(3) maddeler, ölçülen bileşenle oldukça ilgilidir.

(4) maddeler, ölçülen bileşenle son derece ilgilidir.

Bu formun hemen arkasından araştırma yapısının her bileşenini temsil eden maddeler gönderilmiş ve ilgili maddelerin söz konusu bileşeni yeterince temsil edip etmediğinin derecelendirilmesi talep edilmiştir. Uzmanlar tarafından puanlama sürecini daha anlaşılır bir şekilde kolaylaştırmak ve uzmanların bileşene ilişkin bilgilerini tekrar hatırlamalarını sağlayacak bir uyaran görevi üstlenmesi amacıyla her bir bileşenin kısa ve öz teorik tanımlarına da yer verilmiştir. Çizelge 5’de siyasi

değerler bileşenine ait birkaç madde, kavramın teorik tanımı ve derecelendirme aralıklarına yer verilmiştir.

Çizelge 5. Araştırma Ölçeğinin Kapsam Geçerliliği Formu

Hakkında görüş bildirilmesi istenen kavram: Siyasi değerler				
Kavramın tanımı: bir ülkenin içeride (kendi kamuoyuna karşı uyguladığı iç politikada) ve dışarıda (başka ülkelerin hükümetlerine ve kamuoyuna karşı uyguladığı dış politikada) sadakatle bağlı kaldığı ve başarıyla yerine getirmeye çalıştığı ulusal ve/veya evrensel ilkeleri (demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü vb.) ifade etmektedir.				
Siyasi değerler kavramını niteleyen maddeler	Maddelerin kavramla ilgi dereceleri			
Türkiye, demokrasinin ilkelerini yurt dışında başarıyla uygulayabilmektedir.	(1)	(2)	(3)	(4)
Türkiye, demokrasinin ilkelerini yurt içinde başarıyla uygulayabilmektedir.				
Türkiye, kendi halkının mutluluğunu ve refahını önemseyen bir ülkedir.				
Türkiye, diğer ülke halklarının mutluluğu ve refahını önemseyen bir ülkedir.				
Türkiye, kendi halkının mutluluğu ve refahını önemseyen bir ülkedir.				
Türkiye, insan hakları ve bireysel özgürlüklere önem veren bir ülkedir.				
...				

Bir sonraki adım olan kritik uzman sayısına karar verilmesi aşamasına geçildiğinde, görüşüne başvurulacak uzman kişilerin seçim kriteri tanımlanmıştır. Uzman kişilerin seçim kriteri: Genellikle çalışılacak konuya yönelik tutarlı eleştiri ve faydalı tavsiyelerde bulunacak kadar araştırma yapısı ile ilgili bireysel uzmanlığa sahip olduğu düşünülen bireyler olarak tanımlanmıştır. Kapsam geçerliliğini doğrulamak için seçim kriteri özelliğini taşıyan en az 6 uzman ile birlikte çalışılmalıdır. Bu araştırmada yumuşak güç kavramını alanyazına kazandıran uluslararası ilişkiler ile bu kavramı sıklıkla araştırmalarına konu eden siyaset bilimi ve kamu yönetimi bilim dallarında aktif olarak meslek hayatlarını sürdüren 1'i profesör, 3'ü doçent, 2'si doktora öğretim üyesi ve 2'si araştırma görevlisi olmak üzere toplam 8 uzman görüşü alınmıştır. Ek olarak, KGO ve KGI'lerin kabul edilebilir en düşük kesit değerinin miktarını ortaya çıkarmak için de kritik uzman sayısından yararlanılmıştır. Buna göre 8 uzman eşliğinde kapsam geçerliliği sınanan bir

araştırmada KGO ve KGİ katsayılarının 0,78 ve üzerinde olması beklenmektedir (Yurdugül, 2005, s. 772). İlgili değer ve üzerindeki her katsayı maddelerin ayrı ayrı ait oldukları bileşenler ile gösterdiği özdeşlik (KGO) ile topyekûn olarak ait oldukları bileşeni tanımlama yeteneklerine (KGİ) ve kapsam geçerliğinin sağlandığı tespitinde bulunulmasına olanak sağlayacaktır.

Kapsam geçerliliğinin doğrulanmasını sağlamak adına yapılması gerekenleri ifade eden 3. Aşamada, uzman kişilere hangi vasıtalar aracılığıyla ulaşılmasına karar vermek ve uzman kişileri ölçek geliştirme sürecinin her adımıyla ilgili bilgilendirmek gerekmektedir. Bu araştırmanın kapsam geçerliği için göz önünde bulundurulması gereken en önemli sınırlılıklar; maliyet, zaman ve kapsam geçerliği formuna verilecek yanıtlar olduğu düşünöldüğünde, maliyet ve zaman kısıtlarından dolayı, 8 uzmanı aynı anda ve aynı yerde bir araya getirerek yapı üzerine panel toplantısı düzenlemek zorlayıcı olacaktır. Bu zorluktan ötürü toplam 6 uzmana ayrı ayrı ulaşılmış ve yüz yüze etkileşime geçilmiştir. Dahası bu uzmanların kapsam geçerliği formundaki derecelendirmeleri daha bilinçli ve görece daha nesnel kriterlere uygun olarak gerçekleştirebilmeleri adını yumuşak güç yapısına bütünsel bir bakışla yaklaşan birçok araştırmanın PDF formatlı dökümü ilgili uzmanlara iletilmiştir. Böylelikle hâlihazırda ölçölmek istenen yapı üzerine entelektüel okur-yazarlığı olduğu düşünölen uzman kişilere yapıya ilişkin daha derin içgörüler kazandırmak arzu edilmiştir. Geriye kalan 2 uzmana ise çevrimiçi yollarla erişilmiş ve yüz yüze iletişime geçilen 6 uzman kadar olmasa da bu 2 uzmana da yapının genel hatlarından kısaca bahsedilmiştir. Ağırlıklı olarak yüz yüze yaklaşım yolu ile yürütölen kapsam geçerliği çalışmasında en yüksek ve en hızlı yanıt oranlarına erişilirken, nispi olarak maliyet ve zamandan fedakârlık edilmiştir. Buna karşın çevrimiçi yollarla erişilen 2 uzmandan kapsam geçerliği formuna dair eş zamanla yanıtlar alınamasa da maliyet ve zaman kısıtları açısından tasarruf edilmiştir. Kısaca kapsam geçerliğinin doğruluğunu ispatlamak için alınan uzman görüşleri belirli bir dengeye oturtulmaya çalışılmıştır.

Yapıyı ve yapıyı temsil ettikleri düşünölen maddelerin uzman tavsiyelerine bağlı olarak tekrar gözden geçirilmesi ise kapsam geçerliği formunda, yapı tanımı ve yapıyı temsil eden maddeler uzmanlara açık-seçik bir şekilde verilmektedir. Uzmanların, maddelerin hedeflenen yapıya uygunluğunu artırmak için sözlü veya yazılı yorum yapmaları teşvik edilmiş ve uygun olmayan maddelerinde neden analiz kapsamı dışında tutulması gerektiğinin gerekçeleri istenmiştir.

5. adımda her bir ölçek maddesi için puan verilmesi yapı ve maddelerin incelenmesi tamamlandıktan sonra, uzmanlardan ilgili yapının bileşenine ait her bir madde için birbirinden bağımsız puanlar vermeleri istenmiştir. Uzmanlara, tüm maddelere ilişkin puanları tam ve eksiksiz olarak verdikten sonra verdikleri yanıtlarını araştırmacıya sunmakla yükümlü oldukları hatırlatılmıştır.

Son adımda ise kapsam geçerliği formundan elde edilen puanlar yardımıyla KGO ve KGİ katsayıları hesaplanmıştır. Bu katsayıların hesaplanmasına geçilmeden önce maddelerin kavramla ilgi derecelerinin ölçümünü yapan 4 olan yanıt seçeneği 1 ve 0 olmak üzere yeniden kodlanarak 2'ye düşürülmüştür. Bu sadeleştirmenin yapılmasındaki amaç KGO ve KGİ katsayılarının daha rahat yorumlamak adına gerçekleştirilmiştir. Buna göre 1 seçeneği 3. ve 4. yanıtları, yani maddenin geçerliğine ilişkin olumlu tutum ve görüşleri, 0 seçeneği ise 1. ve 2. Yanıtları, yani maddenin geçerliğine ilişkin olumsuz tutum ve görüşlere işaret etmektedir. Yeniden kodlama yapıldıktan sonra maddelerin her biri için ayrı ayrı hesaplanacak olan KGO katsayısı bir maddeye uzmanlar tarafından verilen 1 puanlarının toplamının, değerlendirmeyi yapan uzman sayısına bölünmesiyle elde edilmektedir. Böylelikle ilgili maddeye özgü KGO katsayısına erişilmektedir. Maddelerin ölçtüğü yapının kapsam geçerliliği düzeyini ifade eden KGİ katsayısı ise maddelerden elde edilen KGO katsayılarının toplanıp madde sayısına bölünmesiyle elde edilmektedir. KGO ve KGİ'nin hesaplanacağı kurgusal çizelge aşağıda belirtildiği gibidir.

Çizelge 6. Kurgusal Bir X Yapısının KGO ve KGİ Katsayıları

									Maddelerin KGO Katsayıları	X Yapısının KGİ Katsayısı
Maddeler	Uzman 1	Uzman 2	Uzman 3	Uzman 4	Uzman 5	Uzman 6	Uzman 7	Uzman 8		
Q1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	0.90
Q2	1	0	1	1	1	1	1	1	0.87	
Q3	1	1	1	0	1	1	1	1	0.87	
Q4	0	1	1	1	1	1	1	0	0.75	
Q5	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	

Kurgusal X yapısının kapsam geçerliği çıktıları veren Çizelge 6'ya göre Q4 adlı maddenin özgün KGO katsayısı $[(0 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 + 0) / 8] 0.75$ olarak hesaplanmıştır. Dikkat edilirse bu katsayı 8 uzman içeren bir kapsam geçerliği çalışmasında erişilmesi gereken kritik eşik 0.78 değerinden düşük çıkmıştır. Bu noktada Q4 maddesi ya tekrar revize edilmeli ya da analiz kapsamı dışına çıkarılmalıdır yargısında bulunulabilir. KGİ katsayısı ise $[(1.00 + 0.87 + 0.87 + 0.75 + 1.00) / 5] 0.90$ olarak bulunmuş olup, söz konusu yapının % 90 düzeyinde kapsandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

3.3.1.5. Pilot Uygulamanın Gerçekleştirilmesi

Araştırmanın pilot uygulama aşaması, erişilebilen 68 Çinli turist üzerinde 5.12.2022 ile 29.01.2023 tarihleri arasında yaklaşık 2 ay boyunca sürmüştür. Yapılan pilot uygulamalar sonucu elde edilen veriler SPSS 20.0 ve AMOS paket programı aracılığıyla değerlendirilmiştir.

Ek olarak, uzman görüşleri doğrultusunda belirlenen ölçek maddelerinin toplam 68 Çinli turist üzerinde sınanması ile birlikte, bu araştırma özelinde kabul edilebilir en düşük etki büyüklüğüne göre ideal örneklem sayısının ne kadar olması gerektiği noktasında faydalı bulgulara erişilmiştir. Söz konusu bulgular Araştırmanın Evren ve Örneklemi adlı başlık altında ayrıntılı bir şekilde raporlanmıştır.

3.3.1.6. Ölçeğin Güvenirliğinin Test Edilmesine Yönelik Analizler

Hem araştırma ölçeğinin hem de bu ölçek yardımıyla ortaya koyulan araştırma çıktılarının kullanışlı ve yeterli olduğunu ifade eden güvenilirlik, aynı ölçme aracı ile yapılan ölçümlerin mümkünse aynı şartlar altında tekrarlandığında benzer sonuçlar verebilme yeteneğidir. Kısaca güvenilirlik, ölçeğin kararlılığına dair bir göstergedir. Pek tabii olarak ölçme aracının farklı örneklemlere, farklı zamanlarda ve görece farklı koşullarda uygulanması ister istemez ölçme aracının da farklı sonuçlar üretebileceği anlamına gelmektedir. Bu durum ise ölçeğin kararlılık özelliğinde aşınmaya neden olabilmektedir. Şüphesiz böylesi bir durumda cevaplanması gereken ilk soru ölçme aracının mevcut ya da değişen koşullara yönelik yeterince tutarlı olup olmadığı sorusudur. Ölçekte yer alan maddelerin, ölçeğin geneli ile ya da temsil ettikleri boyut(lar) ile gösterdiği içsel uyumun düzeyini açığa çıkarmak gerekmektedir. Bu araştırma ölçeğinin içsel uyumu/tutarlılığı ise araştırma ölçeğinin bütününe ve bu ölçekte yer alan her bir boyuta ait Cronbach Alfa Katsayıları tespit edilerek kestirilmeye çalışılmıştır. Ek olarak, ölçekteki maddeler bazında da güvenilirliğe dair ipuçları aranmış ve bu doğrultuda madde-toplam korelasyon analizine başvurulmuştur.

Cronbach alfa katsayısı, bir ölçek ya da boyutu betimleyen her bir maddenin varyans toplamının, ölçeğin ya da boyutun genel varyans toplamına oranlanması ile bulunan bir ölçüttür. Bu katsayı, ölçme aracındaki maddelerin, ölçek ya da boyut ile ne düzeyde tutarlılık gösterdiğini açıklanmaya çalışmaktadır. Ağırlıklı olarak çoklu cevap seçeneklerine sahip likert tipi ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin ipuçları veren Cronbach alfa katsayısının 0.70 üzerinde bir değer alması ölçeğin ya da boyutun güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Ercan ve Kan, 2004, s. 213). Bu çalışmada ise gerek araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin tamamı gerekse ilgili ölçeklerde yer alan boyutların her biri için Cronbach alfa katsayı değerleri hesaplanmış ve rapor edilmiştir.

Ölçeğin güvenilirlik düzeyine katkıda bulunan ya da bozunuma uğratan ölçek maddelerinin iç tutarlılıkları hakkında kestirimde bulunmak için sadece Cronbach alfa katsayısından yararlanılmamıştır. Buna ek olarak, ölçme aracında yer alan her bir madde puanının (sadece ilgili maddeye ilişkin değişim miktarının) ölçme aracındaki tüm maddelerin toplam puanı (yani ölçeğin ya da boyutun tamamında gözlenen değişim miktarı) ile ne kadar ilişkili olduğu da saptanmaya çalışılmıştır.

Ölçme aracındaki herhangi bir madde, ölçtüğü kavramın ya da olgunun en az 0.30'luk bir kısmını açıklamalıdır. Şayet bu oran, 0.3'ten küçükse, ilgili maddenin ölçmeye çalıştığı kavramsal yapıyı betimlemediği ve temsil edemediği yorumunda bulunulabilir. Buna karşın söz konusu maddeye ait puan ile ölçeğin tamamına ait puanların korelasyonunun belirli bir eşğin üstünde olması da arzu edilen bir durum değildir. Bu eşik ise 0.80 ve üzerindeki değerleri ifade etmektedir. Bu değer üzerinde gözlenen bir ilişki ise ilgili maddenin ölçmeye çalıştığı kavramsal yapının yalnızca spesifik bir yönünü veya belirli bir alanını temsil ediyor olarak yorumlanmaktadır. Dolayısıyla madde-toplam korelasyon değerlerinin 0.3 ile 0.8 aralığında konumlanması, maddelerin yeterince homojen olduğuna yönelik işaretler barındırmaktadır (Sürücü ve Maslakçı, 2020, s. 2712)

Bu araştırmada ise araştırma kapsamında geliştirilen ölçekte yer alan her bir boyut ayrı bir ölçek gibi ele alınmış ve boyutların toplam puanları ile söz konusu boyutu betimleyen her bir madde puanı arasındaki madde-toplam korelasyon katsayıları incelenmiştir. Korelasyon katsayı düzeyi ideal aralıkta olan maddelerin, ilgili ölçeğin güvenilirliğine yeterli düzeyde katkı sağladığı öngörüsünde bulunulmuştur. Ancak ideal aralıkta yer edinemeyen maddeler ise hemen analiz kapsamı dışına çıkarılmamıştır. Bu bağlamda bir maddenin analiz dışında tutulmasına karar verilmesi için ilgili maddenin silindiği takdirde temsil ettiği ölçeğin Cronbach alfa katsayısını % 5 düzeyinden daha fazla arttırması gerekmektedir. Şayet çok düşük ya da çok yüksek madde-toplam korelasyonuna sahip bir madde silinmesine rağmen ölçeğin Cronbach alfa katsayısını % 5 üzeri bir artışa taşıyamıyorsa, ilgili maddenin analiz kapsamı dışına alınmasına gerek görülmemektedir (Can, 2016; Erkuş, 2012).

3.3.1.7. Ölçeğin Yapı Geçerliğinin Test Edilmesine Yönelik Analizler

Yapı geçerliğinin tanımını yapmadan önce yapı olarak adlandırılan şeyin ne olduğunu kavramak konunun açık-seçik anlaşılır hale gelmesini sağlamaktadır. Yapı ile vurgulanmak istenen anlam, birbirleriyle ilgili olduğu düşünülen belli başlı öğelerin bir araya gelerek bir örüntüyü oluşturmasıdır. Sosyal bilimler ekseninden değerlendirildiğinde yapı olgusu, ölçülmesi oldukça zor soyut kavramlara karşılık gelebilmektedir. Bu nedenle bir ölçme aracının böylesi soyut kavramları ne düzeyde bir doğruluk ile ölçtüğünü kestirebilme çabalarına yapı geçerliğini sağlama denilmektedir. Örneğin bir bireyde gözlemlenen dışa vurulmuş bir davranışın (bireyin

aile ve arkadaş grubuna karşı yüksek güven duyduğunu gösteren jest, mimik ve söylemleri) onun hangi soyut özelliğinin (sosyal uyum) bir yansıması olduğunu açıkça anlayabilmek önemlidir (Baştürk, Dönmez ve Dicle, 2013, s. 166). Bu doğrultuda araştırmacılar geliştirdikleri ya da uyarladıkları ölçme aracına konu olan yapının tanımına, gelişimine ve unsurlarına ilişkin toplayabildikleri bütün bilgileri çeşitli kaynaklardan (alanyazın taraması, gözlem, odak grup görüşmeleri vb.) edinmelidirler. Sonrasında bu bilgilerin ışığında hazırlanan bir ölçme aracı yardımıyla ölçülmek istenen yapının geçerliği, ölçme aracından elde edilen puanların gerçekte ne anlama geldiğini araştırarak keşfedilebilmektedir (Şekercioğlu, 2009, s. 28).

Yapı geçerliğinin keşfi için ise en sık kullanılan istatistiki yöntem olarak faktör analizi karşımıza çıkmaktadır. Bir korelasyon veya kovaryans matrisine dayalı olarak araştırma kapsamında toplanan ve aynı yapıyı tasvir eden çok sayıda veriyi az sayıda değişkene indirgeyerek azaltmaya ve böylelikle yapının yorumlanmasını da basitleştirmeyi amaçlayan faktör analizi yönteminde iki farklı teknik kullanılmaktadır. Bu teknikler açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) olarak adlandırılmıştır. İlerleyen bölümlerde çok daha ayrıntılı bir şekilde açıklanacak olan AFA ve DFA'nın işlevlerini kısaca tanımlamak gerekirse: AFA, ölçülmek istenen yapıyı betimleyen optimal boyut sayısını belirleyen ve ilgili boyuta ait maddeler için makul göstergelerin olup olmadığını ortaya çıkarmaya yarayan istatistiki bir tekniktir. DFA ise hipotetik bir araştırma yapısının ölçekte yer alan maddeler tarafından oluşturulan kovaryans matrisine uyup uymadığını test eden istatistiki bir tekniktir (Koyuncu ve Kılıç, 2019, s. 363).

3.3.1.7.1. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Yukarıda kısaca tanımlanan AFA'nın, araştırma kapsamında toplanan verilere uygulanabilmesi için yerine getirilmesi gereken birtakım varsayımlar bulunmaktadır. Söz konusu bu varsayımlar istatistiksel olmaktan ziyade kavramsal açıdan bir gereklilik arz etme eğilimindedirler. İstatistiki anlamda; normal dağılım ya da doğrusallık koşullarının sağlanmasına dair ihtiyaç duyulması, yalnızca maddeler arasındaki korelasyon katsayısının düşük olması durumunda ortaya çıkmaktadır. Buna karşın AFA kavramsal anlamda; birtakım boyutların, ölçekte yer alan maddeler arasındaki ortak değişkenliğin kaynağı olduğu ve ölçülmek istenen yapıyı oluşturan

boyutların, ölçek maddeleri üzerinde doğrusal bir etki yarattığını öne sürmektedir (Şencan ve Fidan, 2020, s. 642). Dolayısıyla bu kavramsal tanım AFA'nın istatistiki açıdan sınanması gerekliliğine neden olmaktadır.

AFA analizinin çıktıları ağırlıklı olarak maddeler arasındaki korelasyon ya da kovaryans matrisini temel aldığı için normal dağılım ve doğrusallık gibi varsayımlardan sapmalar, pearson korelasyon katsayılarını olumsuz etkilemektedir. AFA sonuçlarının hesaplanmasında kullanılan ve ölçek maddelerinin birbirleri arasındaki ilişki hakkında bilgi veren pearson korelasyon katsayılarında meydana gelen böylesi deformasyonlar ise hatalı ve yanıltıcı AFA çıktılarına neden olabilmektedir. Doğrudan ya da dolaylı bir biçimde pearson korelasyon katsayılarının dağılımı ile ilişkili olan AFA varsayımları şu şekildedir; değişkenlik, doğrusallık, normal dağılım, kayıp verilerin belirlenmesi, uç değerlerin belirlenmesi ve küresellik testleri (Watkins, 2018, s. 223).

Değişkenlik, bir araştırma örnekleminin kendi evreninden daha kısıtlayıcı olması durumunda, o örneklemden edinilen maddelerin varyansı da kısıtlanacaktır. Bu da doğal olarak korelasyon katsayısının zayıflamasına yol açacaktır. Örneğin, bir iş yerine iş başvurusunda bulunan 2.253 kişi için sözel ve nicel testler oluşturulmuş ve bu test puanları arasındaki korelasyon katsayısı 0.50 olarak tespit edilmiş olsun. Ancak test puanlarından başarıyla geçen ve iş başvurusu kabul edilen 128 kişi özelinde ise bu katsayı çarpıcı bir şekilde 0.12 düzeyine kadar geri çekilmiştir (Watkins, 2018, s. 223-224). Bu araştırma verisinden yola çıkarak, bir evrenden seçilen değişik büyüklüklerdeki örneklemeler üzerine yapılan araştırmalar AFA analizi için tesadüfi örnekleme ve temsil şartını tam olarak yerine getirememektedir sonucuna varılabilir. Bu araştırmada böylesi bir durumun önüne geçilmesi adına araştırma verileri toplanırken yüksek homojenlik gösterebileceği düşünülen bireylerden (benzer paket tur programları ile Türkiye'yi seyahat eden ve örneğin çoğu zaman aynı meslek grupları, aynı yaş, aynı gelir düzeyi ve hatta aynı işyerinde çalışan Çinli turistler) toplanılmamaya gayret gösterilmiştir.

Doğrusallık, teorik anlamda belirlenmiş bir boyut ile o boyutu betimleyen ölçek maddeleri arasında doğrusal bir ilişkinin olduğunu varsaymaktadır. Bu ilişkiyi görselleştirmek adına saçılım grafiklerinden faydalanılmaktadır. Doğrusallık varsayımına dair ipuçları veren bir diğer parametre ise korelasyon matrisinde yer alan bütün ölçek maddeleri arasındaki ilişkilerin doğrusal olması ve bu amaç doğrultusunda

ilgili değişkenlerin birbirleri arasındaki korelasyon katsayısının 0.30'dan daha yüksek düzeylerde seyretmesidir. Şayet bir ölçek maddesi, ölçekte yer alan diğer maddelerin birçoğu ile referans düzeyinin altında bir ilişki gösteriyorsa bu durum ilgili maddenin AFA yapısındaki ilişkilere katkı sağlamadığını ve analiz kapsamı dışında tutulması gerekliliğini göstermektedir. Aynı şekilde korelasyon katsayıları 0.90'ın üzerinde olan değerler de arzulamaz. Bu maddeler teklilik ve çoklu bağlantı (singularity-multicollinearity) özelliğine sahip olduğundan ölçekten çıkarılır (Yong ve Pearce, 2013, s. 80-88). Bu bilgilerin ışığında, araştırma ölçeğine ait tüm boyutlara yönelik korelasyon matrisleri incelenmiş, boyutlara ait maddelerin birbirleri ile olan ilişkilerinin yeterli seviyede seyrettiği ve maddeler arasında teklilik ve çoklu bağlantı gibi sorunların olmadığı gözlemlenmiştir.

Normallik, AFA analizi açısından bu varsayım, her bir ölçek maddesinden elde edilen verilerin araştırma evrenindeki normal dağılımdan gelip gelmediğini anlamak için çarpıklık ve basıklık katsayıları kullanılarak test edilebilmektedir. Çarpıklık, bir örneklemden elde edilen verilerin aritmetik ortalama değerlerinden ne kadar saptığını gösterirken, basıklık değeri ise örneklem verilerinin yatay bir düzlemde dağılımının ne kadar sivri ya da basık olduğuna dair ipuçları vermektedir. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin -3,000 ile +3,000 (Ross ve Willson, 2017, s. 13) arasında yer alması verilerin normal dağılımdan geldiğine dair kanıt niteliği taşımaktadır.

Bununla birlikte, ölçekteki her bir maddenin tek tek değil, birbirleriyle de tüm doğrusal kombinasyonlarının normal dağılımdan geldiği varsayımı yerine getirilmelidir. Bir başka değişle, AFA analizinin çok değişkenli normal dağılım için de yeter şartlara sahip olması gerekmektedir. Çok değişkenli normal dağılımın sınanması ya da sınanmaması ise AFA için nasıl bir faktör çıkarma yöntemi seçildiği ile yakından ilgilidir. Buna göre faktör çıkarma yöntemi olarak en yüksek olabilirlik tekniğinin seçilmesi durumunda çok değişkenli normal dağılım varsayımı yerine getirilmelidir (Treiblmaier ve Filzmoser, 2010, s. 204). Ancak bu araştırmada faktör çıkarma yöntemi olarak temel bileşenler yöntemi dikkate alınmıştır. Bu yöntem, çoklu normallik varsayımı ihlallerine çok güçlü direnç gösterebilen hesaplamalara sahiptir. Dahası çoklu normalliğın sağlanamadığı analiz verilerinin tamamen göz ardı edilerek yok sayılması da doğru bir çözüm önerisi değildir. Nitekim Büyüköztürk (2002, s. 480)'e göre "Normalliğın olmadığı boyutlarda çözümün değeri azalır, fakat yine de değerlidir. Değişkenlerin tüm doğrusal kombinasyonlarının normalliği test edilemese de tekli değişkenlere ilişkin

normallik varsayımı, çarpıklık ve basıklık katsayıları ile değerlendirilebilir.” Bu tespitin ışığında sadece tekli normallik varsayımı koşullarının karşılanmasının AFA’ya devam edilmesi noktasında yeterli olabileceğini söylemek mümkündür.

Normallik varsayımının ihlali ya da kabulü üzerinde önemli bir rol oynayan ölçüm düzeyi, sosyal bilimler alanında bir olay ya da olgunun altında yatan gizli yapı yani boyutun süreklilik arz ettiğini, buna karşın onu ölçen maddelerin yani gözlenen değişkenlerin ise kısıtlılığa sahip olduğunu ifade etmektedir. AFA gibi istatistiksel analizler süreklilik özelliği gösteren ve normal dağıldığı varsayılan boyut(lar)a ait maddelerin de normal dağılım gösterdiğini varsaymaktadır. Ancak ilgili maddelerin genellikle sınırlı cevap kategorisine sahip ve sıralı bir ölçek (örneğin Likert tipi ölçekler ya da evet-hayır, doğru-yanlış gibi cevaplar içeren dikotomik ölçekler) yardımıyla ölçülüyor olması bu varsayımın karşılanabilmesini güçleştirmektedir. Örneğin, ölçüm düzeyi açısından kandaki trombosit miktarı gibi sürekli bir ölçekle çalışan bir araştırmacının ya da her hangi bir kategorizasyona gitmeden tüketicilerin doğrudan yaşlarını öğrenmeye çalışan bir pazarlama departmanı çalışanın topladığı veriler kuvvetle ihtimal normal dağılıma ulaşacaktır. Çünkü bu verilerde kategorik ve sıralılık özelliği gösteren Likert tipi ölçeklerin aksine 1.5, 0.4, 3.2 ya da 21, 45, 54 gibi eşit aralıklı ve süreklilik özelliği gösteren ara değerler bulunmaktadır.

Sosyal bilimler alanında sürekli verilerden ziyade sıralı verilerin sıklıkla kullanılması göz önüne alındığında, normallik varsayımının ihlaline karşı polikorik korelasyon katsayısının kullanılması önerilmektedir. Polikorik korelasyon, gözlemlenemeyen normal dağılımlı sürekli bir değişkenin, gözlenen her kategorik değişkenin altında yattığını varsayan ve bu varsayımsal değişkenlerin altında yatan pearson korelasyonunu tahmin eden bir analiz sürecidir. Ölçek ifadelerindeki yanıt kategorisi sayısı azaldıkça pearson korelasyon katsayısı yerine polikorik korelasyon katsayısını kullanmak faktör yapısını daha gerçekçi bir şekilde ortaya kayabilmektedir. Buna karşın AFA analizinde polikorik korelasyon normallik varsayımına dair sınırlı bilgiler sunmaktadır, çünkü polikorik korelasyonlar yalnızca örtük sürekli değişkenlerin birbirleriyle ilişkileri üzerinden hareket edip, bu değişkenlerin çarpıklığı ve basıklığı gibi diğer yönlerini göz ardı etmektedir (Lee, Zhang ve Edwards, 2012, s. 316). Dahası polikorik korelasyonlar gözlenen sıralı değişkenlerin beş ila yedi kategoriden daha az ölçülmesi veya sıralı değişkenlerin normal dağılımları çarpıklık ve basıklık değerleri açısından asimetric olduğunda tavsiye edilen bir analiz

yöntemidir (Watkins, 2018, s. 225). Bu araştırmada ise araştırma katılımcılarının araştırma yapısına ilişkin duygu, kanaat ve gürüşleri 5'li likert tipi ölçek yardımıyla toplandığı ve araştırma verilerinin normal dağılımında da çarpıklık ve basıklık ölçütleri dikkate alındığı için polikorik korelasyon matrisinin çıkarımlarına başvurulmamıştır.

Kayıp verilerin belirlenmesi, araştırmalarda veri toplama süreci esnasında arzu edilen durum bütün araştırma katılımcıların ölçme aracındaki tüm soruları eksiksiz bir şekilde cevaplandırmalarıdır. Ancak bu istek her zaman karşılık bulamamakta ve çoğu zaman bazı gözlenen verilerde eksiklikler göze çarpmaktadır. Böylesi eksikliklerin bir yapının belirli bir özelliğini ölçen ölçek maddesine dair bilgi kaybının yaşanmasına neden olması ve dolayısıyla maddenin işaret ettiği boyuta ilişkin hatalı çıkarımlarda bulunulması riskini doğuracaktır. Bu araştırmada ise hem ölçek maddeleri hem de kategorik değişkenler (cinsiyet, yaş, gelir durumu vb.) düzeylerinde herhangi bir veri kaybına rastlanılmamıştır. Doğal olarak araştırma kapsamındaki bütün istatistiki analizler tam veri setleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Uç değerler, diğer araştırma gözlemleri ile karşılaştırıldığında bariz bir şekilde sapma gösteren aykırı gözlemlerdir. Aykırı gözlemler hatalı veri girişi nedeniyle (örneğin en fazla 5 yanıt seçeneğinin olduğu 5'li likert ölçeğe 6 değerinin girilmesi), örneklem hatası sonucunda (temsil ettiği evrenin özelliklerini taşımayan bir birey) ya da ölçüm aletinin hatasından kaynaklı (örneğin 1 cm eksik ölçen bir mezura) ortaya çıkabilmektedir. Her ne sebeple olursa olsun diğer gözlemlerden manidar bir şekilde farklılık gösteren aykırı gözlemler normal dağılım varsayımını olumsuz anlamda etkilemektedirler. Bu nedenle aykırı gözlemler ve dolayısıyla onlardan edinilen veriler tespit edilmeli, gerekirse analiz dışına çıkarılmalıdır.

Bu araştırmada gözlemlere ait aykırı değerleri tespit etmek için oldukça faydalı ve kullanışlı olan Z puanlarının ve Mahalanobis uzaklığının incelenmesi yöntemleri kullanılmıştır. Özellikle Mahalanobis uzaklığının yurtdışı alanyazında en sık tercih edilen aykırı değer tespit yöntemi olması ve etki faktörü yüksek olan (SSCI ve SCI alanında) birçok elektronik dergiye ait (SAGEPUB, Elsevier, Tandfonline) makalelerde işlenmesi ve kullanılması bu iddianın kanıtı niteliğindedir (Yılmaz, 2018, s. 195).

Mahalanobis uzaklığı birden çok değişken üzerinde etki gösteren aykırı gözlemlerin tespit edilmesine olanak sağlarken, Z puanları ise araştırma setindeki her bir gözlemi tek tek inceleyerek aykırı değerleri bulmaya çalışmaktadır. Z puanı esasen kusursuz bir normal dağılımda olması gereken 0 ortalama ve 1 standart sapma değerlerine işaret eder. Bir eşik ölçüsü olarak ise ortalamanın +3 ve -3 ya da +2 ve -2 standart sapma uzağında kalan her değeri birer uç değer olarak görme eğilimindedir (Ovla ve Taşdelen, s. 2).

Her ne kadar uç değer olarak tasnif edilse bile söz konusu aykırı gözlemlerin gerçek değerleri de yansıtılabileceği ihtimali göz önüne alınarak, analiz dışı bırakılacak gözlemler için sadece Z puanlarını incelemek yeterli görülmemiştir. Bu noktada çok değişkenli uç değerler için mahalanobis puanı hesaplanmış, sonrasında bu puanlar Ki-Kare dağılım tablosundaki referans değeriyle karşılaştırılıp $p - 1$ serbestlik derecesinde Mahalanobis puanı referans değerinin üzerinde olan veriler aykırı gözlemler ya da uç değerler olarak adlandırılmıştır (Esen ve Timor, s. 269).

Bu araştırmadaki her bir gözlem verisi, istatistiki formül yardımıyla Z puanlarına karşılık gelecek yerlere konumlandırılmış ve referans değerlerinin dışına taşan gözlemler uç değerler olarak tasnif edilmiştir. Buna ek olarak gözlem verilerinin her biri için Mahalanobis uzaklıkları, Ki-Kare dağılım tablosunda karşılaştırılmış ve eşik değerinin üzerinde kalan gözlemler silinmiştir. Uç değerleri tespit etme ve silme işlemi sonucunda toplamda 279 olan gözlem verisi 270 veriye düşürülerek, veri seti AFA için hazır hale getirilmiştir.

Küresellik testleri, araştırma verilerinin AFA için uygun olup olmadığını sınavan testlerdir. Bu testlerden birisi olan Bartlett testi araştırma verilerinden elde edilen korelasyon matrisini birim matrise (temel köşegendeki birim katsayısının 1, köşegen dışında kalan birimler dışındaki katsayıların 0 olduğu matris türü) karşı test etmektedir. Başka bir deyişle Bartlett testi korelasyon matrisindeki her bir ölçek maddesinin ölçektek diğer maddelerle oluşturduğu korelasyon katsayısının 0 (ölçek maddeleri arasında hiçbir şekilde ilişki yoktur) olduğu şeklindeki yokluk hipotezini red etmelidir. Böylelikle araştırma verilerinin oluşturduğu korelasyon matrisinin faktörleşebileceği sonucuna erişilecektir (Watkins, 2018, s. 226).

Buna karşın özellikle büyük örneklem sayılarına erişildikçe Bartlett testi, rastgelelikten kaynaklanan önemsiz sapmalara bile duyarlı hale gelebilmektedir.

Çarpıcı bir örnek teşkil etmesi açısından portakal fiyatları ve hava durumu tahmini gibi görece bağlantısız iki vakaya dair çok sayıda veri toplandıkça Barlett testi bu iki vakayı birbiriyle yüksek ilişkili bile görebilmektedir. Bu nedenle Barlett sonuçları bir örnekleme yeterliliği ölçüsü ile desteklenmelidir. Bu noktada Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme uygunluğu ölçüsü, korelasyonların belirli değişken çiftleri tarafından paylaşılan varyanstan ziyade tüm değişkenler arasında paylaşılan varyansın bir fonksiyonu olma derecesini yansıtan korelasyonların ve kısmi korelasyonların 0 ile 1 aralığında değişen oranıdır. Daha yalın bir anlatımla, KMO değerinin 1'e doğru yaklaşması demek ölçekte yer alan her bir maddenin, diğer maddeler tarafından kusursuz bir şekilde tahmin edilebilmesi demektir (Şekercioğlu, 2009, s. 41). AFA analize devam edilebilmesi için KMO'nun 0.60'ın üzerinde bir değer alması istenmektedir. Şayet daha düşük bir değer elde edilirse, örneklem verilerinin AFA'ya uygunluğunu arttırmak için küçük korelasyon katsayılarına sahip ölçek maddeleri analiz dışına çıkarılabilir (Howard, 2016, s. 52).

3.3.1.7.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

AFA yardımıyla teorik bir yapıyı betimleyen optimal sayıda örtük değişken açığa çıkarılır ve gözlenen değişkenlerin teorik yapıya ne düzeyde katkı sunduklarına dair genel geçer bir yorumda bulunulabilir. AFA, araştırmacının zihnindeki teorik yapıya ilişkin kaba bir örüntüyü ve bu örüntüyü oluşturan faktörleri belirleme işlevini yerine getirirken ortaya çıkan bu teorik yapının varlığının kanıtlanmasına yönelik bilgi vermemektedir. Bu noktada AFA'da daha önce tanımlanan teorik yapının, araştırmanın veri seti ile uyum sağlama yeteneğini sınavan DFA'ya ihtiyaç duyulmaktadır. AFA'nın bir uzantısı olarak karşımıza çıkan DFA, AFA çıktıları sonucunda elde edilen hipotetik bir faktör yapısının, gözlenen değişkenlerin birlikte değişimini gösteren kovaryans matrisine uyup uymadığını test etmektedir (Koyuncu ve Kılıç, 2019, s. 362). Daha basit bir anlatımla AFA, hangi gözlenen değişken gruplarının hangi örtük değişken, yani boyut ile yüksek düzeyde ilişkili olduğunu test etmek için kullanılırken, gözlenen değişken gruplarının, yani ölçek maddelerinin ait oldukları örtük değişkenler ile yeterince uyumlu olup olmadığını anlamak için DFA kullanılmaktadır. AFA ve DFA'nın birbirlerini tamamlayıcı bir bağ kurmaları ölçek geliştirme süreci açısından ele alındığında, AFA ile tanımlanan ölçek yapısının (yapıyı oluşturan örtük değişken sayısı ve bunların gözlenen değişkenlerle ilişkileri) DFA

kullanılarak doğrulanması ile gerçekleşmektedir (Erkorkmaz, Etikan, Demir, Özdamar ve Sanisoğlu, 2013, s. 212).

DFA ile doğruluğu sınanmak istenen hipotetik yapının en az 3 temel unsurunu belirlemede fayda vardır. Bunlardan ilki, ölçümü yapılan yapıyı ya da özelliği tasvir ettiği düşünülen toplam örtük değişken sayısı bilinmelidir. İkinci olarak, sadece temsil ettiği örtük değişken ile ilişkili olan gözlenen değişkenler belirtilmelidir. Son olarak ise eğer hipotetik yapı tıpkı bu araştırma yapısının varsaydığı gibi birden fazla örtük değişken içeriyorsa, örtük değişkenlerin birbirleri ile neden-sonuç bağı kurmadığı, ancak birbirleriyle karşılıklı değişim gösterdikleri belirtilmelidir.

DFA çıktılarının yorumlanması ve raporlanması aşamasında dikkat edilmesi gereken parametrelerin başında, herhangi bir örtük değişkenin gözlenen değişkenleri üzerindeki doğrudan etkilerini gösteren regresyon katsayıları gelmektedir. Bu katsayı AFA'daki faktör yükü terimine karşılıklı gelmektedir (Prudon, 2015, s. 3). Ancak burada netliğe kavuşturulması gereken nokta; gözlenen değişkenlerin örtük değişkene yük vermediği, aksine örtük değişkenin kendine ait her bir gözlenen değişkeni yordadığı gerçeğidir. Bir başka deyişle DFA, parçalardan bütüne doğru tümevarımcı bir metodolojiyi değil, bunun yerine bütünden yola çıkarak her bir parçanın geçerliliğini sınavan tümdengelimci bir ilkeyi benimsemektedir. Bir diğer parametre ise gözlenen değişkenlere ait hata varyanslarıdır. Varsayımsal olarak her bir gözlenen değişkenin arzu edilen varyansı 1.00'a eşittir. Bir başka deyişle, bu değişkenler açıklamaya çalıştığı özelliği kusursuz bir şekilde ölçebilmektedirler. Ancak pratikte bu durum çoğu zaman söz konusu olamamaktadır. Dolayısıyla, bir gözlenen değişkenin sahip olduğu gerçek varyansın 1.00'dan çıkarılmasıyla elde edilen değer, o değişkenin açıklayamadığı hata varyansını ya da artık varyansı temsil eder. Burada istenen şey gözlenen değişkenlerin hata varyansının 0.90 ve üzerinde (Yılmaz, 2018, s. 103) bir değer almamasıdır. Şayet bu eşik değer üzerinde hata üreten gözlenen değişken(ler) tespit edilirse analiz kapsamı dışında değerlendirilecektir. DFA kapsamında tahmin edilmesi gereken son parametre ise faktör varyansları ve kovaryanslarıdır (Prudon, 2015, s. 3).

DFA çıktılarını yorumlama ve raporlama sürecinin ikinci ayağında uyum iyiliği indekslerinin makul referans aralıklarında yer alıp almadığı irdelenmektedir. Uyum iyiliği indeksleri, araştırmacı tarafından tasarlanan yapının araştırmanın veri seti ile yani gözlenen değerler ile örtüşme sağla(ma)dığını test etmeye yarayan bir dizi

istatistiki analizi kapsamaktadır. Kuramsal ve hipotetik bir ölçüm modelinin yapı geçerliliği ile ilgili fikir sahibi olmaya yardımcı olan bu indekslerin başında Ki-Kare ve Ki-Kare/Serbestlik derecesi ölçütleri gelmektedir. Bu ölçütler aracılığıyla araştırma verilerinden oluşturulan gözlenen kovaryans matrisi ile araştırmanın hipotetik yapısından varsayımsal olarak türetilen kovaryans matrisleri arasında fark olup olmadığı karşılaştırılmaktadır. Genel kanının aksine bu karşılaştırma analizinin istatistiksel olarak anlamsız olması ve Ki-kare değerinin 0 düzeyine yaklaşması beklenmektedir (Hu ve Bentler, 1999, s. 2). Böylelikle araştırmanın gerçek verileri ile varsayımsal araştırma yapısından edinilen verilerin aynı evrenden geldikleri ve aralarında bir fark olmadığı gibi birbirleri ile benzeştiklerinden bahsetmek mümkün olacaktır. Buna karşın Ki-Kare değerinin örneklem büyüklüğüne karşı oldukça duyarlı olması ve özellikle gözlem sayısı belirli bir eşik üzerine (bu eşik çoğu zaman 50 ve üzeri gözlem sayısı olarak belirtilir) çıktıkça araştırma yapısının uyum iyiliğine yönelik olumsuz bir çıkarımda bulunması muhtemeldir. Dahası örneklem büyüklüğüne duyarlılıktan kaynaklı olarak araştırmanın veri seti ile yapının ima ettiği kovaryans matrisleri arasındaki tutarsızlık aslında alakasız olsa bile, salt Ki-Kare değeri kıstas alınarak gerçekte makul bir ölçüm modelini reddetme sorunu ile yüz yüze gelinebilmektedir. Böylesi bir sorunla karşı karşıya kalınması durumunda en makul çözüm yolu olarak Ki-Kare değerinin serbestlik derecesinden ayrıştırılması olarak tavsiye edilmektedir. Yani Ki-Kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle ortaya çıkan yeni değer, doğal olarak daha küçük bir Ki-Kare değeri olacağı için daha iyi bir yapı uyumunu beraberinde getirecektir. Her ne kadar örneklem büyüklüğüne bağımlılık sorunu Ki-Kare/Serbestlik derecesi prosedürü ile tam anlamıyla ortadan kaldırılamasa da, Ki-Kare/Serbestlik derecesinin 0.00-2.00 ya da 2.00-3.00 aralığına denk düşmesi, iyi ya da kabul edilebilir bir yapı uyumunun göstergesidir (Bollen, 1989, s. 278).

Bununla birlikte, salt Ki-Kare değeri baz alınarak ölçümü yapılan bir yapının geçerliliğini sınamak hatalı ve eksik değerlendirmelere kaynak teşkil edecektir. Bu nedenle Ki-Karenin olası sınırlılıkları ve uyum iyiliğine yönelik yanlışlıklarını telafi etmeye çalışan birçok farklı uyum indeksini incelemek faydalı olacaktır. Bu indekslerin formülleri esasen Ki-Kare değerini de içerdikleri için Ki-Kare değeri üzerindeki değişimlere oldukça hassastırlar. Ancak gözlem sayısı, örtük değişken sayısı, serbestlik derecesi ve hata varyansları gibi parametreleri de hesaplamalara dâhil

ettiklerinden bu hassasiyet bir parça olsa da bertaraf edilebilmektedir (Prudon, 2015, s. 4). İndirgemeci bir bakışla değerlendirilecek olursa, bahse konu olan indeksler temel anlamda gerçek ile modellenen, yani modelden türetilen kovaryans matrisi ile örneklemeden elde edilen kovaryans matrislerinin farklı formüller yardımıyla birbirleriyle çeşitli yönlerden etkileşimlerinin ölçütleridir. Araştırmanın bulgular kısmında ayrıntılı bir şekilde raporlanacak olan indeksler aşağıda kısaca özetlenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017, s. 81-82; Erkorkmaz, vd., s. 213-216; Scherbelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003, s. 36-43).

Tahmini kök hata kareler ortalaması (Root mean square error of approximation - RMSEA): Araştırma yapısından türetilen kovaryans matrisinin araştırmaya konu olan örnekleme ait kovaryans matrisine yaklaşık olarak iyi uyup uymadığını değerlendirmek için kullanılan bir ölçüttür. Bu değer tam olarak 0'a eşitlendiğinde araştırmanın ölçüm modeli ve araştırmanın ana kütlesi arasında kusursuz ve tam bir uyum olduğu anlamına gelmektedir. Buna karşın özellikle sosyal bilimlerde çalışmaları pratik açıdan böylesi bir çıktı almak neredeyse olanaksızdır. Bu nedenle RMSEA araştırma ana kütesine dair tam ve kusursuz bir uyumun değil, yaklaşık bir uyumun ölçüsü olarak değerlendirilmelidir.

İyilik uyum indeksi/düzeltilmiş iyilik uyum indeksi (Goodness of fit index/adjusted goodness of fit index - GFI/AGFI): RMSEA'nın aksine GFI/AGFI gerçek kovaryans matrisi ile türetilen kovaryans matrisi arasındaki farkı belirleyerek uyum eksikliğini göstermeyi amaçlamamaktadır. Bunun yerine GFI/AGFI ölçütleri söz konusu iki kovaryans matrisini birbirlerine oranlayıp, bu sayede türetilen kovaryans matrisi tarafından açıklanan varyans ve kovaryansın miktarını saptamaktadır. GFI/AGFI'nin işlevinin daha basitçe kavranması açısından GFI/AGFI'yi regresyon analizlerinin önemli bir parametresi olan R^2 gibi düşünmek faydalı olacaktır.

Ölçeklendirilmiş/ölçeklendirilmemiş uyum iyiliği indeksi (Normed Fit Index/Non-Normed Fit Index - NFI/NNFI): NFI, araştırmanın ölçüm modelinin Ki-Kare değerinin, en kötü durum senaryosundan daha düşük olan derecesini gösterir. Bir başka deyişle NFI, ölçülen tüm değişkenlerin esasen birbirleriyle hiçbir şekilde ilişkili olmadığı bu en kötü durum senaryosundan edinilen Ki-kare değeri ile ölçüm modelindeki parametreleri ve ilişkileri tanımlanmış olan mevcut Ki-Kare değerini karşılaştırarak uyum iyiliğine yönelik tahminde bulunulmasını sağlamaktadır. Buna

karşın NFI, özellikle 200 ve altındaki gözlem sayısı üzerinde test edildiğinde uyum iyiliğini zedeleyici değerler alabilmektedir. Bu noktada örneklem büyüklüğünün etkisini ortadan kaldırmak için geliştirilen NNFI değerini mercek altına almak faydalı olacaktır.

Karşılaştırmalı uyum indeksi (Comparative fit index- CFI): CFI değeri esasen NFI istatistiğinin sınırlılıklarını dikkate alan ve NFI istatistiği ile oldukça benzer formüle sahip ancak NFI'dan daha gelişmiş bir uyum iyiliği indeksidir. CFI örneklem büyüklüğüne karşı daha duyarlı formülü ile birlikte oldukça küçük örneklemeler üzerinden şekillenen araştırma yapılarının dahi iyi ve kabul edilebilir çıktılar vermesini sağlamaktadır.

Standartlaştırılmış hata kareler ortalamasının karekökü (Standardized root mean square residuals – SRMR): SRMR, gerçek model ile türetilmiş model arasındaki uyum ya da uyumsuzluğu doğrudan ölçmek için oldukça cazip ve benimsenmiş bir uyum iyiliği indeksidir. SRMR diğer birçok uyum iyiliği indeksinin aksine varyans-kovaryans matrisinden türetilen verileri irdelemeyip, bu matrislerin standartlaştırılmış, yani 0.00 - 1.00 değerleri arasına sıkıştırılmış halleri olan korelasyon matrisi aracılığıyla yapı geçerliliği kestiriminde bulunmaktadır. SRMR, gerçek model ve türetilen modelde birbirlerine karşılık gelen her bir değişken arasındaki korelasyon farkını ortaya çıkarır. Bu fark, değişkenlerin hata korelasyon matrisi olarak tanımlanmaktadır. Sonrasında korelasyon matrisinden elde edilen toplam puan yine hata korelasyon matrisinde yer alan değişkenlerin (hata ya da artık değerlerin) sayısına bölünür ve ortaya çıkan ortalama değer karekök içerisine alınarak SRMR katsayısı açığa çıkarılır. Kısaca hata korelasyon matrisi, ölçülmek istenen yapıdaki özelliklerin değişkenlerce açıklanamayan ve ölçülemeyen kayıp kısımlarını ortaya çıkarmaktadır. SRMR ile tespit edilen bu kayıp değer ne kadar az olursa, yapının ölçmek istediği özelliğe ilişkin bilgi kaybı da bir o kadar azalacaktır.

Yukarıda kısaca işlevlerinden bahsedilen uyum iyiliği indekslerinin araştırma ölçeğinin yapı geçerliliğini yeterli düzeyde bir performans ile açıkladıklarına kanaat getirebilmek için Çizelge 7'de yer alan referans aralıklarında konumlanmaları gerekmektedir (Scherbelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003, s. 52).

Çizelge 7. Yapı Geçerliliğinin Doğrulanması İçin Uyum İyiliği İndekslerine Ait Kabul Aralıkları

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR < 0,10$
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$
NNFI	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI < 0,97$
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95^*$
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$

*Alanyazında 0,80'in üzerindeki GFI değerinin de kabul edilebilir olduğunu raporlayan araştırmalara rastlanmıştır. (Byrne, 1998'den aktaran Özdemir, Ergin, Baysal, Oğuz ve Yılmaz, 2020, s. 281).

Geliştirilen bir araştırma ölçeğine ait uyum iyiliği değerlerini ilk seferde karşılamak oldukça zor olabilmektedir. Çünkü araştırma verileri sonucunda elde edilen yapıyı, tek bir denemeyele araştırmanın kuramsal modelinin kalıbına yerleştirmek oldukça zordur. Araştırmacının veri modelinin belirli yerlerden pot vererek arzu edilen kuramsal modelle bağdaşmadığı bir durumda, DFA analizi kapsamındaki düzeltme indekslerine başvurulmaktadır. Daha öncede açıklandığı üzere uyum iyiliği indeksleri bir şekilde Ki-Kare analizinin yeniden yorumlanması ya da revize edilmesi ile oluşturulmaktadır (Örneğin NFI, NNFI, CFI). Dolayısıyla Ki-Kare değeri üzerindeki değişiklikler doğrudan ya da dolaylı olarak diğer uyum indekslerini de etkilemektedir. Düzeltme indeksi değeri, 1.00 serbestlik derecesine karşılık gelen Ki-Kare kritik değerler tablosundaki değişimi açıklamaktadırlar. DFA analizi için varsayılan değer 4.00 olarak atanmıştır. Bu değer $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde ve 1 serbestlik dereceli Ki-Kare kritik değerler tablosundaki 3.84 değerinin biraz üstündedir. Bunun anlamı ise model üzerinde herhangi bir iki değişken arasında bir kovaryans oluşturularak gerçekleştirilecek bir düzeltmenin, modele ait Ki-Kare değeri üzerinde en az 3.84'lük bir azalma ile sonuçlanmasıdır. Ki-Kare değerinin azalarak 0'a daha da yaklaşması ile birlikte uyum iyiliği indekslerinde gözle görülür ve olumlu değişimler izlenecektir (Malkanthe, 2015, s. 51-52).

Düzeltme indeksleri ile ne kast edildiğini daha açık bir dille belirterek konu üzerine olası zihin karışıklıklarını gidermekte yarar görülmektedir. DFA açısından en sık billinen ve belirtilen şekliyle düzeltme indeksi, aynı örtük değişkeni temsil eden en az iki farklı gözlenen değişkenin hata varyansları arasında yüksek düzeyli korelasyona

işaret etmektedir. Daha açık bir anlatımla bu iki gözlenen değişken şeklen farklı cümleler kurularak yazılmış olsalar da içerik anlamında aynı özelliği ölçen ve neredeyse birbirleriyle benzer oldukları anlamına gelmektedir (Yaşlıoğlu, 2017, s. 79). İki gözlenen değişkenin hata korelasyonlarının birliktelik göstermesi, temsil ettikleri örtük değişkene ek olarak, modelde yer almayan başka bir örtük değişkeni de temsil ettiklerine dair ipuçları da verebilmektedir. Düzeltme indeksleri araştırmacı dostu görüntüsü verse bile, makulün ötesinde çok fazla sayıda parametre revizyonu için kullanılması ve kullanılırken geçerli bir gerekçe gösterilmemesi durumunda, normalde anlamsız olan bir yapının dahi araştırma verileri ile iyi uyum gösterdiği gibi hatalı bir yargıya ulaşılabilir. Bu nedenle bu endeks kullanılırken yapının türetildiği kurama uygun bir şekilde gerekçelendirme yapılmalıdır. Örneğin tedavi öncesi depresyon düzeyi (ön-test) ile tedavi sonrası depresyon düzeyinin (son-test) değişiminin incelendiği bir ölçekte, herhangi bir gözlenen değişkenin ön-test ve son-test puanları alanyazında daha önce belirtilmiş olan farklı bir örtük değişkenin (tedavide kullanılan farklı bir ilaç, tinsel yenilenme sağlayan meditasyon, sosyalleşme vb.) varlığına işaret ediyorsa bunun anlamı gözlenen değişkenin iki farklı ölçümünden kaynaklanan hata korelasyonu yüksek olsa da, bu değişkenin ölçümleri arasında kovaryans yardımıyla düzeltme gerçekleştirilebilir. Çünkü değişkene ait hata korelasyonundaki yüksek ilişkiye sebep olan etken araştırmacı tarafından zaten öngörülmüştür. Dolayısıyla böylesi bir düzeltmenin neden yapılması gerektiği hem kuramsal hem de pratik yollarla açıklanabilmektedir (Sümer, 2000, s. 64).

3.3.1.7.3. Yakınsak Geçerlik ve Iraksak Geçerlik

AFA ve DFA gibi yapı geçerliğini test eden analizlere ek olarak yakınsak ve iraksak geçerliliklerin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Yakınsak geçerlik, AFA ve DFA analizleri sonucunda açıklanan ve doğrulanan bir örtük değişkeni oluşturan maddelerin hem birbirleriyle hem de altında toplandığı örtük değişkenle yüksek düzeyde ilişki göstermesini tarif etmektedir. Iraksak geçerlik ise gözlenen değişkenlerin ve dolayısıyla bu değişkenler tarafından betimlenen örtük değişkenlerin diğer örtük değişkenlerle olan ilişkisinin görece daha düşük düzeylerde seyretmesini tanımlamaktadır (Corral-Verdugo ve Figueredo, 1999, s. 808). Kısaca, her örtük değişken ve ona ait maddeler kendi içerisinde yüksek düzeyde ilişki gösterirken, diğer örtük değişkenler ve onlara ait maddeler ile de manidar bir şekilde daha az ilişkili

olmalıdırlar. Bu araştırma ölçeğinin yakınsak ve ıraksak geçerlik koşullarını taşıyıp taşımadığını açığa çıkarmak adına aşağıda ayrıntılarıyla açıklanan prosedürler izlenmiştir.

Yakınsak geçerliliğin sağlanması adına izlenmesi gereken bir dizi adım bulunmaktadır. İlk olarak örtük değişkenlerin her birine ait CR değeri (bileşik güvenilirlik değeri) yine kendilerine ait olan AVE (açıklanan ortak varyans) değerlerinden yüksek olmalıdır. CR değeri işlevsel anlamda Cronbach's Alpha katsayısı ile aynı amaca hizmet etmektedir. Ancak Cronbach's Alpha ölçekteki gözlenen değişken sayısı arttıkça daha yüksek değerler alma eğilimindeyken CR değeri Cronbach's Alpha katsayısının aldığı yüksek değerlerin doğruluğunu onaylamak adına kullanılabilir. CR değerinin 0.70 üzerinde bir değer alması ilgili örtük değişkenin yakınsak geçerliliğini anlamak adına atılan ilk adım demektir. İkinci adımda ise her bir örtük değişken için AVE değerinin 0.50 üzerinde olması gerekmektedir. AVE değerinin hesaplanabilmesine olanak sağlayan istatistiksel formül tanımlandığında AVE'nin neden 0.50 eşliğinin üzerinde olması gerektiği daha açık hale gelecektir (Yaşlıoğlu, 2017, s. 82). Buna göre AVE değeri herhangi bir örtük değişkeni temsil eden gözlenen değişkenlerin kovaryanslarının karelerinin toplamının gözlenen değişken sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Dolayısıyla AVE değeri gözlenen değişkenlerin topyekûn bir şekilde ve sadece ait oldukları örtük değişken üzerindeki değişimin en az 0.50'sini açıklayabilme yeteneğini ifade etmektedir.

Yakınsak geçerliliğe benzer bir şekilde ıraksak geçerliliğin sağlanabilmesinde de izlenmesi gereken bir dizi süreç bulunmaktadır. Ancak bu süreç yakınsak geçerlilik ile kıyaslandığında nispeten daha girift ve karmaşıktır. Çünkü ıraksak geçerliliğe kanıt teşkil edecek fazladan iki yeni değere daha ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar MSV (maksimum paylaşılan varyansın karesi) ve ASV (paylaşılan varyansın karesinin ortalaması) değerleridir. Bu değerlerden MSV herhangi bir örtük değişkenin diğer örtük değişkenlerden herhangi biriyle paylaştığı en yüksek varyansın karesidir. ıraksak geçerliliğin ilk koşulu da MSV değerlerinin AVE değerlerinden daha düşük olmasıdır (Yaşlıoğlu, 2017, s. 82-83). Bu beklenti gayet mantık sınırları içerisindedir. Çünkü iki farklı örtük değişkenin birlikte paylaştıkları varyans (MSV), ayrı ayrı açıkladıkları varyanstan (AVE) yüksekse, bu iki değişkenin bir yapıya ait iki farklı özelliğe işaret etmedikleri, aksine ilgili yapıda aynı özelliklere karşılık gelen kavramlar olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bir yapının eş özelliklerini vurgulayan böylesi örtük

değişkenler ya tek bir faktör altında birleştirilmeli ya da bir tanesi analiz kapsamı dışında tutulmalıdır.

İraksak geçerliliğin sağlanmasındaki bir diğer adım ise ASV değerinin MSV değerinden daha düşük çıkmasıdır. ASV değeri bir örtük değişkenin diğer örtük değişkenlerin her biri ile paylaştığı varyansın karelerinin toplamının, paylaşılan varyans sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Son adımda ise örtük değişkenlere ait AVE değerlerinin kareköklerinin örtük değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarından yüksek bir değer göstermesi beklenilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017, s. 83).

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırma amacı kapsamında geliştirilen yumuşak güç ölçeğinin kapsam geçerliğini sağlaması için toplam 8 uzmanın görüş ve değerlendirmelerine başvurulmuştur. Uzman görüşleri kılavuzluğunda araştırmanın amacına hizmet etmediği düşünülen maddeler analiz kapsamı dışına alınmıştır. Geliştirilen ölçekte yer alan maddelere yönelik hataların düzeltilmesini sağlamak, ölçeğin güvenilirliğine ve yapı geçerliğine dair ipuçları edinmek vb. gerekçelerden dolayı yumuşak güç ölçeğine pilot uygulama yapılmıştır. Nihai olarak, araştırmaya ait veri seti ise 20.02.2023 ile 17.04.2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veri setine, yine araştırmanın amacı doğrultusunda; araştırma katılımcılarının demografik özelliklerini kestirebilmek için tanımlayıcı analizlerden, araştırma ölçeklerinin güvenilirlik ve geçerliklerini tespit etmek amacıyla; güvenilirlik analizlerinden, AFA, DFA, korelasyon katsayılarından faydalanılmıştır. Son olarak, düzenleyici örütük değişken içeren araştırma modelinin öngördüğü hipotetik ilişkiler ise AMOS adlı istatistik programında test edilmiş ve analiz sonuçları raporlanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırmanın veri setinden edinilen bulgular, araştırmanın problemine ve araştırmanın amacına göre çeşitli alt başlıklar altında incelenmiştir. İlk olarak, araştırma kapsamında geliştirilen yumuşak güç ölçeğine ait kapsam geçerliği ve güvenilirliğine yönelik bulgular sunulmuştur. Ardından yumuşak güç ölçeğinin yapı geçerliğine işaret eden AFA ve DFA çıktıları ile birlikte ölçeğin yakınsak/ıraksak geçerliğine dair kanıtlar paylaşılmıştır. Yumuşak güç ölçeğinin ardından araştırma modelinin bağımsız değişkeni olan destinasyon imajına yönelik güvenilirlik ve geçerlik bulgularına da yer verilmiştir. Son olarak ise araştırma modelindeki değişkenler arasında öngörülen ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlılığı sınanmış ve raporlanmıştır.

4.1. Yumuşak Güç Ölçeğinin Kapsam Geçerliğine İlişkin Bulgular

Yumuşak güç ölçeğinin kapsam geçerliğini saptamak için Yusoff (2019, s. 50) tarafından önerilen prosedür takip edilerek yumuşak gücün her bir boyutu için değerlendirmesine başvurulmuş uzmanların geri dönüşlerinden edinilen KGO ve KGİ katsayıları incelenmiştir. Çizelge 8, Çizelge 9 ve Çizelge 10'da yumuşak gücün kültür, siyasi değerler ve dış politika boyutlarına ilişkin kapsam geçerliği katsayıları sunulmuştur.

Çizelge 8. Kültür Değişkeninin KGO ve KGİ Katsayıları

									Maddelerin KGO Katsayıları	Değişkenin KGİ Katsayısı
Maddeler	Uzman 1	Uzman 2	Uzman 3	Uzman 4	Uzman 5	Uzman 6	Uzman 7	Uzman 8		
K1	1	1	1	0	1	1	1	1	0.87	0.93
K2	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K3	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K4	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K5	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K6	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K7	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K8	1	1	1	0	1	1	1	1	0.87	
K9	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K10	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K11	1	1	1	1	1	1	1	0	0.87	
K12	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K13	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K14	1	1	1	0	1	1	1	0	0.75	
K15	1	1	1	0	1	1	1	0	0.75	
K16	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K17	1	1	1	1	1	0	1	1	0.87	
K18	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K19	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K20	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K21	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
K22	1	1	1	1	1	0	1	0	0.75	
K23	1	1	1	0	1	0	1	0	0.63	
K24	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	

Kültür boyutuna ait maddeler KGO katsayı değerleri açısından incelendiğinde, 8 uzman içeren bir kapsam geçerliği çalışmasında erişilmesi gereken kritik eşik 0,78 değerinden düşük çıkan 4 madde analiz kapsamı dışına çıkarılmıştır. Bunlar; K14 (Türkiye, ülke içindeki Müslüman olmayan azınlık grupların inanç özgürlüklerine saygı duyar), K15 (Türkiye'deki İslami inanış küresel barışın sağlanmasına katkıda bulunmaktadır), K22 (Öğrenci değişim programları aracılığıyla Türkiye'de eğitim görmek isterdim) ve K23 (Türkiye'nin, yurt dışında eğitim görmek isteyen başarılı ve yetenekli öğrenciler için yeterli eğitimi verecek bir ülke olduğunu düşünüyorum) adlı maddelerdir. K14, K15, K22 ve K23 adlı maddelerin kültür boyutundan çıkarılması gerekliliğine dair olarak uzmanların ortak gerekçeleri ise kültür boyutundaki söz konusu maddelerin ölçmeye çalıştığı özellikleri daha etkili ve daha anlaşılır bir şekilde ölçme yeteneğine sahip olduğu düşünülen benzer maddelerin bulunmasıdır.

Çizelge 8'deki verilere göre KGİ katsayısı ise 0.93 olarak bulunmuştur. Buradan hareketle yumuşak gücün kültür boyutunu temsil eden ilgili yapının % 93 düzeyinde kapsandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Çizelge 9. Siyasi Değerler Değişkeninin KGO ve KGI Katsayıları

									Maddelerin KGO Katsayıları	Değişkenin KGI Katsayısı
Maddeler	Uzman 1	Uzman 2	Uzman 3	Uzman 4	Uzman 5	Uzman 6	Uzman 7	Uzman 8		
S1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	0.97
S2	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S3	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S4	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S5	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S6	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S7	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S8	1	1	1	0	1	1	1	0	0.75	
S9	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S10	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S11	1	1	1	1	1	0	1	0	0.75	
S12	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S13	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S14	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S15	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
S16	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	

Siyasi değerler boyutuna ait maddeler KGO katsayı değerleri açısından incelendiğinde, 8 uzman içeren bir kapsam geçerliği çalışmasında erişilmesi gereken kritik eşik 0,78 değerinden düşük çıkan 2 madde analiz kapsamı dışına çıkarılmıştır. Bunlar; S8 (Türkiye’de hukukun üstünde bir güç yoktur) ve S11 (Türkiye, vatandaşlarına çeşitli iş fırsatları sunabilen (istihdam yaratabilen) bir ülkedir) adlı maddelerdir. S8 adlı maddenin siyasi değerler boyutundan çıkarılması gerekliliğine dair olarak uzmanların ortak gerekçeleri ise siyasi değerler boyutundaki söz konusu

maddenin ölçmeye çalıştığı özellikleri daha etkili ve daha anlaşılır bir şekilde ölçme yeteneğine sahip olduğu düşünülen benzer maddelerin bulunmasıdır.

S11 adlı maddenin ölçekten çıkarılmasına gerekçe olarak ise ilgili maddenin bir ülkenin siyasi değerlerinin cezbediliciliğinden daha çok ekonomik gelişmişliğinin, dolayısıyla sert gücünün göstergesi olarak yorumlanma riski taşımaktadır.

Çizelge 9'daki verilere göre KGİ katsayısı ise 0.97 olarak bulunmuştur. Buradan hareketle yumuşak gücün siyasi değerler boyutunu temsil eden ilgili yapının % 97 düzeyinde kapsandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Çizelge 10. Dış Politika Değişkeninin KGO ve KGİ Katsayıları

Maddeler	Uzman								Maddelerin KGO Katsayıları	Değişkenin KGİ Katsayısı
	1	2	3	4	5	6	7	8		
D1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	0.95
D2	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D3	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D4	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D5	1	1	1	0	1	0	1	0	0.75	
D6	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D7	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D8	1	1	1	0	1	1	1	0	1.00	
D9	1	1	1	0	0	1	0	1	0.63	
D10	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D11	1	1	1	1	1	0	1	0	1.00	
D12	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D13	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D14	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	
D15	1	1	1	1	0	1	1	1	0.87	

Dış politika boyutuna ait maddeler KGO katsayı değerleri açısından incelendiğinde, 8 uzman içeren bir kapsam geçerliği çalışmasında erişilmesi gereken kritik eşik 0,78 değerinden düşük çıkan 2 madde analiz kapsamı dışına çıkarılmıştır. Bunlar; D5 (Türkiye, gerek bölgesel gerekse küresel açıdan oyun kurucu bir ülkedir) ve D9 (Türkiye, küresel barışın sağlanabilmesi için kendi kısa vadeli çıkarlarından vazgeçecek bir ülkedir) adlı maddelerdir. D5 ve D9 adlı maddelerin dış politika boyutundan çıkarılması gerekliliğine dair olarak uzmanların üzerinde uzlaşa sağladığı ortak gerekçe ise dış politika boyutundaki söz konusu maddelerin ölçmeye çalışıldığı özellikleri daha etkili ve daha anlaşılır bir şekilde ölçme yeteneğine sahip olduğu düşünülen benzer maddelerin bulunmasıdır.

Çizelge 10'daki verilere göre KGİ katsayısı ise 0.95 olarak bulunmuştur. Buradan hareketle yumuşak gücün dış politika boyutunu temsil eden ilgili yapının % 95 düzeyinde kapsandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

4.2. Yumuşak Güç Ölçeğinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında geliştirilen yumuşak güç ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizleri ölçeğe ait her bir boyut için ayrı ayrı hesaplanmış ve analiz çıktıları Çizelge 11'de raporlanmıştır.

Çizelge 11. Yumuşak Güç Ölçeğinin Boyutlarına Yönelik Güvenirlik Analizi Sonuçları

Araştırma Ölçeğinin Boyutları		Boyut Bazında Madde-Toplam Korelasyon Katsayısı	Cronbach's Alpha	
			Madde Silindiğinde Alınacak Yeni değer	Boyut Bazında
Kültür	K2	0.649	0.901	0.908
	K3	0.636	0.901	
	K4	0.682	0.899	
	K5	0.711	0.898	
	K6	0.603	0.902	
	K7	0.713	0.898	
	K9	0.473	0.907	
	K10	0.467	0.907	
	K11	0.748	0.898	
	K13	0.575	0.903	
	K16	0.583	0.903	
	K18	0.549	0.904	
	K20	0.551	0.904	
	K21	0.627	0.901	
K24	0.477	0.907		
Siyasi Değerler	S1	0.549	0.953	0.950
	S2	0.771	0.945	
	S3	0.824	0.944	
	S4	0.797	0.945	
	S5	0.737	0.947	
	S6	0.837	0.943	
	S9	0.790	0.945	
	S12	0.735	0.947	
	S13	0.704	0.948	
	S14	0.817	0.944	
	S15	0.837	0.944	
	S16	0.774	0.945	
Dış Politika	D2	0.695	0.920	0.926
	D3	0.765	0.917	
	D4	0.778	0.916	
	D6	0.628	0.923	
	D7	0.660	0.921	
	D8	0.755	0.917	
	D10	0.610	0.923	
	D11	0.807	0.914	
	D12	0.663	0.921	
	D13	0.747	0.917	
	D14	0.604	0.924	
Ölçeğin Tamamına Yönelik Cronbach's Alpha Katsayısı				0.938

Çizelge 11 incelendiğinde, yumuşak güç ölçeğini meydana getiren üç boyutun Cronbach Alfa katsayılarının ayrı ayrı hesaplandığı görülmektedir. Bu katsayılar sırasıyla; siyasi değerler boyutu için 0.950, dış politika boyutu için 0.926 ve kültür boyutu için ise 0.908 olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte ölçeğin bir bütün olarak güvenilirlik katsayısının ise 0.938 olması göz önünde bulundurulduğunda, yumuşak güç ölçeğinin içsel tutarlılığının hem boyutlar bazında hem de bir bütün olarak sağlandığı görülmüştür.

Yumuşak güç ölçeği madde-toplam korelasyonları açısından ele alındığında, ölçek maddelerinin madde- toplam korelasyon değerlerinin 0.467 ile 0.837 arasında değiştiği ve herhangi bir boyuttan herhangi bir ölçek maddesi çıkarıldığında, ilgili boyutun Cronbach Alfa katsayısının manidar düzeyde artmadığı gözlemlenmiştir.

4.3. Yumuşak Güç Ölçeğinin Yapı Geçerliliğine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında geliştirilen yumuşak güç ölçeğinin yapı geçerliliğine ilişkin kanıt arama sürecinde AFA ve DFA'nın çıktılarına başvurulmuştur. Böylelikle araştırma ölçeğinin içerdiği boyutların ve bu boyutlara ait maddelerin yumuşak güç kavramını ölçmeye yönelik olup olmadıklarına dair ipuçları aranmıştır.

4.3.1. AFA'ya İlişkin Bulgular

Bu alt başlık altında ilk olarak mercek altına alınan nokta, AFA'nın uygulanabilmesi için gerekli varsayımların karşılanıp karşılanmadığının raporlanmasıdır. Hataırlanacağı üzere AFA varsayımları; değişkenlik, doğrusallık, normal dağılım, kayıp verilerin belirlenmesi, uç değerlerin belirlenmesi ve küresellik testleri (Watkins, 2018, s. 223) olarak tanımlanmıştır. Bu varsayımlar içerisinde normallik ve küresellik testleri dışında kalan diğer varsayımların nasıl ve ne şekilde karşılandığına dair ayrıntılı açıklamalar AFA alt başlığı altında irdelenmiştir. Çizelge 12'de ise yumuşak güç ölçeğinin normallik varsayımı bulgularına yer verilmiştir.

Çizelge 12. Yumuşak Güç Ölçeğine Ait Maddelerin Normal Dağılım Varsayımına Yönelik Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

Yumuşak Gücün Boyutları		Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
				Katsayı	Std. Hata	Katsayı	Std. Hata
Kültür	K2	3.87	1.012	-0.936	0.148	0.581	0.295
	K3	3.74	1.021	-0.869	0.148	0.598	0.295
	K4	3.51	1.213	-0.484	0.148	-0.706	0.295
	K5	3.57	1.070	-0.579	0.148	-0.062	0.295
	K6	3.60	1.050	-0.441	0.148	-0.306	0.295
	K7	3.47	1.162	-0.386	0.148	-0.700	0.295
	K9	3.50	1.127	-0.486	0.148	-0.422	0.295
	K10	3.56	1.064	-0.464	0.148	-0.422	0.295
	K11	3.70	0.946	-0.934	0.148	0.781	0.295
	K13	3.61	0.933	-0.535	0.148	0.438	0.295
	K16	3.81	1.201	-0.765	0.148	-0.332	0.295
	K18	3.84	1.130	-0.952	0.148	0.351	0.295
	K20	3.84	1.082	-0.807	0.148	0.090	0.295
	K21	3.38	1.324	-0.266	0.148	-1.071	0.295
K24	3.76	1.153	-0.639	0.148	-0.454	0.295	
Siyasi Değerler	S1	3.39	1.125	-0.573	0.148	-0.445	0.295
	S2	3.51	1.117	-0.683	0.148	-0.146	0.295
	S3	3.82	1.041	-0.973	0.148	0.619	0.295
	S4	3.71	1.143	-0.724	0.148	-0.214	0.295
	S5	3.83	1.059	-0.950	0.148	0.482	0.295
	S6	3.79	1.052	-0.971	0.148	0.558	0.295
	S9	3.61	1.042	-0.766	0.148	0.213	0.295
	S12	3.67	1.041	-0.759	0.148	0.245	0.295
	S13	3.88	1.042	-0.912	0.148	0.435	0.295
	S14	3.94	1.033	-1.124	0.148	1.051	0.295
	S15	3.89	0.987	-1.069	0.148	1.093	0.295
S16	3.70	1.064	-0.868	0.148	0.364	0.295	
Dış Politika	D2	3.64	1.042	-0.857	0.148	0.481	0.295
	D3	3.68	1.064	-0.921	0.148	0.436	0.295
	D4	3.56	1.102	-0.665	0.148	-0.125	0.295
	D6	3.36	1.167	-0.457	0.148	-0.565	0.295
	D7	3.61	1.154	-0.808	0.148	-0.031	0.295
	D8	3.60	1.180	-0.626	0.148	-0.412	0.295
	D10	3.40	1.122	-0.462	0.148	-0.424	0.295
	D11	3.57	1.105	-0.795	0.148	0.078	0.295
	D12	3.39	1.121	-0.404	0.148	-0.477	0.295
	D13	3.54	1.149	-0.554	0.148	-0.457	0.295
D14	3.79	1.051	-1.118	0.148	1.035	0.295	

Çizelge 12’de AFA öncesinde araştırma ölçeğinde yer alan boyutlara ait maddelerin normal dağılım gösterdiklerine dair kanıt sunulabilmesi adına basıklık ve çarpıklık değerleri incelenme konusu olmuştur. Ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri, referans olarak alınan -3.000 ile +3.000 (Ross ve Willson, 2017, s. 13) aralığında konumlandığı için normal dağılım varsayımının ihlal edilmediği tespitinde bulunulabilir.

AFA’ya yönelik son varsayım olan küresellik testleri sonuçları doğrultusunda yumuşak güç ölçeğinin KMO değeri 0.945 olarak bulunurken, Barlett küresellik test değerinin ise ($X^2_{(703)}=6437.861$; $p<0.01$) anlamlı olduğu gözlemlenmiştir. Küresellik testi sonuçlarından yola çıkarak; ölçekte yer alan her bir ölçek maddesinin, ölçekte yer alan diğer maddeler tarafından yeterli düzeyde tahmin edilebildiği ve faktörleşmenin mümkün olacağı ifade edilebilir. Dolayısıyla AFA’nın bütün varsayımları yerine getirilerek analize devam etme kararı alınmıştır. Çizelge 13’de AFA’nın test istatistikleri sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 13. Yumuşak Güç Ölçeğine Yönelik AFA Çıktıları

Yumuşak Güç Ölçeğinin Boyutlarına Ait Maddeler	1	2	3
S6	0.843		
S15	0.828		
S3	0.825		
S14	0.824		
S9	0.800		
S16	0.797		
S4	0.783		
S2	0.772		
S5	0.753		
S12	0.742		
S13	0.711		
S1	0.601		
K11		0.764	
K7		0.754	
K5		0.730	
K4		0.713	
K21		0.675	
K6		0.663	
K3		0.653	
K2		0.643	
K16		0.630	
K13		0.620	
K20		0.592	
K18		0.576	
K9		0.571	
K10		0.541	
K24		0.505	
D11			0.842
D4			0.825
D3			0.802
D13			0.781
D8			0.774
D2			0.746
D12			0.737
D7			0.717
D6			0.689
D10			0.656
D14			0.616
Öz değerler	12.166	5.069	3.881
Açıkladığı Varyans	% 32.015	% 13.339	% 10.214
Açıklanan Toplam Varyans	% 55.567		

Kestirim Yöntemi: Principal Component Analysis.

Döndürme Yöntemi: Varimax with Kaiser Normalization.

Çizelge 13’de önemli boyut sayısına karar vermek için öz değer katsayısı dikkate alınmıştır. Genel anlamda tavsiye edilen bir eşik olarak öz değeri 1’in üzerinde olan faktörler ideal faktör sayısına işaret etmektedir. Ancak bu eşik değeri AFA

sonuçlarına göre araştırmacıların isteğine bağlı olarak daha da arttırılabilir. Bu eşik değerinin sıklıkla referans verilmesindeki temel sebep ise her bir boyutun asgari olarak varyans düzeyi 1 olan ölçek maddelerinden biri ile eşdeğer düzeyde olamsı gerekliliğidir (Büyüköztürk, 2002, s. 479).

Öz değer katsayısı sadece önemli boyut sayısının belirlenmesinde değil, boyut(lar) tarafından açıklanan varyans miktarının belirlenmesinde de kullanılan bir katsayıdır. Örneğin 10 maddeden oluşan bir ölçek için rotasyon sonrası öz değer katsayısı 1'in üzerinde olan olan 4 boyuta ait toplam öz değer katsayısı 6 ise; bu durumda söz konusu faktör yapısının açıklayıcılığı $6/10*100=60\%$ dır. Açıklanan varyansın % 50'nin üzerinde olması, ölçekte yer alan örtük değişkenlerin veri setindeki toplam değişimi (varyansı) yeterli düzeyde açıklayabildiğini, ölçümü gerçekleştirilmeye çalışılan yapıyı güçlü bir şekilde temsil etme yeteneğine sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla önemli boyut sayısına karar verme aşamasında sadece öz değeri 1'den büyük olan faktörleri seçmek tek başına yeterli bir kriter değildir. Bu faktörlerin açıklanan toplam varyansa yaptıkları katkıyı da göz önünde bulundurarak optimum sayıda boyuta ulşamak gerekmektedir. Buna göre önemli boyut sayısının belirlenmesinde; arzu edilen toplam varyans düzeyine erşildikten sonra açıklanan toplam varyansı manidar düzeyde (% 5) arttıramayan boyutlar görmezden gelinerek boyut sayısı azaltılabilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017, s. 77). Böylelikle çok sayıdaki boyutu isimlendirme ve onlara anlamlılık kazandırma noktasında karşılaşılan zorlukların önüne set çekilmiştir.

Bu bilgilerden hareketle, AFA'nın test istatistiği çıktıısı olan öz değer katsayısına göre bu ölçek özelinde öz değeri 1'in üzerinde olan toplam 5 boyuta erişilmiştir. Buna karşın öz değer büyüklüklerine göre 4. ve 5. sıralarda yer alan boyutların açıklanan toplam varyansa katkıları % 5'in altında kaldığı için önemli boyut sayısına karar verme sürecinde söz konusu boyutlar dikkate alınmamıştır. Dolayısıyla geriye, yumuşak güç alanyazını ile uyumlu bir şekilde 3 boyut kalmaktadır. Söz konusu boyutlar toplam varyansa yaptıkları katkı düzeylerine göre; tek başına yapının % 32.015'ini açıklayan siyasi değerler boyutu, yapının % 13.339'unu açıklayan kültür boyutu ve yapının % 10.214'ünü açıklayan dış politika boyutu olarak sıralanmış ve adlandırılmıştır. Sonuç olarak yumuşak güç ölçeğinin 38 maddeli ve 3 bileşenli yapısı, toplam varyansın % 55.567'sini açıklamaktadır. Açıklanan toplam varyans miktarının

% 50'yi geçmesi ise ölçülmeye çalışılan yapının, kendi boyutları tarafından yeterli düzeyde temsil edildiğinin kanıtıdır.

Ölçeğin önemli boyut sayısına karar verildikten ve boyutların isimlendirilme süreci gerçekleştirildikten sonra ölçek maddelerinin söz konusu boyutlara göre dağılımına bakılmıştır. Bu amaçla ölçek maddelerinin ölçekteki boyutlarla ilişkilerini gözler önüne seren faktör yükü katsayıları incelenmiştir. Bu doğrultuda bir boyuta 0.300'ün üzerinde yük veren ölçek maddelerinin ait oldukları boyutla yüksek düzeyde ilişkili olduğu ve maddelerin hep birlikte ilgili boyutu açıkladığı anlamına ulaşılmaktadır (Büyüköztürk, 2002, s. 474).

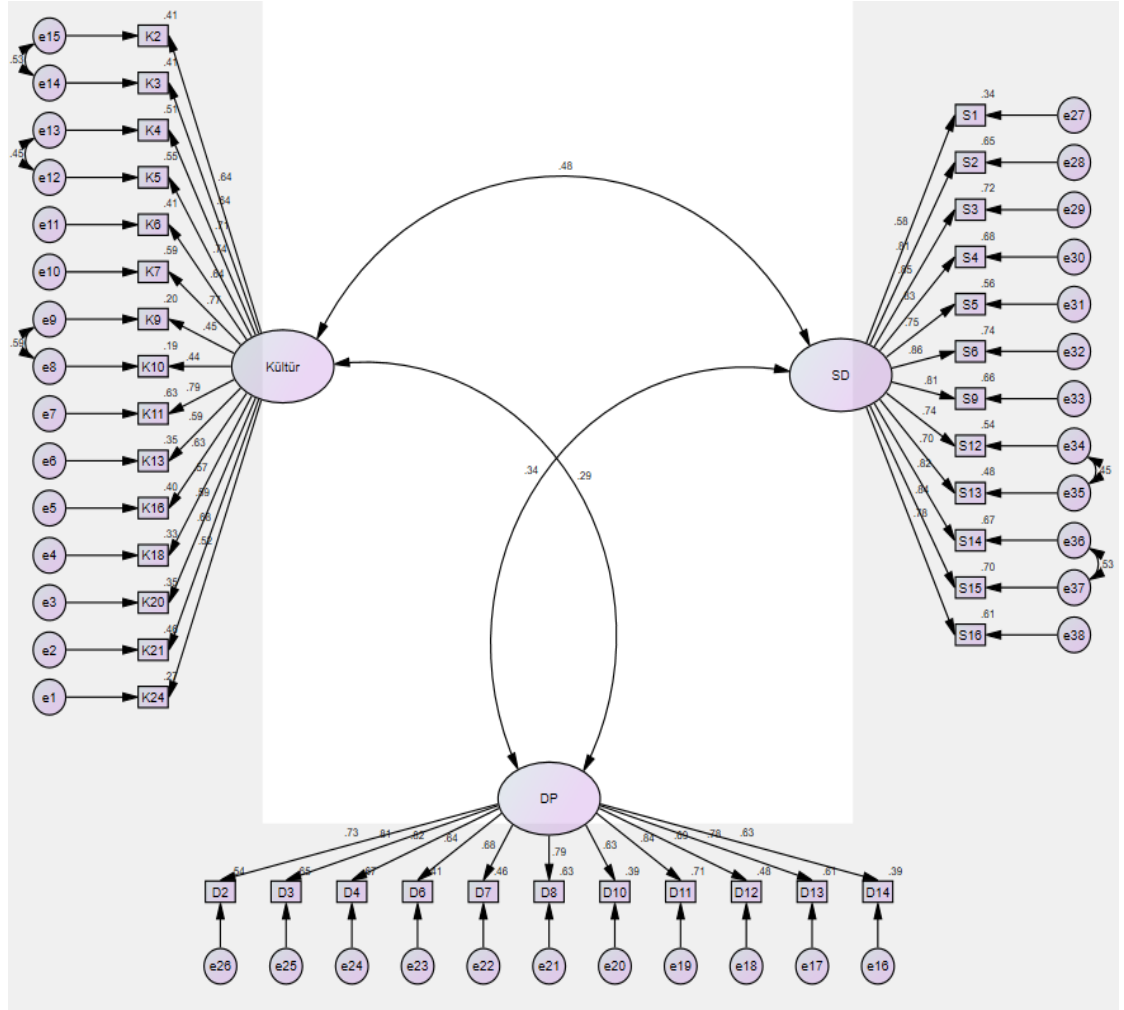
Bu bilgiler ışığında yumuşak güç ölçeğinde yer alan maddelerin, ait oldukları boyutlara göre faktör yüklerinin 0.505 ve 0.843 katsayıları arasında değişiklik seyretmesi, maddelerin ideal faktör yükü seviyelerinde bulduklarının göstergesidir. Bununla birlikte yumuşak güç ölçeğinin kültür boyutuna ait K1, K8, K12, K17 ve K19 adlı maddeler; siyasi değerler boyutuna ait S7 ve S10 adlı maddeler ile dış politika boyutuna ait D1 ve D15 adlı maddeler arzu edilen faktör yük düzeyinin altında kaldıklarından ötürü faktör yapısını bozunuma uğratmışlardır. Bu gerekçeden yola çıkarak bahse konu olan maddeler analiz kapsamı dışına çıkarılmışlardır.

4.3.2. DFA'ya İlişkin Bulgular

AFA'da tanımlanan yumuşak güç yapısının, araştırmanın veri seti ile uyum sağlama yeteneğini sımayan DFA'ya ihtiyaç duyulmaktadır. AFA, gruplar halindeki hangi ölçek maddelerinin hangi örtük değişken ile yüksek seviyede ilişkili olduğunu ortaya çıkarırken, DFA ise örtük değişkenlere katkıda bulunan gruplar halindeki ölçek maddelerinin ait oldukları örtük değişkeni yeterince temsil edip edemediğini görebilmek için kullanılmaktadır.

DFA analizinde yol diyagramı yardımıyla, örtük değişkenler elips şeklinde, bu değişkenlere ait gözlenen değişkenler ise diktörtgen şeklinde sembolize edilmektedir. DFA içerisindeki örtük değişkenlerin birbirleriyle ilişkileri iki yönlü oklar aracılığıyla ifade edilirken, örtük değişkenlerden gözlenen değişkenlere, yani elips şekline diktörtgen şekline doğru yönelen tek yönlü oklar ise doğrusal ilişkileri göstermektedir. Tek yönlü doğrusal ilişkileri gösteren ve regresyon katsayısı olarak adlandırılan bu oklar, her bir örtük değişkenin kendine ait olan gözlenen değişkenleri ne düzeyde

açıkladığına dair bilgiler barındırmaktadır. DFA analizinin yol diyagramına ilişkin temel bilgilerin paylaşılmasının ardından Şekil 3’de yumuşak güç ölçeğine ait DFA sonuçları sunulmuştur.



Şekil 3. Yumuşak Güç Ölçeğinin Standardize Edilmiş DFA Sonuçları

Şekil 3’de gösterilen yol diyagramında, siyasi değerler ve kültür örtük değişkenleri arasındaki standardize edilmiş korelasyon değeri 0.48, siyasi değerler ve dış politika örtük değişkenleri arasındaki standardize edilmiş korelasyon değeri 0.34 ve son olarak kültür ve dış politika örtük değişkenleri arasındaki standardize edilmiş korelasyon değeri de 0.29 olarak tespit edilmiştir. Diyagramda, standardize edilmiş tek yönlü doğrusal ilişkileri gösteren katsayılara bakıldığında ise 0.44 ile 0.85 aralığında değişiklik gösteren değerlere rastlanılmaktadır. Ek olarak, ölçekteki her bir gözlenen değişkendeki hata varyansı miktarının 0.90’ın altında bir değer alması, DFA yapısını bozunuma uğratan bir ölçek maddesinin olmadığına ve dolayısıyla herhangi

bir ölçek maddesinin ölçek dışına çıkarılması gerekmediğine dair içgörüler vermektedir.

DFA'nın bir sonraki aşamasında, araştırma kapsamında toplanan veri seti ile araştırma modelinin uyumunu gösteren model uyum indeksleri Çizelge 14'de gösterilmektedir.

Çizelge 14. DFA Uyum İyiliği Ölçütleri İle Araştırma Sonuçlarının Karşılaştırılması (Yumuşak Güç)

Uyum Ölçütleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırmanın Uyum Değerleri
c^2/df	$0 \leq c^2/df \leq 2$	$2 \leq c^2/df \leq 3$	1.063
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0.015
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR < 0,10$	0.049
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0.900
NNFI	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0.993
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI < 0,97$	0.993
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95^*$	0.873
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	0.857

*Alanyazında 0,80'in üzerindeki GFI değerinin de kabul edilebilir olduğunu raporlayan araştırmalara rastlanmıştır. (Byrne, 1998'den aktaran Özdemir, Ergin, Baysal, Oğuz ve Yılmaz, 2020, s. 281).

Çizelge 14'de, DFA'ya ilişkin model uyum ölçütleri incelendiğinde; NFI, GFI ve AGFI değerlerinin kabul edilebilir uyum iyiliği değeri aldığı görülürken, geriye kalan bütün uyum iyiliği ölçütlerinin mükemmel uyum (c^2/df , RMSEA, SRMR, NNFI, CFI) gösterdikleri saptanmıştır. Sonuç olarak elde edilen bu uyum ölçüt değerleri ile araştırmanın veri seti ve araştırma modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu söylenebilir.

4.3.3. Yakınsak ve Iraksak Geçerliğe İlişkin Bulgular

Ölçek geçerliği için birer parametre teşkil eden CR, AVE, MSV ve ASV gibi diğer istatistiksel ölçütler, yumuşak güç ölçeğinin ölçek kabul edilebilir düzeylerde güvenilirlik ve geçerliğe (yakınsak ve iraksak geçerlik) sahip olduğuna ilişkin ipuçları vermektedirler. Çizelge 15'de yumuşak güç ölçeğinin güvenilirlik, geçerlik ve faktör korelasyon matrisine yer verilmiştir.

Çizelge 15. Yumuşak Güç Ölçeğinin Güvenirlik, Geçerlik ve Korelasyon Katsayıları

	CR	AVE	AVE Karekök	MSV	ASV	1	2
Kültür (1)	0.909	0.501	0.708	0.235	0.160		
Dış Politika (2)	0.927	0.540	0.735	0.114	0.099	0.292	
Siyasi Değerler	0.950	0.613	0.783	0.235	0.174	0.485	0.337

Çizelge 15’de değerlendirmeye tabi tutulan ilk ölçüt CR değeridir. Yumuşak güç ölçeğinin DFA modelinde yer alan bütün örtük değişkenlere ait CR değerlerinin 0.70’in üzerinde olması, ölçeğin güvenilir olduğunu yönelik önemli bir kanıt sunmaktadır.

Yakınsak geçerlik açısından, örtük değişkenlerin CR değerlerinin örtük değişkenlere ait AVE değerlerinden daha yüksek olması ve AVE değerlerinin de 0.50’den büyük olması, ölçeğin yakınsak geçerlik varsayımlarını ihlal etmediği anlamına gelmektedir ($AVE > 0.50$; $CR > AVE$).

Model, ayırım geçerliliği açısından incelendiğinde ise örtük değişkenlere ait AVE değerlerinin, yine aynı değişkenlere ait MSV değerinden yüksek olduğu, MSV değerinin de ASV değerinden daha büyük katsayı verdiği gözlemlenmiştir. Ek olarak, örtük değişkenlere ait AVE değerlerinin karekökleri ise örtük değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarından daha yüksektir. Dolayısıyla, ıraksak geçerlik için ilgili ölçeğin gerekli koşulları karşıladığı söylenebilir ($MSV < AVE$; $ASV < MSV$; Değişkenler arası korelasyon katsayıları $< AVE$ karekök).

Çizelge 15’deki korelasyon matrisinde yer alan katsayılar, ölçeğin ıraksak geçerliliğini sınamak adına kullanılabilir. Buna göre örtük değişkenler arasındaki en yüksek korelasyon katsayısının 0.850’den küçük olması gerekmektedir (Akbıyık ve Coşkun, 2014, s. 48). Örtük değişkenler arasındaki en yüksek korelasyon katsayısı 0.485 ile siyasi değerler ve kültür örtük değişkenleri arasındadır. Bahse konu olan değer 0.850’den küçük olması ise örtük değişkenler arasındaki ıraksak geçerlilik varsayımının yerine getirildiğine dair bir başka kanıttır.

Yumuşak güç ölçeğinin geliştirilmesine karar verildikten sonra alanyazında ana odağı yumuşak güç kavramı olan çalışmalar incelenmiş ve ölçeği geliştirmek için takip edilmesi gereken adımlar belirlenmiştir. Bunlar; Ölçmek istenilen yapının

belirtilmesi, madde havuzunun oluşturulması, ölçme biçiminin belirlenmesi, ölçeğin kapsam geçerliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalar, pilot uygulamanın gerçekleştirilmesi, ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesine yönelik analizler ve ölçeğin yapı geçerliğinin test edilmesine yönelik analizler şeklindedir. Ölçek geliştirme sürecinde izlenen bu prosedür, esasen amacı ölçek geliştirme olan birçok araştırmadaki ortak örüntülerdir. Alanyazına bağlı kalınarak ve ölçek geliştirme çalışmalarındaki benzer adımlar takip edilerek yumuşak güç ölçeği geliştirilmiştir.

4.4. Destinasyon İmajı Ölçeğinin Yapı Geçerliğine İlişkin Bulgular

Araştırma modelinin bağımsız değişkenlerini oluşturan destinasyon imajı ölçeğinin yapı geçerliğine ilişkin kanıt arama sürecinde AFA ve DFA'nın çıktılarına başvurulmuştur. Böylelikle araştırma ölçeğinin içerdiği boyutları ve bu boyutlara ait maddelerin destinasyon imajı kavramını ölçmeye yönelik olup olmadıklarına dair ipuçları aranmıştır.

4.4.1. AFA'ya İlişkin Bulgular

Çizelge 16'da ise destinasyon imajı ölçeğinin, Cronbach's Alpha katsayısı ve normallik varsayımı bulgularına yer verilmiştir.

Çizelge 16. Destinasyon İmajı Ölçeğine Ait Maddelerin Normal Dağılım Varsayımına Yönelik Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

Destinasyon İmajının Boyutları		Ortalama	Standart Sapma	Cronbach's Alpha Katsayısı	Çarpıklık		Basıklık	
					Katsayı	Standart Hata	Katsayı	Standart Hata
Turistik Çekicilik Unsurları	Bil1	4.09	0.846	0.912	-1.104	0.148	1.584	0.295
	Bil2	4.09	0.906		-1.135	0.148	1.438	0.295
	bil3	4.15	0.854		-1.083	0.148	1.221	0.295
	bil4	4.12	0.854		-1.059	0.148	1.360	0.295
	bil5	4.01	0.943		-1.096	0.148	1.290	0.295
Turistik Hizmetler	bil6	3.98	0.932	0.878	-1.148	0.148	1.710	0.295
	bil7	4.01	0.912		-1.154	0.148	1.692	0.295
	bil8	3.94	0.921		-1.027	0.148	1.296	0.295
	bil9	3.96	0.868		-0.918	0.148	1.276	0.295
	bil10	3.78	0.977		-0.892	0.148	0.758	0.295
Genel Altyapı	bil11	4.15	0.864	0.859	-0.996	0.148	1.028	0.295
	bil12	4.04	0.899		-0.969	0.148	0.962	0.295
	bil13	4.00	0.987		-0.935	0.148	0.420	0.295
	bil14	3.97	1.014		-0.988	0.148	0.625	0.295
	bil15	3.96	1.014		-0.888	0.148	0.268	0.295
Eğlence ve Boş Zaman Aktiviteleri	bil16	3.95	0.859	0.841	-0.865	0.148	1.244	0.295
	bil17	3.93	0.881		-0.921	0.148	1.304	0.295
	bil18	3.79	0.851		-0.309	0.148	-0.144	0.295
Duygusal Destinasyon İmajı	duy1	4.34	0.641	0.761	-0.622	0.148	0.223	0.295
	duy2	4.30	0.702		-0.754	0.148	0.322	0.295
	duy3	4.18	0.752		-0.629	0.148	-0.008	0.295
	duy4	4.22	0.722		-0.714	0.148	0.426	0.295
	duy5	4.27	0.725		-0.816	0.148	0.540	0.295

Çizelge 16'da AFA öncesinde ölçekte yer alan tüm boyutlar için Coranbach Alfa katsayısının ayrı ayrı hesaplandığı ve söz konusu katsayıların 0.761 ile 0.912 aralığında değiştiği görülmektedir. Bununla birlikte 23 maddeli ölçeğin genel güvenilirlik katsayısının görece yüksek alması da (Cronbach's Alpha=0.835) göz önünde bulundurulduğunda, ölçeğin içsel tutarlılığının uygun boyutta olduğu ilişkin güçlü bir ipucu vermektedir.

Bir sonraki adımda ise destinasyon imajı ölçeğinde yer alan boyutlara ait maddelerin normal dağılım gösterdiklerine dair kanıt sunulabilmesi adına basıklık ve çarpıklık değerleri inceleme konusu olmuştur. Ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri, referans olarak alınan -3.000 ile +3.000 (Ross ve Willson, 2017, s. 13) aralığında konumlandığı için normal dağılım varsayımının ihlal edilmediği tespitinde bulunulabilir.

Destinasyon imajı ölçeği küresellik testleri sonuçları açısından değerlendirildiğinde, ölçeğin KMO değeri 0.807 olarak bulunurken, Barlett küresellik test değerinin ise ($X^2_{(253)}=3329.159$; $p<0.01$) anlamlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuçlara göre araştırmanın veri setinin AFA için yeterli olduğu ve destinasyon imajı ölçeğinde yer alan maddelerin iç tutarlığının sağlandığı anlaşılmıştır.

Çizelge 17. Destinasyon İmajı Ölçeğine Yönelik AFA Çıktıları

Destinasyon İmajının Boyutlarına Ait Maddeler	1	2	3	4	5
Bil2	0.892				
Bil1	0.861				
bil4	0.856				
bil5	0.833				
bil3	0.827				
bil7		0.896			
bil8		0.869			
bil9		0.794			
bil6		0.756			
bil10		0.676			
bil13			0.886		
bil14			0.871		
bil12			0.852		
bil11			0.749		
bil15			0.559		
duy3				0.807	
duy5				0.782	
duy4				0.757	
duy2				0.625	
duy1				0.537	
bil16					0.893
bil17					0.866
bil18					0.828
Öz değerler	5.214	3.529	2.444	2.250	2.032
Açıkladığı Varyans	% 22.672	% 15.342	% 10.626	% 9.781	% 8.833
Açıklanan Toplam Varyans	% 67.254				

Kestirim Yöntemi: Principal Component Analysis.

Döndürme Yöntemi: Varimax with Kaiser Normalization.

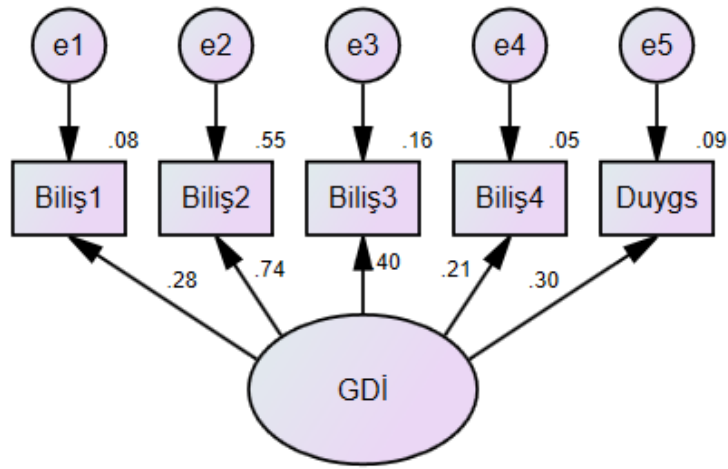
Çizelge 17'deki AFA'nın test istatistiği çıktısı olan öz değer katsayısına göre bu ölçek özelinde öz değeri 1'in üzerinde olan toplam 5 boyuta erişilmiştir. Bu boyutlar toplam varyansa yaptıkları katkı düzeylerine göre; turistik çekicilik unsurları (% 22.672), turistik hizmetler (% 15.342), genel altyapı (% 10.626), duygusal destinasyon imajı (% 9.781) ve eğlence ve boş zaman aktiviteleri (% 8.833) olarak sıralanmışlardır. Sonuç olarak destinasyon imajı ölçeğinin 23 maddeli ve 5 boyutlu yapısı, toplam varyansın % 67.254'ünü açıklamaktadır. Açıklanan toplam varyans miktarının % 50'yi geçmesi ise ölçülmeye çalışılan yapının, kendi boyutları tarafından yeterli düzeyde temsil edildiğinin kanıtıdır.

Destinasyon imajı ölçeğinde yer alan maddelerin, ait oldukları boyutlara göre faktör yüklerinin 0.559 ve 0.896 katsayıları arasında değişiklik seyretmesi, maddelerin ideal faktör yükü seviyelerinde bulduklarının göstergesidir. Bununla birlikte destinasyon imajı ölçeğinin ideal faktör yükü düzeyine erişemeyen ya da binişiklik

özelliği gösterdiği için faktör yapısını bozunuma uğratan herhangi bir maddesine rastlanmamıştır. Bu gerekçeden yola çıkarak destinasyon imajı ölçeğindeki hiçbir madde analiz kapsamı dışına çıkarılmamıştır.

4.4.2. DFA'ya İlişkin Bulgular

AFA'da tanımlanan destinasyon imajı yapısının, araştırmanın veri seti ile uyum sağlama yeteneğini sıyanan DFA sonuçları Şekil 4'de ve Çizelge 16'da gösterildiği gibidir.



Şekil 4. Genel Destinasyon İmajı Ölçeğinin Standardize Edilmiş DFA Sonuçları

Şekil 4'de gösterilen yol diyagramında, destinsyon imajının çok boyutlu yapısını oluşturan her bir örtük değişkene ait maddelerin ortalaması, yine her bir örtük değişkenin gözlenen değeri olarak atanmıştır. Boyut temsili parselleme tekniği yardımıyla araştırma modelinde bağımsız değişken rolü üstlenen Genel Destinasyon İmajı (GDİ) adlı örtük değişken açığa çıkarılmıştır.

Diyagramda, standardize edilmiş tek yönlü doğrusal ilişkileri gösteren regresyon katsayılarına bakıldığında ise 0.21 ile 0.74 aralığında değişiklik gösteren değerlere ulaşılmıştır. Bununla birlikte ölçekteki her bir gözlenen değişkendeki hata varyansı miktarının 0.90'ın altında bir değer alması, DFA yapısını bozunuma uğratan bir ölçek maddesinin olmadığına ve dolayısıyla herhangi bir ölçek maddesinin ölçek dışına çıkarılmasına gerek olmadığı yönünde fikir vermektedir.

Destinasyon imajı ölçeğine yönelik DFA'nın bir sonraki safhasında, araştırma kapsamında toplanan veri seti ile araştırma modelinin ne kadar uyumlu olduğunu gösteren model uyum indeksleri Çizelge 18'de gösterilmektedir.

**Çizelge 18. DFA Uyum İyiliği Ölçütleri İle Araştırma Sonuçlarının Karşılaştırılması
(Destinasyon İmajı)**

Uyum Ölçütleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırmanın Uyum Değerleri
c²/df	$0 \leq c^2/df \leq 2$	$2 \leq c^2/df \leq 3$	1.563
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0.046
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR < 0,10$	0.038
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0.900
NNFI	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0.952
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI < 0,97$	0.951
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95^*$	0.989
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	0.967

*Alanyazında 0,80'in üzerindeki GFI değerinin de kabul edilebilir olduğunu raporlayan araştırmalara rastlanmıştır. (Byrne, 1998'den aktaran Özdemir, Ergin, Baysal, Oğuz ve Yılmaz, 2020, s. 281).

Çizelge 18'de, DFA'ya ilişkin model uyum ölçütleri incelendiğinde; NFI, NNFI ve CFI değerlerinin kabul edilebilir uyum iyiliği değeri aldığı görülürken, geriye kalan bütün uyum iyiliği ölçütlerinin mükemmel uyum (c²/df, RMSEA, SRMR, GFI ve AGFI) gösterdikleri saptanmıştır. Sonuç olarak elde edilen bu uyum ölçüt değerlerine göre araştırmanın veri seti ve araştırma modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu söylenebilir.

4.5. Araştırmanın Tanımlayıcı İstatistikleri

Çizelge 19’da anket katılımcılarının demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir durumu vb.) ve Türkiye’ye daha önce seyahat gerçekleştirip gerçekleştirmediklerine yönelik bulgular işlenmiştir.

Çizelge 19. Araştırma Örneklemine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

		N	%
Cinsiyet	Kadın	142	52.6
	Erkek	128	47.4
	Toplam	270	100.0
Öğrenim Durumu	İlköğretim Düzeyi	4	1.5
	Lise	53	19.6
	Üniversite	143	53.0
	Yüksek Lisans	58	21.5
	Doktora	12	4.4
	Toplam	270	100,0
Yaş Aralığı	18-24	5	1.9
	25-34	50	18.5
	35-49	127	47.0
	50-64	73	27.0
	65 yaş ve üzeri	15	5.6
	Toplam	270	100.0
Aylık Ortalama Geli.	5.000-10.000 Yen	13	4.8
	10.001-30.000 Yen	72	26.7
	30.001-50.000 Yen	79	29.3
	50.001-100.000 Yen	73	27.0
	100.001 Yen ve Üzeri	33	12.2
	Toplam	270	100.0
Daha Önce Türkiye’yi Ziyaret Ettiniz mi?	Evet	109	40.4
	Hayır	161	59.6
	Toplam	270	100.0

Çizelge 19’daki bulgulara göre araştırma örnekleminin % 52.6’sı kadınlardan % 47.4’ü erkeklerden oluşmaktadır. Üniversite (lisans/önlisans), yüksek lisans ve doktora düzeylerinin en az birinde öğrenimini tamamlamış ya da tamamlamakta olan katılımcılar ise örneklemin yaklaşık % 80’ini meydana getirmektedirler. Örneklemin % 74’ü orta yaş grubu olarak sınıflandırılabilir 35-65 yaş aralığındadır. Aylık ortalama gelir durumu açısından ise yoğunluk 10.001 ve 100.000 Yen (% 83) arası

kazanç sağlayan gelir grubundadır. Son olarak neredeyse her 10 katılımcıdan 6'sının Türkiye'yi daha önce hiç ziyaret etmediği bulgusuna erişilmiştir.

4.6. Hipotez Testleri

Araştırma modelinde öngörülen hipotetik ilişkilerin test edilmesine başlamadan önce düzenleyici değişken modeline yönelik bir varsayım ihlali olup olmadığının kontrolü yapılmalıdır. Hatırlanacağı üzere bu varsayım: Düzenleyici değişkenin, araştırmanın bağımlı değişkeni ve özellikle de bağımsız değişkeni ile ilişkisiz olmasıdır. Farmer (2012, s. 1150-1153), özellikle bağımsız değişken ve düzenleyici değişken arasında nedensel bir ilişkinin bulunmadığını tespit etmek için iki değişken arasındaki korelasyon katsayısının derecesine bakmayı önermektedir. Örneğin iki değişken, varyansın % 10'ları kadarını paylaşıyorsa, nedensel ilişki dikkate alınmayabilir. Ancak değişkenler, varyansın % 80 ve daha üstünü paylaşıyorsa, bağımsız değişken ve düzenleyici değişken arasındaki ilişki çok daha karmaşıklaşacağı için analizin gerçekleştirilmesi tavsiye edilmez. Çizelge 20'de araştırma modelinde yer alan örtük değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Çizelge 20. Araştırma Modelinde Yer Alan Örtük Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Araştırma Modelinde Yer Alan Örtük Değişkenler	1	2	3	4
Genel Destinasyon İmajı (1)				
Kültür (2)	0.099			
Siyasi Değerler (3)	0.157**	0.457**		
Dış Politika (4)	0.151*	0.252**	0.325**	
Türkiye'yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti (5)	0.503**	0.016	0.073	0.069

**Korelasyonlar 0,01 düzeyinde anlamlıdır. * Korelasyonlar 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Çizelge 20'de gösterildiği gibi araştırmada düzenleyici değişken rolü verilen kültür, siyasi değerler ve dış politika değişkenlerinin hiçbiri, araştırmanın bağımlı değişkeni olan Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içerisinde değildir.

Diğer taraftan söz konusu düzenleyici değişkenlerden siyasi değerler ($p=0.010<0.010$, $r=0.157$) ve dış politika ($p=0.013<0.050$, $r=0.151$) örtük değişkenleri, araştırmanın bağımsız değişkeni olan genel destinasyon imajı ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içerisindedir. Ancak değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı düzeyinin 0.00-0.29 (Ural ve Kılıç, s. 244) arasında konumlanması oldukça zayıf ve görmezden gelinebilir bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Dolayısıyla düzenleyici değişkenin, hem araştırmanın bağımlı değişkeni hem de bağımsız değişkeni ile nedensel bir ilişki içinde olmadığı belirtilebilir. Düzenleyici değişken modeline yönelik varsayımın karşılanması ile birlikte araştırma modelinin öngördüğü hipotetik ilişkiler AMOS adlı istatistik programında test edilmiş ve analiz sonuçları Çizelge 21’de raporlanmıştır.

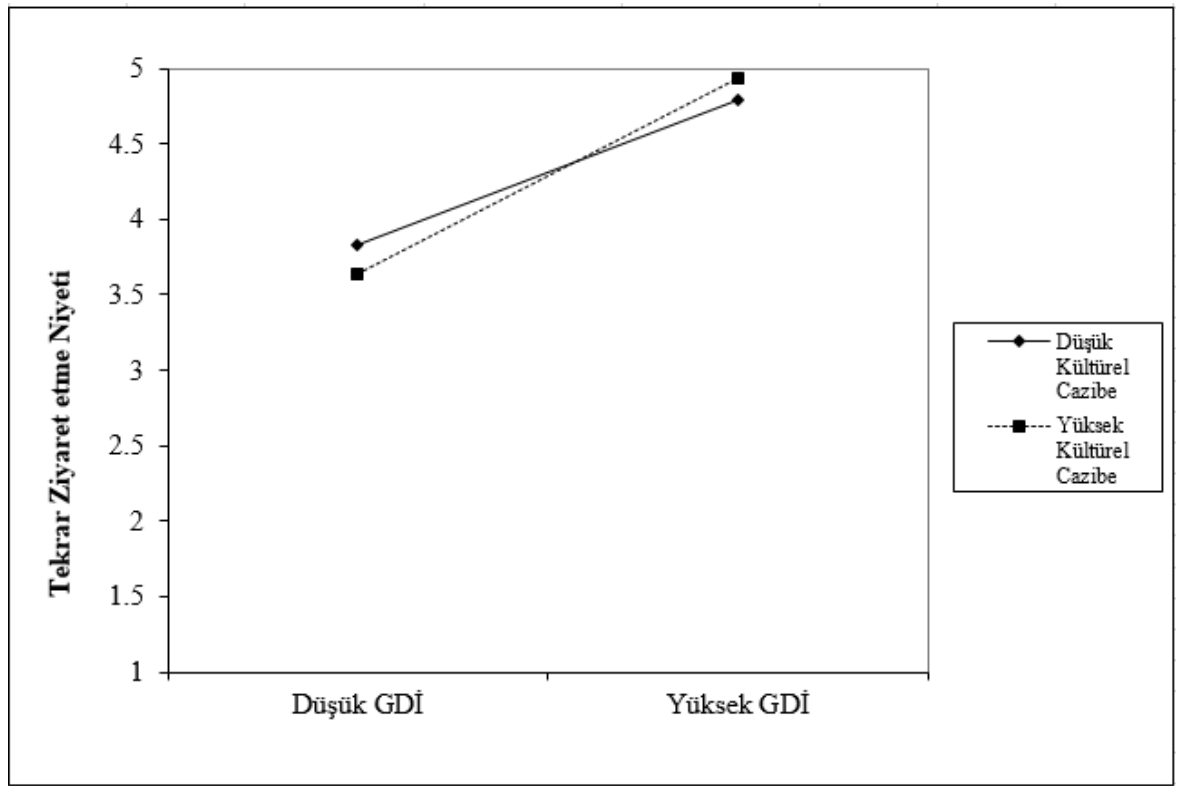
Çizelge 21. Araştırma Modeli İçin Yol Analizi Hipotezlerinin Sonuçları*

Hipotezler	Yapısal İlişki (c yolu)	Standardize β	Standart Hata	p Değeri	Hipotezin Durumu
H1: Genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç unsurlarının anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.					Desteklendi
H1a: Genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan kültürün anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.	TZN ← K*GDİ	0.170	0.062	0.001	Desteklendi
H1b: Destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan siyasi değerlerin anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.	TZN ← SD*GDİ	0.290	0.064	0.0001	Desteklendi
H1c: Destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan dış politikanın anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır.	TZN ← DP*GDİ	0.190	0.058	0.0001	Desteklendi

*Düzenleyici etkiyi açığa çıkarmak için oluşturulan H1a, H1b ve H1c hipotezlerine ait araştırma modellerinin serbestlik derecesi 0 ($df=0$) olduğu için model uyum indeksleri hesaplanamaz. Doymuş model (saturated model) olarak tanımlanan bu araştırma modellerinin model uyum indeksleri verilmemiştir.

H1a hipotezine ilişkin sonuçlar: Yapısal eşitlik modelinden edinilen çıktılarına göre, genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan kültürün anlamlı ve pozitif yönlü bir düzenleyici etkisi tespit edilmiştir. Bir başka deyişle, genel destinasyon imajının Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi, Çinli turistlerin Türk kültürünü ne düzeyde cezbedici algıladıklarına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

Şekil 5’de genel destinasyon imajının Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisinde kültür örtük değişkeninin düzenleyici rolüne ilişkin bulgular sunulmaktadır.

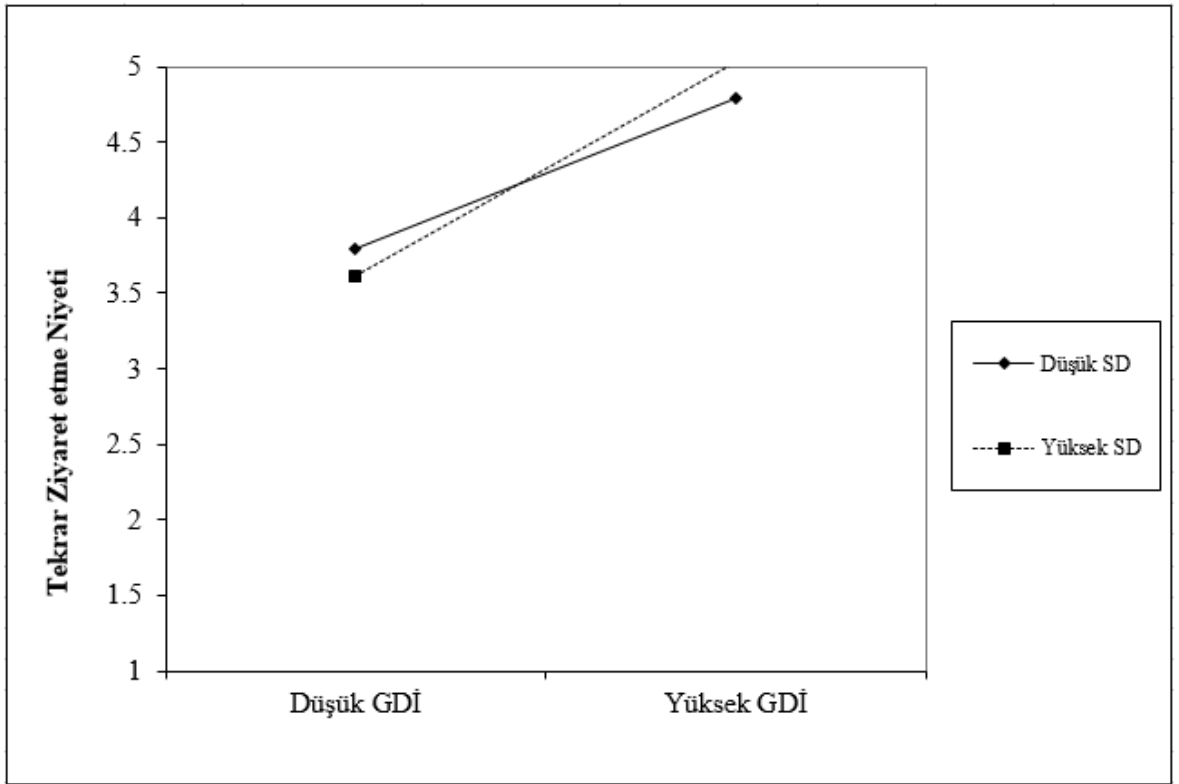


Şekil 5. Genel Destinasyon İmajının Türkiye’yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Kültür Örtük Değişkeninin Düzenleyici Rolü

Şekil 5 incelendiğinde, kültür örtük değişkeninin yüksek düzeyde seyrettiği durum, daha düşük seviyede seyrettiği durum ile kıyaslandığında; bahse konu olan değişkenin genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi görece daha güçlü olarak düzenlediği görülmektedir. Bir başka deyişle, Çinli turistler Türk kültürünü basit bir ilginin ötesinde, daha derin bir şekilde içselleştirmeye başladıkları zaman, Türkiye’nin destinasyon imajına dair olumlu algılarının artması ile birlikte Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyetleri de olumlu yönde ve kayda değer bir

düzeyde etkilenmektedir. Bu durum, genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin yumuşak gücün kültür örtük değişkeni tarafından düzenlendiğine açık bir kanıttır. Dolayısıyla H1a hipotezi desteklenmiştir.

H1b hipotezine ilişkin sonuçlar: Çizelge 21'e göre, genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç bileşenlerinden olan siyasi değerler örtük değişkeninin anlamlı ve pozitif yönlü bir düzenleyici etkisi açığa çıkarılmıştır. Şekil 6'da genel destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisinde siyasi değerler örtük değişkeninin düzenleyici rolü belirtilmiştir.

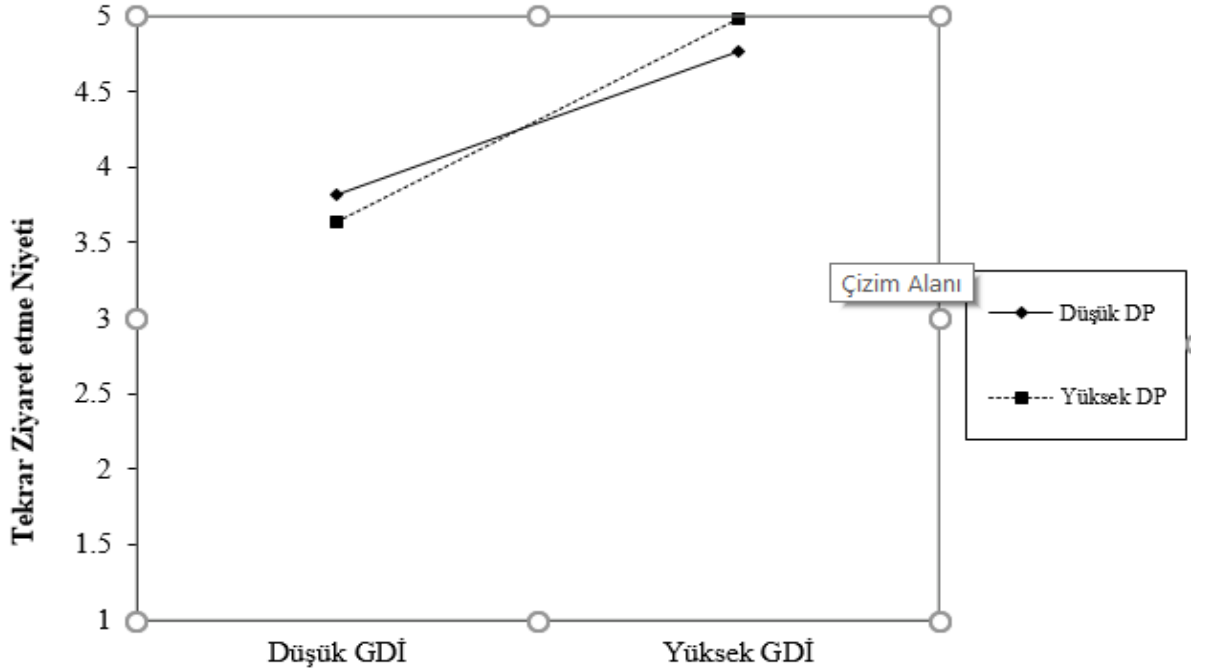


Şekil 6. Genel Destinasyon İmajının Türkiye'yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Siyasi Değerler Örtük Değişkeninin Düzenleyici Rolü

Şekil 6 incelendiğinde, kültür örtük değişkenindeki sonuçlara paralel bir şekilde, siyasi değerler değişkeninin yüksek düzeyde seyrettiği durum, aynı değişkenin daha düşük seviyede seyrettiği duruma göre genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi görece daha olumlu ve daha güçlü bir şekilde düzenlemektedir. Bir başka anlatım ile Türkiye'nin; demokrasi, hukukun üstünlüğü, fırsat eşitliği, bireysel özgürlük ve insan hakları gibi siyasi değerleri sadece bir söylev olarak değil, kurumları aracılığıyla ülke içinde ve dışında eksiksiz

bir şekilde uyguladığına dair yüksek düzeyde ikna olmuş Çinli turistlerin Türkiye'deki ziyaretlerine ilişkin olumlu bir destinasyon imajı da geliştirmeleriyle birlikte Türkiye'yi tekrar ve tekrar ziyaret etme niyetleri artış gösterecektir. Bu ise genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyet arasındaki ilişkinin yumuşak gücün siyasi değerler örtük değişkeni tarafından düzenlendiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla H1b hipotezi desteklenmiştir.

H1c hipotezine ilişkin sonuçlar: Çizelge 21'e göre, genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, dış politika örtük değişkeninin anlamlı ve etki yönü olarak pozitif yönlü bir düzenleyici etkisi olduğu görülmektedir. Şekil 7'de genel destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisinde dış politika örtük değişkeninin düzenleyici rolü gösterilmektedir.



Şekil 7. Genel Destinasyon İmajının Türkiye'yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisinde Dış Politika Örtük Değişkeninin Düzenleyici Rolü

Şekil 7'ye göre, Çinli turistlerin Türkiye'nin destinasyon imajına olan olumlu izlenimleri arttıkça, Türk dış politikasını görece daha ahlaki ve meşru olarak algılayan Çinli turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetlerinin daha yüksek düzeyde artacağı görülmektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak, genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin, yumuşak gücün dış politika

örtük değişkeni tarafından düzenlendiği söylenebilir. Dolayısıyla H1c hipotezi desteklenmiştir.

H1a, H1b ve H1c alt hipotezlerinin her birinin desteklenmesi ile birlikte; “genel destinasyon imajı ile Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide, yumuşak güç unsurlarının anlamlı ve pozitif yönlü düzenleyici etkisi vardır” şeklinde tasarlanan H1 temel hipotezi de desteklenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Sovyetler kendi nüfuz alanlarını Polonya'yı da kapsayacak şekilde Doğu Avrupa yönünde genişletmiştir. Sovyet Rusya'nın lideri Stalin ile Birleşik Krallık başbakanı olan Churchill arasında Sovyet yayılmacılığı üzerine gerçekleşen ve tarihe not olarak düşülen meşhur bir konuşma gerçekleşmiştir. Churchill, Stalin'e Polonya halkının Hristiyan dünyasının en kalabalık mezhebi olan Katolik inancına mensup olduğunu hatırlatmış, Vatikan'a son derece bağlı olan Polonya halkına karşı hassasiyet ve sorumluluk duygusu ile yaklaşılmasını vurgulamıştır. Stalin ise Churchill'e cevap olarak şu ünlü sorusunu yöneltir: "Papa'nın kaç tümeni var?"

Stalin ve Churchill arasında gerçekleşen küçük bir anekdot, gücün doğasını anlamlandırmaya dair oldukça değerli ipuçları vermektedir. Öyle anlaşılıyor ki, Stalin için güç; askeri müdahale, zorlayıcı diplomasi ve ekonomik baskılar gibi sert güç uygulamaları ile yakından ilintilidir. Ancak Sovyetlerin sert gücünün somut bir simgesi olan Berlin Duvarı 1989 yılında bir topçu yağmuru altında değil, zihinleri Batı'nın anlatısından ve yumuşak gücünden etkilenmiş insanların kullandığı çekiçler ve buldozerlerle yıkılmıştır. Buna karşın tek bir tümeni bile olmayan, bürokrasisi 1000 kişinin üzerine dahi çıkamayan, dünyanın en küçük devletlerinden biri olan Vatikan'ın (Acar ve Kartın, 2022, s. 430) siyasi varlığı ve meşruyeti bugün de devam etmektedir. Papalık kurumu başta olmak üzere ana motifi din eksenli olan birçok yumuşak güç aracı ile Vatikan, halen 1.3 milyar insanın mensubu olduğu dünyanın en kalabalık inanç topluluğunun ruhani temsilcisi olarak uluslararası ilişkilerde ve küresel siyasette önemli rol oynamaktadır.

Gayet kısa olmasına rağmen oldukça açıklayıcı bu anekdottan yola çıkarak, yumuşak gücün sert güce entegre edil(e)meyerek ihmal edilmesi durumunda bir ülke ya da bir idoloji üzerinde yıkıcı etkiler doğuracağı tespitinde bulunulabilir. Nye'in

tabiriyle; sert güç hedef aktörü iterken, yumuşak güç o aktörü kendine doğru çeken bir mıknaş gibi işlev görmektedir. İşte tam da bu noktada, uluslararası turizm hareketliliği ile yumuşak güç arasında işlev açısından bir benzerlik bulunmaktadır. Her iki unsur da hedef aktör üzerinde cezbedicilik yarattığı takdirde sonuç verici birer çıktıya dönüşmektedir.

Bu bağlamda uluslararası turizm hareketliliğinin talep yapısına ilişkin veriler incelendiğinde, geleneksel kitle turizmi anlayışından alternatif turizm türlerine ve kitle turisti tipolojisinden postmodern bir turist profiline doğru bir eksen kayması yaşandığı görülmektedir. Bu paradigma değişimi sadece turizm türleri ve turist tipolojileri arasında gerçekleşmeyip, seyahat edilen destinasyonlar ölçeğinde de gözlemlenmektedir. Nitekim günümüzde uluslararası turizm hareketliliği Avrupa kıtasından Asya-Pasifik coğrafyasına doğru bir yönelim göstermektedir. Böylesi bir konjonktür içerisinde Türkiye'nin destinasyon bazında rekabet avantajı elde edebilmesi ve tercih edilen bir turistik çekim merkezi olması için mevcut turizm pazarlarına yeni turizm pazarları eklemeyerek seçeneklerini arttırması elzem bir durumdur. Böylelikle Türkiye'nin ana turizm pazarlarında siyasal ve ekonomik krizler, terör saldırıları ya da doğal afetler sebebiyle gözlemlenen turist varışlarındaki ani düşüşlerin yol açacağı prestij ve ekonomik kayıplar, söz konusu bu alternatif pazarların yaratacağı katma değer ile telafi edilebilecektir. Erişilebilen yeni alternatif turizm pazarları, ana pazarlarda yaşanacak talep daralmasına bir panzehir olma ve riski dağıtabilmelerinin yanı sıra ülkenin turizm marka değerine de katkı sağlama potansiyelleri bakımından önem taşımaktadırlar. Bu doğrultuda 01-03 Kasım 2017 tarihleri arasında kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar, turizm meslek örgütleri ve akademik camianın katılımı ile düzenlenen "3. Turizm Şûrası'nın eylem planları kapsamında Türkiye, başta Çin olmak üzere gelişmekte olan birçok alternatif turizm pazarına yönelik imaj geliştirme çabalarının ve tanıtım faaliyetlerinin arttırılması yönünde karar almıştır.

Çin Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre 2019'da 169.21 milyon Çinli vatandaş yurt dışı seyahate katılmıştır. World Bank verilerine göre dünya genelinde 257 milyar dolar harçayarak en fazla turistik harcama yapan ülke vatandaşları Çinli turistler olmuştur (http-1). Çinli turistlerin harcanabilir gelirlerinin % 28'ini uluslararası seyahatlere ayırması (Arslantürk, Özyurt ve Tanrıdağlı, 2017, s. 66) ve Ctrip & China Tourism Academy verilerine göre Çin nüfusunun sadece ve sadece % 10'unun pasaport

sahibi olması göstermektedir ki, ileriki yıllarda Çin'in turizm pazarı potansiyeli giderek daha da güçlenecektir.

Buna karşın Türkiye'nin bu devasa turizm pazarından elde ettiği pay ise oldukça kısıtlıdır. Nitekim T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2000-2021 yılları arasında Çin'den Türkiye'ye giriş yapan toplam turist sayısının 2.676.247 olduğu görülmüş ve bu 22 yıllık süre zarfı içerisinde ortalama her yıl 121.648 Çinli turistin Türkiye'yi ziyaret ettiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu verilerin ışığında, hâlihazırda aktif olarak uluslararası seyahatlere katılan milyonlarca Çinli turistin fiilen Türkiye'yi seyahat etmediği ve uluslararası seyahatlere ilk defa katılan Çinli turist sayısında her yıl gözlemlenen artışlar da dikkate alındığında, Türkiye'yi ziyaret etmemiş Çinli turist sayısının giderek artacağı ifade edilebilir. Dolayısıyla hali hazırda Türkiye'yi ziyaret eden Çinli turistlerin Türkiye hakkındaki turistik destinasyon imajı örüntüsünün bileşenlerini anlayabilmek, bu örüntünün Türkiye'ye tekrar seyahat etme niyeti üzerine etkisini daha da güçlendirmek için Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarının oynadığı rolü ortaya çıkarmak, ülke ekonomisine ve ülke turizm markasına kayda değer katkılar sağlayacaktır.

Yukarıdaki çerçevede sunulan tespitlerden hareketle, bu araştırmanın ilk amacı yumuşak güç kavramının ölçülebilir olduğunu ve nicel araştırma modelleri içerisinde bir analiz kategorisi olarak kullanılabileceğini kanıtlamaktır. Bu amaçla araştırma kapsamında yumuşak güç olgusuna yönelik olarak toplamda 3 boyut ve 38 maddeden oluşan bir ölçek tasarlanmıştır. Söz konusu ölçeğe uygulanan AFA ve DFA sonucu geçerliği (kapsam, yapı, ırsaksak ve yakınsak) ve güvenilirliği (iç tutarlılık) sağlanmış, başta uluslararası ilişkiler disiplini olmak üzere sosyal bilimlere ait birçok araştırma sahasında da kullanılacak yumuşak güç ölçeği geliştirilmiştir. Geliştirilen yumuşak güç ölçeği bir sonraki adımda analiz kategorisi olarak araştırma modeline dâhil edilmiştir.

Araştırma bulgularında yer verilen standardize edilmiş beta katsayıları incelendiğinde, destinasyon imajı ve Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki üzerinde en güçlü düzenleyici etki skoru yumuşak gücün siyasi değerler örtük değişkenine aittir. Siyasi değerler örtük değişkeni ile ilgili bulgular üzerine çıkarımlar yapmadan önce Çin'e ve Batı dünyasına özgü siyasi değerleri karşılaştırmak, araştırma sonuçlarını rafine bir şekilde okumaya olanak verecektir. Bu bağlamda, Çin'in ve Batı dünyasının normatif olarak üzerinde uzlaşmaya vardığı ve hassasiyetlerinin örtüştüğü

siyasi değerler bulunmaktadır. Tıpkı Batı'da olduğu gibi Çin'de de hiç kimse soykırım, kölelik, işkence, cinayet veya sistematik ırk ayrımcılığı gibi temel insan haklarının ihlali anlamına gelecek olan her bir radikal syem ve eylemi onaylamamaktadır. (Walzer, 1994). Buna karşın, Çin'in ve Batı dünyasının öncelik ve önem verdiği bazı siyasi değerler var ki, birbirlerinden keskin bir şekilde ayrışarak farklılık göstermektedir. Örneğin, demokrasi, eşitlik ve bireycilik gibi Batı toplumlarında egemen olan siyasi değerler, anakara Çin'de entelektüel düzeyde yoğun bir şekilde tartışılmaktadır. Dahası Çin hükümet yetkilileri, siyasi gücün çirkin suistimallerini maskeleyerek için böylesini Batı değerlerine sık sık karşı çıkarken, sözde Batı değerleri hakkındaki siyasi tartışmaları da kısıtlamaktadır (Bell, 2017).

Bu noktada; Batı'nın demokrasi, eşitlik ve özgürlük gibi siyasi değerlerinin karşısına Çin tarafından konumlandırılan siyasi değerleri ortaya koymak gerekmektedir. Çin'deki birçok siyasi reformcu, Çinli aydın ve anakara Çin dışında yaşayıp Çin siyasi kültürü üzerine araştırmalar yapan uzmanlara göre meritokrasi, hiyerarşi ve toplumculuk gibi Çin'e ait siyasi değerler, Batı'daki baskın siyasi değerlerle elişmekle birlikte siyasi sistemin örgütlenme biçimi de etkilemektedir (Bell, 2017). Nitekim Batı değerlerini referans olarak alan ülkelerin siyasi sistemleri seçimle iktidara gelen demokratik bir yönetim şekliyle örgütlenirken, Çin'in hükümet yapısı ise üstün yetenek ve erdeme sahip liderleri seçmek ve yükseltmek amacıyla tasarlanan meritokrasi ile şekillenmektedir. Batı'nın değerler sistemi açısından ele alındığında, meritokrasi şeklinde örgütlenen bir siyasi yönetim biçimi oldukça sorunludur. Çünkü bir liderin arzu edilen bilişsel yeteneklere sahip olup olmadığını ölçmek, onun erdem sahip olup olmadığını açığa çıkarmaktan çok daha kolaydır. Daha yalın bir ifadeyle, çeşitli lme araçları vasıtasıyla ülkenin kaderinde söz sahibi olan yöneticilerin yeti ve yeteneklerini sınavabilir ya da mevcut performanslarını değerlendirebilirsiniz. Ancak bu tür mekanizmalar, kendi çıkarlarını toplumun çıkarlarının üstünde gören, ahlak ve etik değerlerden yoksun liderleri kolayca filtreleyememektedir. Bu nedenle, hükümetin st düzeylerindeki Çinli yöneticiler, her ne kadar liyakat ilkeleri temel alınarak seçilen yetenekli yöneticiler olsalar da, bu yöneticilerin siyasi sistemin sağladığı konfor alanından faydalanarak haksız kazanımlar elde etmeleri şaşırtıcı değildir (Xiao ve Li, 2013). Madalyonun diğer yüzünde ise –zellikle hükümet düzeyinde- Çin, demokrasi ve demokrasi temelli bir siyasi örgütlenme biçimini kusurlu bir yapı olarak görme eğilimindedir (Bell, 2017).

Demokrasi ve meritokrasi karşılaştırmasına getirilen okumalar, Batı'daki eşitlik olgusunun Çin'deki karşılığı olan hiyerarşi olgusuna ya da Batı bireyciliğine karşı Çin toplumculuğuna dair de getirilebilir. Elbette bu tür karşılaştırmalardan yola çıkarak, Batı dünyasının ahlaki ve sosyal pratiklerinden doğan ve daha sonrasında evrensel bir kimlik kazanan demokrasi, eşitlik ve bireycilik gibi olguları; meritokrasi, hiyerarşi ve toplumculuk gibi siyasi değerlerden daha “üstün” görmek hatalı olacaktır. Daha doğrusu bu olguları kategorik olarak birbirleriyle kıyaslayıp, biri birinden daha “iyi” ya da daha “kötü” siyasi değerler şeklinde sınıflandırmak mümkün değildir. Bunun yerine, iki farklı siyasi kültür dairesine ait farklılıkları uzlaştırma çabası ya da keskin bir şekilde zıt siyasi değerlere sahip olan toplumların nereye kadar birbirlerine müsamaha gösterebileceğini kavramaya çalışmak çok daha anlamlı olacaktır.

Yukarıda, siyasi değerler bağlamında çerçevesi çizilen yorumlara dayanarak araştırma bulgularına geri dönecek olursa; siyasi değerlerin yüksek olması durumunda, destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetine olan etkisi daha da güçlenmektedir. Çinli turistler, karakterini Batı dünyasından alan siyasi değerlerin iz düşümlerine Türkiye'de rastladıklarında, bu durum güçlü bir turistik destinasyon imajı ile de desteklenince, Çinli turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetleri dikkate değer bir düzeyde artmaktadır.

Bu bulgudan yola çıkarak, Çinlilerin kesinlikle siyasi değerlere önem atfettikleri, ancak istedikleri ve benimsedikleri siyasi değerlerin aslında Batılı anlamdaki değerlerden ziyade Konfüçyüs ve Mencius'un “minben” adı verilen “insan odaklı felsefesine daha uygun değerler olduğu söylenememektedir. Benzer bir şekilde, Çinlilerin Batı tarzı siyasi değerleri prosedürel değerler olarak gördükleri ya da daha spesifik anlamda Batılı demokrasileri ve demokrasi anlayışını salt seçimler ile eş tutan düalist bir düşünce olarak gördükleri sonucuna da (Yang, 2021) ulaşmamaktadır. Demokrasi örneğinden devam edilecek olursa, Çinliler demokrasi olgusunu sadece “geçim sıkıntıları ve/veya geçim kaynakları” ile ilgili taleplerini hükümet erklerine ifade etmek için kullandıkları bir araç (Shi ve Ma, 2009) şeklinde algılamamaktadırlar. Araştırma bulguları göstermektedir ki, Çin halkının Batı tarzı siyasi değerlere bakış açısı ve bilgisi değişim göstermektedir (Yang, 2021). Bir çeşit zihinsel dönüşüm süreci yaşayan Çinlilerin Batılı siyasi değerleri içselleştirme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Bu çıkarımlardan hareketle, Çinli turistlerin Türkiye'yi güçlü bir turistik destinasyon olarak algılamalarına ek olarak; Türkiye'nin söylemleri, kararları ve eylemleri hem ülke içinde hem de ülke dışında evrensel siyasi değerler ile tutarlı olduğu sürece Çinli turistlerin gelecekteki seyahat planlarına Türkiye'yi tekrar dahil etme ihtimalleri artış gösterecektir.

Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre, dış politika örtük değişkeninin ortak etkisiyle birlikte genel destinasyon imajının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin olumlu anlamda bir artış gösterdiği tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle, genel destinasyon imajı ile Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin, yumuşak gücün dış politika örtük değişkeni tarafından düzenlendiği sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim bu sonuç; dış politikanın uluslararası turist varışları üzerinde etkili bir parametre olduğunu raporlayan alanyazın araştırmalarıyla paralellik göstermektedir (Balcı ve Boztaş, 2021; Şen, 2015; Jalalpour ve Shojaeifar; 2014).

Yumuşak güç unsurları canlılık arz eden olguların bir bütünüdür. Uluslararası ilişkilerin bağlamı ya da ulusal dinamiklerin yapısının değişmesi ile birlikte yumuşak güç unsurları yeni bir form alabilmektedir. Dış politika ise yumuşak gücün diğer unsurlarına kıyasla en dinamik olan ve en hızlı değişim gösterendir. Çünkü bir ülkenin dış politikasının ana hatlarının oluşturulması ve yürütülmesi genel olarak devletlerin sorumluluğundadır. Ağırlıklı olarak tek bir aktörün kontrolünde ve insiyatifinde olması nedeniyle dış politika uygulamalarına yönelik bir değişiklik yapılması çok daha kısa bir sürede gerçekleşebilmektedir (Nye, 2004).

Buna karşın, uluslararası kamuoyunun onayını alan ve meşru olarak algılanan dış politika uygulamaları birçok ortak örüntüyü paylaşmaktadır. Bir devletin, uluslararası sistemdeki diğer devletlerin egemenliklerine saygı duyması; uluslararası anlaşmalara, kanunlara ve normlara bağlı kalması; küresel ya da bölgesel anlaşmazlıklarını uzlaşma yolu ile çözmeye çalışan barışçıl bir ülke olarak kabul görmesi, söz konusu örüntülere örnek teşkil etmektedir. Esasen bu ortak örüntüler, devlet(ler) için idealize edilmiş bir dış politikanın taşınması gereken başat niteliklere işaret etmektedir. İdealize edilmiş böylesi bir dış politika ile devletlerin gerçekte uyguladıkları dış politika birbirleri ile örtüştüğü sürece yumuşak güç kazanımı artış gösterecektir.

Bu bilgilerden hareketle araştırma bulguları üzerine yapılan okumalara geri dönüldüğünde görülmektedir ki, Çinli turistlerin nezdinde Türkiye'nin mevcut dış politika uygulamaları, idealize edilmiş bir dış politika ile oldukça eşdeğer görülmektedir. Çinli turistlerin Türkiye'yi destinasyon imajı açısından keşfetmeye değer bir turizm ülkesi olarak algılamalarına ek olarak; Türk dış politikasını barışçıl, tutarlı, saygın, meşru ve küresel hassasiyetleri gözeten uygulamalar şeklinde algılamaları, onların Türkiye'yi tekrar ve tekrar ziyaret etme niyetlerini pekiştirecektir.

Araştırma bulgularında yer verilen standardize edilmiş beta katsayıları incelendiğinde, yumuşak gücün kültür boyutunun yumuşak gücün diğer iki boyutuna göre Türkiye'yi ziyaret etme niyeti üzerinde daha düşük bir düzenleyici etki yarattığı gözlemlenmiştir. Hâlbuki turizm bağlamında değerlendirildiğinde, kültür değişkeninin bir destinasyonun ziyaret edilmesinde en belirleyici etmen ve en başat seyahat motivasyonu kaynaklarından biri olduğunu gösteren çok sayıda araştırma mevcuttur (Yousefi ve Marzuki, 2012; Sangpikul, 2008; Hui, Wan ve Ho, 2007). Bu durum ilk bakışta konu üzerine mevcut alanyazındaki araştırmaların bulguları ile bu araştırmaya ait bulguların birbirleriyle çelişkili olduğunu düşündürmektedir. Ancak bulgulardaki bu farklılık bir çelişkinin ürünü değil, kültür olgusunun bu araştırma özelinde nasıl tanımlandığı ve hangi düzleme yerleştirildiği ile ilintilidir. Buna göre turizm bağlamında kültür: Herhangi bir turist için farklı ülkeleri tanıma ve öğrenme isteğinin seyahat motivasyonuna dönüşmesidir. Burada yeni bir kültür ile tanışmak isteyen turist, o kültüre yönelik basit bir ilgi ve geçici bir merak duygusu ön plandadır. Yumuşak güç unsuru olarak kültür ise basit bir ilgi ve geçici bir merak duygusunun çok daha ötesinde bir kültür okuması yapmaktadır. Bir turist kendi kültürüne ikame olarak başka bir ülkenin kültürünü içselleştirmesi ve yabancı bir ülke kültürüne ait öğelere hayranlık boyutunda ilgi duyması durumu, takdir edilir ki, çok daha zordur. Özellikle Çinli turistlerin köklü bir tarihe ve kendi ulusal kimliklerine güçlü bir aidiyet duymaları, onların kendi kültür dairelerini terk ederek başka bir ülkenin kültürel kodlarına yakınlık duymalarını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle sıradan bir Çinli turist, Türk kültürünün cezbediciliğinden daha ziyade siyasi değerlere ya da dış politikada meşru uygulamalara paye vermektedir.

5.2. Öneriler

Araştırmada varılan yargılara ve araştırma sonuçlarına dayalı olarak, araştırma probleminin açıklayamadığı ve eksik kalan noktalarını kuramsal düzeyde çözüme kavuşturacak öneriler geliştirilmiştir. Aşağıdaki paragraflarda yumuşak güç ve turizm ekseninde gerçekleştirile(bil)cek araştırmalar için konu ile ilgili olan akademisyenlere bir takım öneriler sunulmuştur.

Muhtemeldir ki, yumuşak gücü uygulayan ve yumuşak güce maruz kalan ülkeler arasındaki benzerlikler arttıkça, hedef ülkeye dönük yumuşak güç inşa etme süreci oldukça kolaylaşacaktır. Spesifik anlamda daha yakın coğrafi sınırlara, daha güçlü ekonomik bağlara ve daha derin kültürel benzerliklere sahip ülkeler; turizm aracılığıyla yumuşak güç kazanma noktasında bir adım öndedirler. Aynı kültürel kökenden gelen ve benzer ortak değerleri paylaşan ülke vatandaşlarının turizm davranışları ve turistik destinasyon tercihleri de benzer olabilmektedir. (Xu, Wang ve Song, 2020, s. 45). Bu araştırmanın örnekleme; gerek kültürel, gerek coğrafi, gerekse değerler açısından Türkiye'ye görece uzak olan Çin pazarı üzerine kurulmuştur.

Buna karşın araştırma bulguları ise coğrafi, kültürel ve değerler yönünden bariyerler bulunsa bile Türkiye'nin yumuşak gücünün Çinli turistlerin davranış kodları üzerinde etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda, bize; Çin'in olduğundan çok daha "yakın" olan Türk Cumhuriyetleri dikkate değer bir araştırma sahası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir şekilde birbirlerinden izole edilmiş soydaş halkların tekrar birbirleriyle buluşmaları ve kültürel birliktelik anlayışlarını pekiştirmeleri adına yumuşak gücün katalizör etkisinden faydalanılabilir. Nitekim Türkiye, Türk Cumhuriyetlerinden birisi olan Özbekistan ile ilişkilerinde uzun soluklu siyasi dalgalanmalar ve gerginlikler yaşamıştır. Bu süreç içerisinde iki ülke de birbirleriyle diplomatik ilişkilerini dondurma noktasına gelmiştir. Ancak bu durum iki ülkenin turizm ilişkileri açısından incelendiğinde ise ortaya siyasi ilişkilerin tam aksi bir görüntü çıkmaktadır. Ülkeler arası yaşanan politik uyuşmazlıklara rağmen ülke vatandaşlarının karşılıklı turistik ziyaretlerinin yıllar itibariyle artarak devam ettiği görülmüştür (Güleç, İlban ve Aydemir, 2020, s. 302). Buradan hareketle, Türkiye'nin Özbekistan üzerinde benzer kültür ve ortak değerler üzerine inşa ettiği yumuşak gücü Özbek hükümeti tarafından karşılık bulmasa bile sıradan Özbek vatandaşların nezdinde anlamlı görülmüş ve Özbekistan'dan Türkiye'ye olan turistik varışların aksamaması sağlanmıştır.

Uluslararası seyahate katılan turistlerin, ziyaret ettikleri ülkenin yumuşak gücüne bağlı olarak davranışlarının nasıl şekillendiği bu araştırmanın temel çıkış noktası olmuştur. Turist kabul eden ülkenin yumuşak gücünün, uluslararası turistik varışları aracılığıyla turist gönderen ülke üzerinde yarattığı etkiler kısmen de olsa araştırma kapsamında konu edilmiştir. Bu kurguyu ters yüz edip madalyonun diğer yüzünü çevirdiğimizde ise turist gönderen ülkenin, turist kabul eden ülkenin yerli halkı üzerinde yumuşak güç etkinliği ne ölçüdedir sorusunu tasarlamış oluruz. Turizm, doğası gereği insanlar arasında çift yönlü etkileşimleri mümkün kılmaktadır. Bir turist ziyaret ettiği yabancı toprakların mesajını, anlatısını ve hikâyesini belirli seviyelerde kavramak ile birlikte kendi topraklarının mesajını, anlatısını ve hikâyesini de ziyaret ettiği ülkeye doğrudan ya da dolaylı olarak taşıyabilir. Böylelikle kendi ülkesinin yumuşak gücünün temsil ettiği değerleri, ziyaret ettiği ülkenin yerli halkı ile bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde paylaşabilir. Özetle, ana teması turizm disiplinine göre kurgulanacak olan gelecek çalışmalarda yumuşak güç olgusu, turist kabul eden ülkedeki yerli halkların turist gönderen ülkeye yönelik bakış açılarını anlamaya yönelik girişimleri odağına alabilir.

Türkiye'yi ziyaret eden Çinli turistlerin tipolojileri araştırma anketine bir veri olarak işlenmemiştir. Buna karşın araştırma yazarının gözlemlerinden yola çıkarak, araştırma katılımcısı olan Çinli turistlerin çok büyük bir yekünü örgütlü kitle turisti olarak tarif edilebilir. Cohen'in turist tipolojileri sınıflandırmasından hatırlanacağı üzere örgütlü kitle turistleri, seyahat acenteleri ya da tur operatörleri tarafından ağırlıklı olarak tanınmış destinasyonlara düzenlenen paket turların tüketicileridirler. Örgütlü kitle turistlerini diğer turist tipolojilerinden ayıran en başat özellikler ise seyahat esnasında esneklik taşımamamk, önceden belirlenmiş tatil programı dışına çıkmamak ve bireysel hareket etmek yerine tur grubu ile hareket etme eğilimi göstermektir. Kolektivist, yani toplumcu bir kültür dairesi içerisine doğan Çinli turistler; grup turlarını, gürültülü yerleri ve toplu turizm faaliyetlerini tercih etmektedirler. Bu noktada Çinli turistlerin sıklıkla tercih ettiği böylesi grup turları, onların yerel halkla etkileşimini sınırlandırma riski taşımaktadır. Çinliler gibi örgütlü kitle turistlerinin turizm faaliyetlerindeki esneklikleri seyahat acenteleri tarafından düzenlenen standart tatil programları nedeniyle kısıtlanabildiği için Çinli turistlerin yerel halkla teması bu nedenle sınırlı olma eğiliminde olup, hatta bazen doğrudan temasa girmek adına cesareti kırıcı görülebilmektedir. Çinli turistlerin ziyaret ettikleri

ülkedeki yerli halk ile doğrudan iletişim eksikliği, Çinli turistlerin ev sahibi ülkenin kültürüne ve değerlerine, kısaca yumuşak gücüne, kayıtsız kaldığı izlenimini pekiştirmektedir. Gelecek araştırmalar için nedensel karşılaştırma desenli bir nicel araştırma problemi kurgulamak, bu sorunun altında yatan nedenleri açığa çıkarmak için uygun bir referans noktası olabilir. Bu bağlamda X ülkesinin Y ülkesine yönelik yumuşak güç algısı, X'in turist tipolojisine (örgütlü kitle turisti, bireysel kitle turisti, başıboş turist, gezgin turist vb.) göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir? şeklinde kurgulanmış bir araştırma problemi ile açığa çıkarılabilir.

KAYNAKÇA

- Abd El Rehim, A. M. Y. (2016). The potential of Egypt's soft power post Arab Spring. *Geopolitics under Globalization*, 1 (1), 12-16.
- Acar, H. ve Kartın, C. (2022). Küçük devlet, büyük güç: Vatikan. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), 430-473.
- Ahn, S. (2019). *Türkiye ve Kuzey Kore medyalarında sansür olgusunun karşılaştırmalı analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akbıyık, A. ve Coşkun, E. (2013). Eğitsel sosyal yazılımların kabul ve kullanımına yönelik bir model. *Online Academic Journal of Information Technology*, 4 (13), 39-62.
- Akyurt, H. ve Atay, L. (2009). Destinasyonda imaj oluşturma süreci. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 1-14.
- Albayrak, T. ve Caber, M. (2015). Prioritisation of the hotel attributes according to their influence on satisfaction: A comparison of two techniques. *Tourism Management*, 46, 43-50.
- Aliedan, M. M., Sobaih, A. E. E. and Elshaer, I. A. (2021). Influence of cities-based entertainment on tourist satisfaction: Mediating roles of destination image and experience quality. *Sustainability*, 13 (19), 11086.
- Angey-Sentuc, G. and Molho, J. (2015). A critical approach to soft power: Grasping contemporary Turkey's influence in the world. *European Journal of Turkish Studies*, (21), 1-18.
- Arı, T. (2009). Uluslararası ilişkiler ve dış politika. İstanbul: MKM Yayıncılık.
- Aronczyk, M. (2013). *Branding the nation: The global business of national identity*. Oxford: Oxford University Press.
- Arquilla, J., Ronfeldt, D., Barnes-Proby, D., Williams, E., and Christian, J. (1999). *The emergence of noopolitik: Toward an American information strategy*. Santa Monica: Rand Corporation.
- Arslantürk, Y., Özyurt, B. ve Tanrıdağlı, A. (2017). Çince rehberlerin Türkiye turizminde Çin pazarına bakış açısı. 3. *Turizm Şurası*, Ankara, ss. 60-68.
- Artuger, S. ve Cetinsoz, B. C. (2017). The impact of destination image and the intention to Revisit: A study Regarding Arab Tourists. *European Scientific Journal*, 13(5), 82-98.
- Artuğer, S., Çetinsöz, B. C. ve Kılıç, I. (2013). The effect of destination image on destination loyalty: An application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5 (13), 124-136.
- As, B. (2018). The study of foreign policy in international relations. *Journal of Political Sciences & Public Affairs*, 6 (4), 1-9.
- Atar, Y. (1997). Çağdaş demokrasinin siyasal boyutu: Türkiye'de demokratikleşme ve anti-demokratikleşme göstergeleri. *Yeni Türkiye Dergisi*, 3 (17), 73-94.

- Atasoy, F. (2020). *Algılanan otantiklik, destinasyon imajı, algılanan değer ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: Bir kültürel miras alanı olarak beypazarı örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Nevşehir: T.C. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atay, L. (2003). Destinasyon pazarlaması yönetimine ilişkin stratejik bir yaklaşım. *Dokuz Eylül üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 144-158.
- Ayhan, B. ve Çifçi, M. E. (2018). İŞİD, propaganda ve İslamofobi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 17-32.
- Badmus, B. G. (2017). Democracy promotion from international perspective: An assessment of international election observation in africa. *International Journal of Research in Business Management & Studies*, 1 (1), 10-22.
- Balcı, E. ve Boztaş, A. (2021). Tourism as a soft power in Turkish foreign policy from the perspective of women ambassadors: The case of Africa. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (3), 1482-1500.
- Baloğlu, Ş. and McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.
- Bandalos, D. L. (2002). The effects of item parceling on goodness-of-fit and parameter estimate bias in structural equation modeling. *Structural equation modeling*, 9 (1), 78-102.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182.
- Başaran, U. (2016). Examining the relationships of cognitive, affective, and conative destination image: A research on Safranbolu, Turkey. *International Business Research*, 9 (5), 164-179.
- Başaran, K. A. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 47, 480-495.
- Baştürk, S., Dönmez, G. ve Dicle, A. N. (2013). Geçerlik ve güvenilirlik. S. Baştürk (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (s. 163-194). Ankara: Vize Yayıncılık.
- Beerli, A. and Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals Of Tourism Research*, 31 (3), 657-681.
- Bekiroğlu, O. (2019). Propaganda, kamu diplomasisi ve nesnellik sarkacında uluslararası yayıncılık: Geçişkenlik ekseninde bir işlevler dizisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 641-662.
- Bell, D. A. (2017). Comparing political values in China and the west: What can be learned and why it matters. *Annual Review of Political Science*, 20, 93-110.
- Bettie, M. (2019). Exchange diplomacy: theory, policy and practice in the Fulbright program. *Place Branding and Public Diplomacy*, (16), 212-223.
- Binark, M. (2019). *Kültürel diplomasi ve Kore Dalgası “Hallyu” Güney Kore’de sinema endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: Wiley.

- Böhm, F. (2018). *Hegemony revisited: A conceptual analysis of the gramscian concept of hegemony in international relations theory*. Master's Thesis. Sweeden: Lund University, Faculty of Social Sciences.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21 (1), 97-116.
- Bunce, V. and Wolchik, S. L. (2006). Favorable conditions and electoral revolutions. *Journal of democracy*, 17 (4), 5-18.
- Burns, N. and Grove, S. (1993). *The practice of nursing research: conduct, critique and utilization*. W.B.Saunders: Philadelphia, Pennsylvania, USA.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. (32), 470-482.
- Byon, K. K. and Zhang, J. J. (2010). Development of a scale measuring destination image. *Marketing Intelligence & Planning*. 28 (4). 499-532.
- Can, A. (2016). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Carr, E. H. (1981). *The twenty years' crisis: 1919-1939*. (15. Baskı). London: Macmillan.
- Cashen, L. H. and Geiger S. W. (2004). Statistical power and the testing of null hypothesis: A review of contemporary management research and recommendations for future studies. *Organizational Research Methods*, 7 (2), 151-167.
- Casteel, A. and Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16 (1), 340-362.
- Castles S. and Miller, M, J. (2009). *The Age of migration: International population movements in the modern world*. London: The Guilford.
- Chaban, N. (2016). Images and perceptions in public diplomacy. R. Stetter and S. Lee (Eds.), *ASEF public diplomacy: Handbook how to win hearts and minds* içinde (s. 62-83). Singapore: Asia-Europe Foundation.
- Chen, C. F. and Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism management*, 28 (4), 1115-1122.
- Chen, N. (2012). Branding national images: The 2008 Beijing summer olympics, 2010 Shanghai World Expo, and 2010 Guangzhou asian games. *Public Relations Review*, 38 (5), 731-745.
- Chew, E.Y. and Jahari, S.A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382-393.
- Chi, C. G. Q. and Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*, 29 (4), 624-636.
- Chon, K. S. (1987). An assessment of images of Korea as a tourist destination by American tourists. *Hotel and Tourism Management Review*, 3 (1), 155-170.
- Civitello, L. (2011). *Cuisine and culture: A history of food and people*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Clark, L. A. and Watson, D. (2016). Constructing validity: Basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7 (3), 309-319.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Routledge.
- Cooper, F.A., Heine, J. and Thakur, R. (2013). Introduction: The challenges of 21st-century diplomacy. A F. Cooper., J. Heine and R. Thakur (Eds.), *The Oxford handbook of modern diplomacy* içinde (s. 1-22). Oxford: Oxford University Press.
- Corral-Verdugo, V. and Figueredo, A. J. (1999). Convergent and divergent validity of three measures of conservation behavior: The multitrait-multimethod approach. *Environment and behavior*, 31 (6), 805-820.
- Coshall, J. T. (2000). Measurement of tourists' images: The repertory grid approach. *Journal of travel research*, 39 (1), 85-89.
- Cox, R.W. (1981). Social forces, states and world orders: Beyond international relations theory. *Millennium: Journal of International Studies*, 10 (2), 126-155.
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of travel research*, 17 (4), 18-23.
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cummings, M. (2003). *Cultural diplomacy and the United States Government: A survey*. Washington DC: Center for Arts and Culture.
- Dams, T., Martin, X. and Kranenburg, V. (2021). *China's soft power in Europe falling on hard times*. Clingendael: Hague.
- Davras, Ö. (2019). Müşteri memnuniyetinin üç faktör teorisine göre kongre oteli ürün özelliklerinin sınıflandırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (3), 174-184.
- De Vellis, R. F. (2017). *Ölçek geliştirme: Kuram ve Uygulamalar. Psikolojik danışma ilke ve teknikleri: Psikolojik yardım süreci el kitabı* (Çev: T. Totan). İstanbul: Nobel Yayınları.
- Debnath, K. (2019). Between high culture and low culture; and also the difference between popular culture and folk culture. *International Journal of English Language, Literature in Humanities*, 7 (8), 473-481.
- DEİK, (2017). *Ülke bülteni: Mısır*. 1-17.
- Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Deudney, D. and Ikenberry, G.J. (1999). The nature and sources of liberal international order. *Review of International Studies*, 25 (2), 179-196.
- Dibiku, M. G. and Singh, M. (2019). The impact of destination image on tourists intention to revisit Ethiopia. *International Journal Of Scientific Research*. 8 (4), 28-30.
- Didier, L. (2019). Soft power and exporters behavior in international trade. *Economics Bulletin*, 39 (4), 2595-2614.

- Dirzauskaite, G. and Ilinca, N. C. (2017). Understanding hegemony in international relations theories. *Development and International Relations*, Aalborg: Aalborg University.
- Doğan, V. (2017). Davranışsal ve sosyal bilimlerde yaygınca sorgulanan 10 metodolojik sorunun cevabı. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 3 (2), 41-88.
- Dural, A. B. (2012). Antonio Gramsci ve hegemonya. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 309-321.
- Efegil, E. (2018). *Dış politika analizi (Ders Notları)*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu diplomasisi ve Ak Parti dönemi Türk dış politikası*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Enaifoghe, A. O. and Makhutla, N. E. (2020). Exploring cultural diplomacy as soft power through cultural communication exports: A model of power for promoting peace and security. *African Journal of Gender, Society and Development*, 9 (3), 83-107.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K. ve Sanisoğlu, S. Y. (2013). Doğrulayıcı faktör analizi ve uyum indeksleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 33 (1), 210-223.
- Erkuş, A. (2007). Ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarında karşılaşılan sorunlar. *Türk Psikoloji Bülteni*, 13 (40), 17-25.
- Erkuş, A. (2012). *Psikolojide ölçek ve ölçek geliştirme - I: Temel kavramlar ve işlemler*. Ankara: Pegem Akademi.
- Esen, M. F. ve Timor M. (2019). Çok değişkenli aykırı değer tespiti için klasik ve dayanıklı Mahalanobis uzaklık ölçütleri: Finansal veri ile bir uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (25), 267-282.
- Fan, Y. (2008). Soft Power: Power of attraction or confusion. R. Govers and N. Cull (Eds.), *Place branding and public diplomacy* içinde (s. 147-158). Londra: Palgrave Macmillan.
- Farmer, C. (2012). Demystifying moderators and mediators in intellectual and developmental disabilities research: A primer and review of the literature. *Journal of Intellectual Disability Research*, 56 (12), 1148-1160.
- Fitzner, K. and Heckinger, E. (2010). Sample size calculation and power analysis: A quick review. *The Diabetes Educator*, 36 (5), 701-707.
- Gallarotti, G. M. (2011). Soft power: What it is, why it's important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*, 4 (1), 25-47.
- Ghazi, K. and Ammar, S. (2018). International tourists' attitudes and satisfaction toward airport F&B, and duty-free concessions. *Journal of Tourism Research*, 20, 41-109.
- Global Witness. (2006). *The Kimberley process at risk*. Global Witness Publishing Inc.

- Greaves, N. and Skinner, H. (2010). The importance of destination image analysis to UK rural tourism. *Marketing Intelligence & Planning*, 28 (4), 486-507.
- Güçlü, C. ve Yılmaz, Y. (2020). Tatil Öncesi ve Sonrası Destinasyon İmajı Karşılaştırması: Alanya Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (2), 173-185.
- Güleç, E., İlban, M. O. ve Aydemir, B. (2020). Dış politikada yumuşak güç unsuru olarak turizm: Özbekistan örneği. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 20 (2), 287-305.
- Güler, B. (2019). *Antonio Gramsci'de hegemonya kavramı ve günümüz siyaset felsefesine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa: T.C. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güngör, E. (2010a). *Turistik yörelerden memnuniyet ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışları: Antalya örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Kayseri: T.C. Erciyes Üniversitesi.
- Güngör, E. (2010b). *Değerler psikolojisi üzerinde araştırmalar*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Gürcan, M. (2012). Stratejik iletişim modeli ve güvenlik alanına uygulanabilirliği. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 8 (15), 99-138.
- Gürdal, E. (2020). Hegemonik yaklaşımların eleştirisi ve güç yorumu. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2), 166-189.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P. and Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Cham: Springer.
- Hallmann, K., Zehrer, A. and Müller, S. (2015). Perceived destination image: An image model for a winter sports destination and its effect on intention to revisit. *Journal of Travel Research*, 54 (1), 94-106.
- Han, D. and Zweig, D. (2010). Images of the world: Studying abroad and Chinese attitudes towards international affairs. *The China Quarterly*, 202, 290-306.
- Harvey, D. (2003). *The new imperialism*. Oxford University Press, Oxford.
- Hocking, B. (2005). Rethinking the new public diplomacy. J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy: Soft power in international relations* içinde (s. 28-43). London: Palgrave Macmillan.
- Hocking, B. (2008). Reconfiguring public diplomacy: From competition to collaboration. J. Welsh and D. Fearn (Eds.), *Engagement: Public diplomacy in a globalised world* içinde (s. 62-75). London: Foreign and Commonwealth Office.
- Howard, M. C. (2016). A review of exploratory factor analysis decisions and overview of current practices: What we are doing and how can we improve? *International Journal of Human-Computer Interaction*, 32 (1), 51-62.
- Hu, L. T. and Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6 (1), 1-55.

- Huang, S. and Van der Veen, R. (2019). The moderation of gender and generation in the effects of perceived destination image on tourist attitude and visit intention: A study of potential Chinese visitors to Australia. *Journal of vacation marketing*, 25 (3), 375-389.
- Huang, Y. and Ding, S. (2006). Dragon's underbelly: An analysis of China's soft power. *East Asia*, 23 (4), 22-44.
- Hui, T. K., Wan, D. and Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management*, 28 (4), 965-975.
- Ikenberry, G.J. (1998). Institutions, strategic restraint, and the persistence of American postwar order. *International Security*, 23 (3), 43-78.
- Işık, İ. (2014). Yokluk hipotezi anlamlılık testi ve etki büyüklüğü tartışmalarının psikoloji araştırmalarına yansımaları. *Eleştirel Psikoloji Bülteni*, 5, 55-80.
- Jaffe, E. D. and Nebenzahl, I. D. (2006). *National image & competitive advantage: The theory and practice of place branding*. Copenhagen Business School Press.
- Jalalpour, S. and Shojaeifar, J. (2014). The tourism industry and the international relations. *World Journal of Environmental Biosciences*, 6, 68-72.
- Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International journal of tourism research*, 1 (1), 1-15.
- Jeong, Y. and Kim, S. K. (2019). The key antecedent and consequences of destination image in a mega sporting event. *South African Journal of Business Management*, 50 (1), 1-11.
- Kalaycıoğlu, E. (1984). Siyasal değerler ve siyasal bilim. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 38 (3-4), 145-159.
- Karaca, O. B. ve Karacaoğlu, S. (2016). Kültür, din ve yemek etkileşimi çerçevesinde arap mutfağının kavramsal olarak incelenmesi: Adana ili örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (2), 561-584.
- Karakoç, F. Y. ve Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dnyası*, 13 (40), 39-49.
- Karki, S. and Dhungana, S. (2020). Soft power in international relations: Opportunities for small states like Nepal. *Journal of International Affairs*, 3 (1), 162-179.
- Kearn, D. W. (2011). The hard truths about soft power. *Journal of Political Power*, 4 (1), 65-85.
- Keohane, R. O. and Nye, J. (2015). Güç ve karşılıklı bağımlılığı yeniden ele almak. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 12 (46), 79-104.
- Keskin, B. (2020). İstatistiksel güç bir araştırmanın sonuçlarına etki eder mi? Örneklem büyüklüğüne nasıl karar verilmeli? *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (Special Issue), 157-174.
- Keyman, F. (2006). Küreselleşme, uluslararası ilişkiler ve hegemonya. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 3 (9), 1-20.
- Kılıç, S. (2014). Etki büyüklüğü. *Journal of mood disorders*, 4 (1), 44-46.
- Kızılcılık, S. ve Yaşar, E. (1994). *Açıklamalı sosyoloji terimler sözlüğü*. Ankara: Atilla Kitapevi.

- Knecht, H. B. (2015). *Soft power in hard focus: An analytical approach to power in international relations*. Senior Independent Study Theses. United States: The College of Wooster, Political Science.
- Konak, İ. (2021). Yeni toplumsal hareketler bağlamında black lives matter (BLM) örneği. *Adam Academy Journal of Social Sciences*, 11 (2), 193-213.
- Kotler, P., Bowen, J.T. and Makens, J. (1999). *Marketing for hospitality and tourism*. USA: Prentice Hall.
- Koyuncu, İ. ve Kılıç, A. F. (2019). Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanımı: Bir doküman incelemesi. *Eğitim ve Bilim*, 44 (198), 361-388.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kroenig, M., McAdam, M. and Weber, S. (2010). Taking soft power seriously. *Comparative Strategy*, 29 (5), 412-431.
- Kurtbağ, Ö. (2007). *Eleştirel uluslararası ilişkiler yaklaşımları çerçevesinde Amerikan dış politikasının analizi: Hegemonya söylemi ve Amerikan muhafazakâr sağı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lale, A. (2020). The soft power of South Korea. *Asya Studies*, 4 (13), 63-74.
- Lee, C. T., Zhang, G. and Edwards, M. C. (2012). Ordinary least squares estimation of parameters in exploratory factor analysis with ordinal data. *Multivariate Behavioral Research*, 47 (2), 314-339.
- Lee, G., Cai, L. A. and O'Leary, J. T. (2006). WWW. Branding. States. US: an analysis of brand-building elements in the US state tourism websites. *Tourism Management*, 27 (5), 815-828.
- Lenczowski, J. (2009). Cultural diplomacy, political influence, and integrated strategy. M. J. Waller (Ed.), *Strategic influence: public diplomacy, counter-propaganda, and political warfare* içinde (s. 74-99). Washington DC: Institute of World Politics Press.
- Lin, X., Liang, Y., Xiao, Y. and Chen, T. (2017). A study on the impact of soft power on international investment. *International Journal of Business and Management Review*, 5 (1), 30-46.
- Little, T. D., Rhemtulla, M., Gibson, K. and Schoemann, A. M. (2013). Why the items versus parcels controversy needn't be one. *Psychological Methods*, 18 (3), 285-300.
- Liu, X., Zhang, Y. and Vedlitz, A. (2021). Political values and life satisfaction in China. *The China Quarterly*, 245, 276-291
- Loevinger, J. (1957). Objective tests as instruments of psychological theory. *Psychological reports*, 3 (3), 635-694.
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, developments and implications. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2), 305-315.
- Luguusharav, B. (2011). *Soft power: In the context of South Korea*. Master's Thesis. Central European University, Department of International Relations and European Studies.

- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. London: Macmillan.
- Malkanthie, A. (2015). *Structural equation modeling with AMOS*, Gorakana: Nippon Graphics Pvt. Ltd.
- Marklund, C. (2020). Soft power. R. Kitchin and N. Thrift (Eds.), *International encyclopedia of human geography* içinde (s. 291-296). Oxford: Elsevier.
- Martínez, S. C. and Alvarez, M. D. (2010). Country versus destination image in a developing country. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (7), 748-764.
- Mason, R. (2016). Egypt's future: status quo, incremental growth or regional leadership? *Middle East Policy*, 23 (2), 76-94.
- Matlovičová, K. and Kolesárová, J. (2012). Destination image and possibilities of its formation: A case study of the image of Thailand as a tourist destination perceived by Slovaks. *Central European Regional Policy and Human Geography*, 2 (1), 5-20.
- Matsunaga, M. (2008). Item parceling in structural equation modeling: A primer. *Communication methods and measures*, 2 (4), 260-293.
- Mayo, E. (1975). Tourism and the national parks: A psychographic and attitudinal study. *Journal of Travel Research*, 14 (1), 14-21.
- McClory, J. (2019). *The soft power 30: A global ranking of soft power 2019*. London: Portland Communications.
- Morgado, F. F., Meireles, J. F., Neves, C. M., Amaral, A. and Ferreira, M. E. (2017). Scale development: Ten main limitations and recommendations to improve future research practices. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 30 (3), 1-20.
- Morgenthau, H. J., Thompson, K. W. and Clinton, W. D. (1985). *Politics among nations: The struggle for power and peace*. New York: McGraw Hill.
- Morrison C. E. (2018). Tradition, Trump, and the future of us participation in multilateralism. C. Echle (Ed.), *Multilateralism in a Changing World Order* içinde (s. 27-37). Singapore: Konrad Adenauer Stiftung.
- Morton, A. D. (2007). *Unravelling Gramsci: Hegemony and passive revolution in the global political economy*. London: Pluto Press.
- Murphy, C.N. (1994). *International organization and industrial change: Global governance since 1850*. New York: Oxford University Press.
- Nye, J. (2003). *Amerikan gücünün paradoksu* (Çev: G. Koca). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Nye J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public affairs.
- Nye, J. S. (2010). Responding to my critics and concluding thoughts. P. Inderjeet and Michael Cox (Eds.), *Soft power and us foreign policy: Theoretical, historical, and contemporary perspectives* içinde (s. 215-227). New York: Routledge.
- Nye, J. S. (2011). *The Future of power*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. (2017). *Yumuşak güç* (Çev: R. İnan). Ankara: BB101 Yayınları.

- Oğurlu, E. (2019). Avrupa dış eylem servisi kapsamında Avrupa Birliği'nin diplomatik dönüşümü. *International Journal of Political Science and Urban Studies*, 7 (2), 361-381.
- Okur, M. A. (2015). Gramsci, Cox ve hegemonya: Yerelden küresele, iktidarın sosyolojisi üzerine. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 12 (46), 129-151.
- Oldemeinen, M. (2010). The political realism of Thucydides and Thomas Hobbes. *E-Inernational Relations*, <https://www.e-ir.info/2010/02/15/the-political-realism-of-thucydides-and-thomas-hobbes/>, (Erişim tarihi: 17.04.2020).
- Onur, Şen. (2015). Targeted soft power in Turkish new foreign policy and its impact on origins of in-bound tourists. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5 (1), 65-74.
- Osipova, Y. (2014). Russification of soft power: Transformation of a concept. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 5 (1), 56-77.
- Ovla, H. D. ve Taşdelen, B. (2012). Aykırı değer yönetimi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5 (3), 1-8.
- Özdemir, H. (2008). Uluslararası ilişkilerde güç: Çok boyutlu bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63 (03), 113-144.
- Özdemir, C., Ergin, A., Baysal, S. U., Oğuz, C. ve Yılmaz, B. B. (2020). Validation of the Turkish parent supervision attributes profile questionnaire. *Turkish Archives of Pediatrics/Türk Pediatri Arşivi*, 55 (3), 277.
- Özel, C. (2018). Yumuşak güce bütünsel bakış. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 1-27.
- Özel, Ö. M. S. (2019). Westphalian devletler sistemi ve modernleşmenin geleneksel dünyanın büyük güçleri olan imparatorluklara etkisi. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5 (1), 49-62.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 394-422.
- Özgürel, G. ve Avcıkurt, C. (2020). Turizm destinasyonlarında turistin temsilcisi olarak yerleşik yabancıların yerel halk ile sosyal etkileşimleri ve sosyal etkileşimde kalış süresinin etkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 776-796.
- Özkan, B. İ. ve Boylu, Y. (2021). A study on the use of tourism as a soft power instrument in international relations. *Journal of Tourismology*, 7 (1), 73-100.
- Pan, X., Rasouli, S. and Timmermans, H. (2021). Investigating tourist destination choice: Effect of destination image from social network members. *Tourism Management*, 83, 1-11.
- Pellitteri, M. (2019). Japan's soft power and grand fictions in global venues: Japanese pop culture franchises and fictionality-based tactics. *Kritika Kultura*, 32, 453-481.
- Phi, H. D., Ngo, T. Q., Phuong, T. H. T. and Linh, N. N. (2022). Effects of destination image on revisit intention: The intermediate role of satisfaction & words of mouth (empirical evidence in Ho Chi Minh City, Vietnam). *Estudios de economía aplicada*, 40 (1), 1-15.

- Pike, S. and Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Journal of Travel Research*, 42 (4), 333-342.
- Prayag, G. (2009). Tourists' evaluations of destination image, satisfaction, and future behavioral intentions—The case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26 (8), 836-853.
- Preston, C. C. and Colman, A. M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: Reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104 (1), ss. 1-15.
- Prudon, P. (2015). Confirmatory factor analysis as a tool in research using questionnaires: A critique. *Comprehensive Psychology*, 4, 1-18.
- Puh, B. (2014). Destination image and tourism satisfaction: The case of a Mediterranean destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (13), 538-544.
- Rabêlo Neto, A., Sousa-Filho, J. M. D., Leocádio, Á. L. and Nascimento, J. C. H. B. D. (2020). Internationalization of cultural products: The influence of soft power. *International Journal of Market Research*, 62 (3), 335-349.
- Rana, N. S. (2016). Public diplomacy, concepts and methods. R. Stetter and S. Lee (Eds.), *ASEF public diplomacy: Handbook how to win hearts and minds* içinde (s. 16-33). Singapore: Asia-Europe Foundation.
- Rawnsley, G. (2016). Introduction to international broadcasting and public diplomacy in the 21st century. *Media and Communication*, 4 (2), 42-45.
- Repnikova, M. (2022). Rethinking China's soft power: Pragmatic enticement of confucius institutes in Ethiopia. *The China Quarterly*, 250, 440-463.
- Rose, A. K. (2016). Like me, buy me: The effect of soft power on exports. *Economics & Politics*, 28 (2), 216-232.
- Roselle, L., Miskimmon, A. and O'Loughlin, B. 2014. Strategic narrative: A new means to understand soft power. *Media, War & Conflict*, 7 (1), 70-84.
- Ross, A. and Willson, V. L. (2017). *Basic and advanced statistical tests: Writing results sections and creating tables and figures*. Rotterdam: Sense.
- Ruget, V. and Usmanalieva, B. (2021). Migration and soft power: How Kyrgyz labor migrants view Russia. *Communist and Post-Communist Studies*, 54 (4), 98-116.
- Ryu, K., Bordelon, B. M. and Pearlman, D. M. (2013). Destination-image recovery process and visit intentions: Lessons learned from Hurricane Katrina. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22 (2), 183-203.
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. ve Kahraman, C. Ö. (2019). Etkinlik katılımcılarının destinasyon imajı algılarının tekrar ziyaret etme eğilimleri üzerine etkisi: Portakal çiçeği karnavalı örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (1), 178-190.
- San Martín, H. and Del Bosque, I. A. R. (2008). Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tourism Management*, 29 (2), 263–277.

- Sancak, K. (2015). *Dış politikada bir etki aracı olarak yumuşak güç: Türkiye'nin yumuşak gücünün analizi ve Azerbaycan üzerindeki yumuşak güç kapasitesinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sangpikul, A. (2008). Travel motivations of Japanese senior travellers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10 (1), 81-94.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, felsefe ve metodoloji: Araştırmada yöntem problemi-SPSS uygulamalı*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Scherbelleh-Engel, K, Moosbrugger, H. and Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 2 (8), 23-74.
- Schofield, P., Coromina, L., Camprubi, R. and Kim, S. (2020). An analysis of first-time and repeat-visitor destination images through the prism of the three factor theory of consumer satisfaction. *Journal of Destination Marketing and Management*, 17, 1-12.
- Scott-Smith, G. (2009). Exchange programs and public diplomacy. Snow, N and P. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (s. 50-56). New York: Routledge.
- Selltiz, C. and Cook, S. W. (1962). Factors influencing attitudes of foreign students toward the host country. *Journal of Social Issues*, 18 (1), 7-23.
- Seong-Hun, Y. (2018). An overdue critical look at soft power measurement. *Journal of International and Area Studies*, 25 (2), 1-20.
- Shi, T. and Ya. M. (2009). Out of the "Democracy" superstition. *Open times*, 6, 144-151.
- Singh, J. P. and MacDonald, S. (2017). *Soft power today: measuring the influences and effects*. Edinburgh: The Institute for International Cultural Relations.
- Sklair, L. (1995). *Sociology of the global system*. Baltimore MD: Johns Hopkins University Press.
- Sleat, M. (2016). What is a political value? Political philosophy and fidelity to reality. *Social Philosophy and Policy*, 33 (1-2), 252-272.
- Soonsan, N. and Sukahbot, S. (2019). Testing the role of country and destination image effect on satisfaction and revisit intentions among Western travellers. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8 (4), 1-14.
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2013). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Stangor, C. (2011). *Research methods for the behavioral sciences*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Stylidis, D., Shani, A. and Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management*, 58, 184-195.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3 (6), 49-74.
- Sümer, G. (2008). Amerikan dış politikasının kökenleri ve Amerikan dış politik kültürü. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5 (19), 119-144.

- Sürücü, L. ve Maslakçı, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8 (3), 2694-2726.
- Şahin, M. G. ve Öztürk, N. B. (2018). Eğitim alanında ölçek geliştirme süreci: Bir içerik analizi çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26 (1), 191-199.
- Şavran, G. T. (2012). Nicel ve nitel araştırmalarda kullanılan araştırma teknikleri. A. Şimşek (Ed.), *Sosyolojide araştırma yöntem ve teknikleri* içinde (s. 64-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Şekercioğlu, G. (2009). Çocuklar için *benlik algısı profilinin uyarlanması ve faktör yapısının farklı değişkenlere göre eşitliğinin test edilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şencan, H. ve Fidan, Y. (2020). Likert verilerinin kullanıldığı keşfedici faktör analizlerinde normallik varsayımı ve faktör çıkarma üzerindeki etkisinin SPSS, Factor ve Prelis yazılımlarıyla sınanması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8 (1), 640-687.
- Taşçı, A. D., Gartner, W. C. and Tamer Cavusgil, S. (2007). Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of hospitality & tourism research*, 31 (2), 194-223.
- Tokur, K. M. (2022). Etki büyüklüğü hemşirelik araştırmaları için gerekli mi? *Yaşam Boyu Hemşirelik Dergisi*, 2 (1), 1-5.
- Treiblmaier, H. and Filzmoser, P. (2010). Exploratory factor analysis revisited: How robust methods support the detection of hidden multivariate data structures in IS research. *Information & management*, 47 (4), 197-207.
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the World: U.S. public diplomacy overseas*. Washington DC: George Town University.
- Tuna, F. (2021). Kamu diplomasisinde sivil toplum kuruluşlarının rolü. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 1-12.
- Turan, İ., Şimşek, Ü. ve Aslan, H. (2015). Eğitim araştırmalarında likert ölçeği ve likert-tipi soruların kullanımı ve analizi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30 (1), 186-203.
- Turhan, E. (2018). Avrupa Birliği'nin üçüncü ülkelerle harici farklılaştırılmış entegrasyon modelleri ve Türkiye-AB ilişkilerinin geleceği: Neoliberal bir yaklaşım. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 95-120.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Waltz, K. N. (1979), *Theory of international politics*. Reading: Addison-Wesley.
- Walzer, M. (1994). *Thick and thin: Moral argument at home and abroad*. Notre Dame IN: Univ. Notre Dame Press.
- Wang, D. (2004). Tourist behaviour and repeat visitation to Hong Kong. *Tourism Geographies*, 6 (1), 99-118.

- Wang, Y. and Davidson, M. C. (2010). Pre-and post-trip perceptions: An insight into Chinese package holiday market to Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 16 (2), 111-123.
- Watkins, M. W. (2018). Exploratory factor analysis: A guide to best practice. *Journal of Black Psychology*, 44 (3), 219-246.
- Webb, A. (2008). Constitutional niceties: three crucial dates in cold war relations between the BBC external services and the foreign office. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 28 (4), 557-567.
- Wu, I. S. (2021). India and the soft power rubric: The relevance of migrants, students, visitors and movies. *India Review*, 20 (4), 373-401.
- Wu, P. C., Yeh, G. Y. Y. and Hsiao, C. R. (2011). The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands. *Australasian Marketing Journal*, 19 (1), 30-39.
- Xiao, H. and Li, C. (2013). China's meritocratic Examinations and the ideal of virtuous talents. D. Bell and C. Li (Eds.), *The East Asian challenge for democracy: Political meritocracy in comparative perspective* içinde (s. 340-362). Cambridge: Cambridge University Press.
- Xu, H., Wang, K. and Song, Y. M. (2020). Chinese outbound tourism and soft power. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12 (1), 34-49.
- Yadav, R., Paul, J. and Mittal, A. (2023). Impact of nation brand experience on nation brand loyalty, and positive WOM in a changing environment: The role of nation brand love. *International Marketing Review*, 40 (1), 28-48.
- Yaghmaei, F. (2003). Content validity and its estimation. *Journal of Medical Education*, 3 (1), 25-27.
- Yanardağoğlu, E. (2014). Uluslararası iletişim ve kamu diplomasisi: BBC dünya servisi haber merkezi örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (38). 117-132.
- Yang, G. (2021). China as a method for Chinese political science research. *Chinese Political Science Review*, 6, 546-574.
- Yapıcı, U. (2015). Yumuşak Güç Ölçülebilir mi? *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 12 (47), 5-25.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, (Özel Sayı), 74-85.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri-SPSS uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, S. (2011). Yumuşak güç ve evrimi. *Turan-Sam*, 3 (12), 31-36.
- Yılmaz, A. (2018). *Fen bilgisi öğretmen yetiştirme programlarında kalite standartlarının belirlenmesi: Ölçek geliştirme ve uygulama çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Kastamonu: T.C. Kastamonu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Yılmaz, A.N. and Kılıçoğlu, G. (2019). Soft power potentials of European Union and Turkey: A comparative analysis. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 8 (3), 2297-2350.
- Yong, A. G. and Pearce, S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis. *Tutorials In Quantitative Methods For Psychology*, 9 (2), 79-94.
- Yousefi, M. and Marzuki, A. (2012). Travel motivations and the influential factors: The case of Penang, Malaysia. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23 (2), 169-176.
- Yörük, Z. and Vatikiotis, P. (2013). Turkey, the Middle East & the media| soft power or illiusion of hegemony: The case of the Turkish soap opera colonialism. *International Journal of Communication*, 7 (25), 2361-2385.
- Yurdugül, H. (2005). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi, ss. 771-774.
- Yusoff, M. S. B. (2019). ABC of content validation and content validity index calculation. *Resource*, 11 (2), 49-54.
- Yüce, A., Samsa, Ç., ve Meriç, K. (2019). Destinasyon imajının tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi: Kars ili örneği. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (19), 131-150.
- Zaharna, R. 2010. *Battles to bridges: U.S. strategic communication and public diplomacy after 9/11*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Zahran, G. and Ramos, L. (2010). From hegemony to soft power: Implications of a conceptual change. P. Inderjeet and M. Cox (Eds.), *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical, and Contemporary Perspectives* içinde (s. 12-31). New York: Routledge.
- Zhang, H., Wu, Y. and Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326-336.
- Zhang, Y. and Cole, S. T. (2016). Dimensions of lodging guest satisfaction among guests with mobility challenges: A mixed-method analysis of web-based texts. *Tourism Management*, 53, 13-27.

İnternet Kaynakları:

- http-1: <http://wdi.worldbank.org/table/6.14> (Erişim Tarihi: 26.05.2019).
- http-2: <https://www.ibtimes.com/ukraine-gay-pride-parade-attacked-stones-smoke-bombs-1955426> (Erişim Tarihi: 11.05.2021).
- http-3: <https://www.dw.com/de/wuttke-china-hat-an-soft-power-eingeb%C3%BC%C3%9Ft/a-53394180> (Erişim Tarihi: 03.11.2021).
- http-4: <https://www.pewresearch.org/global/2016/06/29/as-obama-years-draw-to-close-president-and-u-s-seen-favorably-in-europe-and-asia/> (Erişim Tarihi: 08.03.2021).
- http-5: <https://foreignpolicy.com/2009/11/09/diplomacy-by-other-means/> (Erişim Tarihi: 08.03.2021).

http-6: <https://foreignpolicy.com/2013/04/29/what-china-and-russia-dont-get-about-soft-power/> (Erişim Tarihi: 03.10.2021).

EKLER

Ek 1- Anket Formu (Türkçe)

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Bu anket içerisinde Türkiye'nin dış politikası, siyasi değerleri ve kültürü ile ilgili tutumlarınızı belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Her bir ifadeyi okuduktan sonra, ifadeye ne derecede katıldığınızı ya da katılmadığınızı liste üzerindeki ayrılan yere işaretleyiniz. Araştırmanın kesin ve doğru sonuçlar verebilmesi için lütfen ölçek maddelerine samimi yanıtlar veriniz. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacağından adınızı yazmanıza gerek yoktur. İlginiz için çok teşekkür ederim.

1. Cinsiyetiniz nedir?

Kadın Erkek

2. Öğrenim durumunuz nedir?

Ortaokul Lise Üniversite Yüksek Lisans
Doktora

3. Yaş aralığınız nedir?

18-24 25-34 35-49 50-64 65 +

4. Aylık Geliriniz nedir?

5. Daha Önce Türkiye'yi ziyaret ettiniz mi?

Evet Hayır

	Türkiye'nin dış politika uygulamaları meşrudur çünkü;	Kesimlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesimlikle Katılıyorum
1	Türkiye diğer ülkelerin egemenliklerine saygı duyar.					
2	Türkiye, küresel anlamda dikkate değer bir ülkedir.					
3	Türkiye, az gelişmiş birçok ülkeye insani yardımlarda bulunan yardımsever bir devlettir.					
4	Türkiye, gerek bölgesel gerekse küresel düzeyde yaşanan anlaşmazlıklarda tedirginlikleri dikkate alınan ve çözüme ilişkin tavsiyeleri dinlenen bir ülkedir.					
5	Türkiye, diğer ülkelerle güven ve işbirliğine dayalı bir dış politika benimsemiştir.					
6	Türkiye, diğer ülkelerle olan anlaşmazlıklarını uzlaşma yolu ile çözmeye çalışan barışçıl bir ülkedir.					
7	Türkiye, uluslararası düzeyde yaşanan diplomatik anlaşmazlıkların çözüme kavuşturulabilmesi için tarafsızlığına güvenilen arabulucu bir ülkedir.					
8	Türkiye, müttefiki olan ülkelere karşı sorumluluklarının bilincinde olan duyarlı bir ülkedir.					
9	Türkiye, uluslararası anlaşmalara, kanunlara ve normlara saygı duyan bir ülkedir.					
10	Türkiye, uluslararası kamuoyunda gündem yaratabilecek güçte bir ülkedir.					
11	Türkiye, diğer ülkelerde yaşanan insani, ekonomik ve doğal krizlerin aşılmasına yardımcı olmaya çalışmaktadır.					
	Türkiye'nin benimsediği siyasi değerler cezbedicidir çünkü;	Kesimlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesimlikle Katılıyorum
1	Türkiye, evrensel siyasi değerleri (insan hakları, demokrasi, hukukun üstünlüğü vb.) benimsemiş bir ülkedir.					
2	Türkiye'nin demokrasi anlayışı başka ülkelere örnek olacak kadar gelişmiştir.					
3	Türkiye, kendi halkının mutluluğunu ve refahını önemseyen bir ülkedir.					
4	Türkiye, diğer ülke halklarının mutluluğunu ve refahını önemseyen bir ülkedir.					
5	Türkiye, insan haklarına saygı duyan bir ülkedir.					
6	Türkiye bireysel özgürlüklere saygı duyan bir ülkedir.					
7	Türkiye'de hukuk sistemi insan haklarına yönelik temel kaygıları gözeterek icra edilmektedir.					
8	Türkiye, kadın ve erkek vatandaşlarına eşit hak ve fırsatlar sunan bir ülkedir					
9	Türkiye, farklı dünya görüşlerine ve farklı kültürle sahip diğer ülke halklarına saygı gösteren bir ülkedir.					
10	Türkiye'de yaşayan bireyler istedikleri şeye inanmakta özgürdürler.					
11	Türkiye'de bireylerin yaşam tarzına saygı duyulmaktadır					

12	Türkiye’de başarıya ulaşmak isteyen bireylere eşit fırsatlar sunulmaktadır.					
	Türk Kültürü cezbedicidir çünkü;	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Türk kültürü oldukça hayranlık uyandırıcıdır.					
2	Kendi kültürümün dışında farklı bir kültürü benimseme şansım olsaydı Türk kültürünü benimserdim.					
3	Türkçe, popüler bir dildir.					
4	Türk kültürü, geniş bir coğrafyaya yayılmış egemen bir kültürdür.					
5	Türkçe öğrenilmek için üzerinde zaman ve enerji harcamaya değer bir dildir.					
6	Türkçe öğreten bir kurs için aylık gelirimden belirli bir bütçe ayırırdım.					
7	Türk mutfağına özgü yemekleri kendi evimde de yapmak isterdim.					
8	İlk fırsatta Türk mutfağına özgü yemek tariflerini öğrenmek isterdim.					
9	Popüler kültür unsurları aracılığıyla (Türk film, diz ve müzikleri, Türk futbolu, Türk menşeli PC oyunları vb.) Türk kültürüne olan ilgim giderek artmaktadır.					
10	Türkiye’deki İslami ahlak, farklı dinlere mensup ülkelerin insanlarına da hoşgörülü yaklaşmayı teşvik eder.					
11	Türkiye, diğer İslam devletleri arasında en verimli ve sağlıklı ilişkilerin kurulabileceği ülkedir.					
12	Türk tarihi bütün bir insanlık tarihi içinde önemli bir yer tutmaktadır.					
13	Türk tarihi o kadar ilgi çekicidir ki; ilk fırsatta zaman ve kaynak ayırıp öğrenmek isterdim.					
14	Yurt dışında eğitim alma fırsatım olsaydı, ilk tercihim Türkiye olurdu.					
15	Türkiye’nin eğitim sistemi yüksek standartlara sahiptir.					

	Bilişsel Destinasyon İmajı	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Türkiye ilgi çekici bir kültüre sahiptir.					
2	Türkiye ilgi çekici bir tarihe sahiptir.					
3	Türkiye ilgi çekici bir doğaya sahiptir.					
4	Türkiye temiz bir havaya sahiptir.					
5	Türkiye güzel manzaralara ev sahipliği yapan bir ülkedir.					
6	Türkiye yüksek kalitede turistik hizmetler (ulaşım olanakları, restoranlar vb.) sunmaktadır.					
7	Türkiye uygun konaklama hizmetleri sunmaktadır.					
8	Türkiye iyi bir turist bilgilendirme ağına sahiptir (Turizm danışma merkezleri vb.).					
9	Türkiye’de hijyen ve temizliğin standartları yeterli düzeydedir.					
10	Türkiye güvenli ve tehlikesiz bir ülkedir.					
11	Türkiye’de yol, havalimanı ve limanların kalitesi iyidir.					
12	Türkiye’nin özel ve toplu taşıma imkânları yeterlidir.					
13	Türkiye’nin sağlık hizmetleri gelişmiştir.					
14	Türkiye’nin telekomünikasyon hizmetleri gelişmiştir.					
15	Türkiye’nin ticari altyapısı gelişmiştir.					
16	Türkiye’de eğlenmek ve boş zamanı değerlendirmek için çeşitli aktiviteler yapılabilir.					
17	Türkiye’de iyi bir alışveriş yapmak için birçok alternatif vardır.					
18	Türkiye iyi bir eğlence hayatına/gece hayatına sahiptir.					
	Duygusal Destinasyon İmajı	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Türkiye güzel bir ülkedir.					
2	Türkiye huzur veren bir ülkedir.					
3	Türkiye eğlendirici bir ülkedir.					
4	Türkiye neşeli bir ülkedir.					
5	Türkiye arkadaş canlısı insanların yaşadığı bir ülkedir.					
	TÜRKİYE’Yİ TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Gelecekte bir gün Türkiye’yi tekrar ziyaret etmek isterim.					

Ek 2- Anket Formu (Çince)

个人信息表

在本次调查中，有一些陈述可以确定您对土耳其外交政策、政治价值观和文化的态度。阅读每项陈述后，请在列表中提供的空白处标记您同意或不同意该陈述的程度。请对量表项目如实回答，以便研究得出准确准确的结果。无需写下您的姓名，因为您提供的信息将仅用于科学研究目的。非常感谢您的关注

- 您的性别是什么？

女 男

- 您的教育状况如何？

初中 高中 大学 博士

- 年龄范围是多少？

18-24 25-34 35-49 50-64 65 +

- 你的月收入是多少？

- 你以前去过土耳其吗？

是 不

	土耳其的外交政策做法是合法的、因为、	绝对不同意	不同意	没有决定	同意	绝对同意
1	土耳其尊重其他国家的主权。					
2	土耳其是一个非凡的国家,在全球范围内.					
3	土耳其是一个仁慈的国家,向许多不发达国家提供人道主义援助。					
4	土耳其是一个在区域和全球层面的争端中都考虑到其关切并听取其解决建议的国家。					
5	土耳其奉行的外交政策基于与其他国家的信任与合作。					
6	土耳其是一个和平的国家,它试图通过和解来解决与其他国家的分歧。					
7	土耳其是一个调解国,其公正性值得信赖,以解决国际层面的外交纠纷。					
8	土耳其是一个敏感的国家,意识到其对其盟友的责任。					
9	土耳其是一个尊重国际协议、法律和规范的国家。					
10	土耳其是一个有权在国际舆论中设定议程的国家。					
11	土耳其正在努力帮助克服其他国家经历的人道主义、经济和自然危机。					
	土耳其采用的政治价值观很有吸引力,因为:	绝对不同意	不同意	没有决定	同意	绝对同意
1	土耳其是一个采用普世政治价值观的国家(人权、民主、法治等)。					
2	土耳其对民主的理解已经发展到足以为其他国家树立榜样。					
3	土耳其是一个关心本国人民幸福和福祉的国家。					
4	土耳其是一个关心其他国家人民幸福和福祉的国家。					
5	土耳其是一个尊重人权的国家。					
6	土耳其是一个尊重个人自由的国家。					
7	土耳其的法律制度是通过考虑对人权的基本关切来实施的。					

8	土耳其是一个为其男性和女性公民提供平等权利和机会的国家。					
9	土耳其是一个尊重具有不同世界观和不同文化的其他国家人民的国家。					
10	居住在土耳其的个人可以自由地相信他们想要的任何东西。					
11	土耳其尊重个人的生活方式					
12	为希望在土耳其取得成功的个人提供平等机会。					
	土耳其文化很有吸引力 因为、	绝对不同意	不同意	没有决定	同意	绝对同意
1	土耳其文化是相当令人敬畏的。					
2	如果我有机会接受不同于我自己的文化，我会接受土耳其文化。					
3	土耳其语是一种流行语言。					
4	土耳其文化是一种遍布广泛地域的主导文化。					
5	土耳其语是一种值得花时间和精力学习的语言。					
6	我会从我的月收入中拨出一定的预算用于教授土耳其语的课程。					
7	我想在做自己家里土耳其的各种饭					
8	我想第一时间学习土耳其食的做饭的方式。					
9	我对土耳其文化的兴趣通过流行文化元素（土耳其电影、电视剧和音乐、土耳其足球、土耳其血统的 PC 游戏等）逐渐增加。					
10	土耳其的伊斯兰道德鼓励对不同宗教国家人民的宽容。					
11	土耳其是可以与其他伊斯兰国家建立最富有成效和最健康关系的国家。					
12	土耳其历史在人类历史上占有重要地位。					

13	土耳其历史是如此有趣；我想花时间和资源在第一时间学习。					
14	如果有机会出国留学，我的第一选择是土耳其。					
15	土耳其的教育体系具有高标准。					

	认知目的地形象	绝对不同意	不同意	没有决定	同意	绝对同意
1	土耳其有一个有趣的文化。					
2	土耳其有一段有趣的历史。					
3	土耳其有一个有趣的自然。					
4	土耳其有清新的空气。					
5	土耳其是一个风景优美的国家。					
6	土耳其提供高质量的旅游服务（交通设施、餐厅等）。					
7	土耳其提供负担得起的住宿服务。					
8	土耳其拥有完善的旅游信息网络（旅游信息中心等）。					
9	土耳其的卫生和清洁标准已足够。					
10	土耳其是一个安全的国家。					
11	土耳其的道路、机场和港口的质量都很好。					
12	土耳其的私人 and 公共交通设施已足够。					

13	土耳其的健康服务得到了发展。					
14	土耳其的电信服务得到了发展。					
15	土耳其的商业基础设施已经发展。					
16	.在土耳其可以进行各种活动来玩乐和消磨空闲时间。					
17	在土耳其购物有很多选择。					
18	土耳其有很好的娱乐/夜生活。					
	情感目的地形象	绝对不同意	不同意	没有决定	同意	绝对同意
1	土耳其是一个美丽的国家。					
2	土耳其是一个和平的国家。					
3	土耳其是一个有趣的国家。					
4	土耳其是一个快乐的国家。					
5	土耳其是一个友好的人民生活的国家。					
	打算再次访问土耳其	绝对不同意	绝对同意	没有决定	同意	绝对同意
1	我想在未来的某一天再次访问土耳其。					

