



International Journal of Social Sciences

ISSN:2587-2591

DOI Number:<http://dx.doi.org/10.30830/tobider.sayi.4.4>

Volume 2/2 Fall

2018 p. 50-63

FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA: ERKEKLİK VE KİMLİK ÇATIŞMASI, TÜRKİYE’DE MÜSLÜMAN ERKEĞİN DEĞİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

A PHENOMENOLOGICAL STUDY: MASCULINITY AND IDENTITY CONFLICT, AN ASSESSMENT OF THE ALTERATION OF MUSLIM MAN IN TURKEY

Taner SABANCI¹

ÖZ

Müslüman erkeğin dönüşümü/değişimi fenomeni etrafında şekillenen bu nitel araştırma çalışması; öncelikle fenomeninin varlığını, sonrasında ise var olan kimlik çatışmasını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Belirli kriterlerin oluşturulmasıyla amaçlı örneklemin kullanıldığı çalışmada, altı şehirden sekiz katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırma hakkında verilen bilgiler akabinde, katılımcılardan sözlü onay alınmış ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.

Yapılan görüşmeler neticesinde Türkiye’de Müslüman erkek profilinin, dünya cinsiyet düzeninin servis ettiği hegemonik/ideal erkek modeline öykünme eğiliminde olduğu görülmüştür. Küresel-hegemonik olana öykünmenin yanı sıra, seküler hayat biçimini takip eden Müslümanların, siyasal iktidarın etrafında oluşan yerel-hegemonik erkekliği belli yer ve zamanlarda taklit ettiği ortaya çıkmıştır. Elde edilen bilgiler, hiçbir şekilde değişimi kabul etmeyen ve hatta farklı olanla çatışan bir grubun olduğunu da ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Erkeklik, Müslüman Erkeklik, Kimlik, Değişim, Çatışma.

¹ Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Araştırma Görevlisi, AYBÜ Sosyoloji Bölümü Doktora Öğrencisi, E-posta: tanersabanci@karatekin.edu.tr

ABSTRACT

This qualitative study that composed at the core of transformation/alteration of Muslim men phenomenon aims to reveal respectively the reality of phenomenon and the existence of identity conflict. In the study that purposeful sampling is used, eight participants from six cities were reached. The verbal approvals have been received from the participants after informing about the research. Then semi-structured interviews have been conducted.

As a result of conducted interviews, it has been seen that the Muslim men profile in Turkey are apt to imitate the presented hegemonic and idealized masculinity model of the World gender order. Apart from that the local hegemonic masculinity which occurs as a result of the government is imitated among secular Muslim men at specific locations and times. The obtained information has revealed that there is another group who rejects the change and clashes with various groups.

Keywords: Masculinity, Muslim Masculinity, Identity, Alteration, Conflict.

1. Giriş ve Literatür İncelemesi

Birey olarak içinde yaşanılan ve hayatın devam ettirildiği toplumda, bireyler arası ve bireyler üstü kurulmuş ilişkiler ağı ve bu kurulan ilişkiler neticesinde var olan bir toplumsal düzen bulunmaktadır. Bahsedilen bireyler cinsiyet bağlamında sınıflandırıldığı zaman, bu toplumsal düzen içindeki “kadın” ve “erkek” varlığından bahsedilebilir. Toplumsal düzen içerisinde “kadın” ve “erkek” kimliğine sahip bireyler bulunmakta ve bu bireylerin davranışları ile kimlikleri düzen içerisinde sahip oldukları konum, hali hazırda bulunan değerler ya da ilişkiler ağı gibi etkenler yardımıyla oluşmaktadır (Yıldırım, 1995; Sancar, 2009). “Kadın” ve “Erkek” davranışlarının farklılaşması ve kategorileşmesi, bahsedilen etkenlerin varlığı ile açıklanabilir. Bu farklılaşmayı “cinsiyet farkları” kavramı ile açıklayan Sancar’a göre (2009), iş adamı işçiye karşı, şehirde hayatını devam ettiren bir kadın kırsalda yaşayan bir diğere karşı daha üsttedir. Toplumsal düzen içerisinde “kadın” ve “erkek” olarak bulunan bireyler, hiyerarşik bir anlayışla yapılan bu sınıflandırmada kendi cinsleri arasında da farklılaşmaktadır; Doğulu erkek, Batılı erkek; şehirli kadın, köylü kadın gibi. Burada her ne kadar cinsiyetlerin kategorileşmesinden bahsedilse de bazı temel özelliklerin -kadınlar için baskı ve ezilme, erkekler için eril iktidarı elinde tutma- tüm erkek ve kadın gruplarında bulunduğu söylenebilir (Pleck, 1981). Her bir erkeğin, sahip olduğu sosyal ve sınıfsal bağlam fark etmeksizin, toplumsal düzende hegemonik bir ilişki içerisinde olduğu ve bu ilişkinin ortak paydasının, her bir erkek birey için, kadınlar olduğu söylenebilir

(Connell W. R., 1987; Sancar, 2009). Bu hegemonik özelliğin kurulması ve devam ettirilmesi, erkeklerin kendi dışındaki gruplar ile kurduğu ilişki ve grupların karakteristik özellikleri hakkında kendi varlığını biricikleştirerek bahsetmesi ile gerçekleşmektedir (Beauvoir, 1949). Görüldüğü üzere cinsiyet temelinde “kadın” ve “erkek” olarak sınıflandırılan bireyler sahip oldukları kimlik çerçevesinde oluşan bir ilişki içerisindedir.

Kadınlığın belirli bir özellikten yola çıkarak tanımlanamayacağını; etnik köken, sınıf, yaş... gibi ayırt edici özellikler ile çeşitli kadınlıkların olduğunu dile getiren feminist araştırmalar (Sancar, 2009), farklı kategorilerde bulunan erkeklerin farklı erkeklikleri temsil ettiği fikrini oluşturacaktır. Toplumsal düzende kadın ve erkek ilişkilerinin eril egemenliğe sahip olduğu bir gerçeklik olarak dururken, yukarıda bahsi geçen her bir farklılığın/kategorinin kendi içlerinde ayrı bir iktidar ilişkisini doğurduğunu da belirtmek gerekir (Sancar, 2009). Farklı erkekler, farklı erkeklikler. “Eril egemenlik” ortak özelliğine sahip olan farklı erkeklik modellerinin çatışma ve uyumsuzluk düzleminde oluşturdukları ilişki bir gerçekliktir. Yönetici sınıfına ait bir erkek ile işçi sınıfına mensup bir erkeğin erkeklik tasavvurları doğal olarak birbiriyle uyum içerisinde değildir. Yönetici olan için iş hayatında sahip olduğu başarı ve kariyerinin devamı *erkeklik* için bir ölçütken, işçi için *erkeklik* aile geçiminin sağlanması ile oluşmaktadır (Sancar, 2009). Bu bağlamda işçi, yönetici veya orta sınıf mensubu kişilerin erkeklik tasavvurları arasında farklılıkların olduğu görülebilmektedir. Farklı erkeklik tasavvurlarının oluşmasında sadece sınıfsal farklılıkların ele alınması dar bir değerlendirmeyi meydana getirir. Sınıfsal farklılıkların yanı sıra etnik özelliklerin, dini ve kültürel etkenlerin ya da politik dinamiklerin varlığıyla çeşitli erkekliklerin olduğunu gösteren Connell (1995), bu çeşitliklerin çatışma, değişim ve mücadele içerisinde olduğunu aktarmıştır.

Toplumsal cinsiyet tartışmalarında “kadın” ve “erkek” mücadelesi, farklı erkeklerin farklı *erkeklik* tasavvurları ve bu *erkekliklerin* birbiriyle çatışması, araştırma konusu olarak bulunmaktadır. Burada “kadın” ve “erkek” ya da *erkeklikler* denildiğinde tartışmanın çok boyutlu bir özelliğe sahip olduğu; bahsedilen çatışmanın, uyumsuzluğun veya mücadelenin iki veya daha fazla grup arasında geçtiği görülmektedir. Fakat bu farklı gruplardan yalnızca birinin ele alınıp, kendi içindeki değişimin etkenlerinin; kendisinin kendiyi yaptığı mücadelenin değerlendirilmesi başlı başına bir araştırma sorunudur. Bu bağlamda dinî bir düzlemde Müslüman erkeklerin erkeklik kimliği, servis edilen hegemonik erkekliği kabul edip etmediği, farklı erkeklik tasavvurları arasında *erkeklik krizi*² yaşayıp yaşamadığı bu araştırmanın sorunu olarak sunulmaktadır.

Sınıfsal farklılıklardan yola çıkarak oluşturulan farklı erkeklik tanımlarından yukarıda bahsedilmişti. Öte yandan farklı kimlikler –dini, etnik, siyasi gibi- bu tanımlamaların genişlemesine etken olarak gösterilmektedir. Farklı özellikleri bulunan

² Erkeklik Krizi kavramı, Mac an Ghail (1994) ve Faludi (1999) tarafından kullanılmıştır. Bu kavram doğrultusunda kapitalist dünyanın üreten ve toplumu şekillendiren erkeklik değerleri, tüketim kültürünün baskın olduğu bir erkeklik dünyasına dönüşmüştür.

erkekliklerin birbirleri ile mücadele ettiği öne sürülürken, hegemonik erkekliğin ne olduğu sorusu önem arz etmeye başlamaktadır. Susan Faludi (1999) ve Martin Mac an Ghaill'e (1994) göre klasik düşünce çerçevesinde oluşan sınıfsal erkeklik anlayışının ve daha iyi olanın –yönetici- hegemonik erkeklik olarak kabul edilmesi rafa kaldırılmıştır; buna karşın farklı erkeklikleri tüketim merkezinde dönüştüren bir erkeklik anlayışı hegemonik erkeklik olarak gösterilmiştir. “Bunun yerini imgeler, reklam, süs ve tüketim kültürünün egemen olduğu bir erkek dünyasından bahsedilebilir. Küresel piyasalarda yeni-liberalizmin egemenliği çağında artık alt sınıf erkeklerin hayalinde tam gün iş sahibi olmak değil, şiddet, seks ve futboldan oluşan yeni bir erkek dünyası vardır. Artık babalardan öğrenilecek bir şey kalmamıştır; her erkek kendi erkekliğini kendi başına keşfedecek ve yani baştan tanımlayacaktır (Sancar, 2009: 39).” Burada yeni-liberalizm egemenliğinin Batı kültürü merkezinde olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda üretilen yeni hegemonik erkeklik anlayışının yayılmasının temeli, dünyayı yönetme hakkını kendisinde gören Batı'nın ortaya attığı Batılı uygar erkek- Doğulu barbar erkek anlayışıyla açıklanabilir (Sancar, 2009: 47). Batı'nın hegemonik erkekliği şiddet, seks, futbol ve diğerleri etrafında kendini yaratırken, kendi dışında olanları da dönüştürme çabasıdadır. Kültürel unsurların ve kimliklerin küreselleşme ile dönüştürülmesi (Özby, 2010: 102) hiyerarşik cinsiyet mimarisinde var olan hegemonik olanın; olması gereken, faydalı, mantıklı olarak nakledilmesi ve bunun ölçüt olarak sunulması insanları bu doğrultuda yaşamaya iter, insanlar bu doğrultuda yaşamının menfaatlerine olacağına ikna edilir (Özby, 2013: 186). Ayatollah'ın (2008) yapmış olduğu çalışmaya göre globalleşme, Amerikalılaştırmanın ve Batılılaştırmanın genel araçlarından biridir. Burada iddia edilebilir ki, globalleşme dünyanın geri kalan kısmını Batı değerleri doğrultusunda değiştirmeye teşebbüs etmektedir (Ayatollah, 2008:35). Giddens'in (1990: 63) belirttiği üzere “modernite doğası gereği globalleşmekte” ve Batı'nın kültürel ve politik etkisi görünür biçimde yayılmaktadır (Ray, 2007). Böylece Batı'nın hegemonik erkekliği, dolaylı etkileşim kaynağı olan medya ve teknoloji ile diğer erkeklikler ile etkileşime/çatışmaya girmekte ve medya ile teknoloji gücü yardımıyla baskın erkeklik olma özelliğini kazanarak ‘diğerlerinin’ yaşam biçimlerini değişime uğratmaktadır.

Teknolojik, sosyal, daha fazla materyalist, bencil, kariyer merkezci, iş ve duygusal/cinsel ilişkilerinde daha az sadık olan hegemonik erkeklik kültürel ve toplumsal farklılıklara karşı ılımlı (Connell & Wood, 2005: 362) olarak tanımlanırken; dünya cinsiyet düzeni tarafından servis edilen bu erkeklik karşısında etkileşim/çatışma içerisinde olduğu düşünülen Müslüman Türk erkeğinin yaşadığı dönüşümün/değişimin, yaşadığı kimlik krizlerinin açıklığa kavuşturulması araştırmanın ana konusunu meydana getirmiştir.

Araştırma verilerini elde etmek için yapılan mülakatlar esnasında hegemonik olana dönüşen bir grubun varlığı sorgulanırken; siyaset merkezinde belirlenmiş lokal/ulusal bir erkekliğe doğru *taklitsel* daha doğrusu *taktiksel* geçici bir değişimin olduğu gözlemlenmiştir. 2002'de başlayan ve günümüze dek gelen örülmüş ilişkiler ve dinî motiflerle süslenmiş davranış biçimleri “Müslümanım ama...” diye kendisini tanımlayan kişilerin kamusal alanda davranışlarını değiştirme eğiliminde oldukları görülmüştür. Özby'nin (2013: 97)

belirttiği gibi: “Elinden geldiğince benzeyebilenler, kurallara uyanlar bunun faydasını da görür, o an o toplumdaki kıymetlerini de arttırırlar”. Siyasal anlamda var olan ulusal hegemonik erkekliğe doğru yapılan *taktiksel/taklitsel* değişim araştırmanın diğer konusunu oluşturmuştur.

2. Araştırmanın Problem Cümleleri

2.1 Ana Problem

Sosyoekonomik dinî, etnik vb. gibi birçok etken etrafında şekillenen ‘erkeklik’ tasavvurları birbirleriyle etkileşim/çatışma içerisinde bulunmaktadır. Bu erkekliklerden herhangi biri bir diğerine oranla daha ‘ideal’ olarak gösterilebilmekte ve bu durum gruplar arasında çatışmaya veyahut bir grubun bir başkasına doğru dönüşmesine neden olmaktadır. Müslüman Türk erkekliğinin kendi içerisindeki dönüşümünün mahiyeti ve sebepleri, bu dönüşümün aidiyet ve kimlik açısından oluşturduğu yeni durum araştırmanın ana problemini oluşturmaktadır.

2.3 Alt Problemler

Günümüzde var olan diğer erkekliklerin neler olduğu,

Bu erkekliklerin kaynaklarının neler olduğu,

Hangi etkenler vasıtasıyla etkileşimin/çatışmanın/dönüşümün gerçekleştiği araştırmanın alt problemlerini oluşturmaktadır.

3. Metodoloji

3.1 Araştırmanın Modeli

Yürütülen bir çalışmada kullanılan nicel araştırma yöntemleri her ne kadar sayıca fazla olan insan gruplarına ulaşmaya olanak tanısa da (Silverman, 2014), bu yaklaşımın istatistiksel özelliği, katılımcıların araştırma problemi ve konusu hakkında sahip olduğu düşünceleri yansıtamamaktadır (Bryman, 2012; Baszanger&Dodier, 2004). Bir diğer taraftan, nitel araştırma yöntemi araştırma konusu ve sorununu gerçek bir çalışma alanında gözlem ve görüşme yapmak gibi teknikler kullanarak inceler ve bu yaklaşım daha anlam dolu sonuçlara ulaşmaya olanak sağlar (Cairney&Denny, 2014). Araştırmacılar ele alınan fenomenlerin arkasına bakmalı ve bunu yapabilmek için nitel yaklaşımlardan

faydalanmalıdır (Gubrium, 1998) böylece insanların algıları ve ne düşündüğü niceliksel bir yaklaşıma oranla daha net ortaya konulabilir (Neuman, 1999:458).

Müslüman erkeğin dönüşümünü/değişimini konu alan bu çalışma, süreç içerisinde etkilenen grubun kendi görüş ve algılarını daha geniş açıdan ele almayı amaçlamaktadır. Araştırmanın anlamlı sonuçlar vermesine yardımcı olacağı düşüncesiyle araştırmada niteliksel metot kullanılmış ve niteliksel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yaklaşım takip edilmiştir. Fenomenolojik yaklaşımın amacı, günlük hayat içindeki fenomen etrafında şekillenen sorunun/konunun ana yapısını açıklamaktır (Priest, 2016: 51). Bu doğrultuda, “Müslüman Erkek” kimliği toplum içerisinde bir anlama, dolayısıyla bir gerçekliğe sahiptir. Burada, bu kimliğe sahip olduğunu söyleyen kişilerin bir değişim/dönüşüm sürecinde olduğu ve bu süreci deneyimledikleri iddia edilmektedir. Fenomenolojik yaklaşım, belirlenen fenomeni deneyimleyen katılımcıların algılarını ve görüşlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır (Creswell, 2007). “Müslüman Erkeğin Dönüşümü/Değişimi” ise bu kimliğe sahip insanlar tarafından deneyimlendiği varsayılan bir fenomendir.

Bir nitel araştırma tekniği olarak mülakatlar katılımcılara hislerini, deneyimlerini ve yorumlarını ifade etme olanağı vermesinden ötürü yaygın olarak kullanılmaktadır (Holloway & Wheeler, 2010). Yürütülen bu araştırma için yarı yapılandırılmış mülakat biçimi seçilmiş ve belirlenen sorular çerçevesinde başlayan görüşme, konuşmanın değişen içeriğine göre farklı sorular eşliğinde devam ettirilmiştir. Bu sebeple her bir görüşme, katılımcıların önelediği fikirler doğrultusunda -fakat değişim/dönüşüm fenomeni merkezde tutularak- farklılaşmıştır. Veri toplama sürecinde izlenen klasik adımların yanı sıra çevrimiçi nitel araştırma gibi yenilikçi yaklaşımlar da (Creswell, 2007: 119) uygulanmıştır. Katılımcıların neredeyse hepsinin başka şehirlerde yaşaması, veri toplama sürecini uzatacağı gibi araştırma maliyetini de artıracaktır. Bu yüzden yenilikçi bir yaklaşım olan çevrimiçi veri toplamadan faydalanılmış ve 40 ila 60 dakika arası süren görüşmeler Skype programı aracılığıyla yapılmıştır. Kullanılan bu yöntem her ne kadar zaman ve maliyet açısından faydalı olsa da çevrimiçi görüşmenin katılımcıların gözlemlenmesi imkânını minimum seviyeye indirmesi araştırmanın eksikliğini oluşturmuştur. Fenomen etrafında şekillenmiş araştırmanın konusu ve problemi, fenomeni deneyimleyen katılımcılar ile yapılan mülakatlar yardımıyla açıklanmaya çalışılır (Creswell, 2016:79). Yapılan çevrimiçi mülakatlar aracılığıyla elde edilen verilerin analizinde, “Psikolojik Fenomenoloji” kullanılarak deneyimlerin “anlam kümeleri/grupları” oluşturulup “anahtar ifadeler” (Creswell, 2016:82) ile katılımcıların ifadeleri betimlenmeye çalışılmıştır. Yapılan görüşmelerde önemli görülen ifadeler ve bilgiler anlam kümeleri altında toplanmıştır. Deneyimlenen fenomenin “koşul, durum, içerik açısından nasıl deneyimlendiği” (Creswell, 2016:80) betimlenmeye çalışılıp fenomenin özüne ulaşılacak istenmiştir.

3.2 Araştırma Grubu

Profesyonel olarak çalışan, üniversite mezunu, yirmi beş yaş üstü, bekâr ve - kendisini tanımlarken- Müslüman olduğunu söyleyen kişilerin kıstas olarak belirlendiği amaçlı örneklem kullanılmıştır. Bu örnekleme belirlenen kişiler araştırma fenomenini deneyimleyen ya da hakkında bilgi sahibi olan insanlardır (Palinkas, Horwitz, Green, Wisdom, Duan, & Hoagwood, 2015). Belirlenen kriterlere sahip olan kişilerin araştırmanın konusu hakkında gerekli bilgilere ve deneyimlere sahip olduğu öngörülmüştür. Örneklem kriterlerini taşıyan 10 kişiye ulaşılmış ve araştırma konusu hakkında verilen bilgilendirme ardından katılımcı olup olmayacakları sorulmuştur. Ulaşılan kişilerin hepsi katılımcı olmayı kabul etmiş fakat daha sonra, katılımcılardan ikisi vakit darlığından dolayı araştırmaya dâhil olamayacaklarını belirtmiştir. Katılımcılar, araştırma esnasında ve sonrasında kişisel bilgilerinin hiçbir şekilde açığa çıkarılmayacağı hakkında bilgilendirilmiştir ve her bir katılımcıya K1’den başlamak üzere K8’e kadar numara verilmiştir. Dört katılımcı devlet memuru (K1, K2, K3, K5) olarak görev yaparken geriye kalanlar özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcıların beşi (K1, K4, K5, K6 ve K8) İslami sosyal çevrede yetişmiş olup hafızlık eğitimi alan, ilahiyat mezunu ya da İslami hassasiyetlere sahip aileye mensup kişilerdir. Diğerleri (K2, K3, K7) seküler hayat biçimini takip eden dine mesafeli Müslümanlar olarak kendilerini tanımlamışlardır. Katılımcıların yaş aralığı 25-37 arasındadır. İstanbul’dan 2 (K1, K2), Antalya’dan 2 (K3, K4), Ankara’dan 1 (K5), Batman’dan 1 (K6), Adıyaman’dan 1 (K8) ve Bursa’dan 1 (K7) kişi olmak üzere altı farklı şehirden 8 kişiyle görüşme yapılmıştır.

4. Bulgular

Verilerin toplanmasının ardından, katılımcı deneyimlerinin anahtar ifadeleri iki ana küme altında toplanmıştır: *iş hayatı -gündelik hayat* ve *aile*. Yapılan mülakatlar esnasında dünya cinsiyet düzeninin hegemonik erkeklik anlayışına doğru var olan değişim ile Ak Parti iktidarı boyunca gelişen siyasal İslam erkekliğinin *taktiksel taklidi*, birbirinden ayrı olarak ele alınmıştır. Bu iki grubun birbirinden farkı, birinci grubun İslami gereklilikleri yerine getiren bir ailenin ve sosyal çevrenin üyesi olması; ikinci grubun ise “Müslümanım ama...” vurgusunu yaparak dinî gereklilikleri yerine getiremediği veya seküler bir hayata dâhil olduğunu belli eden bir söyleme sahip olmasıdır. Katılımcıların hepsinin İslam dini ile kurduğu kimlik bağı ise iki grubun ortak özelliği durumundadır.

4.1 İş Hayatı ve Gündelik Hayat

Var olan kamusal alan ve özel alan ayrımları insanların davranışlarında da farklılaşmaya sebebiyet vermektedir. Araştırmanın birinci grup katılımcılarını oluşturan K1,

K4 ve K5'in verdiği cevaplar bu durumun gerçekliğini gözler önüne sermektedir. Mülakat başında araştırma konusu hakkında katılımcılara tekrardan bilgi verilmiştir. Ardından, hegemonik erkekliğin adı verilmeden bu erkekliğe sahip kişilerin yaşam standartları hakkında bilgilendirilen katılımcılara bu erkekliğin kendilerine cazip gelen taraflarının olup olmadığı sorulduğunda üç katılımcıdan da benzer cevaplar alınmıştır:

Tabii ki de zengin olmak isterim hatta bunu çok istiyorum, inşallah. Eğer zengin olursam da bunu hayatımı daha rahat ve zevkli hale getirmek için kullanırım tabii ki: Araba, ev, gezme-tozma. Sonra diğerleri de gelir herhalde. (K1)

Evet benim için kariyer önemli. Bunun içinse ya eğitim gerekli ya da torpilin olacak. Hani İngiltere'de yüksek yapacak param olsa basar giderim, döndüğümde çok daha iyi bir yerde çok fazla paraya çalışabilirim. (K4)

Benim ilgimi çeken şey inan ki kadınlar oldu. Kadın demek de para demek. Para yoksa kadın yok. (K5)

Alınan cevaplar hegemonik erkekliğin sahip olduğu özellikleri yansıtıyor: Araba ve ev kelimeleri ile eğitim aracılığıyla temin edilecek kariyerin getireceği para hegemonyanın maddiyatçılığını; kadın ise cinselliği yansıtmaktadır. Alınan cevaplarda paraya karşı duyulan istek, yapılan materyal planlar, Müslüman bir aile ve çevreye dâhil olan bu kişilerin *bencil* hareket ettiğini gösteriyor. Bencil davranışlar ise, yukarıda bahsedildiği üzere, hegemonik erkekliğin sahip olduğu özelliklerden birisi olarak gösterilmektedir.

Devlet memuru olarak görev yapan K1 ve K5'e kendilerine cazip gelen bu istekleri ve bu istekler sonunda sahip olacaklarını çalıştığımız kurum içerisinde "benim de hayalim işte bu" diyerek anlatıp anlatamayacaklarının sorulmasının ardından verdikleri cevaplar ise dikkate değer:

Mümkün mü? Mümkün olsa bile bunu söylemem. (K1)

Bunu burada zor söyledim, iş yerinde nasıl söyleyeyim. Ayrıca, yıllardan beri ortada olan bir ağırlığımız var. Tamam zaman zaman günah işliyoruz ama üzerimizde hafız ağırlığı. Allah affetsin. (K5)

İş yerinde ve gündelik hayat içerisinde var olan davranışsal farklılıkları ifade eden cevaplar değişen *erkeklik* algısı hakkında ipuçları vermektedir. Farklı davranışların varlığını ortaya koyan, aşağıda alıntılanan cevaplara baktığımızda, sergilenen davranışların neredeyse birbirine zıt mahiyette olduğu görülmektedir:

Evet, ne yazık ki. Mesela ben evde ya da arabada radyo çalarken tek başıma olduğum vakit ezan okunursa ya da mezarlık kenarında geçerken arabada radyo çalışıyorsa o radyoyu kapatmam. Gerek duymuyorum, ama yanımda biri varken

kapatırım. İş yerinde kapatırım, eğer açıksa. İnsanlar beni doğru düzgün bilsin isterim. (K1)

Şirket sahibi aile dostumuz, tıpkı babam gibi İslamcı. Kullandığım dil biraz daha farklı, daha fazla İslami terminoloji kullanıyorum. Arkadaşlarla birlikteyken çok daha farklı. Mesela babamla birlikteyken de İslami kelimeler kullanırım. Ama geçenlerde ölüim pornosu diye okuduğum kitabı gördü çok kızdı (Gülme).(K4)

“Ne yazık ki” ifadesi ile var olan pişmanlık duygusu gösterilmiştir. Baba yanında farklı konuşan katılımcının popüler yer altı romanı okuması, babanın ise sadece kitap isminden yola çıkarak tepkide bulunması ise kuşaklar arasında farklılığın olduğunu gösterir.

4.2 Aile İlişkileri

K4’ün babası ile yaşadığı olay aile ile çocuklar arasında var olan hassasiyet farkını gösterirken, diğer katılımcılar için de durum benzer mahiyettedir. Diğer katılımcılar aile ilişkileri hakkında şu ifadelere yer vermiştir:

Annemle üç dört güne bir görüşürüm telefonla. Babama haftada bir cuma günü. Kardeşlerimle belki on gün belki daha fazla. Annemle görüşmelerim kalbimi yumuşatıyor. Ettiği dualar geçmişi hatırlatıyor, kirlendiğimi görüyorum. Ama bu hislerim bir dakika sonra ortadan gidiyor. (K1)

İlkokul çağında yatılı hafızlığa gittim ben, günlerce ailemle görüşmediğim oldu. Onun verdiği alışkanlık herhalde ailemi pek aramam. Fakat babam beni hep arar, hayatın sınav olduğunu söyler. Sanki sınavda hep kaybediyormuşum gibi. Ama dışarıda da bambaşka bir hayat var. Neyi kazanacağız neyi kaybedeceğiz?(K5)

Aile ve aile ferdi arasındaki mesafenin artışı! Katılımcı 1 ve 5’in yanı sıra özel sektörde çalışan Katılımcı 4’ün babasıyla ilişkisi, hegemonik erkekliğin duygusal ilişkilerdeki sadık olmama özelliğine örnek gösterilebilir. Bunun dışında, *dışarıda bambaşka bir hayatın* varlığının deneyimlenmesi ise Ayatollah (2008), Giddens (1990) ve Ray (2007) tarafından belirtilmiş olan Batı merkezli hayatın, geleneği dönüştürme teşebbüsünde olduğunun bir örneği olarak ifade edilebilir.

4.3 Tekrardan İş ve Gündelik Hayat

Mülakatlar esnasında varlığı tespit edilen ikinci grubun katılımcıları K2 ve K3’e birinci gruba yapıldığı gibi, hegemonik erkekliğin ismi geçmeden bu erkekliğe sahip

kişilerin yaşamları hakkında bilgilendirme verilmiş ve katılımcılara bu erkekliğin kendilerine cazip gelen taraflarının olup olmadığı sorulmuştur.

Bu hayatın cazip olmayan bir tarafı mı var? (K2)

Kariyer odaklı bir adam değilim olmasa da olur param olsun rahat edeyim. Canımın istediği şeyleri elde etmek beni mutlu ediyor. (K3)

Her iki cevapta da ismi verilmeyen hegemonik erkekliğe öykünmenin olduğu görülmektedir. İstenilen şeylerin parayla elde edilmesinin verdiği mutluluk: Maddeci bir haz, hegemonik erkekliğin özelliği olarak gösterilmektedir. “Bu hayata sahip olmaları halinde ne yapacağınızın hayalini iş yerinde birilerine anlatır mısınız?” sorusuna devlet memuru olarak çalışan K2 ve K3’ün verdikleri cevaplar içinde buldukları ikinci grubun oluşmasına sebep olur.

Kesinlikle hayır! Ben değiştim hatta “reis ceketi” bile aldım, hani kareli olan var ya. (K2)

Ben sosyal demokrat bir aileden geliyorum. Bahsettiğin hayattan yola çıkıp kuracağım her hayal çalıştığım yerde varlığını sürdüren iktidarın hayatına ters. Hayallerimi anlatıp neden topun ucuna koyayım ki kendimi. Böyle iyi rahatım, Cuma’ya gidiyorum. Eskiden de giderdim ama şimdi göstere göstere gidiyorum. (K3)

Değişme vurgusu yapan K2’ye daha önce ve şimdi var olan halleri için bilgi vermesi istendiğinde, “Esasında bir değişimin olmadığını, iş yerinde değişmiş gibi davranıp sahip olduğu pozisyonu korumayı hatta daha üst yere geçmeyi, geçiş olmasa bile mevcut yerin huzurunu sürmeyi amaçlamakta olduğunu” dile getirmiştir. Özbay’ın (2013: 97) belirttiği gibi elinden geldiğince kurallara uyanlar ve benzeyenler bunun faydasını göreceklerdir.

Değişmiş olduklarını göstermek için neler yaptıkları sorusunun ardından verilen cevapların, siyasal erkekliğin bazı semboller ve particilik üzerinden gittiğini göstermiştir. Mesela bunlardan biri ilk grubun da belirttiği ‘kullanılan dil’dir.

Günaydın demek yerine hayırlı sabahlar ya da Allah’ın selamını vermek çok daha yerinde. (K2)

Çok şükür, İnşallah, Allah’a emanet gibi kalıplar önemli. (K3)

Kullanılan dil kadar fiziksel semboller de önemli. K2’nin “reis ceketi”, fiziksel sembol olarak gösterilebilir.

4.4 Tekrardan Aile İlişkileri

İkinci grubun katılımcıları K2 ve K3’e ailelerinin bu durum hakkında görüşlerinin ne olduğu soruldu. İki ailenin de siyasi güce sahip olana bir süre de olsa itaat etmek gerektiğini savundukları görüldü. Örneğin bu bağlamda K2 şu ifadeyi kullanmıştır:

Ailem tatillerde yanlarına gittiğimde nasıl bir yaşam sürdüğümü biliyorlar. O yüzden bu geçici değişimi normal karşılıyorlar. (K2)

İkinci grup katılımcıların *benzeşme* çabası, değişime örnek olan grubun ideal olmasından ziyade bu grubun iktidar kaynaklı bir güce sahip olmasından dolayıdır. Ailelerin gözünde ise *benzeşmesiz* olarak varlığını devam ettirmek olası bir tehlikeyi doğuracaktır. Bundan dolayı takip edilen *taktiksel taklit* davranışı aileler için kabul edilebilir durumda gözükmemektedir.

4.5 Ve Diğerleri

Geriye kalan katılımcılardan ikisi, K6 ve K8, ne olursa olsun değişim göstermediğini ve göstermeyeceğini söyleyerek oluşan üçüncü grubun iki üyesi oldular. İlk iki gruba sordüğümüz ilk soru bu katılımcılara da soruldu. Özel sektörde çalışan K6 ve K8 şu cevapları verdiler:

Benim ailem dindar ve ben İslam ahlaki ve kuralları üzerine yetiştirildim. Dahası ben tüm bu öğretileri özümsemim. Benim doğrularım ve huzur kaynağım. Bunların benim gözümde hiçbir ehemmiyeti yoktur. (K6)

Biraz önce söylediğin her bir kelime insanların hayatlarını alt üst eden, hayatlarının üstündeki sorumluluğu söküp atan dünyasal istekler. Sen kendini bilmiyorsan ne yapacaksın o parayla? (K8)

Değişim içinde olmadıklarını ve hatta ifadeleri ile değişime de karşı olduklarını ortaya koyan bu katılımcılar sahiplendikleri değerler ile diğer görüşlerin karşısında kendilerini konumlandırmışlardır.

Son katılımcı, Connell&Wood’un (2005: 362) tanımlamasını yaptığı hegemonik erkekliğin özelliklerini yansıtan ifadelerde bulunarak, ideal olarak gösterilen bu erkekliğin Türkiye’deki varlığını ortaya koymuştur.

Ben zaten bu hayatı yaşıyorum. Seyahat edecek özgürlüğüm ve param var. Günün birinde bunları yapacak imkânım olmazsa evet mutsuzluk duyarım. (K7)

5. Sonuç

Yürütülen araştırmada Müslüman erkeğin kendi içerisindeki değişimi ve dönüşümü takip edilmeye çalışılmıştır. Araştırma süresince Connell ve Wood (2005)'un ifade ettiği küresel hegemonik erkeklige doğru bir değişimin mahiyeti sorgulanmak istenmiştir. İslami sosyal çevreden gelen birinci grup, o çevrenin kaynaklık yaptığı rolleri devam ettirirken bir taraftan da bu grupta hegemonik olana doğru öykünmenin olduğunu ortaya koymuştur. Yine bu çevreden gelen üçüncü grup üyeleri K6 ve K8 sahip oldukları rolleri içselleştirmiş ve herhangi bir değişim içinde olmadıklarını, değişime de karşı olduklarını belirtmiştir. Bu yüzden bu çevreye ait olan kişilerin tümüyle bir değişim/dönüşüm içinde olduğunu söylemek yanlış olacaktır.

İkinci grubu oluşturan katılımcılar ise birinci grupta olduğu gibi küresel hegemonik erkeklığın özelliklerine sahip olma isteğindedirler. Hegemonik olana doğru evrilen değişim ve dönüşümün varlığını sorgulayan bu araştırma, ikinci grubun verdiği bilgiler ışığında farklı bir değişimin ve dönüşümün varlığını yani *taktiksel takliti* ortaya koymuştur. Çalıştıkları kurumda var olan siyasal iktidarın oluşturduğu erkeklik biçimini taklit eden bu grup, sahip oldukları konumu korumak amacıyla taktiksel davranarak geçici olarak *benzeşme/benzeme* davranışı sergilemektedirler.

Görüldüğü üzere Türkiye'de hegemonik olana doğru değişimin varlığı söz konusuysen, lokal siyasal hegemonyaya doğru taktiksel bir değişim de bulunmaktadır. Tüm bunların yanı sıra değişim ve dönüşüm içerisinde bulunmayan bir grup da varlığını göstermiştir.

KAYNAKÇA

- Ayatollah, H., (2008) The Role of Media in the Threatsand Opportunities of Globalization for Religion. *Journal of Media and Religion*, 7(34), 34-44.
- Baszanger, I., & Dodier, N. (2004). Etnography: Relating the part to the whole. In D. Silverman (Ed.), *Qualitative Research: Theory, Method and Practice* (2nd ed.). London: Sage.
- Beauvoir, S. d. (1949). *Kadın: İkinci Cins*. (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (5th Ed. ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Cairney, P., & Denny, S. E. (2014). What is Qualitative Research. *International Journal of Social Research Methodology*, 1(18), 117-125.
- Connell, R. W., & Wood, J. (2005). Globalization and Business Masculinities. *Men & Masculinities*, 7(4), 347-364.
- Connell, W. R. (1987). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. (C. Soydemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publications .
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (3. b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Faludi, S. (1999), *Stiffed: The Betrayal of the American Men*, New York: Putnam.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity.
- Gubrium, J., & Holstein, J. A. (1998). Narrative Practice and the Coherence of the Personal Stories. *Sociological Quarterly* (39), 163-187.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (2010). *Qualitative Research in Nursing and Healthcare*. Oxford: Blackwell.
- Mac an Ghail, M. (1994), *The Making of Men: Masculinities, Sexualities and Schooling*, Buckingham: Open University Press.
- Neuman, W. L. (1999). *Social Research Methods - Qualitative and Quantitative Approaches* (4th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Özbay, C. (2010). Neoliberalizm ve Erkeklik Halleri. A. Öztürk (Dü.) içinde, *Yeni Sol Yeni Sağ* (s. 101-132). Ankara: Phoenix.

-
- Özbay, C. (2013). *Türkiye'de Hegemonik Erkekliği Aramak*. 5 20, 2017 tarihinde <https://cenkozbay.files.wordpress.com/2011/12/2013-turkiyede-hegemonik-erkekligi-aramak.pdf> adresinden alındı.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Adm Policy Ment Health*, 42(5), 533-544.
- Pleck, J. (1981). *The Myth of Masculinity*. Cambridge: MIT.
- Priest, H. (2016). An Approach To The Phenomenological Analysis of Data. *Nurse Researcher* , 10(2), 50-63.
- Ray, L. (2007). *Globalization and Everyday Life*. Oxon: Routledge.
- Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkansız İktidar Ailede Piyasada ve Sokakta Erkekler* (3. Baskı b.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Silverman, D. (2014). *Interpreting Qualitative Data* (5. Edition ed.). London: Sage.
- Yıldırım, E. (1995). *Türkiye'nin Modernleşmesi ve İslam*. İstanbul: İnsan Yayınları.