

ÇAĞDAŞ SANAT PAZARINDA BİR MARKA OLMAK: BİR VAKA İNCELEMESİ OLARAK DAMIEN HIRST

Yrd. Doç. Dr. Bengisu BAYRAK

Beykent Üniversitesi, İletişim Fakültesi

bengisubayrak@gmail.com

ÖZET

Bu çalışma, günümüzde dünyanın yaşayan en zengin sanatçısı olan Damien Hirst'ün ticari başarısının nedenlerini ve sanat alanında markalaşma sürecini Hirst'ün sansasyonel yapıtları, koleksiyoncusu Charles Saatchi ve danışma kurulunda yer aldığı Tate müzesi üzerinden inceleyerek ortaya koymaya çalışır.

15-16 Eylül 2008 tarihlerinde Sotheby's'de (Londra) düzenlediği müzayede ile koleksiyoncu ve galeri gibi araçları atlayarak doğrudan alıcı ile buluşan Hirst 111 sterlinden fazla satış yapmış ve çağdaş sanat pazarında sıra dışı bir örnek oluşturmuştur.

Hirst vakasına neden olan etkenler; müze gibi görece konservatif kurumlarca kabul görmesinin artması, çağdaş sanatın popülerleşmesi, giderek pahalılaşması ve yatırımcıların çağdaş sanatı bir yatırım aracı olarak görmeye başlamaları olarak özetlenebilir. Çağdaş sanat pazarının heterojen yapısı, sanat pazarının diğer pazarlara göre daha az stabil olmasına ve daha az saydam olmasına neden olur. Bu dalgalanma ve opaklık, çağdaş sanat pazarını spekülasyona ve manipülasyona açık hâle getirir.

Çalışma, çağdaş sanat pazarının oyuncularının sanat pazarı ağı içindeki rolünü, sanatçıların yapıtlarının bu ağdaki dolaşımını ve dolaşımdaki pek çok sanatçı arasından bir marka olarak öne çıkan Damien Hirst'ü bir vaka incelemesi olarak ele alır.

Anahtar Kelimeler: Damien Hirst, Sanatta Markalama, Çağdaş Sanat Pazarı, Charles Saatchi, Tate.

BEING A BRAND IN THE CONTEMPORARY ART MARKET: A CASE STUDY OF DAMIEN HIRST

ABSTRACT

Using case study research methodology, this research focuses on Damien Hirst who is considered as the richest living artist today, in real life context and aims to find out the reasons behind Hirst's commercial success through his sensational artworks, his collector Charles Saatchi, and Tate museum, and investigates branding process in the field of art.

With the auction that Hirst organised at Sotheby's (London) on 15-16 September 2008, he bypassed the intermediaries such as collector and gallery, and became an extraordinary example with his £111 m worth sale.

The reasons that caused Hirst's case could be summarised as the following: the increase in acceptance of contemporary art by relatively conservative organisations such as museums, the increase in the popularity of contemporary art, and investors' increasing interest in contemporary art.

The heterogeneous structure of contemporary art market results as being less stable and less transparent. The drift and opacity of contemporary art market makes it open to speculation and manipulation.

This study examines the players of contemporary art market in its network, the circulation of the artworks in the network and investigates Damien Hirst as an outstanding brand in this network.

Keywords: Damien Hirst, Branding in Arts, Contemporary Art Market, Charles Saatchi, Tate.

GİRİŞ

15 ve 16 Eylül 2008'de Sotheby's Londra'da yapılan akşam ve gündüz müzayedelerinde iki yüzden fazla yapıtını satarak toplamda 111.464 milyon sterlinlik (Sotheby's 2008a, 2008b) bir rakama ulaşan Damien Hirst, dünyanın yaşayan en zengin sanatçısı olma unvanının yanı sıra, 1993'te Sotheby's New York'ta Pablo Picasso müzayedesinde kırılan 11,3 milyon sterlinlik rekoru 10 katı fazlası bir rakam ile geçerek (Adams, 2008) tek bir sanatçı adına elde edilen en yüksek müzayede rekorunun sahibi olma unvanını da aldı. Hirst'ün müzayedesinin ilk günü olan 15 Eylül 2008 tarihinin sanat alanı dışında da önemli bir tarih olmasının nedeni, ABD'nin dördüncü büyük yatırım bankası ve küresel finans hizmetleri şirketi olan Lehman Brothers'ın 619 milyar dolarlık borcu ile iflasını ilân ettiği ve küresel ölçekte bir ekonomik krizin başlangıcının açık habercisi olan gün olması idi. Hirst, böyle bir dönemde bu çapta bir ticari başarıyı nasıl sağlamıştı?

Bu çalışma, Damien Hirst'ü bir vaka incelemesi olarak inceleyip, bu vakanın arkasında yatan birbiriyle karmaşık bir şekilde etkileşimli bir dizi etkene dikkat çekerek, çağdaş sanat pazarında, küresel boyutta içinde bulunduğumuz marka kültürünün etkisiyle 'marka' sisteminin nasıl işlediğini ortaya koymaya çalışır. Çalışma, Hirst'ün marka olma sürecinde çok önemli rol oynayan 3 etken olan Hirst'ün sansasyonel yapıtları ve markalaşması; Hirst'ün koleksiyoncusu ve destekçisi Charles Saatchi ve Hirst'ü onaylayan ve olumlayan kamusal müze Tate'in incelenmesi üzerinden kurgulanmıştır.

1. ÇAĞDAŞ SANAT PAZARI

Sanat literatüründe ‘çağdaş sanat’ terimi, genellikle geç 20. yüzyıl veya İkinci Dünya Savaşı sonrası sanatını, ve yoğunluklu olarak 1970 sonrası sanatı tanımlamak için kullanılmakta. Bu nedenle, çağdaş sanat pazarı da antik değeri olan parçalar ve eski ustaların yapıtları ile modern sanatı dışarıda bırakarak, çoğunlukla geç 20. yüzyıl sanat yapıtlarının alınıp satıldığı bir mecra olarak tanımlanır.

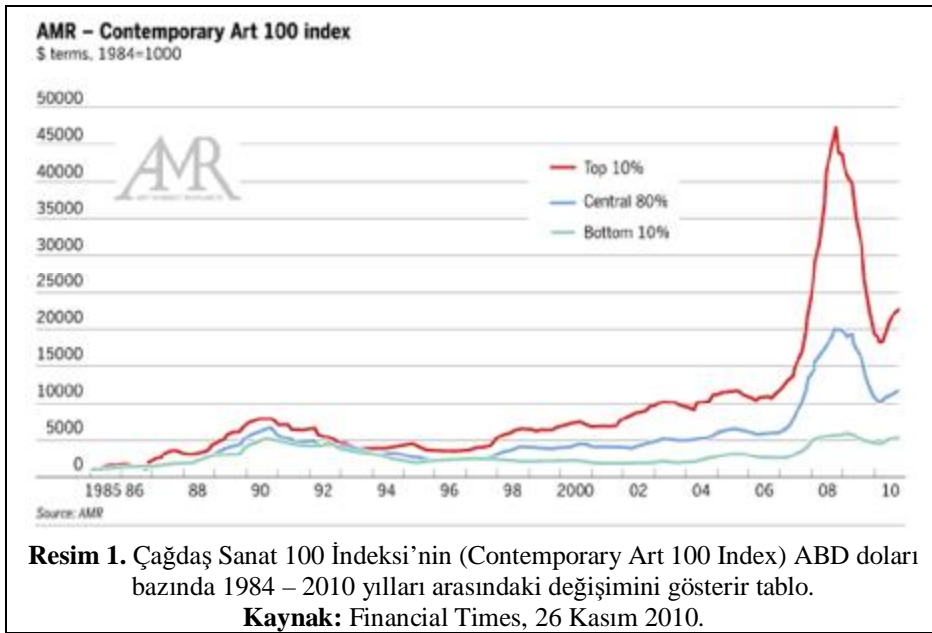
Galeriler, müzayede evleri ve özel satışlar olmak üzere sanatın alınıp satıldığı üç temel mecra bulunur. Sanat pazarının yapısı birincil ve ikincil pazarları içeren ‘iki aşamalı bir sistemdir’ (McAndrews, 2010:8). Birincil pazar, sanatçıların koleksiyonculara/tacirlere satış yaptıkları; ikincil pazar ise, koleksiyoncuların/tacirlerin alıcılara, galerilere veya kurumlara satış yaptıkları, pazarlama aktivitelerinin daha yoğun olduğu mecradır. Çok nadir olarak sanatçılar doğrudan müzayede evi kanalı ile satış yaparlar. Damien Hirst’ün 2008 yılında Sotheby’s’de gerçekleştirdiği *Kafamın içinde sonsuza dek güzel (Beautiful inside my head forever)* adımı verdiği müzayedesini bu tür satışlara belki de en sıra dışı örnektir.

Hirst’ün sıra dışı vakasına neden olan etkenlerin tümü, çağdaş sanatın popülerleşmesi ile doğru orantılı olarak pahalılaşması ve yatırımcıların çağdaş sanatı bir yatırım aracı olarak görmelerinde birleşir. Çağdaş sanatın bir yatırım aracı hâline dönüşmesi, sanat pazarının spekülasyona açık yapısını kamçılayarak karmaşık durumunu daha da karmaşıktır. Stallabrass’a (2010) göre, çağdaş sanatın satışının müzayedelerde yoğunlaşması, sanat tacirlerinin diledikleri gibi fiyatlarla oynamaları ve tekel olmalarına tepki olarak gelişmiş olmakla birlikte, büyük kârlar ile satılması nedeniyle ‘spekülatif yatırım’ olgusuna da katkı sağlamıştır.

‘Sanat pazarı’ terimi kendi içinde bazı problemler içerir; zira söz konusu pazar, tek bir homojen oluşum değil, farklı pazarların bir araya toplanmasıdır (McAndrews, 2010). Terimsel problemin yanı sıra bir başka problem, sanat pazarının diğer pazarlara oranla stabilitesinin daha az olması ve pazarın opaklığıdır. Hirst’ün *Tanrı Aşkına (For the Love of God)* yapıtı gibi 8000’den fazla elmas ile işlenmiş, maliyeti çok yüksek ender sanat yapıtları hariç, sanat yapıtının materyal değerinin görece önemsizliği; sanatçının ismi, sanatçının temsil edildiği galeri veya koleksiyoncu, dönemin eğilimleri vb. etkenler, sanat yapıtlarına değer biçme işlemini karmaşıktırmasına ve sanat pazarının başından itibaren saydam olmayan bir pazar olmasına neden olur. Sanat pazarının özellikle de çağdaş sanat kategorisinin spekülasyonlar ile manipüle edilmeye açık olması da karmaşıklığını sürekli olarak besleyen bir başka durumdur.

Sanat pazarındaki opaklık ve karmaşık ilişkiler nedeniyle bu pazarın sadece ekonomi kuramları ile açıklanabilmesi oldukça güçtür (Ginsburg, 2003); ancak, ekonomik yönü inkâr edilemez büyüklüktedir. Yıllık hacmi ortalama 60 milyar dolardan fazla olan uluslararası sanat pazarı, 2000'li yıllarda çağdaş sanat gibi bazı kategorilerinin yüzde 851 gibi sıra dışı büyümesine tanık olmuştur (McAndrew, 2010). 2008 yılında, küresel sanat pazarının hacmi 65 milyar dolarlık rekor bir seviyeye ulaşmıştır (Artun, 2011). Pazarın sadece büyüklüğü bile yatırımcıların sanatı ticaret platformu olarak görmelerine neden olmaya yeterlidir. Böylesine dinamik bir ekonomi ortamı, tüm sanat pazarı paydaşlarının (sanatçılar, galeriler, koleksiyoncular, tacirler, vb.) sanatın estetik aurasından belki de daha fazla ekonomik yönü ile uğraştıklarına bir işaret olarak görülebilir. Bu platformdaki ticari oyuncular uzun ve kısa vadede büyük kârlar elde edebilirler.

Örneğin aşağıdaki grafik, 1984 - 2010 yılları arasında Çağdaş Sanat 100 İndeksinin değişimi gösterir. İndekste 2007 ile 2008 yılları arasında Damien Hirst'ün 2008 yılı Sotheby's müzayedesini nedeniyle neredeyse dikey bir artış gözlemlenir (Brown, 2010). Küresel kriz nedeniyle bu dik yükseliş, yerini dik bir inişe bırakmışsa da, 2007 değerlerinin altına düşmemiştir.



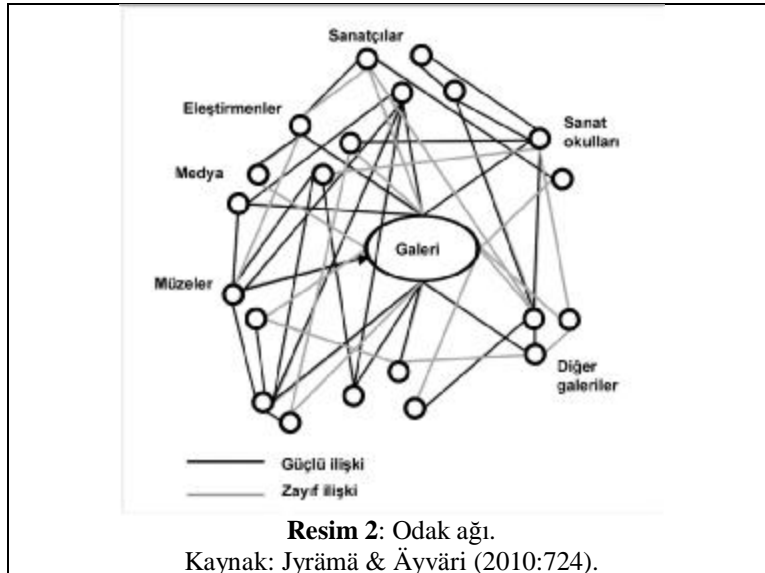
1.1 Çağdaş Sanat Pazarının Oyuncuları

Sanatçının ismi, sergiler, sanatta yeni eğilimler, sanat tacirleri, koleksiyoncular, eleştirmenler, sanat tarihçileri, okullar, müzeler, galeriler, kurumsal ve bireysel yatırımcılar gibi çeşitli faktörlerden etkilenen sanat

pazarı, kurumsal ve ticari oyuncular tarafından kontrol edilir. Devlet destekli müzeler gibi kurumsal oyuncular yapıtların korunması ve legal sistemlerin oluşturulması ile ilgilenirken; ticari oyuncular, sanat yapıtlarını seçerek, yapıtların üretimini sınırlayarak, müze ve galerileri tercihleri doğrultusunda bilgilendirerek çağdaş sanat pazarını yönetirler (Robertson, 2005). Kimi oyuncular, yönetme bağlamında oldukça ileriye de gidebilmişlerdir. Örneğin, çağdaş Alman sanatçı Matthias Weischner'i de temsil eden Galerie Eigen + Art'ın sahibi Gert Harry Lybke, sanatçıların yıllık kaç adet yapıt üreteceklerini ve bu yapıtları kimlerin satın alacağını denetlemesi ile ün yapmıştır (Thompson, 2012). Bu türden bir denetim, arz-talep ilişkisi kontrol altında tutarak sanatçının yapıt sayısını sınırlar ve dolayısıyla yapıt fiyatının belli bir düzeyde tutulması bağlamında galeri çıkarlarını korur.

1.2 Sanat Pazarı Ağı

Çağdaş sanatın alıcı ile buluşması, basit bir alım-satım işleminden çok daha karmaşık bir ağ sisteminin işleyişi ile sağlanır. Bu ağ sisteminde her bir oyuncunun aktivitesi birbiriyle kesişir. Jyrämä & Äyväre'nin (2010:724-725) çalışmasının gösterdiği gibi, bireysel galeriler etrafındaki küçük bağlantılar daha geniş, dağınık ve uluslararası ağlara dönüşür. Pazardaki her bir oyuncunun farklı bir işlevi olsa da, her biri 'sanatta ortak zevk'i belirlemede ve 'neyin sanat, neyin iyi sanat' olduğunu tanımlamada birleşir. Benzer bir yaklaşımla Robertson (2005:22) da, 'fikir birliği' olgusuna dikkati çeker ve sanat pazarındaki fiyat değişimlerinin borsa hareketleri gibi dış faktörlerden etkilenmekle birlikte, bu 'fikir birliği'nin sanat pazarı fiyatlarını büyük oranda manipüle edebileceğine işaret eder.



‘Fikir birliği’ oluşturarak manipüle etme olgusuna verilebilecek en çarpıcı örneklerden biri, Charles Saatchi’nin özellikle 1990’lı yıllarda uyguladığı iş stratejisidir. Goldsmith College, Christie’s, Kraliyet Akademisi ve Saatchi Galerisi dörtgeninde sürdürdüğü pazarlama aktiviteleri ile *Genç Britanyalı Sanatçılar* (yBAs) grubunu sadece öne çıkarmakla kalmamış, onları birer marka isim hâline getirip, potansiyel alıcıları marka bedeli ödemeye hazır hâle getirmiştir. Bu oluşumda müzayede evleriyle kurulan işbirliğinin önemli bir payı vardır. Saatchi, 1998 yılında kendi koleksiyonundaki 97’si Genç Britanyalı Sanatçılar’a ait olan 130 yapıtını Londra Christie’s’de görücüye çıkarmıştır. Yapıtların yüzde 90’ı alıcı bulurken, bunlardan yüzde 50’si en yüksek tahmini fiyatların üzerinde rakamlara satılmıştır (Thompson, 2012). Bu satış Saatchi’ye anlamlı bir kârdan çok daha fazlasını kazandırmıştır, zira Saatchi koleksiyonundaki diğer yapıtların ve anlaşmalı sanatçıların koleksiyonuna katacakları yeni yapıtların değeri hatırı sayılır düzeyde artmıştır. Sanat tacirleri ve koleksiyoncuların kendi koleksiyonlarındaki yapıtların fiyatlarını yükseltmek için müzayedelere alıcı olarak katılıp kendilerinde yapıtları olan sanatçıların diğer yapıtları için beklentilerin üzerinde fiyat artışlarında bulunmaları, bilinen bir başka manipülasyon yöntemidir.

1.3 Çağdaş Sanatın Sınıflandırılması ve Pazardaki Dolaşımı

Ticari oyuncuların rolünün ilk olarak çağdaş sanatı sınıflandırmaları ile başladığı söylenebilir. Robertson’a (2005:15) göre, çağdaş sanat yapıtları üç kategori altında toplanır: ‘çöp’, ‘alternatif’ ve ‘çarpıcı’. ‘Çöp’, yatırım geri dönüşünün yüksek risk altında olduğu kategori; ‘alternatif’, kültürel sektör için bir soru işareti olarak görülen, dolayısıyla pek desteklenmeyen kategori, ‘çarpıcı’ ise medyanın ilgisini üzerine çeken ve kültürel sektörün desteğini alan kategoridir. Bu nedenle çarpıcı kategorisinde yer almak, ‘marka sanatçı’ olabilmek için hedeflenen ilk basamaktır. Ticari oyuncuların genç sanatçıların kariyerlerini yönetmeye hevesli olmaları aynı sebeptendir. Strateji olarak çoğu ticari oyuncu belli bir yönelimdeki sanat okulunun genellikle yeni mezun öğrencilerini seçer, yapıtlarının satın alarak ve görünürlüklerini arttırarak destekler, yapıtları ‘çarpıcı’ kategorisine yerleşmelerine yardımcı olmak için sanatçıları finanse ederler. Sonrasında da kamusal sanat kurumlarını bu sanatçıları ile ilgili bilgilendirirler. Böylece, kamusal kurumlar hangi sanatın ‘iyi, güncel ve revaçta’ olduğu konusunda bilgilendirilmiş olur, bu bilgiler sayesinde kurumlarını destekleyebilecek potansiyel sponsorlar ile hedefe yönelik ilişkiler kurabilir; sponsorlar destekledikleri sanatın ‘geçerli’ olduğu güveni ile bu kurumları destekler; destek gören kurumlarda yapıtları sergilenen sanatçılar, bu kurumların prestijinin kendi kimliklerine katılması ile medyada daha fazla yer bulurlar; medyatikleşen sanatçılara ticari galeriler daha fazla ilgi gösterirler,

koleksiyoncular yapıtlarını satın alırlar; alınan yapıtlar müzayedelerde yeni alıcılarına satılır. Her bir müzayede satışında önceki müzayede kapanış fiyatından daha yüksek bir fiyata satılır; müzayedede fiyatı artan sanatçının galerideki yapıtlarının fiyatları da artar, vb... Burada sayılan sıralı olaylar, birbirini takip ettikçe çığa dönüşen bir kartopuna benzetilebilir. Her sanatçının aynı ticari başarıyı elde edemediği göz önünde bulundurulduğunda, burada destekçi koleksiyoncu/tacir ve kamusal kurumun da marka değerinin önemli olduğu sonucuna varılabilir.

2. SANAT PAZARINDA MARKA SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ

Sanat ile ticaret-pazarlama-para ilişkisi her zaman tartışmalı bir konu olarak süre gelmiştir. Bazı kuramcılar, üretici (sanatçı) ile tüketici (alıcı) arasında keskin bir ayrılık ve ilişkisizlik çizer. Schroeder (2010) bu ayrılığın nedenini, markalaşmış dünya ile sanat dünyasının iletişim ve kültürün alçak ve yüksek formları biçiminde tanımlanmış olmasından kaynaklandığını ileri sürer. Hirschman'a (1983) göre pazarlama konsepti ile sanat örtüşmez; zira sanatsal üretim süreci kişisel değerler ve tercihler ile toplumsal normlardan etkilenir. Sanatçılar, sübjektif düşüncelerini ve algılarını ifade etmek için yapıt üretirler (Becker, 1978; Holbrook, 1981). Sanatsal üretim sürecinin temelinde estetik yaratıcılık vardır ve bu yaratıcılık pazar taleplerini karşılamak için değil yalnızca yaratıcılığın kendisi içindir (Holbrook & Zirlin, 1983).

P. J. Théophile Gautier'nin (1811 - 1872) terimleştirdiği 'sanat için sanat' ('l'art pour l'art') düşüncesinin günümüz sanat ortamı açısından bakıldığında pek de geçerli olmadığını düşünen kuramcılar ise, sanat ve ticaret arasında yakın bir ilişki olduğunu öne sürerler. Schroeder'e (2010) göre, sanatçılar markalaşma perspektifi içerisinde tartışılabilir; zira tıpkı markalar gibi sanatçılar da pazarın güç dengelerine, kariyer yönetimi meseleleri, benzerlerinin etkileri, ürün hayat döngüsü sorunsalları ile karşı karşıyadırlar. Markaların rakiplerine karşı üstünlük sağlamalarına yardımcı olan 'marka değeri' ile ekonomik değerın kritik işaretini oluşturan 'marka imajı' kavramları, terimleştirilmemiş olmakla birlikte sanat alanında da yer alır. Marka değeri kazanmış markaların ürün/hizmetlerini piyasa ortalamasının çok üzerinde değerlere fiyatlandırması gibi, sanat alanında da sanat yapıtını kimin yaptığı 'değer'i oluşturan kilit belirleyicidir. Örneğin, Leonardo da Vinci tarafından yapılmış olduğu düşünülen bir resmin değeri, aynı resmin da Vinci'nin öğrencileri tarafından yapılmış olduğunun belirlenmesi durumundaki değerinden çok daha fazladır. Bu değer farkı, resim (ürün) aynı kalmış olsa bile sanatçının (üreticinin) değişmiş olmasından kaynaklanır. Bu bakışın tam karşıtı gibi görünen bakış açıları,

sanat tarihinde bir milat olarak sayılabilecek olan Marcel Duchamp'tan sonra çeşitli dönemlerde görülür. Duchamp ile el becerisinin hiçbir önemi kalmamış, hatta yapıtın ana öğelerinin çoğunlukla endüstriyel olarak üretilmiş olması yapıtın ürettiği anlama ve ortaya koymaya çalıştığı kavrama katkıda bulunmuştur. Çünkü artık önemli olan Duchamp'ın deyimiyle 'retinal' olan değil, akıl ile kavranandır. Warhol ile ise, tüketim kültürel bir olgu olarak algılanmaya başlanmış ve sanat ile meta, meta ile sanat arasındaki ayrım yok olmuştur. Duchamp ve Warhol'un ortak noktası, yapıt üretiminde el becerisi, yetenek, hüner vb. kelimeler ile tarif edilen zenaatten uzaklaşmış olmalarıdır. Ancak her şeye rağmen, günümüz perspektifinden bakıldığında yapıtın 'sahibi' statüsünde yapıtı üreten 'imza' önemli olmaya devam etmekte. Aksi durumda, bir Warhol reproduksiyonu ile bir Warhol serigrafisi arasında değer farkının bulunmaması, Tate'de sergilenen ve zaten bir reproduksiyon olan *Çeşme*'nin evinizde kendinizin yapabileceği bir başka reproduksiyondan daha değerli olmaması gerekirdi. Burada paradoksal gibi görünen durumun özü şudur: sanatta neyin önemli olup neyin önemsiz olduğu sanat tarihinin çeşitli dönemlerinde değişmiş olsa da, 'marka olarak sanatçı' kavramının her zaman var olmuş olmasıdır. Günümüzde ise bu kavram, zaman zaman üretilen sanatın kendisinden daha fazla önem taşıyabiliyor.

2.1 Marka Olarak Sanatçı: Hirst'ün Sansasyonel Yapıtları ve Markalaşması

1990'ların başı, Hirst'ün medyanın ilgisini yapıtlarının pazarlanması için kullanılabilirliğini fark ettiği ve bu ilgiyi ticari başarıya dönüştürdüğü yıllardır. Damien Hirst, Tracey Emin gibi pazarlama ve ticaret bilinci olan sanatçılar, yapıtları için talep oluşturduklarında bireyselleştirilmiş pazarlama yöntemlerini benimserler (Colings, 1999). Fillis'e (2010:36) göre, Hirst'ün sanat dünyasının dikkatini çektiği formaldehit içinde ölü hayvan tankları, daha önce, marka olarak sanatçı kavramı denince akla ilk gelen sanatçılardan Andy Warhol tarafından da uygulanan 'yaratıcı rahatsızlık stratejisi'ni benimseyerek, sanatsal karşı-kültür için olan talebi de karşılamıştır. Hirst, Warhol gibi kendi görüntüsünü yapıtlarında kullanmamış olsa da, sansasyonel yapıtları ve astronomik fiyatları medyanın ilgisini üzerinde tutarak kendisini şöhret mekanizmasının merkezine yerleştirmiştir.

Andy Warhol Enterprises gibi müzik klipi yapım, restoran, vb. girişimleri ve *Other Criteria* adlı internet üzerinden sanat yapıtı satışı yapan bir mağazası da bulunan Hirst, şu ya da bu şekilde gündemde kalmaya devam ediyor. Piyasada dolaşımda olan 1400 nokta resminden sadece beş tanesini kendisinin yapmış olduğunu (Singh, 2012a) ve kendisinden alınabilecek en iyi nokta resimlerini asistanı Rachel'ın yaptığı gibi cesur ve kimilerine göre umursamaz bir tavır ile verdiği demeçlerle, sanat dünyasını

öfkelenirip polemik ortamı oluşturarak yaptığı her etkinliğe magazin haberi olma özelliği ekler. Hirst'ün potansiyel alıcı kitlesini genişletmesine yardımcı olan, 'renk çarkı resimleri', 'elmas dolaplar', 'olgu resimleri', 'çıkırcık resimleri', 'kelebek resimleri' gibi kategorilerinin de bulunduğu 35 ayrı kategori altında topladığı yapıtlarının çeşitliliği, zaman zaman intihal tartışmalarına da yol açar. Örneğin, nokta formunu kullanması ile tanınan Japon sanatçı Yayoi Kusama, Hirst'ü kendi özgün yapıtlarını üretmediği gerekçesiyle eleştiren sanatçılardan biridir (Singh, 2012b). Hirst'ün çok daha radikal biçimde eleştiri aldığı gruplardan biri, kendilerini 'Stuckist' olarak adlandıran çoğunluğu Britanyalı olan bir grup akademisyen ve sanatçıdır. Hirst'ün sergi açılışı, müzayede vb. etkinliklerinde pankartlarla gösteriler yapan grup, stuckism.com adresli internet sitelerinde de sürekli olarak 'Damien Hirst'ün çaldığı sanat' başlığı altında, kimileri oldukça ikna edici örnekler ile Hirst'ü intihal suçlamasıyla eleştirirler. Burada ilginç olan, tüm bu eleştirilerin Hirst'ü yok etmeye değil, daha da markalaşmasına yardımcı olmasıdır. Bu noktada, biraz geriye giderek, Hirst'ün en büyük destekçisi Saatchi ile olan ilişkisine bakmak gerekir.

2.2 Marka Koleksiyoncu/Tacir: Charles Saatchi

Larry Gagosian, Charles Saatchi gibi kendileri de marka hâline gelmiş koleksiyoncular, öğrenci sergilerini ziyaret etme ve galerilerine bu genç sanatçıları bağlama yoluyla pazara yön verirler. Damien Hirst'ün Saatchi ile işbirliği yapması, Hirst'ün 1988'de Dockland'da (Londra) bir depoda aralarında kendisinin de bulunduğu 16 genç sanatçının yapıtlarının sergilendiği *Freeze* adlı sergiyi düzenlemesine dayanır. Sergiye Kraliyet Akademisi'nden Norman Rosenthal, Tate'in yöneticisi Nicholas Serota ve Charles Saatchi davet edilmiştir (Berens, 2008). Hirst bu sergiyle Saatchi'nin dikkatini çekmiş ve bundan sonraki yapıtlarının üretim masraflarını karşılama teklifini kabul etmesiyle işbirlikleri başlamıştır (Anderson et al. 2011). Saatchi, sergiden iki yıl sonra, 1990 yılında Hirst'ün iki adet ecza dolabını ve *Bin Yıl (A Thousand Years)* adlı yapıtını satın almış; 1991 yılında da *Yaşayan Birinin Zihninde Ölümün Maddi İmkânsızlığı (The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living)* yapıtında kullanılan köpekbalığının satın alınması, nakliyesi vb. masraflar için Hirst'e 25.000 sterlin ön ödeme yapmış ve yapıtı toplamda 50.000 sterline satın almıştır (Thompson, 2012). 1992'de Saatchi Galerisi ilk *Genç Britanyalı Sanatçılar* sergisine ev sahipliği yapmış, aynı yıl Damien Hirst Turner Ödülü'ne aday gösterilmiş, ödülü alamamış olmakla birlikte ulusal ve uluslararası basında geniş ölçüde yer almıştır. Bir yıl sonra, 1993'te Venedik Bienali'nde *Anne ve Çocuk, Ayrılmış (Mother and Child, Divided)* adlı formaldehit tankları içinde dikeyine ikiye bölünmüş bir inek ve buzağıyı sergilemiştir. 1994'de Serpentine Galerisi'nde (Londra) *Sürüden Uzakta (Away From the Flock)* adlı

yine formaldehit tankı içinde bir koyunu sergilemiş; aynı yapıt ile 1995'te Turner Ödülü'ne aday gösterilip, bu kez ödülü almıştır. Saatchi'nin Hirst'ün başarısındaki katkısı yadsınamaz büyüklüktedir. Wu'ya (2005) göre Charles Saatchi'nin 1980'lerden 2000'lere kadar Britanya çağdaş sanat piyasasına tek başına hâkim olduğu tartışılmaz bir olgudur. Wu'nun (2005) bu olguya istinaden örneklediği iki olay vardır. Biri *Sensations* sergisinin yeri, diğeri de 1999 yılında yayınladığı kitabın başlığıdır. Saatchi'nin 1997'de görel olarak daha geleneksel bir sanat anlayışı olan Kraliyet Akademisi'nde (Royal Academy of Arts) gerçekleştirdiği sergi *Sensations*, Saatchi koleksiyonunun bir otorite konumundaki bir kurumda onaylanması anlamına geliyordu. Sergiden iki yıl sonra yayınladığı *Genç Britanya Sanatı: Saatchi On Yılı* (*Young British Art: The Saatchi Decade*) başlıklı kitap ile çağdaş sanat üretimindeki on yıllık bir süreci tanımlamak için ilk kez bir koleksiyoncu/tacirin ismini – kendi ismi Saatchi'yi – kullanarak çağdaş sanatın kısa tarihindeki etkisini açıkça vurgulamış oluyordu.

2.3 Marka Kamu Kurumu: Tate ve Turner Ödülü

Britanyalı veya Britanya'da yaşayan 50 yaş altı sanatçılara verilen Turner Ödülü, çağdaş sanattaki yeni yönelimlere dikkat çekmeyi amaçlayan ve çağdaş sanat eğilimlerine yön veren en etkili sanat ödüllerinden biridir. Turner Ödülü'nün 'en iyi' sanatı veya sanatçıyı seçip seçmemesi tartışmalı ve başka bir çalışmanın konusudur; burada okuyucunun dikkatinin çekilmeye çalışıldığı nokta, her yıl 90.000 civarında izleyiciyi Tate Britain'e çeken (Tate, 2010) Turner Ödülü'nün ekonomik ve politik gücü ile ödülün Tate'in markalama aracı olarak kullanılmasıdır.

Ödüller, sanat pazarının oyuncularının 'karşılıklı alıp-vermelerini' sağlayabilmeleri için farklı oyuncuların 'anlaşmalı bir irtibat' içinde bir araya getirir (English, 2005:51). Ödülü veren kurum ve/veya ödülün sponsoru olan şirket, sanat ve toplum eğitimine destek veren 'sosyal sorumluluk sahibi kurum' imajını güçlendirmenin yanı sıra, kendisini bir sanatsal otorite konumuna da yerleştirir. Thompson'a (2012:277) göre, Turner'ı kazanmak sanatçıya 'ana akım bir galeri tarafından temsil edilmeyi' ve yapıt fiyatlarını 'yüzde 40'a varan oranlarla' arttırmayı sağlar. Channel 4'ün sponsor olduğu Turner ödülü, başından sonuna dek televizyonda ve kanalın internet sayfasında yoğun bir şekilde gösterilir. Channel 4, canlı olarak yayınlanan ödül töreni için Madonna, Mick Jagger, Kylie Minogue, Claudia Schiffer gibi popüler ünlüleri davet ederek, reklam gelirlerini garantileyip sponsorluk için harcadığını fazlasıyla geri alırken, ödün ulusal ve uluslararası medyada geniş yer almasını sağlar. Böylesine bir şaşaa, sadece ödül alan sanatçıyı değil, finalist sanatçıların tümünü bir anda dünyaya tanıtır.

Aşağıdaki tablo, Turner Ödülü'nün başlangıcından günümüze kadar ödüle aday gösterilen ve ödülü kazanan sanatçıları gösterir. Tablo'da kırmızı ile renklendirilmiş ve altı çizilmiş olan sanatçılar, Genç Britanyalı Sanatçı olarak bilinen sanatçılardır. 1990'lı yıllarda Turner Ödülü adayı ve ödülü kazanan sanatçılar içinde Genç Britanyalı Sanatçıların konsantrasyonu ilginç olduğu kadar, Saatchi ve Tate arasındaki ilişkilere de açık bir işarettir.

Yıl	Kazanan Sanatçı	Aday gösterilen sanatçılar (soy isim alfabetik sırası ile)
1984	Malcolm Morley	Richard Deacon Gilbert & George Richard Long
1985	Howard Hodgkin	Terry Atkinson Tony Cragg Ian Hamilton Finlay Milena Kalinovska John Walker
1986	Gilbert & George*	Art & Language Victor Burgin Derek Jarman Stephen McKenna Bill Woodrow
1987	Richard Deacon*	Patrick Caufield Helen Chadwick Richard Long** Declan McGonagle Thérèse Oulton
1988	Tony Gragg*	Lucian Freud** Richard Hamilton Richard Long** David March Boyd Webb Alison Wilding Richard Wilson
1989	Richard Long*	Gillian Ayres Lucian Freud** Giuseppe Penone Paula Rego Sean Scully** Richard Wilson
1990	1989 - 1991 yılları arasında sponsorun çekilmesi kaynaklı ekonomik problemler nedeniyle Turner Ödülü durdurulmuştur.	
1991	Anish Kapoor	Ian Davenport <u>Fiona Rae</u>

B. Bayrak / NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2 (2012) 240-255
B. Bayrak / Nevsehir University Journal of Social Sciences 2 (2012) 240-255

		<u>Rachel Whiteread*</u>
1992	Greenville Davey	<u>Damien Hirst*</u> David Tremienn Alison Wilding
1993	<u>Rachel Whiteread*</u>	Hannah Collins Vong Phaophanit Sean Scully**
1994	Antony Gormley	Willie Doherty** Peter Dolg Shirazeh Houshiary
1995	<u>Damien Hirst*</u>	<u>Mona Hatoum</u> Callum Innes <u>Mark Wallinger</u>
1996	<u>Douglas Gordon</u>	Craige Horofield <u>Gary Hume</u> <u>Simon Patterson</u>
1997	<u>Gillian Wearing</u>	Christine Borland Angela Bulloch Cornella Parker
1998	<u>Chris Ofili</u>	<u>Tacita Dean</u> Cathy de Monchaux <u>Sam Taylor-Wood</u>
1999	<u>Steve McQueen</u>	<u>Tracey Emin</u> <u>Steven Pippin</u> <u>Jane & Louise Wilson</u>
2000	Wolfgang Tillmans	<u>Glenn Brown</u> Michael Raedecker Tomoko Takashi
2001	Martin Creed	Richard Billingham Isaac Julien Mike Nelson
2002	Keith Tyson	<u>Fiona Banner</u> <u>Liam Gillick</u> Catherine Yass
2003	Grayson Perry	<u>Jake & Dinos Chapman</u> Willie Doherty** <u>Anya Gallaccio</u>
2004	Jeremy Deller	Kutluğ Ataman Langlands & Bell <u>Yinka Shonibare</u>
2005	Simon Starling	Darren Almond Gillian Carnegie Jim Lambie
2006	Tomma Abts	Phil Collins Mark Titchner Rebecca Warren

2007	Mark Wallinger*	Zarina Bhimji Nathan Coley Mike Nelson
2008	Mark Leckey	Runa Islam Goshka Macuga Cathy Wilkes
2009	Richard Wright	Enrico David Roger Iorns Lucy Skaer
2010	Susan Philipsz	Dexter Dalwood Angela de la Cruz The Otolith Group
2011	Martin Boyce	Karla Black Hilary Lloyd George Shaw
<p>Tablo 1: 1984 – 2011 yılları arasında Turner Ödülü'nü alan ve ödüle aday gösterilen sanatçılar. Tate (2012), 'Turner Prize: Year by Year' [online] kaynağı kullanılarak düzenlenmiştir. '*' Daha önceki yıllarda da ödüle aday gösterilmiş; sonrasında ödül almış olan sanatçıları; '**' daha önceki yıllarda ödüle birden fazla sefer aday gösterilmiş olan sanatçıları ifade eder.</p>		

1984'ten beri verilen ödül, Garber'a (2008) göre tartışmalara yol açmıştır ve ödülü alan sanatçılar çoğunlukla sınırları zorlayan yapıtlar üreten sanatçılardır. Hirst'ün ödül aldığı yapıtı *Anne ve Çocuk, Ayrılmış* bu tür yapıtlara verilebilecek iyi bir örnektir. Tate'in (Tate, 2012) ifadesine göre bu yapıt Tate Britain'e daha önce görülmemiş oranda izleyici çekmiştir. Nisan-Eylül 2012 tarihleri arasında Tate Modern'de büyük bir retrospektif sergisi gerçekleşen Damien Hirst, Tate'in gözde sanatçılarından biri olmaya devam etmenin yanı sıra, Tate'in danışman kurulunda yer almaktadır.

SONUÇ

Çağdaş sanatın üretimi ve dağıtımındaki ticarileşmenin artışının ana nedeni, küreselleşme ile birlikte neo-liberal politikaların sanat alanına da sıçramasıdır. 1970'lerde sayıları sadece on civarında olan bienal gibi çağdaş sanat sergileri (Documenta, Venedik, São Paulo, Whitney New York vb.) 2010'lu yıllara gelindiğinde yüze yaklaşırken, üç-dört ile sınırlı olan sanat fuarları (Kunstmarkt Köln, Basel, Art Actuel Brüksel, vb.) iki yüze yakın bir sayıya ulaşmıştır (Curioni, 2012). Müzayede satışları son on yılda sekiz kat artmış ve çağdaş sanatın satışı sanat fuarları ve İnternet gibi farklı mecralara da yayılmıştır (Lind, 2012). Sanat etkinliklerinin ve satış mecralarının sayısındaki hızlı artış, sanatın ekonomik boyutunun bir kanıtıdır. Çağdaş sanatın bir yatırım aracı ve statü sembolü olarak görülmesi ticaret ve sanatı birbirine sıkı bağlar ile bağlamış ve sanat üretimi, dağıtımı ve tüketimini

kaçınılmaz olarak etkilemiştir. Yeni sanat düzeninin yıldız sistemiyle ve şöhretle beslenmesi, sanatçıların kendi yapıtlarını pazarlama ve kendilerini markaya dönüştürme yollarını benimsemelerine neden olmuştur. Damien Hirst'ün vakası sanat alanında pazarlama ve markalamanın ne boyutlara varabileceğini gösterir. Marka değeri olan bir tacir/koleksiyoncunun desteği, sanatçıların ortaya çıkmaları için gerekli olan ilk ekonomik itici gücü sağlamanın yanı sıra, 'yapıtları şu koleksiyoncu tarafından toplanan sanatçı' olma gücünü de sağlar. Marka değeri olan koleksiyoncuların müze, enstitü, akademi gibi 'otorite' konumundaki kurumlarla olan ilişkileri sanatçıların bu gibi kurumlara kolayca girebilmelerine ve kendilerini sanat dünyasına 'kanıtlamalarına' yardımcı olur. Kalıcılığı kanıtlanmış sanatçıların yapıtları, müzayedelerde en önemli lotlar arasında yer alıp ve yatırımcılar arasında alınıp satılmaya başlandığında sanatçının marka değeri de sürekli olarak artmaya devam eder.

ÇALIŞMANIN SINIRLAMALARI

Vaka incelemesi, belli bir güncel fenomenin gerçek zamanı bağlamında çeşitli kaynaklardan veriler elde ederek yapılan ampirik araştırmadır (Robson, 2002) ve zaman içerisinde ten bir noktada veya belli bir zaman diliminde gözlemlenen, uzamsal olarak sınırlandırılmış fenomendir (Gerring, 2007). Vaka incelemesi araştırma metodu, bir şeyin nasıl ve neden gerçekleştiğine dair cevapların bulunmasını sağlayabilir (Wimmer & Dominick, 2006). Vaka incelemesi; spesifik, karmaşık, işler bir şeydir ve genele değil, özele odaklanır (Stake, 1995). Bu nedenle çok büyük oranda detay bilgiye ulaşmayı sağlar, ancak genelleme düzeyinde çıkarımlar yapmaya elverişli değildir. Okuyucunun bu araştırmanın, yer, mekân, kişi(ler) vb. gibi etkenlerinin gerçek zamanı bağlamında araştırıldığını ve araştırmanın başka durum ve zaman için uygulanamayacağını göz önünde bulundurması önemlidir.

KAYNAKÇA

- Adams, S. (2008). 'Damien Hirst sale makes £111 milion'. The Telegraph, 16 Eylül 2008. <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/artsales/3560707/Damien-Hirst-sale-makes-111-million.html> adresinden 01 Haziran 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Anderson, J., Reckhenrick, J. & Kupp, M. (2011) The fine art of success: How learning great art can create great business. Chichester: John Wiley & Sons.
- Artun, A. (2011). Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi: Estetik ve Modernizmin Tasfiyesi. İstanbul: İletişim Yayınları

- Berens, J. (2008). Freeze: 20 years on. *The Guardian*, 1 Haziran 2008. <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2008/jun/01/art> adresinden 10 Haziran 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Brown, G. M. (2010) Art price indices. *Financial Times*, 26 Kasım 2010. <http://www.ft.com/cms/s/2/933b4e62-f824-11df-8875-00144feab49a.html#axzz26kpHY6Nc> adresinden 17 Ağustos 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Curioni, S. B. (2012) 'A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement'. In: Lind, M. & Velthuis, O. (eds) *Contemporary Art Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*. Berlin: Sternberg Press., 2012.
- Fillis, I. (2010) 'The tension between artistic market orientation in visual art'. In: D. O'Reilly & F. Kerrigan, (eds). *Marketing the Arts: A Fresh Approach*. London: Routledge., 2010.
- Gerring, J. (2007) *Case Study Research: Principles and Practices*. New York: Cambridge University Press.
- Ginsburg, V. A. (2003) 'Art markets'. In: R. Towse, (ed.) *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Inc., 2003.
- Hirschman, E. C. (1983) 'Aesthetics, Ideologies, and the Limits of the Marketing Concept'. *Journal of Marketing* (47), ss. 45-55.
- Hirst, D. <http://www.damienhirst.com/exhibitions/group/1988/freeze> adresinden 26 Ağustos 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Lind, M. (2012) 'Contemporary art and its commercial markets'. In: Lind, M. & Velthuis, O. (eds) *Contemporary Art Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*. Berlin: Sternberg Press., 2012.
- McAndrew, C. (2010) 'An introduction to art and finance'. In: C. McAndrew, (ed.) *Fine Art and High Finance: Expert Advice on the Economics of Ownership*. New York: Bloomberg Press.
- Robertson, I. (2005) 'The international art market'. In: I. Robertson, ed. (2005) *Understanding International Art Markets and Management*. Abingdon: Routledge.
- Robson, C. (2002) *Real World Research*, 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishing.
- Schroeder, J. E. (2010) 'The artist in brand culture'. ss. 18-30.
- Singh, A. (2012a) 'Damien Hirst: assistants make my spot paintings but my heart is in them all'. *The Telegraph*, 12 Ocak 2012. <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/art-news/9010657/Damien-Hirst-assistants-make-my-spot-paintings-but-my-heart-is-in-them-all.html> adresinden 10 Eylül 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Singh, A. (2012b) 'Yayoi Kusama: dear Damien Hirst, the spots were my idea'. *The Telegraph*, 7 Şubat 2012. <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/9067060/Yayoi-Kusama-dear-Damien-Hirst-the-spots-were-my-idea.html> adresinden 10 Eylül 2012 tarihinde edinilmiştir.

- Sotheby's (2008a) <http://www.sothebys.com/en/auctions/results.sale.pdf/2008/damien-hirst-beautiful-inside-my-head-forever.pdf> adresinden 26 Ağustos 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Sotheby's (2008b) <http://www.sothebys.com/en/auctions/results.sale.pdf/2008/damien-hirst-beautiful-inside-my-head-forever-evening-sale-108027.pdf> adresinden 26 Ağustos 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Stake, R. E. (1995) *The Art of Case Study Research*. California: Sage Publications.
- Tate (2010). *Tate Report 2008-2009*. http://www.tate.org.uk/about/tatereport/2009/Tate_Report_2008-09.pdf adresinden 1 Eylül 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Tate (2012). 'Turner Prize: Year by Year' <https://www.tate.org.uk/britain/turnerprize/history/1984.shtm> adresinden 11 Eylül 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Thompson, D. (2012) *Sanat Mezat*. Çev. Renan Akman. İstanbul: İletişim Yayınları
- Thornton, S. (2011) *Sanat Dünyasında Yedi Gün*. Çev. Mine Haydaroğlu. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (2006) *Mass Media Research: An Introduction*, 8th ed. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Wu, C. (2005) *Kültürün Özelleştirilmesi: 1980ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi*. Çev. Esin Soğancılar. İstanbul: İletişim Yayınları

KİTAP TANITIMI

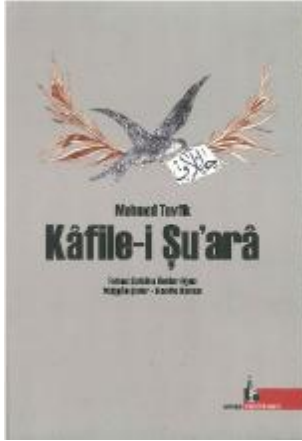
K. H. Yılmaz / NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2 (2012) 256-257
K. H. Yılmaz / Nevşehir University Journal of Social Sciences 2 (2012) 256-257

MEHMED TEVFIK – KÂFİLE-İ ŞU'ARÂ*

Arş. Gör. Kadri H. YILMAZ

Nevşehir Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi

kadri.yilmaz@nevsehir.edu.tr



Edebiyat tarihi araştırmalarının ilk başvuru kaynaklarından olan biyografiler, tanınmış kişilerin hayat hikâyelerinden bahseden bir türdür ve divan edebiyatında daha çok tezkire olarak anılmaktadır. Edebiyatımızda tezkire geleneği 15. yüzyılda Çağatay sahasında Ali Şir Nevâî'nin Mecâlisü'n-nefâis'i ile başlamış, Anadolu sahasında ilk örneğini ise Sehî Bey'in Heşt Behîşt isimli tezkiresi ile vermiştir. Bu gelenek 20. yüzyılın başlarına kadar kesintisiz olarak devam etmiştir.

Yakın zamanda baskısı yapılan Kâfile-i Şu'arâ 19. Yüzyılda "Çaylak" lakabıyla tanınan Mehmet Tefik tarafından kaleme alınmıştır. Mehmet Tefik özellikle çıkarmış olduğu mizahi gazete sayesinde şöhret bulmuş ve lakabını da buradan almıştır. Çıkardığı gazetelerin ve çeşitli gazetelerde yazdığı yazıların yanında şiirleri de bulunan Tefik'in, *Letâif-i İnşâ*, *Nizâmü'l-âlem li-cenâbi Akhisarî*, *İstanbul'da Bir Sene*, *Âsâr-ı Perîşân*, *Letâif-i Nasreddin*, *Yâdigâr-ı Macaristan Asr-ı Abdülhamid Han*, *Usûl-i İnşâ* ve *Kitâbet* gibi çeşitli konularda kaleme aldığı eserleri bulunmaktadır.

Zamanında cüz cüz ve az sayıda basıldığından kütüphanelerde tam takımının bulunması oldukça zor olan Kâfile-i Şu'arâ'dan bugüne kadar sadece Arap harfli metninden yararlanılabiliyordu. Bu durum göz önüne alınarak eser Latin harfleriyle yayımlanmış ve araştırmacıların dikkatine sunulmuştur.

Eser; *İçindekiler* ve *Kısaltmalar*'ın ardından *Önsöz*, *Mehmed Tefik* ve *Kâfile-i Şu'arâ* ve *Kaynakça* ile devam etmekte, *Kâfile-i Şu'arâ*'nın metni ve tezkirede geçen şair adları *Dizin*'i ile son bulmaktadır.

Kâfile-i Şu'arâ, Türk edebiyatının belirli bir dönemini değil Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan Tefik'in kendi dönemine yani 19. yüzyıla kadar yaşamış olan şairler hakkında bilgi vermek amacıyla yazılmıştır. Eserin

* *Mehmed Tefik – Kâfile-i Şu'arâ*, Hazırlayanlar: Fatma Sabiha Kutlar Oğuz, Müjgan Çakır, Hanife Koncu, İstanbul, Doğu Yayınevi, 2012, 320 sayfa.

KİTAP TANITIMI

K. H. Yılmaz / NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2 (2012) 256-257
 K. H. Yılmaz / Nevsehir University Journal of Social Sciences 2 (2012) 256-257

mensur mukaddimesinden sonra yer verilen şairler, “Sultan Şairler, Şeh-zâde Şairler ve Diğer Şairler” şeklinde üç başlıkta toplanmıştır. 12 padişahın yer aldığı *Sultan Şairler* Osman Gâzî ile başlayıp Sultan Selim Han-ı Salis ile 5 şeh-zâdenin yer aldığı *Şeh-zâde Şairler* kısmı ise Şeh-zâde Sultan Cem ile başlayıp Şeh-zâde Sultan Bayezid ile son bulmaktadır. Diğer şairler başlığı altında da 264 şair yer bulmaktadır. Tezkirede yer alan bilgilerin büyük çoğunluğu derleme niteliği taşımaktadır. Mehmet Tevfik’in Kâfile-i Şu’arâ’yı kaleme alırken yararlandığı kaynaklar arasında Fatim’in Hatimetü’l-eş’âr’ı, Kınalı-zâde Hasan Çelebi, Riyâzî, Safâyî, Latîfî, Rızâ ve Âşık Çelebi gibi önemli birçok tezkire yer almaktadır. Kâfile-i Şu’arâ H.1290/M.1873Te on cüz olarak basılmıştır ancak “dal” harfinde yarım kalmıştır. Mehmet Tevfik bu basım tarihinden 20 yıl sonra M.1893’te vefat etmişse de bu süre zarfında eserini tamamlayıp yayımlamamıştır. Eser bu eksik haliyle bile 264 şairi barındırmaktadır.

Kâfile-i Şu’arâ’nın metninin, başındaki Mukaddime’den Beyânî maddesinin sonuna kadar olan kısım Fatma Sabiha Kutlar Oğuz tarafından, Pertev ile Hıfzî maddeleri arasındaki kısım Müjgân Çakır tarafından, Hıfzî ile maddeleri arasındaki kısım ise, Hanife Koncu tarafından okumuştur. Metinde geçen ayet ve hadislerin tercüme ve dipnotlarda verilmiş, ayetlerin geçtiği sûrenin ismi ve numarası da gösterilmiştir. Ayrıca eserde olmayan fakat yazarlar tarafından gerekli görülen bir takım notlar düşürülmüş, bazı sözcükler üzerinde metin tamirinin nerelerde yapıldığı ifade edilmiştir. Tezkire metninin mensur kısımları mümkün olduğunca günümüz Türkçesine yaklaştırılarak okunmuş ve şiir alıntılarında şairlerin yaşadığı yüzyılın dönem özellikleri dikkate alınmıştır.

Her üç yazarın özenli çalışmalarıyla ortaya konmuş olan bu kitapla, klasik Türk edebiyatı araştırmalarının vazgeçilmez kaynaklarından olan tezkireler zincirine bir halka daha eklemiştir. Cüzler halinde olan ve tam takımına ulaşmanın oldukça zor olduğu belirtilen bu eseri kolektif bir çalışma ile kültür ve edebiyat dünyasına kazandırdıkları için yazarlara teşekkür ediyoruz.

BAŞLANGIÇTAN GÜNÜMÜZE AVRUPA BİRLİĞİ KURUMLARI*

Yrd. Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ

Nevşehir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

igullu@nevsehir.edu.tr



Sosyal bilimler için önemli bir inceleme alanı olan Avrupa Birliği (AB) kuruluşundan günümüze, iktisat, sosyoloji, uluslararası ilişkiler ve diğer disiplinler açısından önemli bir ilgi odağını oluşturmuştur. Araştırmacıların gerek Türkiye'nin yarım asrı aşan süredir AB ile devam eden ilişkileri, gerekse söz konusu örgütün yapısal işleyişi üzerindeki çalışmaları her geçen gün daha da yoğunlaşmaktadır. Prof. Dr. Ercüment Tezcan'ın editörlüğünde, doktoralarını AB alanında yapan araştırmacıların katkılarıyla yayınlanan "Başlangıçtan Günümüze Avrupa Birliği Kurumları" adlı eser, alanındaki ilk

çalışma niteliğindedir.

Toplam sekiz bölümden oluşan kitabın ilk bölümü, Prof. Dr. Ercüment Tezcan tarafından kaleme alınan "Avrupa Birliği'nin Hukuksal ve Kurumsal Yapısıyla İlgili Gelişmeler: Kurucu Metinler Düzeyinde Bir Değerlendirme" başlığını taşımaktadır. Kitabın, genç akademisyen ve araştırmacılar tarafından hazırlanmış olan diğer bölümleri ise şu şekildedir:

-Muzaffer Akdoğan, "1961'den Günümüze Avrupa Konseyi'nin Gelişimi ve İşlevi"

-Didem Saygın, "Avrupa Parlamentosu: Kısıtlı Yetkiden Demokrasiye"

-Sinan Bataklar, "Topluluklardan Günümüze Bakanlar Konseyi"

-İlhan Aras, "Yüksek Otorite'den Avrupa Birliği Komisyonu'na"

-Mehlika Özlem Ultan, "Avrupa Kömür Çelik Topluluğu Divanı'ndan Avrupa Birliği Adalet Divanı'na: Yargısal Denetim Çerçevesindeki Kurumsal Yapılanma"

* *Başlangıçtan Günümüze Avrupa Birliği Kurumları*, Ercüment Tezcan (Editör), Hayat Yayınları, İstanbul, 2013, 583 sayfa.

KİTAP TANITIMI

İ. Güllü / NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2 (2012) 258-259
İ. Güllü / Nevşehir University Journal of Social Sciences 2 (2012) 258-259

-Şerife Pallı & İlhan Aras, “Avrupa Kömür Çelik Topluluğu Denetçisinden Avrupa Sayıştayı’na: Mali Denetim Çerçevesindeki Kurumsal Yapılanma”

-Serpil Bardakçı, “Tüneldeki Yılan’dan Avroya: Ekonomik ve Parasal Birlik Çerçevesindeki Kurumsal Yapılanma”

Kitap bölümlerinde, AB’nin temel kurumları hukuksal ve siyasal açıdan detaylı bir şekilde incelenerek söz konusu kurumların faaliyet alanları, oluşumları, geçirdikleri değişim süreçleri ortaya konularak okuyucunun dikkatine sunulmaktadır. Ayrıca her bölüm, tablo ve şekillerle zenginleştirilip kaynakçasıyla ilgili literatürü tanıtılarak okuyucuya, bütünsel bir çalışma içerisinde kurumlara ayrı ayrı bakma imkânı sağlanmıştır.

AB alanındaki bu çalışma, konuyla ilgili önemli bir açığı kapatacak niteliktedir. Editörün de ifade ettiği gibi, “...en büyük dileğimiz, eksiğiyle fazlasıyla, yanlışıyla doğrusuyla bu çalışmanın bu yolda atılmış bir adım olarak değerlendirilmesi ve bu çalışmayı, Avrupa Birliği kurumları alanında dilimizde diğer çalışmaların izlemesidir.”

NEVŞEHİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Amaç ve Kapsam

Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nin amacı, sosyal bilim alanlarında ve disiplinlerarası çalışmalarda yüksek akademik standartlarda bilime katkı sağlamak, global bir bakış açısıyla özgür bilimsel düşünce gücünü desteklemek, meslek kuruluşları ve bireylerin ulusal ve uluslararası gelişmelerine yardımcı olmak, alanındaki gelişmeleri takip etmek ve bu alanlarda Türkçe ve İngilizce akademik kaynak oluşturmaktır.

Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Arkeoloji, Antropoloji, Psikoloji, Felsefe, Sosyoloji, Coğrafya, Edebiyat, Dil, Eğitim Bilimleri, İşletme, Girişimcilik, Örgütsel Davranış, İktisat, Turizm, İstatistik, Hukuk, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, İletişim, Tarih, Sanat Tarihi, Güzel Sanatlar ve Spor Yönetimi gibi sosyal bilim alanlarındaki bilimsel çalışmaların yanı sıra disiplinlerarası çalışmalara da yer veren uluslararası hakemli bir dergidir. Derginin yayın dili Türkçe, İngilizce ve Almanca'dır.

Yayın Aralığı

Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, uluslararası hakemli dergi statüsünde yılda iki sayı olarak yayınlanacaktır. Bileşik sayı basılmayacaktır.

Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yayın İlkeleri

1. Türkçe yazılarda, yazım ve noktalamada TDK İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.

2. Sosyal Bilimler alanında olması şartıyla hakem değerlendirilmesine sunulan çalışmalarda öncelikli olarak alanında bir boşluğu dolduracak, araştırmaya dayalı, özgün, daha önce yayınlanmamış, konusunda yeni ve dikkate değer görüşleri ortaya koyan araştırma veya inceleme olması şartları dikkate alınır. Herhangi bir sempozyum ya da kongrede sunulan yazılarda kongrenin adı, yeri ve tarihi belirtilmelidir.

3. Derginin editörleri veya editörler kurulu tarafından derginin yayın ilkelerine uygun olduğuna karar verilen çalışmalar içerik ve biçim bakımından incelenmek üzere en az üç hakeme gönderilir. Yayınlanması istenen çalışmalar, üç hakemin değerlendirmesine sunulduktan sonra, en az iki hakemin onayı ile yayına kabul edilmektedir. Hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, gönderilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez. Hakem raporları gizlidir. Olumlu rapor alamayan makaleler yayınlanmaz ve yazarına iade edilmez; bu konuda idarî ve hukuki sorumluluk kabul edilmez. Hakem değerlendirme raporları, Sosyal Bilimler Veri Tabanı Oluşturma Kurulu'nun incelemesine olanak verebilecek şekilde yayın tarihinden sonra en az 5 yıl süreyle saklanır ve istenildiğinde birer kopyaları Sosyal Bilimler Veri Tabanı Oluşturma Kurulu'na ulaştırılır.

Düzeltilme istenen yazılar, gerekli değişiklikler için yazar(lar)ına geri gönderilir. Düzeltilmiş metni 20 günlük süre (posta süresi dahil) içerisinde dergiye ulaştırmak yazar(lar)ın sorumluluğundadır. Düzeltilmiş metin, gerekli görüldüğü durumlarda, değişiklikleri isteyen hakemlerce tekrar incelenebilir. Hakem oluru alan makaleler, editörler veya editörler kurulu tarafından derginin konu içeriği esas olmak üzere, hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayınlanır.

4. Dergiye yayınlanmak üzere gönderilen tercüme ve çeviri yazılar için, makale sahibinin yayın izni alınmalı ve orijinal metin ayrıca gönderilmelidir. Bu çalışmalar da telif çalışmalar gibi hakem onayına gönderilir.

5. Dergide sosyal bilimler konuları çerçevesinde yayımlanmış bilimsel kitaplarla ilgili değerlendirme yazılarına yer verilir.

6. Dergi yıl içinde düzenli aralıklarla yayınlanır, derginin her sayısından 2 adet, yayımlandığı tarihten itibaren en geç 6 ay içerisinde "**TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı Oluşturma Kurulu YÖK Binası B-5 Blok 06539 Bilkent-ANKARA**" adresine ulaştırılır. Ayrıca ULAKBİM tarafından belirlenen standart formata uygun olarak 1 elektronik kopyası ULAKBİM'e ulaştırılır.

7. Dergi künyesinde derginin tam adı, kısaltılmış adı, açık adresi, editörün ve kurumsal olarak derginin e-posta dahil güncel adresleri belirtilecektir. Kapakta ve/veya iç kapak sayfasında derginin yayın aralığı ve yayınlanması gereken tarih (yıl ve ay olarak) belirtilecektir.

8. Bir yıl içindeki toplam bilimsel araştırma yazısı 15'ten az olmayacak ve toplam bilimsel yazı sayısının (araştırma, olgu sunumu, derleme) en az %50'sini oluşturacaktır.

9. Dergide yayınlanan bilimsel yazılar, türlerine göre sınıflandırılır (araştırma, olgu sunumu, derleme vb.) içindekiler bölümünde ve bilimsel yazının ilk sayfasında belirtilir.

10. Bilimsel yazıların ilk sayfasında, yazıların gönderim/kabul tarihleri belirtilir, yazarların kurumları ve iletişim kurulacak yazarın adres bilgilerine yer verilir.

Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yazım Kuralları (Yazarlar İçin Talimatlar)

1. Dergiye gönderilecek yazılar WİNDOWS ortamında ve MS WORD'ün yeni sürümlerinde yazılmalıdır. Yazı içinde kullanılan grafikler WİNDOWS ortamında açılabilir bir grafik formatında, fotoğraflar da fotoğraf formatında gönderilmelidir. Dergiye gönderilen yazı, şekil ve fotoğrafların dijital kayıtları bir CD ile gönderilmelidir. Orijinal fotoğraflar yüksek kontrastlı ve ser karton olmalıdır.

2. Yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, özet ve kaynakça dâhil 6000 (yaklaşık 20 sayfa) sözcükten fazla olmamalıdır.

3. Gönderilen yazının başlığı büyük harf, koyu, "Times New Roman" yazı karakteri ve 12 punto olmalıdır.

4. Bütün bilimsel yazılarda; Türkçe ve İngilizce başlık, 150 kelimelik Türkçe ve İngilizce özet mutlaka bulunmalıdır. Özeti altına yapılandırılmış öz ve yeterli sayıda (en az 3 ve en çok 6) anahtar kelime özeti dilinde verilmelidir. Yazı bir başka dilde yazılmışsa başlığın ve özeti Türkçe tercümesi verilmelidir. Türkçe ve İngilizce özetler, çalışmanın amacını, yöntemini ve temel bulgularını kapsamalıdır. Özet "Times New Roman" yazı karakteriyle 10 punto ve tek satır aralıklı yazılmalıdır.

5. Ana metin, Giriş bölümü başta olmak üzere İngilizce anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bırakılarak "Times New Roman" yazı karakteri, 11 punto ve satırlar tek aralıklı yazılmalıdır. Metinde belli bir plan dahilinde giriş, araştırma metni, bulgular, yorumlar, sonuçlar ve önerilere yer verilmelidir.

6. Gönderilen yazılarda dipnotlar sayfa altına verilmiş ise, 9 punto ve tek satır aralıklı yazılmalıdır.

7. Gönderilen yazılarda paragraf ölçüleri, ilk satır 1,25, paragraflar arası önceki 3 nk, sonraki 3 nk, metin iki yana dayalı olmalıdır.

8. Sayfa düzeni normal, sayfa yapısı üstten 5 cm, alttan 5,5 cm, sol 4,5 cm, sağ 4,5 cm, cilt payı 0 olmalıdır.

9. Dergiye gönderilen yazılarda başlıklarda numaralandırma yapılmalıdır. Yazılarda başlıklardan önce bir satır boşluk bırakılmalıdır. Ana başlıklar büyük harfle ve **bold**, alt başlıklar ise sadece ilk harfleri büyük harf olmak üzere **bold** ve *italic* olarak yazılmalıdır.

10. Dergiye gönderilen yazılarda Tablo adları üste olmalı ve her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalıdır. Resim, şekil, grafikler bilgisayarda çizilerek "Şekil" adı altına gösterilmeli ve her kelimenin ilk harfi büyük olmalıdır. Tablo ve Şekiller sırasıyla numaralandırılmalıdır. Tablo ve Şekil içindeki metinler 10 punto ile yazılmalıdır. Tablo ve Şeklin hemen altında ise yararlanılan kaynak tam olarak belirtilmelidir. Yararlanılan kaynak "Times New Roman" yazı karakteri, 9 punto ve tek satır aralıklı yazılmalıdır.

11. Referans vermede Amerikan Psikoloji Derneği Yayın Kılavuzu 6. Basımını esas alınacaktır. Bu çerçevede;

a) Dergiye gönderilen yazılarda dipnotlar Harvard (Bağlaç) Sistemi olarak adlandırılan; yani yazar soyadı (kurum ve rapor adı vs.), tarih ve sayfa numaralarının verildiği sisteme göre yapılmalıdır. Örnek: Eğer Can Tansel Tuğcu'nun 2010 yılında yayınlanmış kitabının 23. sayfasından alıntı yapılmış ise, yazıda metin içerisinde referans şöyle verilmelidir (Tuğcu, 2010: 23). Eğer referans DPT'nin 2000 yılındaki raporunun 28. sayfasına yapılmış ise, dipnot şu şekilde verilmelidir (DPT Raporu, 2000: 28). Ancak gerekli durumlarda sayfa altı dipnot sistemi de kullanılabilir.

b) Yazarlar, konu ile doğrudan ilgili olmayıp eserde yer alması gerektiğine inandıkları bilgileri, metin içerisinde ilgili sözcüğün sağ üst köşesine sıra numarası vererek, aynı numara ile sayfa altına 9 punto 1 satır aralığı ile dipnot olarak verilmelidir.

c) Tablo, Şekil ve Grafik gibi normal yazı dışındaki göstergelerin çok olması durumunda Tablo, Şekil ve Grafik için başlıklar; EK Tablo 1, EK Grafik 3 ve

EK Şekil 7 gibi yazılmalı, EKLER, metin sonunda KAYNAKÇA'dan sonra verilmelidir. Bu göstergelere metin içerisinde yapılan göndermelerin mutlaka EK Tablo 1, EK Grafik 3 veya Ek Şekil 7 şeklinde yapılmalıdır. Tablo, şekil, grafik ve resim için şayet alıntı yapılmışsa, mutlaka kaynak belirtilmelidir.

d) Dergiye gönderilen yazılarda kullanılan bütün kaynaklar, yayının sonunda "Kaynakça" başlığı altında, yazarın soyadına göre alfabetik biçimde bibliyografya kurallarına uygun olarak verilir. Kaynak bildiriminde sıra; "yazar soyadı, adı, eserin adı (italik), (varsa çevirenin adı soyadı) basım yeri ve yılı" olarak düzenlenmelidir. Kaynakça "Times New Roman" yazı karakteri, 10 punto ve tek satır aralıkla yazılmalıdır.

e) Metin içerisinde verilen referanslar ve kaynakçadaki gösterimlerine ilişkin bazı örnekler aşağıda verilmiştir:

Kitaplar (Books)

1) Tek yazarlı kitap :

Kaynakçada:

Achenbaum, W. A. (1986). *Social Security*, London: Cambridge University Press.

Kılıç, F. (1998). XVII. yy.Tezkirelerinde Şair ve Eser Üzerine Değerlendirmeler, Ankara: Akçağ Yayınları.

Metin içinde: (Achenbaum, 1986: 40-51)

(Kılıç, 1998: 21)

2) İki yazarlı kitap:

Kaynakçada:

Bartol, K. and Martin, D. C. (1994). *Management*, New York: McGraw Hill Inc.

Aldemir, M. C. ve Ataol, A. (1991). *Personel Yönetimi*, İzmir: Kardeşler Kitabevi.

Metin içinde: (Bartol and Martin, 1994: 22-25)

(Aldemir ve Ataol, 1991: 34)

3) İki'den çok yazarlı kitap:

Kaynakçada:

Frederick, W. C., Davis, K. and Post, J. E. (1998). *Business and Society: Corporate Strategy, Publicity, Ethics*, Sixth Edition, New York: McGraw-Hill Pub.

Can, H., Tuncer, D. ve Ayhan, Y. (1994). *Genel İşletmecilik Bilgileri*, 3. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Metin içinde: (Frederick et.al., 1998: 79)

(Can vd., 1994: 121-127).

4) Derleme kitap:

Kaynakçada:

Miller, F. D. Jr. and Ahrens, J. (1998). The Social Responsibility of Corporations **In Tibor R. Marchan (Ed.)**, *Commerce and Morality* (p.140-160), New Jersey: Rowman&Littlefield Co., 1998.

Özgener, Ş., Öğüt, A. ve Kaplan, M. (2008). İşgören-İşveren İlişkilerinde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Sinizm, **Mahmut Özdevecioğlu ve Himmet Karadal (Ed.)**, *Örgütsel Davranışta Seçme Konular* (s.53-73), İlke Yayınevi, Ankara.

Metin içinde: (Miller and Ahrens, 1998: 142-144)
 (Özgener vd., 2008: 54)

Makaleler (Articles):

1) Tek yazarlı makale

Kaynakçada:

Carmeli, A. (2004). The link between organizational elements, perceived external prestige and performance. *Corporate Reputation Review*, 6 (4), 314-331.

Yıldırım, M. (2009). Kamu yönetiminde yeni bir ikilem: yurttaş odaklılık ya da müşteri odaklılık. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 99-115.

Metin içinde: (Carmeli, 2004: 315).
 (Yıldırım, 2009: 99-101).

2) İki yazarlı makale

Kaynakçada:

Todd, S. and Kent, A. (2009). A social identity perspective on the job attitudes of employees in sport. *Management Decision*, 47(1), 173-190.

Yüksel, Ö. ve Erkuşlu, H. (2003). Personel Güçlendirme-Empowerment. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 131-141.

Metin içinde: (Todd and Kent, 2009: 173)
 (Yüksel ve Erkuşlu, 2003: 132-137)

3) İki yazarlı çok yazarlı makaleler

Kaynakçada:

Lipponen, J., Helkama, K., Olkkonen, M. and Juslin, M. (2005). Predicting the different profiles of organizational identification: A case of shipyard subcontractors. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 97-112.

Akman, G., Özkan, C. ve Eriş, H. (2008). Strateji odaklılık ve firma stratejilerinin firma performansına etkisinin analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 1 (13), 93-115.

Metin içinde: (Lipponen et al., 2005: 97)
 (Akman vd., 2008: 99)

4) Aynı yazara ait birden fazla eser

Aynı yazarın aynı yılda yayınlanmış birden fazla eseri makalede kullanılmışsa eserler a,b,c, şeklinde sıralamaya tabi tutulur:

Kaynakçada:

Carmeli, A. (2004a). Exploring determinants of job involvement: an empirical test among senior executives. *International Journal of Manpower*, 26(5), 457-472.

Carmeli, A. (2004b). The link between organizational elements, perceived external prestige and performance. *Corporate Reputation Review*, 6(4), 314-331.

Metin içinde: (Carmeli, 2004a: 457)

(Carmeli, 2004b: 315-317)

5) Basımda olan dergi makaleleri

Kaynakçada:

Yang, J., He, J. and Gu, Y. (in press). The implicit measurement of destination image: the application of implicit association tests, *Tourism Management*. Available online 23 February 2011.

Metin içinde: (Yang et. al., 2011)

6) Popüler dergi makaleleri

Kaynakçada:

Celil, A. (Ocak 2011). Global doğan şirketlerin tepe yönetimi sendromu, *Capital Dergisi*, 234, 14-17.

Metin içinde: (Celil, 2011:14)

Çeviri Eserler

Kaynakçada:

Thurow, L. C. (1996). *Kapitalizmin Geleceği*, 1. Baskı, (Çev.) Serpil Demirtaş ve Nebil İlseven, İstanbul: Çağdaş Bakışlar Dizisi: 14, Sabah Yayınları.

Metin içinde: (Thurow, 1996: 112)

Toplantı ve Sempozyum Bildiri Kitapları

Kaynakçada:

Tak, B. ve Aydemir, B. A. (2006). Algılanan örgütsel prestij ile örgütsel bağlılık ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik bir araştırma. *14.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı içinde (s.215-216)*, Erzurum: Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Deci, E. L. and Ryan, R. M. (1990). A motivational approach to self: integration in personality. In R. Dientsbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation* 38 (pp.237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.

Metin içinde: (Tak ve Aydemir, 2006: 215)

(Deci and Ryan, 1990: 237-238)

Tezler

Kaynakçada:

Şahin, E. (1996). *İşletme-Çevre Etkileşimi ve İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Metin içinde: (Şahin, 1996: 141)

Ansiklopedi veya Sözlük

Kaynakçada:

Sadie, S. (Ed.) (1980). *The new Grove dictionary of music and musicians* (6th ed., Vols, 1-20, pp.502-513). London: MacMillan.

Öztuna, Y. (1969). *Türk musikisi ansiklopedisi*. (C.2, ss.201-205) İstanbul: MEB Devlet Kitapları.

Metin içinde: (Sadie, 1980: 312).

(Öztuna, 1969: 201-205)

Yazarı belli olmayan resmi, özel yayınlar, raporlar vb.

Kaynakçada:

National Institute of Mental Health. (1990). *Clinical training in serious mental illness* (DHHS Publication no. ADM 90-1679). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Türkiye Genç İşadamları Derneği. (2006). TÜGİAD'ın 2006 yılı 2. yarı beklentileri ve bu beklentiler doğrultusunda değerlendirme ve önerileri, İstanbul: Simge Ofis Matbaacılık.

Önortaç, N. (2007). Avrupa birliği müktesebatı (Tek. Rap. No. 11). İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yönetim Uygulama ve Araştırma Merkezi.

Metin içinde: (National Institute of Mental Health, 1990: 22)

(Türkiye Genç İşadamları Derneği, 2006: 16-17)

(Nuri, 2007: 7).

Internet Kaynakları

Kaynakçada:

Lawson-Body, A. and Limayem, M. (2004). The impact of customer relationship management on customer loyalty: the moderating role of web site characteristics. *Journal of Computer-Mediated Communication* 9(4), Retrieved November 20, 2004 from the http://www.ascusc.org/jcmc/vol9/issue4/lawson_body.html.

PCaW-Public Concern at Work. (1998). Internal Whistle Blowing. *Public Concern at Work Web Site*, Retrieved 26 May 2007 from <http://www.pcaw.co.uk>.

Yeşilyurt, S. (2008). Üniversiteye giriş sınavına hazırlanan öğrencilerin dersaneleri tercih etme sebepleri ve dersanelerdeki biyoloji öğretiminin durumu üzerine bir çalışma. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 10, <http://www.pegem.net/akademi/3-47754.asp> adresinden 25 Şubat 2011 tarihinde edinilmiştir.

Metin içinde: (Lawson-Body and Moez, 2004: ¶72)

(PCaW-Public Concern at Work, 1998: ¶5)

(Yeşilyurt, 2008: ¶95-109).

Film incelemeleri

Kaynakçada:

Kraus, J. (1992). Visions of psychology: A videotext of classic studies [Review of the motion Picture *Discovering Psychology*]. *Contemporary Psychology*, 37, 1146-1147.

Durak, E. Ş. (2007). Film analizi yöntemi ile Virginia satir aile terapisi yaklaşımına bir bakış [Annem Uğruna filminin değerlendirilmesi]. *Türk Psikoloji Yazıları* 10 (20), 43-62.

Metin içinde: (Kraus, 1992: 1146-1147)
 (Durak, 2007: 43)

Sinema filmi

Kaynakçada:

Scorsese, M. (Producer) and LONERGEN, Kenneth. (Writer/Director). (2000). You can count on me [Motion picture]. United States: Paramount Pictures.

Deveci, S. (yapımcı) ve Oğuz, A. (Yönetmen). (2006). *Mutluluk* [Sinema Filmi]. Türkiye: ANS&Higway Film.

Metin içinde: (Scorsese and Lonergen, 2000)
 (Deveci ve Oğuz, 2006)

Televizyon Yayını

Kaynakçada:

Güçlü, A. (Yöneticisi), (2004, 21 Şubat). *Genç bakış* [Televizyon Yayını]. İstanbul: Kanal D Company.

Metin içinde: (Güçlü, 2004, 21 Şubat)

Televizyon Dizileri

Kaynakçada:

Türkoğlu, A. (Yapımcı) ve Gürtop, H. (Yönetmen). (2005). *Hayat türküsü* [Televizyon Dizisi]. Ankara: Koliba Film.

Metin içinde: (Türkoğlu ve Gürtop, 2005)

Müzik Kayıtları

Kaynakçada:

Yayla, B. ve Filiz, A. Ş. (2004). Senden kalan. *Pervane üstünde* [CD]. İstanbul: Kalan Müzik.

Metin içinde: (Yayla ve Filiz, 2004)

Yazar dışında bir sanatçı tarafından yeniden yapılanmış kayıtlar

Müren, Z. (1976). Bir yangının külünü [Kayıt Muazez Abacı]. *Zirvedeki şarkılar üstünde*. [CD]. İstanbul: Yavuz&Burç Plakçılık.

Metin içinde: (Müren, 1976)

Ses Kayıtları

Costa, Paul.T., Jr. (Speaker). (1988). *Personality, contiunity, and changes of adult life* [Cassette Recording No.207-433-88A-B). Washington, DC: American Psychological Association.

Metin içinde: (Costa, 1988)

12. Etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel çalışmalar için etik kurul onayı alınmalı ve gerektiğinde belgelendirilmelidir. Bilimsel araştırma ve yayınlarda ulusal ve uluslararası alanda geçerli etik kurallara uyulmalıdır.

13. Bilimsel yazıların bütünlüğünü bozmamak açısından reklam ve benzeri tanıtılar bilimsel yazı içinde yer almamalı ve bunlara sayfa numarası verilmemelidir.

14. Gönderilen yazılarda yazar ve yazarların açık adresleri (aktif kullanılan mail adresi dahil) olmalıdır. Örneğin; Nevşehir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Ahmet TANÇ, atanc@nevsehir.edu.tr gibi.

Telif Hakkı ve Makale Kabul Süreci

1. Dergiye gönderilecek yazıların, daha önce başka bir yerde yayımlanmamış olması ve değerlendirme sürecinde bulunmaması gerekmektedir. Ayrıca yazılar, dergiye gönderilen yayınlar ile ilgili süreçler tamamlanmaya kadar başka bir dergiye değerlendirilmek üzere gönderilmemelidir. Yazarlardan bu hususlara riayet edilmesi ve doğabilecek sıkıntıların engellenmesi amacıyla dergi otomasyonu web sayfasındaki “**Yayın Hakkı Devir Sözleşmesi**” formu imzalanarak posta ile Enstitümüze ulaştırılmalıdır. Aksi halde Makale/Yazılar yayımlanmayacaktır.

2. Dergiye gönderilen makaleler/yazılar, Dergi Otomasyonu programı (<http://edergi.nevsehir.edu.tr>) aracılığı ile gönderilmelidir. Otomasyon haricinde gönderilen makaleler işleme konmaz. Gönderilen makaleler hakkında yazarlar kendilerine ait şifreleri kullanarak dergi otomasyon programı üzerinden bilgi alabilirler.

3. Dergide yayımlanan yazılara telif ücreti ödenmez. Dergide yayımlanan yazıların telif hakkı Nevşehir Üniversitesi'ne aittir. Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, telif hakkı karşılığında yazarlarına iki (2) adet dergi gönderir. Yayımlanmış yazının tamamının tekrar yayın hakkı, derginin iznine bağlıdır.

4. Dergide yayımlanan yazıların bilimsel, hukuki ve idari sorumluluğu yazarlarına aittir.

5. Yayın hakları saklıdır. Nevşehir Üniversitesi'nin yazılı izni alınmaksızın dergide yayımlanan çalışmaların bütünü veya bir kısmı elektronik, mekanik kayıtlama veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez. Ancak, kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılmasına izin verilir.

Editör Yazışma ve Abonelik Adresi

Dergi web sayfası adresi: <http://edergi.nevsehir.edu.tr>

E-mail adresi: sbedergi@nevsehir.edu.tr

Adres: 2000 Evler Mah. Zübeyde Hanım Cad. Nevşehir Üniversitesi Yerleşkesi 50300 Nevşehir

NEVSEHIR UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Aim and Scope

The aim of Nevşehir University Journal of Social Sciences is to contribute in the fields of social science and multidisciplinary studies with high standards of academics, to support the power of free scientific thought on a global perspective, to assist the development of professional organizations and individuals in national and international scales, to follow developments in the fields of social science and to create Turkish and English academic source for the fields.

Nevsehir University Journal of Social Sciences (NUJSS) is an international double blind peer-reviewed journal that covers multidisciplinary studies in addition to the fields of social sciences such as Archeology, Anthropology, Psychology, Philosophical, Sociology, Geography, Literature, Linguistics, Educational Sciences, Business Management, Entrepreneurship, Organizational Behaviour, Economics, Tourism Management, Statistics, Law, Political Science, Public Administration, International Affairs, Communication Sciences, General History, History of Art, Fine Arts, Sport Management and multidisciplinary studies. The languages of the Journal are Turkish, English and German.

Nevsehir University Journal of Social Sciences (NUJSS) is published at twice a year and is an international peer-reviewed journal and no composite will published.

Instructions for Authors

Please note, all papers must be submitted in accordance with the Instructions for Authors:

1. Manuscripts must adhere to the style and conventions of the *Publication Manual of the American Psychological Association*, 6th edition. Authors whose native language is not English should have a native speaker of English with knowledge of grammar and styles in the U.S. context review their manuscripts before submission.

2. Each manuscript must be accompanied by a statement that it has not been published elsewhere and that it has not been submitted simultaneously for publication elsewhere in the same form, in any language.

3. Authors are required to submit manuscripts electronically. This journal uses Open Journal Systems (<http://edergi.nevsehir.edu.tr>) to peer review manuscript submissions. Please read the guide for OpenJournalSystems authors before making a submission. Complete guidelines for preparing and submitting your manuscript to this journal are provided below. New users should first create an account. Once a user is logged onto the site submissions should be made via the Author Centre. If submitting a disk, it should be prepared using MS Word and should be clearly labeled with the authors' names, file name, and software program.

4. Manuscripts must be single-spaced, in Times New Roman with 11-point font. In manuscripts, page layout has to be arranged as to leave 5 cm from above, 5.5 cm from below, 4.5 cm from left, 4.5 cm in from right.

5. Submission: Manuscripts should be of 6,000 words (including figures, tables, appendixes and references). Please ensure that the files are not saved as read only and virus-check all files before uploading them. Please also ensure that there are no macros, hidden text, tracked changes or comments in the files.

6. Title page: title, authors' names, affiliations and addresses and the name, address, email address, and telephone and fax numbers of the author to whom all correspondence concerning the article should be sent, plus a biography for each author (c. 150 words each) detailing the authors' background, affiliations and interests.

7. Second page: title, abstract of about 150 words.

Abstract must be single-spaced, in Times New Roman with 10-point font. Abstract should include the following information:

§ *Purpose of the Manuscript:* What are the reasons for writing the manuscript or the aims of the research? (Mandatory)

§ *Design/Methodology/Approach:* What are the main methods used for the research? (Mandatory)

§ *Findings:* What was found in the course of the work? (Mandatory)

§ *What is Original/Value of Manuscript:* What is new in the manuscript? State the value of the manuscript and to whom. (Mandatory)

§ *Research/Limitations/Implications:* If research is reported on in the manuscript, include suggestions for future research and identified limitations and implications for practice in the research process. (if applicable)

8. Keywords: Please supply three to six keywords. Of these, one should describe the topic area and one should describe the methodology used. The remaining keywords should reflect the specificity of the manuscript. Keywords must be single-spaced, in Times New Roman with 10-point font.

9. Headings: Level of headings should be clear. Main headings should be in **bold** and subheadings in *italics*. Sentence case (Only the first word capitalized) should be used for all headings. Headings must be double-spaced, in Times New Roman with 12-point font.

10. Tables and Figures: Each should be numbered in the order in which they are referred to in the text and cited as Figure 1, Table 1, etc. Figures and tables must be placed in the manuscript close to where they are referred to. Please put page breaks before and after each table / figure to ensure the best conversion into PDF format for proofing. Figure and Table must be single-spaced, in Times New Roman with 10-point font.

11. Footnotes: Footnotes should be kept to a minimum and should offer significant comment and not just merely cite references. References should be indicated within the main body of the text. Namely, footnotes must be in **Harvard**

style and carefully checked for completeness, accuracy and consistency. Footnotes must be single-spaced, in Times New Roman with 10-point font.

12. References: References must be single-spaced, in Times New Roman with 10-point font Please supply five to six keywords. References are indicated in the text in the APA (American Psychological Association) style. Guide to these can be downloaded:

Full reference style guide

<http://sbe.nevsehir.edu.tr/journal/authors/style/reference/APA.pdf.asp>.

If you have any questions about references or formatting your article, please contact sbedergi@nevsehir.edu.tr.

13. Refereeing: All submitted manuscripts are logged and given a reference number, which will be used in all correspondence throughout the review process. Manuscripts are then passed to the Journal Editors, who will desk review them and decide whether they are suitable submissions to the Journal. At this stage, authors will either receive a desk reject letter from the Editors or their manuscript will be passed to an Associate Editor expert in the subject area. The Associate Editor will then send the manuscript to three reviewers whose interests and expertise lie within a relevant field. All manuscripts are double-blind reviewed.

We hope to receive reviews back within 6-8 weeks and once the reviews have been received, the Editors will make a decision. Authors will be sent a copy of the reviewers' comments and as a result of these comments may be asked to revise and resubmit their manuscripts. Resubmitted manuscripts may then be returned to the original reviewers for further comment.

14. Copyright: Authors can receive four complimentary copies of the issue containing their article. To order extra copies of the issue containing your article, please contact NEU Graduate School of *Social Sciences* Customer Services Team at sbedergi@nevsehir.edu.tr. After publication, the copyrights of the manuscripts belong to Nevşehir University-Graduate School of *Social Sciences*. No copyright fee is paid to the authors. No material published in this journal may be reproduced, stored, transmitted or disseminated in any forms or by any means without obtaining written permission from Nevşehir University-Graduate School of *Social Sciences*. "The Transfer of Copyright Agreement" form (<http://sbe.nevsehir.edu.tr/preparation/copyright.asp>) must be filled out and uploaded by the corresponding author with the main manuscript. If the form is not completed as instructed, the manuscript will not be considered for peer review. Legal and Scientific responsibility for the article belongs to the authors themselves.