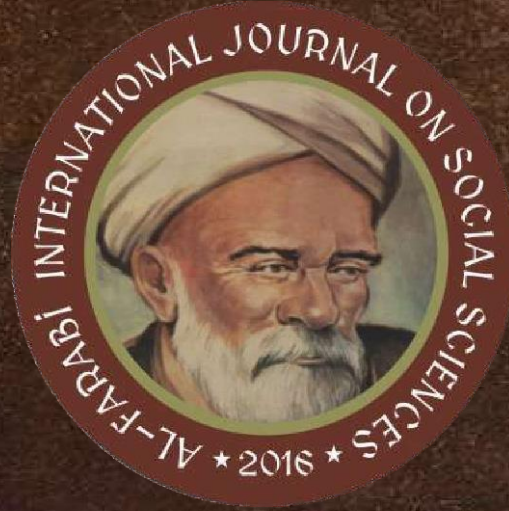


Year : September 2021 Volume 6, Issue 3

AL FARABI



International Journal on Social Sciences

Editor
Prof. Dr. SALİH ÖZTÜRK



IKSAD
Republic of Turkey



JOURNAL ID

The Name of Journal	: Al-Farabi International Journal on Social Sciences
Founded in	2016
ISSN	: 2564-7946
Issued in	: September 2021
Publisher of Journal	: IKSAD Publishing House
Chief Editor	: Prof. Dr. Salih ÖZTÜRK
Editor	: Dr. Kadir AYDIN

Scientific Committee

Dr. Salih Öztürk -	Tekirdağ Namık Kemal University
Dr. Kadir Aydın -	Adıyaman University
Dr. Sehrane Kasımi-	Azerbaijan National Academy
Dr. Zhi Huan -	Çin Minzu University
Dr. A.S. Kistaubayeva -	Al – Farabi Kazak National University
Dr. Abdikalık Kunimjan -	Kazak State Women Pedagogy University
Dr. Ahmed Lid -	El Ezher University
Dr. Akira Hıbıkı -	Tohoku University
Dr. Akmaral S. Syrgakbayeva -	Al – Farabi Kazak National University
Dr. Bahit Kulbaeva -	S.Baybeşev Aktobe University
Dr. Bekzhan B. Meyrbaev -	Al – Farabi Kazak National University
Dr. Cholpon Toktosunova -	Rasulbekov Kırgız Economy University
Dr. D.K.Tölegenova -	Makhambet U. Batı Kazakistan State University
Dr. Elena Belik Veniaminovna -	Vladivostok Devlet Economy University
Dr. G.I. Ernazarova -	Al – Farabi Kazak National University
Dr. Gulşat Şugayeva -	Dosmukhamedov Atyrau University
Dr. İsaevna Urkimbaeva -	Abılay Han International Relations University
Dr. Karligash Baytanasova -	Al – Farabi Kazak National University
Dr. Kulaş Mamirova -	Kazak State Women Pedagogy University

Indexes

COPERNICUS INDEX

Eurasian Scientific Journal Index

Scientific Indexin Service

CiteFactor

ASOS Indeks

ISUU

Root Indexing

DRJI

ResearchBib Scientific

World Index

CONTENTS

Canan KUŞ BÜYÜKTAŞ	Halep ve Civarında Hintli Tüccarlar ve Yerleşim Yerleri (16. ve 17. Yüzyıllar)	1-8
Okan AnıLAYDIN Sibel ORHAN Muhammet GÜMÜŞ Necibe KAYA Ezgi MAHANOĞLU	COVID-19'UN NEDENLERİ ALGISI İLE COVID-19 KORKUSU ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	9-25
Murat SEZİK	KENTSEL GELİŞİM SÜRECİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER BAĞLAMINDA MALATYA'NIN SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTSEL GELİŞİMİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER	26-40
Güray ALPAR	KÜRESELLEŞME KAVRAMININ KÖKENLERİ	41-53
Üzeyir YILDIZ	CORPORATE SOCIAL RESPONSİBİLİTY COMMUNICATION IN TURKEY: EVIDENCE FROM WEB OF 5 BIG HOLDİNGS	54-63
Burcu BAŞARAN	MODERNİTENİN SOSYAL KONTROL ARACI "MODA"	64-74



HALEP VE CİVARINDA HİNTLİ TÜCCARLAR VE YERLEŞİM YERLERİ (16. VE 17. YÜZYILLAR)¹

Dr. Öğr. Üyesi Canan KUŞ BÜYÜKTAŞ²

ÖZET

Avrupa ile Asya'yı birbirine bağlayan ticaret yollarının üzerinde yer alan Halep, kadim bir üretim ve ticaret kentidir. Bu itibarla Halep, uluslararası açıdan iktisadi bir öneme sahip olmuştur. Halep'in 16. yüzyılda Osmanlı hakimiyetine geçmesinin ardından, şehirdeki kervansaray ve çarşı kompleksleri gibi yapıların inşasının hız kazanması ile şehrin ticari cazibesi daha da artmıştır. Şehir, Avrupalı ve Asyalı pek çok tüccarın buluşma noktası olmuştur. Yabancı tüccarlar Halep'in çeşitli yerlerine yerleşmiş ve kendilerine mahsus mahallelerde ticaret işlerini yürütmüşlerdir. Bu bağlamda, Hintlilerin Halep'teki varlığı dikkat çekmektedir. Hintliler, Halep'te Hindiyân mahallesine yerleşmişler ve işlerini buradan yürütmüşlerdir. Hindiyân ismi dikkate alındığında, Halep'e gelen Hintlilerin bölgedeki yer adlarına da etki ettikleri görülmektedir. Hindiyân örneğinin yanı sıra Kefer Hind Köyü, Hindiye Mezra'ası, Hindiler ve Hindiyân tekkeleri de Halep ve civarında yerlerini almışlardır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Hintlilerin Halep ve çevresindeki yer adlarına bıraktığı etkilerden yola çıkarak, bölgedeki varlıklarına dair bir araştırma yapmaktır.

Anahtar Kelimeler: Halep, Hintli Tüccarlar, Hindiyân Mahallesi, Kefer Hind Köyü, Hindiye Mezra'ası

HALEP VE CİVARINDA HİNTLİ TÜCCARLAR VE YERLEŞİM YERLERİ (16. VE 17. YÜZYILLAR)

ABSTRACT

Located on the trade routes connecting Europe and Asia, Aleppo is an ancient city of production and trade. In this respect, Aleppo has been of economic importance from an international point of view. After Aleppo fell under Ottoman rule in the 16th century, the construction of buildings such as caravanserais and bazaar complexes in the city accelerated, and the commercial attraction of the city increased. The city became the meeting point of many European and Asian traders. Foreign traders settled in various parts of Aleppo and conducted trade affairs in their own neighborhoods. In this context, the presence of Indians in Aleppo is remarkable. The Indians settled in the Hindiyân (Indian) Quarter of Aleppo and ran their business from this region. Considering the name "Hindiyân", it is seen that Indians who came to Aleppo also influenced place names in the region. In addition to the Hindiyân example, "Kefer Hind Village, Hindiye Town, Hindî (Indian) people and Hindiyân Lodges" have also taken their places in and around Aleppo. In this context, the aim of this study is to make a research on the presence of the Indians in the region, based on the effects of the Indians on the names of places in and around Aleppo.

Key Words: Aleppo, Indian Merchants, Hindiyân (Indian) Quarter, Kefer Hind Village, Hindiye Town

1. GİRİŞ

Doğu Akdeniz eski çağlardan beri ekonomik yönden zengin olan bir bölgedir. Doğu ile Batı'nın ticaret yollarına kavşak olma görevini üstlendiği için çok çeşitli ticaret mallarının buluşma sahası olmuştur. Lewis'e göre, Akdeniz ile Uzak Doğu arasındaki bağlantıyı iki önemli yol

¹ "Bu çalışma, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Prof. Dr. Muhammet Beşir AŞAN'ın danışmanlığında Canan KUŞ tarafından 2012'de tamamlanan "XVI. Yüzyılda Ticari Alanda Osmanlı-Hindistan İlişkileri" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir."

² Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, hunasya@gmail.com, Orcid: 0000-0002-1621-587X

oluşturmuştur. Biri Fırat vadisiyle bağlantılı olan Basra Körfezi, diğeri ise Mısır ve Karadeniz yoludur (Lewis, 1952: 355). Bu sebeple Avrupalı ve Asyalı tüccarlar Doğu Akdeniz’de buluşmuşlar ve uluslararası bir öneme haiz olan ticareti gerçekleştirmişlerdir. Heyd’e göre, Doğu Akdeniz’de Avrupalılar 12. ve 13. yüzyıllarda ticaretteki yerlerini almışlar ve Suriye limanlarına yerleşmişlerdir. Böylece Doğu ile Batı arasında gerçekleşen mübadele yıl boyu sürmüştür. Suriyede bulunan koloniler Batılı tüccarlardan çok Doğu ticaretine hizmet etmiştir (Heyd, 1975: 197). Doğu Akdeniz’in bu ticari cazibesi Osmanlı hâkimiyeti döneminde de devam etmiştir. Bu bağlamda 1514, 1516 ve 1517 tarihleri önemlidir. Yavuz Sultan Selim’in 1514’te gerçekleştirdiği Çaldıran savaşı ile Doğu Anadolu bölgesinin önemli bir kısmı Osmanlı’nın eline geçmiştir. Bu olayın akabinde Yavuz Sultan Selim (1512-1520), Memluk Sultanı Kansu Gavri ile yaptığı Mercidabık savaşında 1516’da galip gelmesiyle Halep’i almış, bir yıl sonra da Suriye ve Mısır’ın fethi ile Doğu Akdeniz’deki hakimiyetini sağlamlaştırmıştır. Akabinde Kanuni Sultan Süleyman’ın Irak’ı ve Kızıldeniz’in her iki yanını ele geçirmesi, Osmanlı’nın Hint Okyanusu’nda Avrupa’nın ticari ve siyasi çıkarlarına karşı durmasına zemin hazırlamıştır (Eldem, Goffmann ve Masters, 2012: 24).

Doğu Akdeniz’in ticaret tarihi içinde Halep özel bir yere sahiptir. Halep’in Osmanlı eyaleti olmasından sonra, Osmanlı devlet adamları buraya ilgi göstermişlerdir. 1546’da Hüsrev Paşa ve 1556’da Mehmed Paşa, Osmanlı tarzı camilerin yapılmasını finanse etmek için dinî vakıflar kurmuşlardır. Mehmet Paşa 1574’te Hanü’l-Gümrük adıyla bilinen ve Avrupalı tüccarların kaldığı yer olan bir kervansaray için vakıf kurmuştur. 1583’te ise Behram Paşa cami ve çarşı kompleksi inşa edilmiş ve şehrin ticari çekirdeği büyümüştür (Eldem, Goffmann ve Masters, 2012: 30). İktisadi ve stratejik önemini daima koruyan Halep, Osmanlı’nın hâkimiyeti altına girmesi ile Doğu Akdeniz’de önemli bir ticaret kenti olma konusunda daha ileriye gitmiştir. Eroğlu vd.’ne göre, Halep’in coğrafi konumu, tarih sahnesindeki kaderi, savunmaya elverişliliği, su kaynaklarının zenginliği ve ana ticaret yollarının üzerinde bulunmasından dolayı, Asya mallarını Avrupa’ya taşıyan Batılı tüccarlar, ticaret maliyetlerini Şam’dan Halep’e kaydırmışlardır. Böylece Halep önemli bir ticaret noktası haline getirmiştir (Eroğlu, Babuçoğlu ve Köçer, 2007: 57).

Uluslararası bir ticaret merkezi olan Halep, doğudan gelen ticaret kervanlarının durağı haline gelmiştir. Yerel üretim, güzel kumaşlar, sabun ve deri işlerinden dolayı, tüccarlar kentin pazarlarına akın etmişlerdir. Halep’in ticaret malları ve hacdan dönen hacıların kente getirdiği kahve gibi ürünler İran ya da Hindistan’dan gelen tüccarlarca satın alınmıştır. Ayrıca İran’dan ipek ve Basra üzerinden Hindistan’dan baskılı pamuklu kumaş ve çivit getirilmiştir (Eldem, Goffmann ve Masters, 2012: 32). Hindistan’dan getirilen ve Doğu Akdeniz için önem arz eden çivit, ticareti yapılan bir mal olmasının yanı sıra, üretilen kutnî, kuşak, alaca, tafta gibi kumaşların boyanması için de kullanılmıştır (BOA, 2013: 289). Halep’e boya, Hint kumaşları ve baharat, Körfez ve Basra yoluyla gelmiştir. Böylelikle 16. yüzyılın ikinci yarısında şehir adeta bir ticaret deposu olmuştur (İnalçık, 2000a: 95). Bu yüzyılda pek çok Avrupalı tüccar Halep’e gelmiş buradaki İran ipeği, pamuklu kumaş ve baharat ticaretindeki yerlerini almışlardır (Eroğlu, Babuçoğlu ve Köçer, 2007: 58).

Doğu ve Batının buluşma noktası ve bir dünya ticaret kenti olan Halep’te Asyalı ve Avrupalı pek tüccar, kendi kolonilerini kurmuşlardır. Bölgeye gelen yabancı tüccarlar şehrin bazı yerleşim alanlarının yer adlarına (toponimlerine) da etki etmişlerdir. Bu bağlamda akıllara ilk önce Avrupalı tüccar kolonileri gelse de Asyalı tüccarların da Halep’teki varlığının bilinmesi gerekmektedir. Hindistan’dan gelen tüccarlar Halep ve civarına yerleşmiş, buradan ticaretlerini yönetmiş ve yaşadıkları yerlerin adlarına da etki etmişlerdir. Hindiyân, Kefer Hind ve Hindioğlu Mahallesi gibi örnekler, Hintlilerin Halep ve civarındaki yer adlarına bıraktıkları etkilerin yansımalarıdır.

2. HALEP'TE TİCARET VE TÛCCARLAR (16. ve 17. yüzyıllar)

Osmanlı ticaret tarihinde, ticari hareketliliğin ve gelirlerin artmasına yönelik, ticari imtiyazlar³ konusu önemli bir yere sahiptir. Bu imtiyazlar sayesinde yabancı tüccarlar Osmanlı topraklarında rahatça ticaretini yapmış, kendi hukuki davalarını çözmüş ve hatta mahallelerini kurmuşlardır. Osmanlı Devleti, boğazlar yolu ile deniz ticaretini kontrolü altına aldıktan sonra ilk kapitülasyonu 1365'te Reguza Cumhuriyeti'ne vermiştir. 1384'de ise Venedik, Osmanlı toprağında ticari bir üs kurmak ve hububat ithal etmek için diplomatik girişimlerde bulunmuştur. 1387'de Cenova'ya ve 1419'da ise Venedik'e imtiyaz verilmiştir (Türkmen, 1995: 329-330). Kuruluş devrinde Osmanlı Sultanları Venedik'e Akdeniz, Ceneviz'e de Karadeniz'de ticaret yapmak için imtiyaz tanımıştır. 1535'te ise Fransa'ya imtiyaz⁴ verilmiştir (Öztürk, 1999a: 109). 1580'de İngiliz ticaret gemilerine Türk sularında serbest ticaret yapma hakkı tanınmış (Kütükoğlu, 2006: 174) ve verilen imtiyazlar 1583'te daha da genişletilmiştir (İnalçık, 2007: 144). 1612'de Hollandalılara da kapitülasyon verilmiştir (İnalçık, 2010: 34).

Osmanlı şehir ve limanlarına yerleşen yabancı tüccarların, Osmanlı'nın yetkilileriyle temasta bulunmak için "balyos, konsolos, emin" adlarıyla bilinen temsilcileri olmuştur. Osmanlı padişahları, yabancı tüccar temsilcilerine beratlar vermişler ve onların görev ve yetkilerinin sınırlarını belli etmişlerdir. Böylece millet veya taife adıyla bilinen zümre oluşmuştur (İnalçık, 2000b: 246). Kallek'e göre,; "*Genelde kendilerine taifeleriyle (koloni) ilgili yargılama hakkı tanınan konsoloslar vatandaşlarının yaptıkları borç akidlerinden de sorumlu kılınmıştır. Ayrıca konsoloslara, taifelerinden vefat edenlerin terekisi üzerinde kendi ülkesinin hukukuna uygun tasarruf hakkı da verilmiştir*" (Kallek, 2000: 242). 1536'daki kapitülasyon taslağında, Osmanlı ülkesine gelen bir müste'menin⁵ on yıllık ikametinden ardından cizye mükellefi olan bir zimmî statüsünü almasını mümkün kılan hususlar yer almıştır (İnalçık, 2000b: 246). Bu bağlamda İnalçık'a göre;

"Normal olarak müste'menler muayyen limanların belirli yerlerinde ve hanlarında oturuyorlardı. Hatta rahatsız edilmemeleri için Müslüman elbisesi giymelerine ve silâh taşımalarına izin verilmişti. Müste'menin ikametgâhi, ancak bir suçlu kaçağı veya köleyi barındırma ve saklama ya da kaçak eşya bulundurma gibi durumlarda aranabilirdi" (İnalçık, 2000b: 247).

Alınan bu imtiyazlar ile gayrimüslim yabancılar, Osmanlı topraklarında serbestçe dolaşma ve ticaret yapmaya izini almışlardır. Ancak yabancı tüccarların yalnızca bazı limanların mahalle ve kervansaraylarında ikamet etmelerine imkân tanınmıştır. Bu hususta yabancı tüccarlar Galata, İzmir ve Halep'te geniş bir hareket serbestisine sahip olmuşlardır (İnalçık, 2000a: 240).

Osmanlıların ticaret tarihinde Avrupalı tüccarların yanı sıra Asyalı tüccarlar da yerlerini almışlardır. İran'dan ve Hindistan'dan gelen tüccarlar Osmanlı şehir ve pazarlarında ticaretlerini

³ İmtiyâz (kapitülasyon) "ayrıcılık, üstünlük" anlamına gelmekte olup bir devletin kendi ülkesinde başka kişi, zümre, kurum veya devletlere verdiği bazı iktisadî hak ve ayrıcalıkları ifade etmektedir. İmtiyaz, İslam tarihinde eman ve ahid kavramlarıyla adlandırılmış olup Hz. Muhammed'den itibaren verilmiştir (Kallek, 2000: 242).

⁴ 1535'te de Fransa'ya imtiyaz verilmiştir. Fransa, çok muteber bir dost olmasa da (menfaatleri icabı), Avrupa'da Osmanlıya karşı oluşan ittifaklara resmen katılmamıştır. Bu husus, Osmanlı devletinin güçlü olduğu zamanlarda geçerli olmuştur. 1740'tan sonra imtiyazlar tersine etki yapmaya başlamıştır (Öztürk, 1999a: 109).

⁵ Müste'men, "İslâm ülkesine emanla giren yabancı gayri müslim"dir (Özel, 2006: 140).

gerçekleştirmişlerdir. Osmanlı ile Hindistan arasındaki gerçekleşen ticari ilişkilerin sürekli olduğunu belirten İncalcık'a göre; "*Osmanlı pazarlarına Hint kumaşlarının ithaline ait vesikalar 15. yüzyıla kadar gider. Hindistan'da Behmenilerin meşhur veziri Hoca Mahmud Gâvân (1405-1481), ticari vekilleri ve ajanları ile Osmanlı ülkesiyle doğrudan doğruya ticaret ilişkileri kurmuştu.*" (İncalcık, 1979: 7). Behmenî Sultanı III. Muhammed Şah (1463-1482) İstanbul'un fethinden sonra Fâtih Sultan Mehmed'e bir tebrik mektubu yazarak iyi ilişkiler kurmak istediğini bildirmiştir. Karşılıklı elçiler göndermenin ve mektuplaşmaların devam ettiği bu ilişkide Behmenî veziri Hoca Mahmûd Gâvân'ın rolü büyüktür. Mahmûd Gâvân'ın gönderdiği temsilciler vasıtasıyla Behmenlerin Osmanlılar ile doğrudan ticari ilişkileri olmuş ve bu vesile ile Hindistan'dan gelen tüccarlar Bursa'da bir koloni kurmuştur (Özcan, 1998: 81).

Osmanlı Devleti'nin yabancı devletlere tanımış olduğu ticari imtiyazlar, Osmanlı ticaretini canlı tutmuş ve bu durumdan Doğu Akdeniz önemli ölçüde nasibini almıştır. Halep ve çevresinde artan ticari cazibe, farklı uluslara ait tüccarları bölgeye çekmiştir. Ayrıca 16. ve 17. yüzyıllarda, özellikle Kuzey Batı Avrupa'da yerel tekstil üretimi artmaya başlayınca, Batılılar Halep'in ipek pazarına daha çok rağbet göstermişlerdir. Ayrıca bu dönemde yabancı devletler, Akdeniz ticaretinden nasibini almak için kendi aralarında rekabete girmişlerdir. Örneğin, Fransız ve İngilizlerin, Doğu Akdeniz ticaretindeki Venedik hâkimiyetini kırmaya çabaladıkları görülmektedir. Akdeniz ticaretinden faydalanmak ve rekabette üstünlük sağlamak için kurulan Levant Şirketi'nin⁶ merkezi 1586-1825 tarihleri arasında Halep olmuştur (Eroğlu, Babuçoğlu ve Köçer, 2007: 58).

Halep pazarındaki canlılığın sebebini Osmanlı'nın ticaret politikalarının yanı sıra Halep'in ticari hinterlandının genişliğinde de aramak gerekmektedir. Bu genişliği İran'a, hatta Hindistan'a kadar götürmek mümkündür. İran ve Hindistan'ın malları Halep'in uluslararası pazarını beslemiş, tüccarları ise ticari hareketliliği arttırmıştır. İncalcık'a göre Halep'in ticaretteki bu canlılığını Hürmüz'ün gelişmesiyle de ilişkilendirmek mümkündür. 16. yüzyılın sonlarına doğru Halep'e İran ipeğinin yanı sıra Hürmüz ve Basra yolu ile Hint malları getirilmeye devam etmiştir (İncalcık, 1979: 9). 16. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Hürmüz, Basra-Bağdat-Halep ve İran ticaretinin bir antreposu olmuştur ve bu yüzyılın sonlarına doğru Halep'in gelişiminde önemli bir rol oynamıştır⁷ (İncalcık, 2009: 267). Basra Limanı'na getirilen başta baharat olmak üzere doğu menşeli mallar, kervanlarla Bağdat'a, oradan da Halep'e iletilmiştir (Küpeli, 2010: 229). 16. yüzyılın ikinci yarısında Körfez ve Basra yoluyla gelen Hint kumaşları, baharatı ve boyalarının başlıca deposu Halep olmuştur (İncalcık, 2000a: 95). Hintli tüccarlar Basra körfezinin yanı sıra Kızıldeniz'de de etkinlik göstermişlerdir (Faroqhi, 2004: 610). Böylece Halep, Avrupa'ya akan ticaretin membaı olan Hindistan mallarının önemli bir durağı haline gelmiştir. Nitekim Halep'in bu ticari hareketliliği, şehrin sosyal yaşamına da yansımıştır. Eroğlu vd.'ne göre, İngiliz, Flemenk ve Ermeni

⁶ Dünya ticaretinde çok önemli bir yer tutan Levant bölgesi, Mısır'dan Karadeniz'e kadar olan yerleri içermiştir. Ümit Burnu'nun keşfinden sonra, Osmanlı'nın girişimleri ile bu yol yeniden canlanmıştır. Özellikle İngiltere Levant ticaretine önem vermiştir (İncalcık, 2010: 34). İngiltere, Asya-Avrupa ticaretinin Akdeniz'den Atlantik'e kayması üzerine Asya'ya Levant üzerinden ulaşmak istemiştir. İngiltere III. Murad'a elçiler göndermiş ve 1580'de İngilizlere ticaret izni veren bir ahidnâme almışlardır. Ayrıca doğuya açılmak için Levant Şirketi (Levant Company)'ni kurmuşlardır (Turan, 2003: 147). Osmanlı pazarında Levant Şirketi önemli bir yer elde etmiştir. Böylece 16. yüzyıl sonu ve 17. yüzyıl başlarında Venedik ve Fransızların Akdeniz'deki ticareti gerilemeye başlamıştır. 1591'den sonra İngilizler, Hint Okyanusu'na yayılma girişimlerinde hız kazanmış olsalar da bu girişimler Doğu Akdeniz ticaretine henüz zarar vermemiştir. Örneğin 1596'da İngilizler, baharatı Mısır ve Suriye'den almaya devam etmişlerdir (İncalcık, 2007: 144). Osmanlı Devleti İran üzerinden akan ticareti kısmen kurtarmıştır. Ancak Hind baharat ticaretini ise 1630'a doğru tamamıyla kaybetmiş sayılabilir. Bağdad, Halep, Kahire Doğu ile Batı arasında dünyanın transit ticaret merkezleri olmaktan çıkmışlardır (İncalcık, 2009: 177). Bu süreçten itibaren dünya ticaret yolunun aktif rotasını, okyanus yolunda aramak gerekmektedir.

⁷ Safevilerin İngilizlerden yardım alarak 1622 ve 1623'te sırasıyla Hürmüz ve Bağdat'ı almış olmalarıyla Kızıldeniz yolu daha da önem kazanmıştır (İncalcık, 1979: 10).

tacirlerin yanı sıra Kuzey Afrikalı, Hindistanlı ve Buharalı tacirler de Halep'te uzun süreli ikametlerde bulunmuşlardır (Eroğlu, Babuçoğlu ve Köçer, 2007: 59).

3. HALEP VE CİVARINDA HİNTLİLERİN YERLEŞİM YERLERİ

Baharat, çivit ve pamuklu malların öne çıktığı Hint emtiası Basra'nın kervan yolu üzerinden 16. yüzyılın ikinci yarısında önemli ölçüde ticari büyüme gösteren Halep'e akmıştır. Hint tüccar kolonisi Halep'e bu dönemde yerleşmiştir (İnalçık, 2000a: 399-400). Hindistan tüccarlarının Halep'teki yoğun ticari hareketliliği 17. yüzyılda da devam etmiştir. Ayrıca bu tüccarlar sadece Halep'te değil aynı zamanda İstanbul, Bursa ve Manisa gibi şehirlerde de etkin olmuşlardır. Hintli tüccarlar kendi aralarında örgütlenmiş ve hatta Osmanlı tüccarlarına karşı rekabete girişmişlerdir (Faroqhi, 2004: 654). Ayrıca Hintli tüccarların, ticaret yapmak istedikleri yerlerin kadılarına hitaben yazılmış koruma buyruktusu aldıkları da bilinmektedir (Faroqhi, 2004: 654). Halep'e yerleşen Hindistan kökenli şahısların hukuki davaları Şer'iyye Sicillerine de yansımıştır. Ajghif ve Said'e göre, Hintlilerin görülen davaları arasında mehir teslim ikrarı, vasilik, varislik gibi konular yer almıştır (Ajghif, 2013: 61,110,115; Said, 2015: 26,29). Mahkeme davalarının bazılarında tercümanın da hazır bulunduğu (Said, 2015: 26) anlaşılmaktadır. Buna göre, şehirde yerleşen Hintlilerin Müslüman oldukları ve uzunca bir süredir Halep'te bulunarak belli bir düzen kurdukları anlaşılmaktadır.

Halep'te Hintli Müslüman tüccarlar 17. yüzyılda önemli bir varlık göstermişlerdir (Masters, 1987: 351). Örneğin 1610 yılında Bağdat tarafından gelen 120 tüccar ve ortağı Halep'e giriş yapmıştır (Sahillioğlu, 1968: 63). Sahillioğlu'na göre;

“Kervan Bağdad kervanı diye bilinmekle beraber aslında Basra kervanı dış ve içindeki Hindlilerin çokluğu dikkati çekmektedir. İsimleri hizasında Hindî diye sarahatle belirtilen 10 kişi vardır. Huccette mutalâaları sorulan hindlilerin bir kısmı ise listede ayrıca belirtilmiş değildir. Meselâ Monla Pâyende hindlidir.” (Sahillioğlu, 1968: 69).

Bu örneğe göre Hintli tüccarların Halep ticaretinde etkin rol oynayan taifeler arasında olduğu anlaşılmaktadır. Masters'a göre ise Halep'teki Hintli Müslümanlar çoğunlukla küçük ölçekte çalışan seyyar satıcılardır. Bazen de Hintli hükümdarların ticari temsilci olarak şehirde büyük ölçekte ticaret yapmışlardır. Ne var ki Hintlilerin Halep'in ticari hayatı üzerindeki etkileri dikkat çekici olsa da bu etki daimî ve uzun soluklu olmamıştır (Masters, 1987: 352).

Hintli tüccarlar hakkındaki bilgiler oldukça sınırlı kalsa da Halep ve civarındaki bazı yer adlarına etki ettiği görülmektedir. Masters'a göre, Handek-i Balûc⁸ mahallesindeki Hintliler sokağı adlı bir yerleşim yeri ve Halep'teki esnaf loncalarındaki Hind lakaplı tüccarların varlığına bakıldığında, Hintlilerin şehirde geçici seyyar satıcıların bıraktığı kayıtların işaret ettiğinden daha kalıcı bir varlığa sahip olduğu anlaşılmaktadır (Masters, 1987: 352). Adı geçen mahalle Handek-i Balûc maa Hindiyân Mahallesi'dir. Mahallede Avarız Hane 17,75; Nefer sayısı ise 23'tür (Öztürk, 1999b: 272; Çakar, 2006: 140). Hint kökenli kişilerin oturmuş olduğu Hindiyân Mahalle sakinleri, kendilerinin Müslüman olmalarından dolayı cizye vergisinden muaf olduklarına dair Halep Müftüsünden 1639'da bir fetva almışlardır. Ancak mahalle 17. yüzyılın ortalarına doğru harap olmuştur. 18. yüzyılda adı ise artık adına rastlanılmamaktadır. Mahalle sakinleri ise ya başka mahallelere gitmişler ya da kendi memleketlerine geri dönmüşlerdir (Çakar, 2006: 91). Bu hususta Çakar, mahallenin çevresindeki komşu mahallelerle birleştirilmiş veya adı değişmiş olma ihtimaline de dikkat çekmiştir (Çakar, 2006: 94).

⁸ Master eserinde 'Khandaq al-Baluj' şeklinde ifade etmiştir (Masters, 1987: 352).

16. yüzyılda Hind yer adlarına konu olan bir başka yer ise Kefer Hind'dir. Halep Eyâleti Antakya Kazâsı, Kuseyr Nâhiyesinde bağlı bir köy olarak karşımıza çıkmaktadır (Gündüz, 2008: 153). Kefer (Kefr/كفر), kelime anlamı itibariyle köy demektir (Devellioğlu, 2008: 503). "397 Numaralı Halep Livâsı Mufassal Tahrîr Defteri (943/1536)" kayıtlarına göre Kefer Hind'de 21 hane, 2 mücerred ve 1 imam yer almıştır (BOA, 2010: 281). Günümüzde Suriye sınırları içerisinde kalan yerleşim alanı hala aynı adı taşımaktadır. Bunların dışında Hindiye adlı bir mezra'a da karşımıza çıkmaktadır. Hindiye Mezra'ası 16. yüzyılda Şam Livası Zebâdâni Nahiyesine bağlı olarak varlık göstermiştir (BOA, 2011: 251).

Halep ve civarına yerleşen Müslüman Hintliler, yerleşim yerlerinin yanı sıra ibadethanelerin isimlerine de etki etmişlerdir. Örneğin, günümüzde Kilis şehrinde ayakta kalmayı başarmış olan H.1075/ M.1664 tarihli Hindioğlu Camii (Tuncel, 2002: 8) karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Hintliler 19. yüzyılda da bölgede varlık göstermişlerdir. Buna göre, Halep'te Akyol Mahallesi kâin Hindiyân tekkesinin⁹ ve Şam'da Gökmevdanı mahallesindeki Sultan Süleyman Camii'nin yanında yer alan Hindiler Tekkesinin adları dikkate alındığında, Hintlilerin bölgedeki dini mabetlerin adlarına etki ettikleri ve dinî dervişlik faaliyetlerini de gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır¹⁰.

4. SONUÇ

Halep, tarih boyunca Doğu ile Batı arasında ticari, siyasi ve kültürel açıdan pek çok münasebetlerin gerçekleştiği önemli bir yer olmuştur. Bundan dolayı, bölgede farklı milletlerin olması son derece doğaldır. Özellikle Avrupalı ve Asyalı tüccarlar bölgenin ticari hareketliliğini uluslararası bir statüye taşımışlardır. Halep'in bu canlılığını coğrafi konumuna, Osmanlı'nın ticari anlaşmalarla sağladığı hareketliliğe ve ticari hinterlandının genişliğine bağlamak mümkündür. Bu hinterlandın Basra körfezine, Hürmüz'e ve hatta Hindistan'a kadar genişlediği görülmektedir. Hindistan'ın malları Halep'in uluslararası pazarını beslerken, tüccarları ise bölgenin ticari hareketliliğine katkıda bulunmuşlardır. Halep'in üretim ve ticari hayatında yerlerini alan Hintliler, sâkin oldukları bazı yerleşim yerlerinin adlarına da etki etmişlerdir. Ayrıca Halep ve havalisinde, Hindistan kökenli kişilerin Hindiyân ve Hindiler tekkelerinde tarikat ve dervişlik faaliyetlerinde buldukları da anlaşılmaktadır. Buna göre, Halep ve civarındaki Hint isimli yer adları, Hintlilerin bölgedeki etkilerinin bariz delilleridir. Hindiyân Kefer Hind, Hindiye gibi yerleşim yerleri Halep'te yaşayan Hintlilerin yer adlarına bıraktıkları etkilerin yansımalarıdır.

KAYNAKÇA

Ajghif, M. (2013). 6 Numaralı (H.995-999) Halep Şer'iyeye Sicili'nin Değerlendirilmesi (S.1-100). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kilis.

BOA, Fon Kodu: C..EV., Dosya No: 85, Gömlek No: 4201.

BOA, Fon Kodu: İ..ŞD., Dosya No: 116, Gömlek No: 6964, b. 001.

BOA. (2010). *397 Numaralı Halep Livâsı Mufassal Tahrîr Defteri I (943/1536) Dizin ve Transkripsiyon*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı, Yayın No 109.

⁹ Hindiyân Tekkesi H.1309/M.1892 hakkında bilgi için bkz. BOA, Fon Kodu: İ..ŞD., Dosya No: 116, Gömlek No: 6964, b. 001.

¹⁰ Bkz. Başbakanlık Osmanlı Arşivi(BOA), Fon Kodu: C..EV., Dosya No: 85, Gömlek No: 4201.

- BOA. (2011). *401 Numaralı Şam Livâsı Mufassal Tahrîr Defteri (942/1535) Dizin Ve Transkripsiyon*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı, Yayın Numarası 118.
- BOA. (2013). *Osmanlı Belgelerinde Suriye*. İstanbul: T.C. Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı.
- Çakar, E. (2006). *17. Yüzyıl'da Halep Eyaleti ve Türkmenleri*. Elazığ: Fırat Üniversitesi Orta Doğu Araştırmaları Merkezi Yayınları.
- Devellioğlu, F. (2008). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat*. (A. S. Güneşal, Dü.) Ankara: Aydın Kitabevi Yayınları.
- Eldem, E., Goffmann, D. ve Masters, B. (2012). *Doğu ile Batı Arasında Osmanlı Kenti Halep, İzmir ve İstanbul*. (S. Yalçın, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Eroğlu, C., Babuçoğlu, M. ve Köçer, M. (2007). *Osmanlı Vilayet Salnamelerinde Halep*. Ankara: Global Strateji Enstitüsü.
- Faroqhi, S. (2004). Krizler ve Değişim. D. Q. Halil İnalçık (Dü.) içinde, *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi* (S. A. Ayşe Berktaş, Çev., Cilt II, s. 543-757). İstanbul: Eren Yayıncılık.
- Gündüz, A. (2008). 1526 Tarihli Tahrir Defterine Göre Antakya ve Çevresindeki Türkçe Yer Adları Hakkında Bir Değerlendirme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 141-160.
- Heyd, W. (1975). *Yakın-Doğu Ticaret Tarihi*. (E. Z. Karal, Çev.) Ankara: TTK Yayınları.
- İnalçık, H. (1979). Osmanlı Pamuklu Pazarı, Hindistan ve İngiltere: Pazar Rekabetinde Emek Maliyetinin Rolü. *ODTÜ Gelişme Dergisi*(Özel Sayı), 1-65.
- İnalçık, H. (2000a). *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi* (Cilt I). İstanbul: Eren Yayınları.
- İnalçık, H. (2000b). İmtiyâzât (Osmanlı Dönemi). *TDV İslam Ansiklopedisi*, 22, 245-252.
- İnalçık, H. (2007). *Osmanlı İmparatorluğu Klasik Çağ*. (R. Sezer, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- İnalçık, H. (2009). *Osmanlı İmparatorluğu Toplum ve Ekonomi*. İstanbul: Eren Yayıncılık.
- İnalçık, H. (2010). *Osmanlılar Fütühat, İmparatorluk, Avrupa ile ilişkiler*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kallek, C. (2000). İmtiyâzât. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 22, 242-245.
- Küpelî, Ö. (2010). Irak-ı Arap'ta Osmanlı-Safevi Mücadelesi (XVI.-XVII. Yüzyıllar). *History Studies*(Otadoğu Özel Sayısı), 227-244.
- Kütükoğlu, B. (2006). Murad III. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 31, 172-176.

- Lewis, B. (1952). Fatimiler ve Hindistan Yolu. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 11 (Ayrı Basım).
- Masters, B. (1987). Trading Diasporas and 'Nations': The Genesis of National Identities in Ottoman Aleppo. *The International History Review*, 9(3), 345-367. <https://www.jstor.org/stable/40105813> (Erişim Tarihi: 06.02. 2021).
- Özcan, A. (1998). Hindistan (Osmanlı Hindistan Münasebetleri). *TDV İslam Ansiklopedisi*, 18, 81-85.
- Özel, A. (2006). Müste'men. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 32, 140-143.
- Öztürk, M. (1999a). *Tarih Felsefesi*. Elazığ.
- Öztürk, M. (1999b). 1616 Tarihli Halep Avarız-Hane Defteri. *OTAM*(8).
- Sahillioğlu, H. (1968). Bir Tüccar Kervanı. *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, II(9), 63-69.
- Said, T. M. (2015). 6 Numaralı Halep Şer'iyeye Sicili'nin Tercümesi ve Değerlendirilmesi (s.100-200). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Tuncel, M. (2002). Kilis. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 26, 5-8.
- Turan, Ş. (2003). Levant. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 27, 145-147.
- Türkmen, Z. (1995). Osmanlı Devletinde Kapitülasyonların Uygulanışına Toplu Bir Bakış. *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM)*(6), 325-341.



COVID-19'UN NEDENLERİ ALGISI İLE COVID-19 KORKUSU ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Okan Anıl AYDIN¹

Sibel ORHAN²

Muhammet GÜMÜŞ³

Necibe KAYA⁴

Ezgi MAHANOĞLU⁵

ÖZET

Çalışmanın amacı, Türkiye'de yaşayan 18 ve üzeri yaş aralığındaki kişilerin, Covid-19 nedenleri algısı ile korkusu arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmada veri toplama aracı olarak online anket kullanılmıştır. 305 katılımcı rastgele örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Anket formu; sosyo-demografik bilgi formu, Covid-19 Korkusu ve Covid-19 Nedenleri Algısı ölçekleri olarak üç bölümden oluşmaktadır. Veri analizinden önce keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmış ve ardından da sıklık, ilişki ve farklılık analizleri %95 güven aralığında uygulanmıştır. Elde edilen analiz verilerinden ulaşılan sonuçlara göre; Covid-19 korkusu ile Covid-19 nedenleri algısının çevre alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunurken ($r=0.128$), komplo ve inanç alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır ($r=0.046$ ve 0.108). Covid-19 korkusu ortalamasına bakıldığında, orta düzeyde(2.76) bir katılım vardır ve sosyo-demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık yoktur. Covid-19 niyet algısı ölçeğinin alt boyutlarına bakıldığında; komplonun (3.45), çevrenin (3.23), ve inancın (2.70) orta düzeyde bir katılıma sahip olduğu görülmektedir. Komplo alt boyutu yaşanan bölgeye, çevre alt boyutu ise, cinsiyete göre anlamlı olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların Covid-19'un neden ortaya çıkmış olabileceğine dair en fazla komplo alt boyutuna katıldıkları, Covid-19 korkusu ile çevre alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif bir ilişki olduğu, Covid-19'un komplo teorisi olduğuna; erkek katılımcıların kadın katılımcılardan, kırsal bölgede yaşayanların kentsel bölgede yaşayanlardan daha fazla katıldıkları, Covid-19'un inanca ilişkin nedenlerden kaynaklandığı görüşüne; erkek katılımcıların kadın katılımcılardan, ilköğretim mezunu katılımcıların da lisans veya lisansüstünden mezun katılımcılardan daha fazla katıldığı saptanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlardan da görüldüğü üzere, Covid-19 nedeniyle yakınlarını kaybeden bireylerde daha çok korku ve panik üst seviyededir. Bu duygu bunalım bozukluğundan bireylerin kurtulması için yakın gözetim altında izlenmeleri gerekmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan anket, farklı kitlelere de uygulanmalı ve yapılan çalışmalar arasında karşılaştırmalı sonuçlara yer verilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Korku, Komplo, Niyet, Stres

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PERCEPTION OF CAUSES OF COVID-19 AND THE FEAR OF COVID-19

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the relationship between the perception of the causes of Covid-19 and the fear of people aged 18 and over living in Turkey. An online questionnaire was used as a data collection tool in the study. 305 participants were selected by random sampling method. Survey form; The socio-demographic information form consists of three parts: Fear of Covid-19 and Perception of Causes of Covid-19 scales. Before the data analysis, exploratory and

¹ Arş. Gör., Beykent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye, E-mail: anilaydin@beykent.edu.tr, ORCID NO: 0000-0001-5992-1611

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ, Türkiye, E-mail: sibelorhan09@gmail.com, ORCID NO:0000-0002-2892-3865

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sivas, Türkiye, E-mail:muhammetgumus5208@gmail.com, ORCID NO:0000-0003-1278-6234

⁴ Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, Türkiye, E-mail:n.kayafiliz@gmail.com, ORCID NO:0000-0002-0521-6068

⁵ Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, Türkiye, E-mail: ezgimahanoğlu@hotmail.com, ORCID NO: 0000-0002-0063-2126

confirmatory factor analyzes were performed, and then frequency, correlation and difference analyzes were applied at 95% confidence interval. According to the results obtained from the analysis data obtained; While there was a significant relationship between the fear of Covid-19 and the environmental sub-dimension of the perception of the causes of Covid-19 ($r=0.128$), no significant relationship was found between the conspiracy and belief sub-dimensions ($r=0.046$ and 0.108). Looking at the mean of fear of Covid-19, there is a moderate (2.76) participation and there is no significant difference according to socio-demographic characteristics. Considering the sub-dimensions of the Covid-19 intent perception scale; conspiracy (3.45), environment (3.23), and belief (2.70) seem to have moderate participation. It was determined that the conspiracy sub-dimension was significant according to the region of residence, and the environment sub-dimension was significant according to gender. It was stated that the participants agreed with the conspiracy sub-dimension the most about why Covid-19 might have arisen, that there was a statistically significant low-level positive relationship between the fear of Covid-19 and the environment sub-dimension, that Covid-19 was the conspiracy theory; the opinion that male participants participated more than female participants, those living in rural areas participated more than those living in urban areas, and that Covid-19 was caused by reasons related to faith; It was determined that male participants participated more than female participants, and primary school graduate participants attended more than undergraduate or graduate participants. As can be seen from the results obtained from the study, individuals who lost their relatives due to Covid-19 have more fear and panic at the highest level. In order to get rid of this emotional depression disorder, individuals should be followed under close surveillance. The questionnaire used within the scope of the research should be applied to different populations and comparative results should be included among the studies.

Key words: Covid-19, Fear, Conspiracy, Intention, Stress

1.GİRİŞ

İnsanlığın başlangıcından bu yana birçok olağanüstü felaket ve salgınla karşı karşıya kalan dünya, Covid-19 olarak adlandırılan bir krizle mücadele halindedir. Çıkış kaynağı Çin'in Wuhan kenti olarak kabul edilen Covid-19, Dünya Sağlık Örgütü'nün onayı ile 11 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak ilan edilmiş ve tüm dünyada hızla yayılan ölümcül bir hastalık haline gelmiştir (Altın, 2020: 49).

Süregelen etkilerinin beraberinde yeni bilgileri de açığa çıkaran Covid-19'un ortaya çıkış nedenine yönelik mevcut bilgiler göz önüne alındığında; Wuhan'da canlı hayvan satan ve daha sonra hastalığın çıkış noktası olabileceği ön görülerek kapatılan pazar yeri ile ilişkili olduğu düşünülmüştür. Ancak ilerleyen süreçte Covid-19'un temelde damlacık yolu ve hastalık taşıyan bireylerde öksürme veya hapşırma yolu ile etrafa saçılan damlacıklara etkileşim sonrası bulaşan bir virüs olduğu ve genel olarak dış ortamlara, alkol ve dezenfektanlara çok dayanıklı olmadığı tespit edilmiştir (Dikmen, vd. 2020: 30-31). Bireysel ve toplu yaşam biçimimizi hem maddi hem de manevi olarak derinden sarsan Covid-19, bireylerde genellikle soğuk algınlığı ile benzer semptomlar gösterse de, ciddi akut solunum yolu enfeksiyonlarına yol açarak ölümle sonuçlanabilen bir hastalıktır (Zhou, vd. 2020: 270). Virüsün şimdiye kadar bilinen en gözle görülür belirtileri; halsizlik, kuru öksürük, eklem ağrıları, yüksek ateş ve yorgunluk hissidir. Kimi vakalarda bu belirtiler hastalığın beşinci günü kendini gösterirken, kimi vakalarda iki ile on dört gün arasında seyir gösterdiği belirlenmiştir (Budak - Korkmaz, 2020: 65).

Dünya tarihi boyunca yalnızca denk geldiği dönemi değil, aynı zamanda geleceği de etkileyen ve uzun vadede köklü toplumsal değişimlere yol açan salgın hastalıklar insanlar üzerinde derin etkiler yaratarak ciddi korkulara ve paniğe sebebiyet vermektedir. Küreselleşmenin etkisiyle dünyanın herhangi bir ülkesinde oluşacak olumsuz bir etkinin diğer ülkelerin kayıtsız kalmaları imkânsızdır. Pandemi oluşturan COVID19 salgını tüm dünyayı psikolojik olarak etkilemektedir (Çatuk ve Aydın, 2021:3). Bu bağlamda, Covid-19 pandemisinin de tüm dünyada insanoğlunun hayatını önemli ölçüde şekillendiren ve kalıcı izler bırakan bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür (Türkmen ve Özşarı, 2020: 61). Covid-19'un pandemi olarak ilan edilmesi ile bireyler;

stres, kaygı, tükenmişlik, korku ve yalnızlık gibi duygular ile mücadele etmek zorunda kalmıştır (Emiral, vd. 2020: 139-144). Bireylerin günlük yaşantılarında meydana gelen aksaklıklar ve bozulmalar, belirsizlik hissi, enfekte olma korkusu, yaşanan alanların güvenliğinden şüpheye düşme gibi yansımalar Covid-19 pandemisinin gerek fiziksel gerekse ruhsal etkileri olan bir salgın olduğunu göstermiştir (Arpacıoğlu, vd. 2021: 89).

Covid-19 salgınında bulaş riskinin artışı, pozitif vakaların fazlalığı ve ölüm oranlarında meydana gelen yükseliş bireyler üzerinde ciddi psikolojik etkiler oluşturmuş ve bu doğrultuda korku duygusunun ortaya çıkışını tetiklemiştir (Gencer, 2020: 1156). Bireylerin çevrelerinde oluşan olumsuz durumlara karşı verdikleri fiziksel, ruhsal, psikolojik duygu durum bozuklukları korku terimi ile açıklanabilir. Kişinin yaşamını devam ettirmesi hususunda önemli bir role sahip olan korku, psikolojik ve fizyolojik etkilerinden ötürü rahatsızlık verici ve istenmeyen bir duygu olarak nitelendirilebilir (Paksoy, 2020: 141).

Pandemi döneminde bazı bireyler, virüs ile enfekte olan kişilerle temas kurma veya virüsün bulaşması konusunda da korku yaşayabilmektedirler (Lin, 2020: 1). Bu dönemde oluşan korku, kişilerin sosyal yaşantılarında diğer bireylere karşı bir ayırımın söz konusu olmasına sebep olabilmekte ve hastalığın etkilerini arttırabilmektedir (Yakut, vd. 2020: 245).

Korku, kişinin hayatta kalması için gerekli olan bir duygudur. Bununla birlikte korkunun yıkıcı etkisi de söz konusudur. Bireyin çevresinde oluşan durum bozuklukları, kaygı bozuklukları, şizofreni gibi ruhsal hastalıklar, işçilerin iş yerlerinde uğradıkları mobbing gibi birçok zararlı durum yıkıcı etkiler arasında yer almaktadır (Paksoy, 2020: 142). Korku, Covid-19 hastası olmayıp kendisini hasta olarak nitelendiren bazı bireylerin bu sebeple intihar etmesine yol açabilmektedir (Çifçi - Demir 2020: 28). Pandemi döneminde oluşan korku, aynı zamanda hem sağlıklı bireylerin hem de ruh sağlığı sorunu olan kişilerin stres ve anksiyete düzeylerini yükseltmektedir (Shigemura, vd. 2020). Kaygı bozukluğu sözcüğünü Türk Dil Kurumu, “Bireyin çevresinde gelişen olaylara karşı verdiği ani duygusal durum bozuklukları” olarak açıklamıştır (<http://www.tdk.gov.tr/>).

Pandemi döneminde oluşan korku ve endişe hali kimsenin virüsle enfekte olmak istememesinden ötürü anlaşılabilir bir durumdur fakat korku kontrol edilemez bir duruma ulaştığında, kişilerin ruh sağlığını tehdit edecek sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ruhsal sağlık durumu, gerek kişilerin gerekse toplumun genel refahını ve psikolojik iyi oluşunu doğrudan ilgilendirmektedir. Bu konu üzerinde sağlık profesyonelleri ve yetkili kişilerin ciddiyetle durmaları ve yaşam kalitesini etkileyen salgın sürecinin sebep olduğu olumsuz durumlarla başa çıkmaları hususunda yollar araştırılmalıdır. Geçen sürede dünyanın farklı yerlerindeki bilim insanları korona virüsü tedavi etmenin iyileştirici ve tanıtıcı yönlerini bulmak için uzun uğraşlara girmişlerdir. Fakat bu konuda hastalığın ruhsal sağlık üzerindeki psikolojik etkileri üzerine yeterli odaklanmanın sağlandığı söylenemez (Gencer, 2020: 1157).

Yapılan alan yazın incelemesinde, Covid-19 salgınının ortaya çıkışı ile bireylerin psikolojik ve ruhsal durumlarına dikkat çeken birçok çalışma olduğu gözlemlenmiştir:

Badahdah ve arkadaşları (2020), “Umman'daki Covid-19 Salgını Sırasında Doktorların Psikolojik Sağlığı” başlıklı çalışmalarında, Covid-19'un Umman'daki farklı sağlık birimlerinde çalışan doktorların ruh sağlığı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, Covid-19'un başta kadın ve genç hekimler olmak üzere doktorların ruh sağlığını etkilediğine, kadınların stres düzeylerinin erkeklerden daha fazla olduğuna, daha yaşlı doktorların gençlere

kıyasla daha fazla sağlık ve daha düşük düzeyde stres yaşadığına ve evli hekimlerin evli olmayanlara göre daha az stres düzeyine sahip olduğuna ulaşılmıştır.

Bakioğlu vd. (2020), “Covid-19 ve Pozitiflik Korkusu: Belirsizlik, Depresyon, Anksiyete ve Strese Hoşgörüsüzlüğün Aracı Rolü” isimli araştırmalarında, Covid-19 korkusu ile pozitiflik arasındaki ilişkide belirsizlik, depresyon, anksiyete ve strese tahammülsüzlüğün aracı rolünü araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, Covid-19 korkusu ile belirsizlik, depresyon, anksiyete ve strese tahammülsüzlük arasında pozitif, Covid-19 korkusu ile pozitiflik arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Covid-19 korkusundaki belirsizliği ortadan kaldırmak, depresyon, anksiyete ve stresi azaltmaya ve pozitifliği artırmaya katkıda bulunacaktır.

Ekiz vd. (2020), “Bireylerin Sağlık Anksiyetesi Düzeyleri İle Covid-19 Salgını Kontrol Algısının Karşılaştırılması” isimli çalışmada, Türkiye’de yaşayan insanların kaygı seviyesi ile Covid-19 kaygı seviyelerini belirlemek ve kaygı seviyesi ile Covid-19 kaygı seviyesi arasındaki farkı belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda; kişilerin kaygı seviyeleri orta düzeyde bulunmuştur. Bununla birlikte, Covid-19 kaygı seviyesine karşı anksiyete düzeylerinin bazı demografik bulgulardan etkilendiği saptanmıştır.

Gencer (2020), “Pandemi Sürecinde Bireylerin Covid-19 Korkusu: Çorum Örneği” isimli çalışmada, bireylerin Covid-19 pandemisine karşı panik seviyeleri bazı demografik bulgulara istinaden araştırılmaya çalışılmıştır. Çalışma, Çorum’da bulunan 369 bayan, 199 bay toplam 568 bireye anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, örneklem grubunun korona virüs panik seviyesi bulgularının bazı demografik verilere göre pozitif yönde olumlu olduğu bulunmuştur.

Huang ve Zhao (2020), “Çin’de Covid-19 Salgını Sırasında Genelleştirilmiş Anksiyete Bozukluğu, Depresif Belirtiler ve Uyku Kalitesi: Web Tabanlı Kesitsel Bir Araştırma” başlıklı çalışmalarında, salgın sırasında Çin halkının ruh sağlığı yükünü değerlendirmeyi ve potansiyel etki faktörlerini keşfetmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, web tabanlı kesitsel bir anket kullanarak, demografik bilgiler, Covid-19 ile ilgili bilgiler, genelleştirilmiş anksiyete bozukluğu (GAD), depresif belirtiler ve uyku kalitesi ile değerlendirilen 7.236 gönüllü üzerinden veri toplanmıştır. Çalışma sonucunda, Covid-19 salgını sırasında halkın büyük bir çoğunluğunun salgını mental bir sağlık yükü olarak gördüğü ve salgınların psikolojik sonuçlarının sürekli gözetim halinde olması ve dünyanın bu gibi durumlar karşısında hazırlıklı olmasının rutin hale gelmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Li vd. (2020), “Yeni Koronavirüs-Ençekte Pnömoninin Wuhan, Çin’deki Erken Bulaşma Dinamikleri” isimli çalışmada korona virüs ile enfekte pnömoni vakalarının demografik özellikleri, hastalık geçmişi ve hastalık zaman çizelgeleri hakkında bilgi toplamayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda; salgının kontrol edilebilmesi için önlemler alınması gerektiği belirlenmiştir.

Paksoy (2020), “Covid-19 Pandemisi İle Oluşan Korku ve Davranışlara İncanın Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği” isimli çalışması için oluşturulan ankette, korona virüs pandemisi yaşandıktan sonra inancın panik ve eylemlere karşı olan ilişkisi bulunmaya çalışılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, inancın panik ve eylemleri nasıl etkilediği saptanmıştır.

Tönböl (2020), “Covid-19 Salgını Sonrası 20-60 Yaş Arası Bireylerin Psikolojik Dayanıklılıklarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi” isimli çalışmada, korona virüs pandemisi yaşandıktan sonra 20-60 yaş arası kişilerin duygusal dayanıklılıklarını sosyo-demografik

bulgular ve korona virüsü etkileyen durumlar bağlamında açıklamak hedeflenmiştir. Çalışma sonucunda; cinsiyet, bireylerin salgın sonrası davranışları ve bilgilenme şekli arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Çalışmanın amacı, Türkiye’de yaşayan 18 ve üzeri yaş aralığındaki kişilerin Covid-19’un nedenleri algısı ile Covid-19 korkusu arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmanın önemi, Covid-19 nedenlerinin Covid-19 korkusu ile ilişkisinin olup olmadığını belirleyerek, ne tür bir ilişki içinde olduklarını öğrenmektir.

2.GEREÇ VE YÖNTEM

2.1.Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 18 ve üzeri yaş aralığındaki kişiler oluşturmaktadır ve gönüllülük esasına dayalı olarak rastgele örnekleme veri toplanmaya çalışılmıştır. Toplumdan veri toplanırken 384 kişinin yeterli olacağı görülmüştür. Fakat hata ve eksik doldurulan anketlerin çıkarılmasından sonra, 305 katılımcıdan elde edilen veri kullanılmaya uygun bulunmuştur.

2.2.Veri Toplama Araçları

Çalışmada verileri toplamak için online anket yöntemi kullanılmıştır. Covid-19’un nedenleri algısının, Covid-19 korkusu ile olan ilişkisini belirlemek için yapılan çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Anketin ilk bölümünde, katılımcıların sosyo-demografik özellikleriyle ilgili ifadeler yer almaktadır.

Anketin ikinci bölümünde, Ladikli vd. (2020)’nin çalışmasında oluşturduğu Covid-19 Korku Ölçeği yer almaktadır. Ölçek, tek alt boyuttan ve 7 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek, 5’li likert tipi bir ölçektir (1=kesinlikle katılmıyorum..., 5=Kesinlikle katılıyorum). Ölçek ortalamalarının değerlendirilmesi 1,00 ile 2,33 arası zayıf katılım, 2,34 ile 3,66 arası orta düzeyde katılım ve 3,67 ile 5,00 arası yüksek düzeyde katılımıdır. Ölçeğin orijinal çalışmadaki Cronbach’s Alpha değeri, 0,860’dır bu da çalışmanın kullanılması için güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçek kullanılmadan önce ölçeği geliştiren sorumlu yazarla iletişime geçilerek gerekli izin alınmıştır (Ladikli, vd. 2020).

Anketin son bölümünde ise, Geniş vd. (2020)’nin çalışmasında oluşturduğu Covid-19’un Nedenleri Algısı Ölçeği yer almaktadır. Ölçek, üç alt boyuttan ve 14 ifadeden oluşmaktadır. İlk alt boyut, “komplo” alt boyuttur ve 6 ifadeden oluşmaktadır. İkinci alt boyut, “çevre” alt boyuttur ve 5 ifadeden oluşmaktadır. Son alt boyut ise, “inanç” alt boyuttur ve 3 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekteki ifadelerde, 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır(1=kesinlikle katılmıyorum..., 5=Kesinlikle katılıyorum). Ölçek ortalamalarının değerlendirilmesi 1,00 ile 2,33 arası zayıf katılım, 2,34 ile 3,66 arası orta düzeyde katılım ve 3,67 ile 5,00 arası yüksek düzeyde katılımıdır. Ölçeğin orijinal çalışmadaki Cronbach’s Alpha değeri 0,790’dır ve bu da çalışmanın kullanılması için güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçek kullanılmadan önce ölçeği geliştiren sorumlu yazarla iletişime geçilerek gerekli izin alınmıştır (Geniş, vd. 2020).

2.3.Araştırmanın Etik Yönü

Verileri toplamadan önce çalışmada yer alacak bütün bireyler çalışmanın amacı ve gönüllülük esasına dayalı olması hususunda bilgilendirilmiştir.

2.4.Verilerin Analiz Araçları

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, SPSS 25.0 paket programı ve SPSS'in ek paketi olan AMOS-20 programı kullanılmıştır. Verilerin analizlerine başlamadan önce normal dağılıma uygunluğuna bakılmıştır. Bunun için ilk olarak, Kurtosis ve Skewness değerine bakılmıştır ve verilerin normal dağılım gösterdiği görülmüştür. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerin (ortalama, standart sapma, frekans, yüzde) yanı sıra, pearson korelasyon, bağımsız örneklem t testi ve One-Way ANOVA analizleri uygulanmıştır. Sonuçlar %95 güven aralığında değerlendirilmiştir.

2.5.Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Çalışmada, hipotez testlerine başlanmadan önce verilerin güvenilirliğine bakılmıştır. Gerçekleştirilen çalışmada, elde edilen bulguların güvenilirliğini saptamak için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha Katsayısı sıfır ile bir arasında değer almakta ve bire ne kadar yakınsa o kadar güvenilir olduğu söylenmektedir (Karagöz, 2014). Covid-19 Korkusu Ölçeğinin Cronbach's Alpha kat sayısının değeri 0,855 bulunarak oldukça güvenilir olduğu görülmektedir. Covid-19'un Nedenleri Algısı Ölçeğinin Cronbach's Alpha kat sayısı değeri 0,894 iken; komplo alt boyutu 0,944, çevre alt boyutu 0,865 ve inanç alt boyutu 0,880 olarak bulunmuş ve oldukça güvenilir oldukları görülmüştür. Verilerin güvenilir olduğu görüldükten sonra, ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla hem açıklayıcı hem de doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır.

2.5.1.Açıklayıcı Faktör Analizi

Açıklayıcı faktör analizinde ilk olarak verilerin uygunluğu için Kaiser Meyer Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity Testi (BST) sonuçlarına bakılmaktadır. KMO 1'e yaklaştıkça çalışmada kullanılan örneklem büyüklüğü mükemmel ulaşmaktadır (Karagöz, 2014). Covid-19 Korkusu Ölçeği için KMO örneklem yeterliliği test sonucu 0,856 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, çalışmanın örneklem büyüklüğünün çok iyi olduğu söylenebilir. Ölçeğin BST sonucu da, faktör analizi yapılması için anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$). Çalışmada faktör sayılarının belirlenmesinde özdeğer ve açıklanan varyans dikkate alınmıştır. Çalışmada, Covid-19 Korkusu Ölçeğinin açıklanan toplam varyansı %53,919 bulunmuştur. 7 ifadeden oluşan ölçek tek boyuttan oluşmaktadır. İfadelerin faktör yükleri ise orta ve yüksek değerler yer almaktadır. Bu da ifadelerin ölçeğe uygun olduğunu göstermektedir.

Covid-19'un Nedenleri Algısı Ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçları ise; KMO örneklem yeterliliği test sonucu, 0,880 olarak saptanmıştır. Bu sonuca göre, çalışmanın örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu görülmektedir. Ölçeğin BST sonucu da faktör analizi yapılması için anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$). Covid-19'un Nedenleri Algısı Ölçeğinin açıklanan toplam varyansı %75,129 olarak bulunmuştur. 14 ifadeden oluşan ölçek, orijinal çalışmada olduğu gibi üç alt boyuttan oluşmaktadır. İfadelerin faktör yüklerine bakıldığında ifadelerin doğru şekilde dağıldığı tespit edilmiştir.

2.7. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçeklerin model uyumunun incelenmesinde doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinin yapılabilmesi amacıyla veriler SPSS programının ek paketi olan AMOS 20 programına aktarılmıştır. Ardından ölçeklerin model uyum indeksleri incelenmiştir (Karagöz, 2016).

Covid-19 Korkusu Ölçeği için uyum indeksleri; Chisquare 21,201, Degrees of Freedom (sd=7, p=0,003), $\chi^2 /sd=3,029$ hesaplanmıştır. Ayrıca, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)= 0,082, Comparative fit Index (CFI)= 0,985, Goodness of fit Index (GFI)=0,980 olarak hesaplanmıştır.

Covid-19'un Nedenleri Algısı Ölçeği için uyum indeksleri; Chisquare 205,182, Degrees of Freedom (sd=74, p=0,000), $\chi^2 /sd=2,773$ hesaplanmıştır. Ayrıca, RMSEA = 0,076, CFI = 0,959, GFI =0,913 olarak hesaplanmıştır. Bu bulgulara göre, her iki ölçeğinde uyum indeksleri modellerinin kabul edilebilir bir değere sahip olduğu ortaya koyulmuştur. Elde edilen verilere göre, veri setinin istenilen uyum değerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

2.8. Çalışmanın Hipotezleri

Çalışmanın amaçlarına uygun olarak şu hipotezler geliştirilmiştir.

H_A: Covid-19 Korkusu Ölçeği ile Covid-19'un Nedenleri Algısı Ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_{A-1}: Covid-19 Korkusu Ölçeği ile Komplo alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_{A-2}: Covid-19 Korkusu Ölçeği ile Çevre alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_{A-3}: Covid-19 Korkusu Ölçeği ile İnanç alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_B: Katılımcıların sosyo-demografik verileri ile Covid-19 Korkusu Ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_C: Katılımcıların sosyo-demografik verileri ile Covid-19'un Nedenleri Algısı Ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{C-1}: Katılımcıların sosyo-demografik verileri ile Komplo alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{C-2}: Katılımcıların sosyo-demografik verileri ile Çevre alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{C-3}: Katılımcıların sosyo-demografik verileri ile İnanç alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

3.BULGULAR

Tablo 1’de katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları (n=305)

Değişkenler		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	210	68,9
	Erkek	95	31,1
Medeni Durum	Evli	80	26,2
	Bekar	225	73,8
Yaşadığı Bölge	Kentsel	146	47,9
	Kırsal	159	52,1
Yaş	18-25 Yaş	148	48,5
	26-33 Yaş	96	31,5
	34 ve Üstü Yaş	61	20,0
Eğitim Durumu	İlkokul	41	13,4
	Lise	26	8,5
	Ön Lisans	55	18,0
	Lisans ve Lisansüstü	183	60,0

Katılımcıların 210’unun (%68,9) kadın, 225’inin (%73,8) bekâr, 159’unun (%52,1) kırsal bölgede yaşadığı, 148’inin (%48,5) 18-25 yaş aralığında olduğu ve son olarak da 183’ünün (%60,0) lisans ve lisansüstü eğitim almış olduğu görülmektedir.

Tablo 2’de Covid-19 Korkusu ölçeği ve Covid-19’un Nedenleri Algısı ölçeğinin alt boyutlarına ait ortalamaları, standart sapmaları ve korelasyon analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 2. Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Ortalamaları

Ölçek ve Alt Boyutlar	İfade	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (S.S.)
	Sayısı		
Covid-19 Korkusu	7	2,76	0,860
Covid-19’un Nedenleri Algısı	14	3,21	0,757
Komplo alt boyutu	6	3,45	0,999
Çevre alt boyutu	5	3,23	0,893
İnanç alt boyutu	3	2,70	1,190

Tablo 2’deki ortalamalar incelendiğinde, Covid-19 Korkusu ölçeğine orta düzeyde ($\bar{X}=2,76 \pm S.S.=0,860$) bir katılım olduğu görülmektedir. Covid-19’un Nedenleri Algısı ölçeğine bakıldığında orta düzeyde ($\bar{X}=3,21 \pm S.S.=0,757$) bir katılım düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Komplo alt boyutu ($\bar{X}=3,45 \pm S.S.=0,999$) orta düzeyde, çevre alt boyutu ($\bar{X}=3,23 \pm S.S.=0,893$) ve inanç alt boyutu ($\bar{X}=2,70 \pm S.S.=1,190$) orta düzeyde katılım düzeylerine sahiptir. Alt boyutlar arasında en düşük katılım düzeyi inanç boyutunun iken, en yüksek katılım ise komplo boyutununudur.

Tablo 3’de Covid-19 Korkusu ölçeği ile Covid-19’un Nedenleri Algısı arasındaki korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 3. Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Korelasyon Analizi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	1	2	3	4	5
Covid-19 Korkusu (1)	1				
(2) Covid-19'un Nedenleri Algısı	* 0,116	1			
Komplo alt boyutu (3)	0,046	* 0,822	1		
Çevre alt boyutu (4)	* 0,128	* 0,722	0,3	1	
İnanç alt boyutu (5)	0,108	* 0,688	60* 0,3	51* 0,3	1

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 3’de pearson korelasyon analizi sonucuna baktığımızda ise, Covid-19 Korkusu ölçeği ile Covid-19’un Nedenleri Algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif fakat düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,116$). Buna ek olarak, Covid-19 Korkusu ölçeği ile çevre alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı ama düşük düzeyde pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,128$). Covid-19 Korkusu ölçeği ile komplo ve inanç alt boyutları arasında pozitif yönde olumlu bir ilişki bulunmamaktadır. Bu analizlerle birlikte H_{A-1} ve H_{A-3} hipotezleri red edilirken, H_A ve H_{A-2} hipotezleri kabul edilmiştir. Bunlara ek olarak, Covid-19 Korkusu Ölçeği ile yapılan fark analizi sonuçlarına göre katılımcıların hiçbir sosyo-demografik özellikleri ile pozitif yönde olumlu bir ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$). Bu sonuçlar ışığında, H_B hipotezi red edilmiştir.

Tablo 4’de Covid-19’un Nedenleri Algısı Ölçeği ile yapılan fark analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 4. Covid-19’un Nedenleri Algısı Ölçeği Fark Analizi Sonuçları

Covid-19’un Nedenleri Algısı Ölçeği		N	\bar{X}	S.S.	T	P	
Cinsiyet	Kadın	210	3,09	0,647	-4,166	0,000	
	Erkek	95	3,47	0,907			
Medeni Durum	Evli	80	3,19	0,845	-0,278	0,782	
	Bekar	225	3,22	0,726			
Yaşanılan Bölge	Kentsel	146	3,15	0,799	-1,432	0,153	
	Kırsal	159	3,27	0,715			
Covid-19’un Nedenleri Algısı Ölçeği		N	\bar{X}	S.S.	F	P	Post Hoc.
Yaş	18-25 Yaş	148	3,15	0,799	2,050	0,153	
	26-33 Yaş	96	3,27	0,715			
	34 ve Üstü Yaş	61	3,21	0,757			
Eğitim Durumu	İlköğretim ¹	41	3,54	0,761	3,306	0,021	1-4 ($p=0,014$)
	Lise ²	26	3,09	0,639			
	Ön Lisans ³	55	3,24	0,713			
	Lisans ve Lisansüstü ⁴	183	3,15	0,770			

Tablo 4 incelendiğinde Covid-19’un Nedenleri Algısı Ölçeği ile yapılan fark analizi sonuçlarına göre, katılımcıların cinsiyet ve eğitim durumu değişkenleri arasında pozitif yönde olumlu bir ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). Farklılığa bakıldığında, erkek katılımcıların ortalaması kadın katılımcılardan yüksektir. Eğitim durumuna göre farklılığa bakıldığında, anlamlı ilişki

ilköğretim okuyan katılımcılar lisans ve lisansüstü okuyan katılımcılardan daha yüksek ortalamaya sahiptirler. Bu sonuç ışığında H_C hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde komplo alt boyutu ile yapılan fark analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 5. Komplo Alt Boyutu Fark Analizi Sonuçları

Komplo Alt Boyutu		N	\bar{X}	S.S.	T	P	
Cinsiyet	Kadın	210	3,31	0,952	-3,585	0,000	
	Erkek	95	3,75	1,039			
Medeni Durum	Evli	80	3,38	1,106	-0,683	0,495	
	Bekar	225	3,47	0,959			
Yaşanılan Bölge	Kentsel	146	3,31	0,987	-2,423	0,016	
	Kırsal	159	3,58	0,994			
Komplo Alt Boyutu		N	\bar{X}	S.S.	F	P	Post Hoc.
Yaş	18-25 Yaş	148	3,40	0,972	0,335	0,716	
	26-33 Yaş	96	3,48	0,949			
	34 ve Üstü Yaş	61	3,52	1,142			
Eğitim Durumu	İlköğretim	41	3,78	0,939	2,040	0,108	
	Lise	26	3,26	0,940			
	Ön Lisans	55	3,47	1,013			
	Lisans ve Lisansüstü	183	3,39	1,006			

Tablo 5 incelendiğinde komplo alt boyutu ile yapılan fark analizi sonuçlarına göre, katılımcıların cinsiyetine ve yaşanılan bölgelerine göre pozitif yönde olumlu bir ilişki saptanmıştır ($p < 0,05$). Anlamlı farklılığın kaynağına bakıldığında, erkekler ($\bar{X}=3,75 \pm S.S.=1,039$) kadınlardan ($\bar{X}=3,31 \pm S.S.=0,952$) daha yüksek düzeyde katılım göstermektedir. Yaşanılan bölgedeki farklılığa bakıldığında, kırsal bölgede yaşayanların ($\bar{X}=3,58 \pm S.S.=0,994$) kentsel bölgede yaşayanlardan ($\bar{X}=3,31 \pm S.S.=0,987$) daha yüksek katılım gösterdikleri görülmüştür. Diğer analiz sonuçlarına bakıldığında; medeni durum, yaş ve eğitim durumuna göre pozitif yönde olumlu bir ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu sonuçlarla birlikte H_{C-1} alt hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde inanç alt boyutu ile yapılan fark analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 6. İnanç Alt Boyutu Fark Analizi Sonuçları

İnanç Alt Boyutu		N	\bar{X}	S.S.	T	P	
Cinsiyet	Kadın	210	2,43	1,043	-5,931	0,000	
	Erkek	95	3,31	1,271			
Medeni Durum	Evli	80	2,73	1,191	0,265	0,791	
	Bekar	225	2,69	1,192			
Yaşanılan Bölge	Kentsel	146	2,63	1,160	-0,953	0,341	
	Kırsal	159	2,76	1,218			
İnanç Alt Boyutu		N	\bar{X}	S.S.	F	P	Post Hoc.
Yaş	18-25 Yaş	148	2,70	1,130	1,413	0,245	
	26-33 Yaş	96	2,57	1,181			
	34 ve Üstü Yaş	61	2,90	1,330			
Eğitim Durumu	İlköğretim (1)	41	3,32	1,141	4,783	0,003	1-4 ($p=0,001$)
	Lise (2)	26	2,70	1,108			
	Ön Lisans (3)	55	2,73	1,128			

Lisans ve Lisansüstü (4)	183	2,56	1,194			
--------------------------	-----	------	-------	--	--	--

Tablo 6 incelendiğinde inanç alt boyutu ile yapılan fark analizi sonuçlarına göre, katılımcıların cinsiyet ve eğitim durumu değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p < 0,05$). Anlamlı farklılığın kaynağına bakıldığında, erkeklerin ($\bar{X}=3,31 \pm S.S.=1,271$) kadınlardan ($\bar{X}=2,43 \pm S.S.=1,043$) daha yüksek düzeyde katılım gösterdikleri ve ilköğretim eğitimi ($\bar{X}=3,32 \pm S.S.=1,141$) almış olan katılımcıların lisans ve lisansüstü eğitimi ($\bar{X}=2,56 \pm S.S.=1,194$) almış olan katılımcılardan daha yüksek katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Diğer sosyo-demografik verilere bakıldığında; medeni durum, yaşanılan bölge ve yaş değişkenleri ile pozitif yönde olumlu ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu sonuçlarla birlikte H_{C-3} alt hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte, çevre alt boyutu ile yapılan fark analizi sonuçlarına göre, katılımcıların hiçbir sosyo-demografik özellikleri ile pozitif yönde olumlu bir ilişki saptanmamıştır ($p > 0,05$). Bu sonuçlar ışığında H_{C-2} alt hipotezi red edilmiştir.

4.TARTIŞMA VE SONUÇ

Covid-19 pandemisi, günümüzde bireylerin hayatlarını kâbusa çeviren, korkulu bir rüya olarak yaşantımızda yerini almıştır. Ayrıca, toplumu olumlu-olumsuz bütün yönlerden etkileyen, ortaya çıkan çeşitli sebeplerden dolayı kişilerin duygusal ve fiziksel durumlarında farklılıklar yaratan toplumsal bir fenomendir. Bunun nedeni; tüm dünyayı saran salgın tehdidinin çok hızlı yayılım göstermesi ve kişilerin ruhsal durumlarında ani değişikliklere sebebiyet vermesidir. Pandemi döneminde yaşanan olumsuzluklardan kaynaklı toplum içerisinde bireylerde anksiyete, ağlama nöbetleri, panik atak, aşırı sinirlenme, yorgunluk ve halsizlik görülebilmektedir (Yanaretes, 2020:29). Covid-19 salgınının, kişiler üzerinde yarattığı psikolojik durumun nedensel algılarını araştırmak amacıyla yapılan çok fazla çalışmanın bulunmaması literatürde bir boşluğun olduğunu göstermektedir. Bunun yanında, Covid-19'un psikolojik açıdan yarattığı ruhsal çöküntüler sağlıklı çalışmaların yürütülebilmesi için bireylerin Covid-19'a yönelik korkularının ve Covid-19'un varlığına ilişkin nedenleri algılama biçimlerinin araştırılmasını ortaya koymuştur. Bu sebeple çalışmada, kişilerin Covid-19 nedenleri algılarının Covid-19 korkusu üzerinde bir ilişkisinin olup olmadığını belirlemek ve eğer bir ilişki söz konusu ise, bu ilişkinin biçimini açıklamak hedeflenmiştir.

Literatürde yapılmış olan araştırmalara bakıldığında Ekiz ve arkadaşlarının (2020) gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, Covid-19 pandemisi sırasında kişilerin kontrol algısı ve sağlık kaygısı düzeylerine ilişkin 1050 kişiye uyguladıkları online anket yoluyla topladıkları veri analiz sonuçlarından elde edilen bilgilere göre, katılım sağlayanlarda orta şiddette panik bozukluğu olduğu saptanmıştır (Ekiz, vd.2020:139). Tönbül (2020) tarafından yapılmış olan çalışmada, Covid-19 pandemisi sonrasında 20-60 yaş arası kişilerin ruhsal durumlara karşı ne kadar dayanıklı olduklarını görmek adına uygulanan anket sonuçlarından yapılan çıkarımlara göre ise, toplum içerisinde kaygı, korku, panik, endişe ve yitirilmiş umut durumlarının olduğu saptanmıştır. Salgın sonrasında sevdiklerini kaybeden bireylerin, yaşadığı korku ve endişenin yanında hayata daha negatif düşüncelerle baktıkları sonucuna da ulaşılmıştır (Tönbül,2020:163-169). Rajkumar ve arkadaşlarının (2020) yapmış oldukları diğer bir araştırmada, Covid-19 pandemisinin ilk sıralarında ve vaka sayılarının hızlı bir artış gösterdiği dönemde katılımcılarda çok fazla korku, panik, endişe ve kaygı bozukluğunun görüldüğü saptanmıştır (Rajkumar, vd.2020:e102066). Çin'in Wuhan eyaletinde pandeminin ilk patlak verdiği sıralarda yapılmış olan bir araştırmada, ankete katılım sağlayan bireylerin %50'sinden fazlasının ruhsal durumlarının orta ve şiddetli derecede kötü olduğu

saptanırken, 1/3'nün de orta ile şiddetli seviyede kaygı yaşadıkları görülmüştür (C. Wang, vd. 2020).

Çalışmanın bulguları incelendiğinde, katılımcıların Covid-19 nedenleri algılarından komplo alt boyutuna diğer alt boyutlara oranla daha çok katıldıkları görülmüştür. Bu durumu sırasıyla, çevre alt boyutu ve inanç alt boyutu izlemektedir. Çınar ve Küçükali (2020) Covid-19'da korkuya yönelik yaptıkları araştırmada, kişilerin çoğunlukla sosyal medya vasıtasıyla komplo teorilerini öğrendiklerini belirtmiştir. Chen ve ark. (2020) ise, Covid-19'un komplo teorisi olduğunu düşünenlerin, çoğunlukla virüsün hızlı bir şekilde yayıldığı ülkelerde ikamet ettiklerini ve sosyo-ekonomik statülerinin düşük olduğunu belirtmişlerdir. Nitekim bu çalışmada, Covid-19'un bir komplo teorisi olduğunu düşünenlerin ortalamaları kıyaslandığında anlamlı bir sonuç elde edilmese de, ilköğretim mezunlarının daha yüksek korku seviyesi ortalamasına sahip olduğu görülmüştür. Buna ek olarak, erkeklerin Covid-19'un nedensel algılarından komplo alt boyutu puanlarının, kadınların aldığı puanlardan anlamlı olarak daha yüksek olduğu görülmüştür. Yani, Covid-19'un bir komplo teorisi olduğunu erkek katılımcılar kadın katılımcılardan daha çok düşünmektedir. Komplo alt boyutu için anlamlı çıkan diğer bir sonuç, yaşanan bölgeler değişkenine aittir. Araştırmanın sonucuna göre, kırsal bölgelerde yaşayanlar kentsel bölgelerde yaşayanlara oranla Covid-19'un komplo teorisi olduğu düşüncesine anlamlı olarak daha fazla katılmaktadırlar.

Bu çalışmada, cinsiyetler arasında Covid-19 korkusuna yönelik anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ancak literatür incelendiğinde, bu konuda anlamlı farklılıklar tespit eden araştırmalar mevcuttur. Örneğin; Bitan ve diğerlerinin (2020) İsrail örneklemini üzerinde yapmış olduğu çalışmada, korku seviyesinin kadınlarda erkeklere oranla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma ile, Bitan ve diğerlerinin (2020) yapmış olduğu çalışma arasında farklı bulgular elde edilmiş olmasının sebeplerinden birisi, örneklemin farklı ülkeden seçilmiş olmasıdır. Ancak; Korkmaz, Bakioğlu ve Ercan (2020) Türkiye örnekleminde yapmış olduğu çalışmada, kadınların Covid-19 korkusunun erkeklere oranla anlamlı olarak daha yüksek olduğunu raporlamıştır. Elde edilen bu sonuç, bayanlarda korku ve panik seviyesindeki artışın diğer araştırmalarla da desteklenir nitelikte bulunduğunu saptamaktadır (Ekiz, vd. 2020:150; Kong, vd. 2020:11; Kurt, vd. 2020:3; Özdin-Özdin, 2020:507; C.Wang, vd. 2020). Bu çalışmanın bulguları ile tutarlı olarak Duman'da (2020) üniversite öğrencileri ile yaptığı araştırmasında, cinsiyete göre Covid-19 korkusu puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Cao ve ark. (2020) örneklemini 7143 kişinin oluşturduğu çalışmasında, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık tespit edememiştir. Huang ve Zhao (2020) yapmış oldukları çalışmalarda benzer çıkarımlar bulmuşlardır. Tüm bu bahsedilen bulguların aksine, Paksoy (2020) erkeklerin Covid-19 korkusunun kadınlardan daha yüksek olduğunu bulmuştur. Bu açıdan Türkiye örnekleminde yapılan çalışmalarda, Covid-19 korkusunun cinsiyete göre farklılaşması noktasında oldukça önemli bulguların yer aldığı görülmektedir. Bu duruma; çalışılan yaş grubu, yaşanan yer, sosyal statü, meslek, pandemi sürecinde izolasyonun sağlanamayacağı iş ortamlarında çalışmak gibi örneklemler arasında görülen kişisel farklılıkların da sebep olabileceği düşünülmektedir.

Yapılmış olan diğer bir çalışmada, yaş faktörüne bakılarak grupların puanlamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Çalışmadan yapılan çıkarımlardan birisi, en genç yaş grubundaki bireylerin Covid-19 korkusunu en fazla yaşadığı yönünde olmuştur. Diğer bir ifadeyle, Covid-19 korkusunu en fazla yaşayan yaş grubu 15-20 aralığındaki gençler olmuştur. Çalışmaya katılan bireylerin yaşı arttıkça Covid-19 korku seviyesi ters orantılı olarak düşmektedir. Ortaya çıkan sonuç ile gündelik yaşantımızdaki durum arasında zıtlık bulunmaktadır. 65 yaş ve üzeri kişilerde kronik ve daha kalıcı rahatsızlıklar görülmektedir ve Covid-19 pandemisinde bu grup

daha fazla tehdit altındadır. Yaş ilerledikçe korku seviyesinin daha fazla olması gerekirken, araştırmadan tersi bir çıkarım elde edilmiştir (Li, vd. 2020:1204; Sağlık Bakanlığı, 2020:12).

Toplumda yaşanan en zor durumlarda ve çekilen acılar sonrasında kişiler bir sığınak ararlar. Buldukları sığınak ise, manevi boyutun onları getirdiği nokta olan dinleri olur. Kişinin başına gelmiş özellikle hastalık, afet, travmatik olaylar, ölüm gibi durumlarda birçok düşünce içine girilir ve sorgulamalara başlanır. Kişi gerekli cevapları din kavramı içinde inandığı inanç sisteminde bulmaktadır (Gencer, 2019:230-239; Ramos- Leal, 2013:45). Kişi geçirdiği kötü olaylardan sonra, inandığı din gereğince sabır ve tevekkülle yaşadığı durumdan kurtulmayı bekler. Yaş arttıkça dindeki inancın kuvvetinin de gitgide arttığı görüldüğüne göre (Emmons,2009:78), dindarlık boyutu ne kadar yüksek olursa çözüm üretme durumuna bağlı olarak, manevi hissiyat ve daha çok yaradana sığınma gereğinin artacağı göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Yaradana olan inancın korku ve panik durumunu azaltarak, ruhsal durumda iyileşmelere yol açacağı görülmektedir. Yaşı genç olan kişilerin, ileri yaş seviyesindekilere oranla hayat tecrübeleri ve yaşanmışlıkları daha azdır. Bu da olumsuz olaylara çok fazla maruz kalmadıklarını göstermektedir. İleri yaş grubundaki kişiler, daha fazla hayat tecrübesine ve yaşanmış deneyime sahip oldukları için bu konuda genç yaş grubuna göre şanslıdır. Covid-19 pandemisi, kendisi ile birlikte getirdiği olumsuzlukları gençlere yaşatırken, onların hayattaki tecrübesizliklerini de ortaya çıkarmış ve bu durum genç yaştaki bireylerde korku ve endişe durumunun daha yüksek olmasına yol açmıştır. Bu konu ile ilgili literatürde çalışmalara rastlamak mümkündür. Huang ve Zhao (2020) tarafından gerçekleştirilmiş olan bir araştırmada, genç yaş aralığındaki bireylerin korku ve endişe seviyelerinin ileri yaş grubundakilere oranla daha fazla olduğu saptanmıştır. Kong ve arkadaşlarının (2020) yapmış olduğu diğer bir çalışmada ise, 50 yaş ve üzeri bireylere uygulanan anket sonuçlarından elde edilen çıkarım, ileri yaştaki grubun kaygı ve endişe puanlarının daha fazla olduğudur. Bakioğlu ve arkadaşlarının (2020) yapmış olduğu araştırma sonucunda, yaş faktörü ile Covid-19 korkusu arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Badahdah ve arkadaşları (2020) tarafından yapılmış olan bir çalışmada, Umman'da doktorlar üzerinde uygulanan anket çalışması sonuçlarına göre yaş değişkeni ve kaygı arasında birbirini etkileyen olumlu bir etken görülmemektedir. Bu araştırmada, Covid-19 korkusu ile inanç alt boyutu bağlamında pozitif yönlü bir etki bulunamamıştır. Elden edilen çıkarıma dair literatürdeki araştırmalar incelendiğinde, Paksoy'un (2020) 1112 katılımcı ile yapmış olduğu çalışmada, Covid-19 korkusu ile inanç boyutu arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani Paksoy'a (2020) göre, inanç arttıkça Covid-19 virüsüne yönelik korku da artmaktadır.

Bu çalışmada, cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın görüldüğü diğer etken; değişken inanç boyutu olmuştur. Erkek katılımcıların inanç boyutundan almış oldukları puan, kadın katılımcılardan anlamlı olarak daha yüksektir. Yani, erkekler kadınlara oranla Covid-19'un tanrının cezalandırması veya kaderimizin bir parçası olduğunu daha fazla düşünmektedirler. İnanç boyutunda görülen diğer bir farklılaşma, eğitim durumları arasındadır. Covid-19'un kaynağının inançla ilgili olduğunun düşünülmesi, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılara oranla ilköğretim mezunu katılımcılarda daha fazladır.

Çalışmaya katılan bireylerden elde edilen anket sonuçlarına göre, eğitim seviyesi ile Covid-19 korkusu bağlamında pozitif bir etki saptanamamıştır. Yani, kişi ne kadar eğitilmiş olursa olsun, eğitim seviyesinin yüksek olması Covid-19 korkusu ilişkisini etkileyememiştir. Çalışmadan elde edilen bu çıkarımlar, alan yazındaki birçok araştırma ile benzerlik göstermektedir. Bakioğlu ve arkadaşlarının (2020) gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, eğitim faktörü ile Covid-19 korkusu bağlamında pozitif bir etki saptanamamıştır. Tönbül (2020) Covid-19 pandemisi sonrasında yapmış olduğu çalışmasında, 20-60 yaş arası kişilerin ruhsal durumlarındaki dayanıklılıklarını ölçmek adına bir anket uygulamıştır (Tönbül, 2020:165-166). Elde edilen sonuca göre, bireylerin ruhsal açıdan

dayanıklı olması ile eğitim seviyesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Ekiz ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan diğer bir çalışmada da, bireylerin ruhsal açıdan dayanıklı olması ile eğitim seviyesi bağlamında pozitif bir etki görülmemektedir (Ekiz, vd. 2020:150).

Çalışmanın ele alınan bulgularından birisi de, medeni durumun Covid-19 korkusu ile olan ilişkisidir. Anket sonuçlarından elde edilen veri sonuçlarına göre, medeni durum ve Covid-19 korku seviyesi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Gerçekleştirilmiş olan farklı araştırmalarda ise, medeni durum ve Covid-19 korkusu ilişkisi arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir (Badahdah, vd. 2020; Kong, vd. 2020; Kurt, vd. 2020; Tönbül, 2020; C. Wang, vd. 2020).

Diğer bir alt boyut olan çevrenin ise, Covid-19 korkusu ile aralarında istatistiksel olarak düşük düzeyde anlamlı pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Yani, katılımcıların Covid-19'un insanların doğaya zarar vermesi sonucunda oluştuğunu düşünmeleri ile, Covid-19'a yönelik korkularının olması arasında doğrusal bir ilişki vardır. Ancak bu ilişkinin derecesi zayıftır.

Çalışmaya kadın katılımcılar, erkek katılımcılardan iki kat daha fazla oranda katılım sağlamışlardır. Bunun yanında, eğitim durumu açısından da katılımcıların eşit bir şekilde dağılmadığı görülmektedir.

5.ÖNERİLER

Covid-19 salgını, tüm insanlığı etkisi altına alarak tehdit etmeye devam etmektedir. Bu konuda, pandemi sürecini deneyimlemiş ve deneyimlemeye de devam eden bir toplumun psikolojik durumu ciddi anlamda ele alınmalı ve gerekli tedbirler göz ardı edilmeden uygulanır hale getirilmelidir. Covid-19 salgın sürecinin yaratmış olduğu korku, endişe, panik ve kaygı her zamankinden daha fazla yaşanıyor olsa da, toplumu güçlendirici ve bilgilendirici farklı müdahale programları devlet tarafından hayata geçirilmelidir. Bunun yanında, salgının ne zaman biteceği bilinmediği için, bireyler pandemi sonrası içinde hazır halde bulundurulmalıdır. Tüm dünyaca bu salgını atlatabilmenin en önemli yolu, **farkındalık yaratabilmek** olmalıdır. Bireyler farkındalık yaratabilmek için, öncelikle salgın ile ilgili eğitimler vermeye çalışmalıdır. Sosyal medyayı en çok kullanan kesim, genç yaştaki bireylerdir. Bu nedenle, Covid-19 ile ilgili yapılan paylaşım içeriklerinin yönlendirici, anlaşılır, güvenilir ve bilgilendirici olması gerekmektedir. Aynı zamanda, salgın haberlerinin hayatta kullanılabilir uygulamalara da yer vermesi önem arz etmektedir.

KAYNAKLAR

Altın, Z. (2020). Covid-19 Pandemisinde Yaşlılar, Tepecik Eğit. ve Araşt. Hast. Dergisi,2020;30, 49-57.

Arpacıoğlu, M.S., Baltacı, Z. Ve Ünübol, B. (2021). "Covid-19 Pandemisinde Sağlık Çalışanlarında Tükenmişlik, Covid Korkusu, Depresyon, Mesleki Doyum Düzeyleri Ve İlişkili Faktörler", Çukurova Medical Journal, 46(1):88-100.

Bakioğlu, F., Korkmaz, O., & Ercan, H. (2020). Fear of COVID-19 and positivity: mediating role of intolerance of uncertainty, depression, anxiety, and stress. International Journal of Mental Health and Addiction.1-14.

- Bitan, D. T., Grossman-Giron, A., Bloch, Y., Mayer, Y., Shiffman, N. ve Mendlovic, S. (2020). Fear of COVID-19 scale: Psychometric characteristics, reliability and validity in the Israel population. *Psychiatry Research*, 289 (2020), 1-5
- Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 62-79.
- Badahdah, A.M., Khamis, F. & Al Mahyijari, N. (2020). The Psychological Well-Being of Physicians During COVID-19 outbreak in Oman. *Psychiatry Research* 289(113053), 1-2.
- Cao, W., Fang, Z., Hou, G., Han, M., Xu, X., Dong, J. & Zheng, J. (2020). The Psychological Impact of the COVID-19 Epidemic on College Students in China. *Psychiatry Research* 287(112934), 1-5.
- Chen, X., Zhang, S. X., Jahanshahi, A. A., Alvarez-Risco, A., Dai, H., Li, J., & Ibarra, V. G. (2020). Belief in a COVID-19 conspiracy theory as a predictor of mental health and well-being of healthcare workers in Ecuador: cross-sectional survey study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(3).
- Çatuk, C., ve Aydın, K. (2021). Covid-19 Dünya ve Türkiye Tedarik Zinciri Üzerine Etkileri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 427-449.
- Çınar O., & Küçükali (2020). A. Akademisyenlerin Kovid-19 Algısı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(4), 1633-1654.
- Çifçi, F., Demir, A. (2020). Covid-19 Pandemisinde Türk Profesyonel Futbolcuların Covid-19 Korkusu Ve Kaygı Düzeylerinin İncelenmesi. *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi* 2 (ÖS1), 26-38.
- Dikmen, U.A., Kına, H.M., Özkan, S., İlhan, M.N. (2020). Covid-19 Epidemiyolojisi: Pandemiden Ne Öğrendik. *J Biotechal and Strategic Health Res.* 1, 29-36.
- Duman, N. (2020). Üniversite öğrencilerinde COVID-19 korkusu ve belirsizliğe tahammülsüzlük. *The Journal of Social Science*, 4(8), 426-437.
- Ekiz, T., İlman, E., Dönmez, E. (2020). Bireylerin Sağlık Anksiyete Düzeyleri İle Covid-19 Salgını Kontrol Algısının Karşılaştırılması, Uluslar arası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 6 (1), 139-154.
- Emiral, E., Çevik, Z.A. ve Gülümser, Ş. (2020). Covid-19 Pandemisi ve İntihar, ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi, 5, 138-47.
- Emmons, R. A. (2009). *Teşekkür Ederim*. (Çev.). Kül, N., İstanbul: Doğan Kitap.
- Gencer, N. (2019). Hemodiyaliz Hastalarında Dindarlık ve Öznel İyi Oluş. (Doktora Tezi). *YÖK Ulusal Tez Merkezi*, 581493.

- Gencer, N. (2020). Pandemi Sürecinde Bireylerin Koronavirüs (Kovid-19) Korkusu: Çorum Örneği. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 2(4), 1153-1173.
- Geniş, B., Gürhan, N., Koç, M., Geniş, Ç., Şirin, B., Çırakoğlu, O. C., & Coşar, B. (2020). Development Of Perception And Attitude Scales Related With Covid-19 Pandemia. *Pearson Journal Of Social Sciences & Humanities*, 5(7), 306-326
- Huang, Y. & Zhao, N. (2020). Generalized Anxiety Disorder, Depressive Symptoms and Sleep Quality During COVID-19 Epidemic in China: a Web-Based Cross-sectional Survey. *Psychiatry Research* 288(112954), 1-6.
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59d3d331e59fd4.00419740 (Erişim Tarihi: 01.03.2021)
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kong, X., Zheng, K., Tang, M., Kong, F., Zhou, J., Diao, L. & Yuchao, D. (2020). Prevalence and Factors Associated with Depression and Anxiety of Hospitalized Patients with COVID-19. *MedRxiv* 2020, 1-12.
- Kurt, O., Deveci, S. E., & Oguzoncul, A. F. (2020). Levels of Anxiety and Depression Related to COVID-19 Among Physicians: An online cross-sectional study from Turkey. *Annals of Clinical and Analytical Medicine*, 1-6.
- Ladikli, N., Bahadır, E., Yumuşak, F. N., Akkuzu, H., Karaman, G., & Türkkan, Z. (2020). Kovid-19 Korkusu Ölçeği'nin Türkçe Güvenirlilik Ve Geçerlik Çalışması. *International Journal of Social Science*, 3(2), 71-80.
- Lin, C. Y. (2020). Social Reaction Toward the 2019 Novel Coronavirus (COVID-19). *Social Health and Behavior* 3(1), 1-2.
- Li, Q., Guan, X., Wu, P., Wang, X., Zhou, L., Tong, Y. & Feng, Z. (2020). Early Transmission Dynamics in Wuhan, China, of Novel Coronavirus-Infected Pneumonia. *New England Journal of Medicine* 382(13), 1199-1207.
- Özdin, S. & Özdin, Ş. B. (2020). Levels and Predictors of Anxiety, Depression and Health Anxiety During COVID-19 Pandemic in Turkish Society: The Importance of Gender. *International Journal of Social Psychiatry* 66(5), 504-511.
- Paksoy, H. M. (2020). Covid-19 Pandemisi ile Oluşan Korku ve Davranışlara İnançın Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 135-155.
- Rajkumar, R. P. (2020). COVID-19 and Mental Health: A Review of the Existing Literature. *Asian Journal of Psychiatry* 52, 102066.

- Ramos, C. & Leal, I. (2013). Posttraumatic Growth in the Aftermath of Trauma: a Literature Review about Related Factors and Application Contexts. *Psychology, Community & Health* 2(1), 43–54.
- Sağlık Bakanlığı. (2020). *COVID-19 (Sars-CoV-2 Enfeksiyonu-Bilim Kurulu Çalışması) Genel Bilgiler, Epidemioloji ve Tanı*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü.
- Shigemura, J., Ursano, R. J., Morganstein, J. C., Kurosawa, M., & Benedek, D. M. (2020). Public response to the novel 2019 coronavirus (2019-nCoV) in Japan: Mental health consequences and target populations. *Psychiatry and clinical neurosciences*, 74(4), 281. doi: 10.1111/pcn.12988
- Türkmen, M. ve Özşarı, U. (2020). Covid-19 Salgını ve Spor Sektörüne Etkileri, *International Journal Of Sport Culture and Science*, 8(2), 2148-1148.
- Tönbül, Ö. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Salgını Sonrası 20-60 Yaş Arası Bireylerin Psikolojik Dayanıklılıklarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Uluslararası Akademik Psikolojik Danışma ve Rehberlik Araştırmaları Dergisi* 2(2), 159-174.
- Uğraş, D. A., Kına H.M., Özkan S. ve İlhan M.N. (2020). COVID-19 Epidemiyolojisi: Pandemiden Ne Öğrendik, *J Biotechnol and Strategic HealthRes*, 1, 29-36.
- Yakut, E., Kuru, Ö., Güngör Y. (2020). Sağlık Personelinin Covid-19 Korkusu İle Tükenmişliği Arasındaki İlişkide Aşırı İş Yükü ve Algılanan Sosyal Desteğin Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeliyle Belirlenmesi, *Ekev Akademi Dergisi*, 83, 241-262.
- Yanarates, E. (2020). An Overall Evaluation of the Covid-19 Pandemic. *Social Scientific Centered Issues* 2(1), 24-33.
- Zhou, P., Yang, XL, Wang, XG., Hu, B., Zhang, L., Si, H. R. & Shi, Z-L. (2020). A Pneumonia Outbreak Associated with a New Coronavirus of Probable Bat Origin. *Nature* 559, 270-289.



KENTSEL GELİŞİM SÜRECİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER BAĞLAMINDA MALATYA'NIN SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTSEL GELİŞİMİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER¹

Murat SEZİK²

ÖZET

Kentlerin gelişimini etkileyen çok çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar ana hatları ile coğrafi faktörler ve beşeri faktörler olarak değerlendirilebilir. Ayrıca kentlerin gelişimlerinin sürdürülebilir olması da aynı faktörlerle yakın ilişki içerisindedir. Malatya kentinin kentsel gelişimini ele alan bu araştırmada, kentin gelişimini etkileyen faktörler ve sürdürülebilir kalkınma parametreleri birlikte ele alınmış ve Malatya'nın sürdürülebilir gelişim durumu değerlendirilmiştir.

Malatya, sürdürülebilir kentleşme parametresi olarak kabul edilen ekonomik, çevresel ve sosyal faktörler bağlamında ayrı ayrı değerlendirilmiş, çevresel ve sosyal uyumun bir yansıması olarak görülen yaşanabilirlik kriterlerinde Türkiye ortalamasının altında kaldığı, Malatya'nın sosyal - ekonomik boyutun uyumu olarak kabul edilen adil kent yaklaşımı ve çevresel- ekonomik boyutların görünümü olarak değerlendirilen yenilenebilir enerji kaynakları ve trafik yoğunluğu gibi başlıklarda da çok iyi yerlerde olmadığı görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Kentleşme, Ekonomi, Çevre, Sosyal Hayat

ASSESSMENTS ON MALATYA'S SUSTAINABLE URBAN DEVELOPMENT WITHIN THE CONTEXT OF FACTORS AFFECTING THE URBAN DEVELOPMENT PROCESS

ABSTRACT

There are many factors that affect the development of cities. These can be considered as geographical factors and human factors. In addition, the sustainability of the development of cities is closely related to the same factors. In this research, which deals with the urban development of the city of Malatya, the factors affecting the development of the city and the parameters of sustainable development were discussed together and the sustainable development status of Malatya was evaluated.

Malatya has been evaluated separately in the context of economic, environmental and social factors, which are accepted as sustainable urbanization parameters. - It has been seen that it is not in very good places in terms of renewable energy sources and traffic density, which are considered as the appearance of economic dimensions.

Keywords: Sustainable Development, Sustainable Urbanization, Economy, Environment, Social Life

1.GİRİŞ

Kentlerin gelişim sürecini etkileyen faktörler doğal coğrafi faktörler ve beşeri faktörler olarak ikiye ayrılabilir. Kentlerin coğrafi faktör unsurları o yerin yaşam alanı olarak seçilmesinde etkili olmanın yanında çoğu kez kentin gelişim istikametini ve kentin doğal sınırlarını da belirlemektedir.

¹ Bu araştırma İnönü Üniversitesi BAP Birimi Tarafından Desteklenmiştir. Desteklerinden dolayı teşekkür ederim

² Doç. Dr. İnönü üniversitesi İ.İ.B.F. Siyaset Bilimi ve Kamu yönetimi Bölümü, Kentleşme ve Çevre Sorunları Ana Bilim Dalı, murat.sezik@inonu.edu.tr.

Beşeri faktörler ise kentte yaşayanların nüfus özellikleri, yerleşme özellikleri, ekonomik etkinlikler şeklinde ifade edilebilir. Araştırma konusu olan Malatya İli, Doğu Anadolu Bölgesinin batısında, Fırat Havzası'nın Yukarı Fırat bölümünde, Hatay – Maraş çöküntü oluğunun kuzey ucunda; Tohma, Fırat ve Kuruçay vadileri ile bunları çevreleyen dağlar ve platolar üzerinde konumlanmıştır. Sultansuyu ve Sürgü Çayı vadileriyle Akdeniz'e, Tohma vadisi ile İç Anadolu'ya, Fırat vadisi ile Doğu Anadolu'ya açılan Malatya; bu üç bölge arasında bir geçiş güzergâhı durumundadır (Malatya Valiliği, 2013: 10). Malatya, yüzölçümü büyüklüğü bakımından 12.412 km²'lik alanla Türkiye'nin vilayetleri arasında 23. Sırada yer almaktadır. Doğusunda Elazığ, kuzeyinde Erzincan, kuzey ve kuzeybatısında Sivas, batısında Maraş, güneyinde Adıyaman, güneydoğusunda Diyarbakır illeri bulunmaktadır. Malatya'nın denizden yüksekliği 910-950 metredir. Fırat Irmağı üzerinde kurulu olan Karakaya Baraj Gölünün suları ilin doğu ve güneydoğusundaki doğal sınırını oluşturur. (Malatya Belediyesi, 1990: 24).

Malatya'nın kuruluşunda ve kentsel gelişim sürecinde başta kayısı olmak üzere tarım ve tarıma dayalı endüstri, imalat sanayi, ticaret ve ulaşım koşulları belirleyici rollere sahiptir. 1970'lere kadar devlet tarafından kurulan dokuma fabrikası, sigara fabrikası ve şeker fabrikası dışında kayda değer sanayi tesisi bulunmayan kentte 1980'lerden sonra sanayi alanında önemli atılımlar yapılmıştır. Bu değişim kenti Doğu Anadolu'nun cazip kentleri arasına sokmuş ve kentleşme hamlesi ile birlikte ticari faaliyetler konusunda da önemli bir merkez haline gelmiştir.

Malatya kenti jeolojik özellikler bağlamında değerlendirildiğinde ilin kurulu olduğu alanın, III. jeolojik devirdeki Alp kıvrımlaşması sırasında şekillenen Güneydoğu Torosların kollarının, ilin güneyini doğu-batı yönünde baştanbaşa kapladığı, güneyde daha düzenli sıralar oluşturan bu dağların doğrudan Tohma suyu aracılığıyla ya da Fırat'a katılan çok sayıda akarsuyla parçalandığı söylenebilir. TMMOB Jeoloji Mühendisleri Odası, Malatya Belediyesi ve MTA Genel Müdürlüğü tarafından 30 Kasım- 1 Aralık 2004 tarihleri arasında Malatya'da gerçekleştirilen sempozyumun sonuç raporunda ülkenin en önemli aktif fay sistemlerinden Doğu Anadolu Fayının deprem üretme riski ile bu fayın üzerinde yer alan Malatya ve çevresinin depremselliği tartışılmış, olası bir depremde genelde bu fay üzerinde yer alan özelde Malatya ve çevresinin karşılaşacağı tehlikeler değerlendirilmiştir. Tarihsel kayıtlara göre Doğu Anadolu Fayı boyunca 6.7 ile 7.8 büyüklüğü arasında değişen çok sayıda depremin meydana geldiği ve bu depremlerin ağır hasarlara neden olduğu ifade edilerek, son 90-100 yıllık süreçte büyük depremlerin oluşmadığı tespitinin devamında bu fay hattı bölgesinde yer alan yerleşimlerin gelecekte yıkıcı depremlerin riski altında olduğu tespiti yapılmıştır.

Kentleşmeyi etkileyen Jeomorfolojik faktörlerden en önemlisi olan yeryüzü şekilleri dikkate alınmadan gerçekleşen kentsel büyüme mekânsal problemlerin ortaya çıkmasına yol açacaktır (Bilgin, 1989: 35). Nitekim kentte yerleşim alanlarının ovada kurulu olması verimli tarım alanlarının yapılaşma ile dolmasının yanında depremsellik riskini de artıran bir durumdur.

Kentleşmenin gelişim seyri ve şekillenmesinde yerküre şekilleri dışında kentsel morfolojinin de dikkate alınması ayrıca önem taşımaktadır. Kentsel morfoloji için şehrin "insan habitati" denilebilir. Zira kentin sokak örüntüleri, bina formları ve ölçekleri, yerleşim şekilleri, açık alan ve yeşil alan sistemleri morfolojik analizin ana elamanlarıdır (Sınmaz ve Özdemir, 2016: 84). Bu nedenle kentler üzerinde yapılan değerlendirmelerde kentin coğrafik konumu ve yer şekilleri oldukça önemlidir. Zira bu durumlar kentleşmeyi etkilemekle beraber kentin, kent sınıflandırmasındaki yerini de belirlemektedir.

Bu araştırmada kentleşme ve kentleşmenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılması, sürdürülebilir kentleşme ve sürdürülebilir kentleşme için gerekli parametreler Malatya bağlamında ele alınmıştır. Sürdürülebilir kentleşmenin sağlanabilmesi için literatürde tartışılan her bir başlık Malatya için ayrı ayrı ele alınarak, kentin sürdürülebilirliği açısından öneriler geliştirilmiştir.

2. KENTLEŞME VE KENT SINIFLANDIRMALARI

Kentleşme Bilimi başta kamu yönetimi olmak üzere, sosyal bilimlerin birçok alanı ile yakın ilişki içerisinde ve her bir bilim dalı kenti, kendi ilgi alanlarına giren konulardan hareketle anlamlandırmaya ve açıklamaya çalışır.

Kentleşme, sanayileşmenin etkisiyle kent sayısının artması ve kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında heterojen yapılanmalara yol açan, artan oranda iş bölümü ve uzmanlaşma yaratan bir süreç olarak tanımlanabilir (Keleş, 2012:31). Kentleşmeyi etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bunlar ana hatları ile sayıldığında tarımdaki gelişmeler, sanayileşme, ulaşımın gelişmesi, sosyal ve kültürel çekiciler, eğitim seviyesinin yükselmesi, doğal nüfus artışı ve siyasal nedenlerdir.

Kentleşme bir değişim olmanın yanında devletin ve yerel yönetimlerin yüklendiği ekonomik, sosyal ve fiziki hizmetlerin ve yönetim fonksiyonlarının arttığı bir olgudur. Devlet kentleşme nedeniyle konut üretimi, çevrenin kirlenmesini önlemek, kentsel alanın ihtiyaç duyduğu enerjinin sağlanması, kullanım suyunun getirilmesi ve atık suyun uzaklaştırılması, eğitim, kültür ve sosyal hizmetlerin sağlanabilmesi ile ilgili faaliyetlerin planlanması ve hayata geçirilmesinden sorumlu olmaktadır.

Kentler, üstlendikleri fonksiyonlar, barındırdıkları nüfus, fiziki sınırlar, morfolojik yapılar ve geçirdikleri tarihsel/kronolojik safhalar açısından birçok sınıflandırmanın konusu olabilirler. Kentlerin üstlendikleri fonksiyonlar açısından sınıflandırılmasında esas olan nokta kentin sosyo-ekonomik yapısıdır. Bu bağlamda kentlerde hâkim olan ekonomik yapı dikkate alınmak suretiyle bir sınıflandırmaya gidilmektedir (İsbir, 1991:8). Kentlerin; sanayi kenti, ticaret kenti, madencilik kenti veya kültür kenti gibi ifadelerle tanımlanması o kentte baskın olan faaliyetlere göre şekillenmektedir.

Bu sektörlerden sadece biri ön plana çıkabilirken birkaç tanesinin birlikte öne çıktığı kentlerden de söz edilebilir. Örneğin sanayi kentleri iki büyük grupta toplanmaktadır. Bunlar üretim kentleri ve madencilik kentleridir. Üretim kentleri ticari faaliyetler için çekim merkezi olduğundan aynı zamanda süreç içerisinde ticaret kentleri olarak da kabul edilebilirler. Bazı kentlerin kültürel fonksiyonlar olarak adlandırılacak yükseköğretim kurumları, edebiyat ve güzel sanat faaliyetleri, çeşitli kongre ve festivaller düzenleme imkânları, müzeler ve dini merkezler ile ön plana çıktığı görülmektedir. Bu nedenle bu kentlere kültür kentleri denilmektedir. Malatya bu fonksiyonlar bağlamında değerlendirilebilir.

2.1. Ekonomik Fonksiyonlar

Malatya kenti 1980'ler sonrasında hızla büyüyen ve gelişen bir seyir izlemiş, özellikle tekstil sektöründe ve gıda sanayine yapılan yatırımlarla yüksek sanayi kapasitesine ulaşmıştır. Tüm sektörler beraber düşünüldüğünde Malatya'nın öne çıkan alanlarının; kayısı başta olmak üzere meyvecilik, tekstil, hayvancılık, madencilik-mermer ve sağlık olduğu söylenebilir.

2.1.1. Sanayi Fonksiyonu

Malatya'nın sanayileşmesi 1980'li yıllara kadar büyük ölçüde kamu yatırımlarına bağımlı olmuş, Sümerbank Dokuma Fabrikası, Tekel Sigara Fabrikası ve Şeker Fabrikası sanayileşmenin ilk hamleleri olmuş, 1980'li yıllarla beraber değişen kamu politikaları neticesinde özel teşebbüs eliyle kalkınma benimsenmiş bu konuda da Malatya ili önemli atılımlar yapmaya başlamıştır. Söz konusu kalkınma hamlesinin altında yatan en önemli nedenler incelendiğinde, kent için önemli bir gelir kaynağı olan kayısının parasal kaynak sağlaması, devletçe verilen yatırım teşviklerinin amacına uygun kullanılması, Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri, ulaşım ve iletişim altyapısına dönük yapılan yatırımlar ile ildeki müteşebbis potansiyeli olduğu görülmektedir (www.malatya.gov.tr/ekonomi).

Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) değerlendirildiğinde Malatya Merkezinde 2 adet OSB üretime devam etmekte, bunun yanında, Darende İlçesinde kurulması planlanan OSB'de parsel tahsisi çalışmaları devam etmektedir. Akçadağ ilçesinde ise Mermercilik Organize sanayi bölgesi ile Besi (Hayvancılık) Organize Sanayi Bölgesi ve Malatya Tarıma Dayalı (Sera) OSB kuruluş çalışmaları 2021 yılı itibarı ile sürdürüldüğü görülmektedir.

Malatya I. Organize San. Bölgesi; 300 hektar gibi geniş bir arazi üzerine kurulmuş olup toplam sanayi alanının 224 hektar, tahsis edilen parsel sayısının 148, üretimini sürdüren tesis sayısının ise 127 olduğu görülmektedir. I. OSB'nin tüm altyapısı ve sosyal tesislerinin de tamamlanmış olduğu söylenebilir.

Sanayicinin yoğun ilgisi nedeniyle I. ve II. OSB'de yeni yatırımcılara tahsis edilecek parsel kalmaması ve çok sayıda müteşebbisin yatırım için yer talep etmesi nedeniyle ortaya çıkan parsel talebi 1216 hektarlık alanın I. OSB'ye eklenmesi ile çözülmüş, önce 173 hektarlık alanın altyapı sorunları çözülerek hizmete sunulmuştur. Söz konusu alanda 81 parsel yer almakta ve 26 tesis üretimini sürdürmektedir. Yine ilave edilen 347 hektarlık alanda yer alan 88 sanayi parselinin altyapı ihalesi yapılmış olup inşaat çalışmaları sonuçlandırılmak üzeredir.

II. Organize Sanayi Bölgesi ise 350 hektar üzerine kurulmuş olup, toplam sanayi alanı 300 hektardır. II. Organize Sanayi Bölgesinin parsel sayısı 156, toplam müteşebbis sayısı 152 dir. Parsellerin tamamı tahsis edilmiş ve altyapı çalışmaları tamamlanmıştır. Halen 177 firma üretimini sürdürmektedir.

OSB'lerdeki firmalar ağırlıklı olarak gıda ve tekstil sektöründe faaliyet göstermektedir. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası 2021 kayıtlarına göre Malatya ilinde toplam 1213 firma faaliyet göstermektedir.

Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki illerin sanayileşmesi incelendiğinde, Malatya'nın bölge sanayisinde %29'luk bir pay ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Malatya ilini takip eden illerin ise Elazığ %18, Erzurum %13, Erzincan %9, Van %9, Ağrı %5, Kars %3, Bingöl %3, Bitlis %3, Ardahan %2, Muş %2, Iğdır %2, Hakkâri %1, Tunceli %1 şeklinde sıralandığı görülmektedir (TTGV, 2017: 78).

2.1.2. Tarım Fonksiyonu

Kentin sahip olduğu coğrafi koşulların tarıma elverişli olması, kentte önemli ölçüde kullanım alanı olarak tarım yapılabilen sahaların varlığı, fonksiyonel açıdan tarımın etkinliğini artırmıştır.

Malatya ili ve çevresi Güney Doğu Anadolu Bölgesinin iklimi olan karasal iklim, Akdeniz iklimi ve yağış rejimi ve Doğu Anadolu Bölgesi, karasal iç bölge yağış rejimi arasında bir geçiş alanı olduğundan, Malatya'nın iklimi için karasal ile Akdeniz iklimi arasında bir mikroklima iklimi olduğu söylenebilir. Bu iklim özellikleri nedeniyle Malatya kentinde birçok tarımsal ürünün yetişmesi mümkündür (Bilsam, 2011: 19).

İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü 2019 verilerine göre, ilin toplam tarım alanı 280 000 hektardır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından oluşturulan çiftçilerin kayıt altına alındığı tarımsal veri tabanı olan Çiftçi Kayıt Sistemime (ÇKS) kayıtlı Çiftçi Sayısı 31.305 kişi, ÇKS'ye kayıtlı Arazi Varlığı ise 1.689.109 dekar alandır. Bununla birlikte ilde 729.551 Hektar mera ve ormanlık alan mevcuttur.

Malatya kentinin tarımsal üretim verilerine bakıldığında, Malatya'nın sadece kayısı meyvesi değil, tarla bitkileri, sebze ve meyve üretimi için de oldukça uygun bir iklim ve toprak yapısına sahip olduğu görülmektedir. Tarıma elverişli yapı, beraberinde, ilin hayvancılık için de oldukça elverişli olduğunun göstergesidir. Çiftçilerinin büyük bir kısmının kayısı yetiştiriciliği yaptığı Malatya'nın birçok bölgesi tarla bitkileri üretimi için de oldukça elverişlidir. Büyük bir bölümü sulanabilir ovalarda, tahıl, bakliyat, şekerpancarı ve yonca ekimi yapılmaktadır. Kayısı üretiminin yaygınlaşması ile buğday ve arpa üretiminde azalma gözlenmişse de geniş tarım arazileri tahıl üretimi için oldukça uygundur. Malatya'da son yıllarda hayvancılıktaki artışa paralel olarak yem

bitkileri üretimi yaygınlaşmaya başlamış ayrıca, bölgede yer alan çok sayıda baraj ile sulanabilen tarım arazisi miktarında büyük ölçüde artış gerçekleşmiştir (Boztepe, Kapıkaya, Medik, Polat, Sultansuyu, Sürgü, Yoncalı, Çat ve Recai Kutan Barajı).

Malatya esasında meyvecilik alanında kayısı haricinde önemli alternatiflere sahiptir olmasına rağmen kayısı ile anılmaktadır. Örneğin elma, ceviz, dut, kiraz ve üzüm yetiştiriciliği bunlardan öne çıkanlardır.

Tablo1: Tarım Alanlarının Dağılımı ve Üretim Miktarı

	2002		2018		2019	
	ÜRETİM ALANI (da)	ÜRETİM MİKTARI (Ton)	ÜRETİM ALANI (da)	ÜRETİM MİKTARI (Ton)	ÜRETİM ALANI (da)	ÜRETİM MİKTARI (Ton)
MEYVE	743.620	170.734	906.480	479.407	950.411	474.758
SEBZE	60.880	143.131	42.341	103.855	44.778	111.711
TARLA	1.758.380	414.725	988.335	265.609	996.507	423.383

Kaynak: TÜİK

Tablo1’de yıllar itibarı ile Malatya’da üretilen tarımsal ürünler ve tarım alanlarının dağılımı yer almaktadır. Sulanabilir alanların artmasıyla beraber 2002 yılından 2019 yılına kadar meyve üretilen alanların ve üretim miktarlarının genişlediği, tarla bitkilerinin üretim alanında ise daralmanın olduğu tablodaki verilerden de anlaşılmaktadır.

2009 verilerine göre Malatya, Türkiye yaş kayısı üretiminin yaklaşık %55’ini karşılarken 2019 yılında bu pay % 46,28’e gerilemiştir. Her ne kadar üretimde kısmi bir gerileme yaşanmış olsa da, Çiftçi Kayıt Sistemi verileri incelendiğinde Malatya’da yaklaşık 200.000 kişi geçimini kayısı tarımından sağlamaktadır. Bu verilerden hareketle Malatya ekonomisi içerisinde kayısı üretiminin hala önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Malatya’daki meyve bahçelerinin büyük bir oranının kayısı bahçeleri oluşturduğu (%80), Malatya’da üretilen kayısının yaklaşık %90’ı Malatya’da bulunan çok sayıdaki kayısı işleme tesisinde işlenmekte olduğu ve başta Avrupa ülkeleri olmak üzere yaklaşık 150 ülkeye ihraç edildiği görülmektedir. Dünyada kuru kayısı ithalatında ABD, Rusya, İngiltere, Fransa ve Almanya gibi ülkeler dünya kayısı ithalatının % 50’den fazlasını gerçekleştirmektedir.

Malatya çevresinde bulunan Elazığ’ın Baskil ilçesi, Kahramanmaraş’ın Elbistan İlçesi, Adıyaman’ın Gölbaşı İlçesi ve Sivas’ın Gürün ilçesi de yoğun olarak kayısı üretimi yapılmakta ve buralarda üretilen kayısı, kuru kayısı olarak işlenmesi için Malatya piyasasına girmektedir. Fakat bu üretim rakamları Malatya’nın üretim rakamlarının haricinde yer almaktadır. Coğrafi olarak çok yakın olan bu bölgelerde üretilen kayısı Malatya kayısı ile büyük ölçüde benzer özellikleri taşımakta, dolayısıyla kurutmalık olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 2: 2019 Meyve Üretim Verileri

	TÜRKİYE ÜRETİMİ (TON)	İL ÜRETİMİ (TON)	TÜRKİYE ÜRETİMİ İÇİNDEKİ PAY (%)
KAYISI	846.606	391.801	%46,28
ELMA	3.618.752	33.198	%0,92
ÜZÜM	4.100.000	16.639	%0,41
DUT	69.317	8.294	%11,97
ARMUT	530.723	6240	%1,18
GENEL TOPLAM	22.335.132	474.758	%2,13

Kaynak: TÜİK

2.1.3.Turizm ve Hizmet Fonksiyonu

Hizmet sektörü; ulaşım, iletişim, haberleşme, eğitim, sağlık, turizm, yemek ve restoran işletmeleri olarak sayabileceğimiz birçok parçadan oluşmaktadır. Hizmet sektöründe bacasız sanayi olarak tanımlanan turizmin önemi bir yer tuttuğu söylenebilir. İç ve dış turizm faaliyetleri ekonomiye önemli gelir kazandırdığından illerin ekonomik kalkınmasında kaldıraç vazifesi görebilmektedir. Zira turizm faaliyetleri çok sayıda istihdam imkanı sağladığından, işsizliği önleme bakımından da avantajlar sağlamaktadır.

Malatya'nın deniz turizmi dışında kalan türler açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Malatya İl Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü resmi sitesinde 223 adet Dinsel ve Kültürel yapı, 194 adet Sivil Mimari Yapı, 237 adet arkeolojik sit alanı bulunduğu ifade edilmiştir. Ziyaret edilebilecek bu yerler dışında turizm etkinliği kapsamında sayılabilecek çok sayıda faaliyet bulunmaktadır. Örneğin Arguvan Türkü Festivali, Malatya Kayısı Festivali Sultansuyu Harasında at binme, baraj göllerinde balık tutma, dağ yürüyüşleri, kale ve kilise ziyaretleri yönünden elverişli bir yapıya sahip olduğu birçok araştırmaya da yansımıştır (Gök ve Tuna,2013:3).

Doğal güzellik olarak da Sultansuyu Harası, Karakaya Baraj Gölü, Darende Somuncu Baba Kanyonu ve Rekreasyon alanları, Akçadağ ilçesinde Levent Vadisi ve Melekler Deresi boyunca Tohma Çayına kadar uzanan ve mağara mezar evleriyle bilinen Kozluca Vadisi ve Girmana Kanyonu öne çıkan mekânlardır. Bu mekânlarda son yıllarda Fırat kalkınma Ajansı ve Vakıflar tarafından yapılan yatırımlar sayesinde iç turizm hareketliliğinde önemli artışlar olmuştur.

Turizm hareketliliğini etkileyen önemli unsurlardan bir diğeri de kültürel etkinliklerdir. Malatya bu yönü ile de çok fazla etkinliğin hayata geçirildiği kültürel merkez olma yolundadır. Örneğin her yıl kaysının hasat sonrasında gerçekleştirilen Uluslararası Kültür Sanat ve Kayısı Festivali, her yıl sonbahar aylarında gerçekleşen Malatya Uluslararası Film Festivali, Kirazın hasat döneminde yapılan Yeşilyurt Kiraz-Kültür ve Spor Şenliği, Arapgir ilçesinde her yıl gerçekleştirilen Bağbozumu Şenlikleri ve Geleneksel Darende Zengibar Karakucak Güreş ve Kültür Festivali bunlar arasında sayılabilir. Ayrıca İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi'nin de sağlık turizmi yönünden öne çıktığı, çevre kentlerden ve yurtdışından hastaların tercih ettiği bir merkez haline geldiği söylenebilir.

Turizmin gelişimi için olmazsa olmaz şartlar 3Y formülü ile özetlenmiştir. Bunlar, yolların yeterli ve konforlu olması, yemek yenilecek sıhhatli mekânların çokluğu ve yatak sayılarındaki çokluk gibi durumlardır. Malatya her üç durumda da bölgedeki illere göre birtakım avantajlara sahiptir. Özellikle yatak sayısı açısından son yıllarda yapılan yeni yatırımlarla bölgenin önde gelen kentleri arasına girmiştir.

Tablo 3: Turizm İşletme Belgeli Oteller

TÜRÜ	ADET	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
5 Yıldız	3	543	1090
4 Yıldız	3	167	334
3 Yıldız	8	413	808
2 Yıldız	2	106	215
TOPLAM	16	1229	2447

Kaynak: Malatya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2021

Malatya’da işletme ye devam eden tesislerin doluluk oranlarına bakıldığında ise 2018 yılında %40,24, 2019 yılında %39,50 2020 yılında ise %32,98 olduğu görülmektedir. 2020 yılındaki düşüşün nedeni Covid 19 pandemisi nedeniyle yurt içi ve yurt dışı turizm hareketliliğinin azalması gösterilebilir.

Tablo 4: 2020 Yılı Konaklama Verileri

Uyruğu	Giriş	Geceleme
Yerli	263579	449459
Yabancı	3002	7834
Toplam	266551	457293

Kaynak: Malatya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2021

3. MALATYA KENTİNİ SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRMEK

Kentler değişken nüfus ve alana sahip, sürekli büyüyen bir bakıma canlı organizmalardır. Tükettikleri alanlar ve enerji miktarları, kirlittikleri doğal ortamlar ve barındırdıkları nüfuslar nedeniyle çevre üzerinde çok önemli etkileri olmaktadır. Bu etkiler küresel ölçekte olabildiği gibi, bölgesel ya da bir kent ölçeğinde de olabilmektedir. Küresel ölçüde etkilere, enerji ve ham madde kullanımı ve çevre kirliliği örnek olarak verilebilir. Bölgesel ölçekte etkiler su havzaları, doğal kaynaklar ve arazi kullanım planları, kırsal alandaki kirlilik örnek verilebilir. Kent ölçeğinde ise kentlerin kendi yaşam alanlarına yönelik hava, su ve gürültü kirliliği, su havzalarının yeşil ve orman alanlarının yerleşime açılması gibi etkilerden söz edilebilir.

3.1. Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının kökleri 1980 yılında Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) tarafından hazırlanan Dünya Koruma Stratejisi (WCS) adlı rapora dayanmaktadır. Kavramın akademik çevrelerde ve uluslararası örgütlerde geniş bir kullanım alanı bulması ise Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun (1987) “Ortak Geleceğimiz” başlıklı raporuyla olmuştur. Sürdürülebilir kalkınmanın ne olduğuna ilişkin birçok tanım bulunmaktadır. Her bir bilim dalı kendi disiplininin bakış açısına göre bir tanım yapmaktadır. Tanımlardan biri Ortak Geleceğimiz başlıklı raporda ortaya konulmuştur. Buna göre sürdürülebilir kalkınma “bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılayan kalkınma” biçiminde tanımlanmıştır. 1994 yılında Uluslararası Yerel Çevre Girişimleri Konseyi (ICLEI) tarafından yapılan tanımda ise

“Sürdürülebilir kalkınma, toplum üyelerinin çevresel, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarını, bu hizmetlerle ilgili tabii, yapay ve sosyal sistemlerin varlığını riske etmeden karşılanmasıdır” (Karakuyu, 2015: 7) şeklinde bir yaklaşım benimsenmiştir.

3.2. Sürdürülebilir Kentleşme ve Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir kent ile ilgili çok sayıda tanım bulunmaktadır. Bunlardan biri, “*insanların ihtiyaçlarına günümüz kentlerinden daha iyi cevap verebilen ve kentin gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılamada yetkin olabilen kent* (Ertürk, 1996: 175)”, bir diğer tanımda ise sürdürülebilir kent; *kentte, yaşam kalitesini -ekolojik, ekonomik ve sosyal açılardan- gelecek kuşaklara yük yüklemeyen, geliştirmek*, olarak tanımlanmıştır (URBAN 21 Konferansı, BERLİN, 2000).

Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir kent kavramı birlikte ele alındığında üç temel boyut karşımıza çıkmaktadır. Bunlar, ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliktir. Bunlardan birincisi ekonomik değerlendirmedir. Ekonomik açıdan dünya piyasalarıyla rekabet edebilen, insanların temel ihtiyaçlarının uygun şekilde karşılandığı, refah düzeyini yükseltici unsurlar içerirken ikincisi kalkınmanın toplumsal boyutudur. Kalkınma, toplumsal açıdan hakkaniyetçi, eşitlikçi, dezavantajlı grupları kapsayıcı, yaşam kalitesini yükseltici olmalıdır. Üçüncü olarak konu çevre ve doğal sistemler açısından ele alındığında ise önleyici, koruyucu, iyileştirici, destekleyici olacak şekilde birbirini bütünleyici; nesiller içi ve nesiller arasında dengeli bir planlama, uygulama ve yönetme süreci olduğu söylenebilir.

Sürdürülebilirlik olgusunun somutlaştığı mekân genellikle kentlerdir. Çünkü kentler hem doğal kaynakların başlıca tüketicisidir hem de kirlilik ve atıkların üreticisidir. Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir kentleşmenin sağlanabilmesi için oluşturulması gereken kentsel politikalar şu şekilde sıralanabilir.

- Öncelikli olarak kentlerin birbirinden farklılaşması sebebiyle her kentin sürdürülebilirliği için kendi özgün yollarını bulması gereklidir.
- Ekonomik gelişmenin sınırlayıcı etkenleri doğal servet kaynaklarıdır ve bunlar sınırlıdır. Dolayısıyla bu servetin korunması gereklidir. (su rezervlerinin, toprağın, biyolojik çeşitliliğin korunması, yenilenemez enerji kaynaklarının kullanımının azaltılması vb.)
- Sosyal adaletin sağlanması (özellikle çevre sorunlarından en fazla etkilenen ve bu sorunları çözmeye yeterliliği en az olan yoksulların durumunun iyileştirilmesi) gerekir.
- Arazi kullanım ve “imar planlamasında” stratejik çevre etki değerlendirmesinin gereklidir. (kentsel gelişim sürecinde mobiliteyi azaltıcı yönde bir işlevler karışımı oluşturulması)
- Sürdürülebilirlik bağlamında “Yenilenebilir enerji kaynakları”nın vazgeçilmez seçenek olduğu söylenebilir.
- Yerel yönetimlere yeterli otoritenin verilmesi ve güçlü bir akçal zeminin oluşturulması ile gerçekleştirilecek iyi yönetim kavramının bilinmesi ve anahtar aktör olarak yurttaşların ve toplumun etkin katılımının sağlanması (Tosun, 2009: 7) gereklidir.

Şekil1: Sürdürülebilir Kentleşmenin Temel Dayanakları



Kaynak: Tosun, 2019: 37

Avrupa kentlerinde sürdürülebilir kentsel gelişimin sağlanabilmesi için ortaya konulan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunlar: Avrupa Bölgesel ve Mekânsal Planlama Şartı, Avrupa Yerel Yönetim Özerklik Şartı, Avrupa Kentsel Şartı I ve Avrupa Kentsel Şartı II ve Avrupa Kıtasının Sürdürülebilir Mekânsal Gelişmesi İçin Rehber İlkeler, şeklinde sayılabilir. Türkiye 1988 yılında imzaladığı Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'na çok sayıda çekince koyduğundan çalışma kapsamında ele alınmayarak Avrupa Kentsel Şartı I ve Avrupa Kentsel Şartı II' de yer alan sürdürülebilir kentsel gelişim ilkeleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Avrupa Kentsel Şartı I, 1992 yılında Strazburg'da gerçekleştirilen Avrupa Konseyi ve Avrupa Yerel Yönetimler Konferansı'nın olağan toplantısında kabul edilmiştir. Bu belgenin en önemli özelliği metni ülke hükümetlerinin değil yerel yönetimlerin imzalamış olmasıdır. Şartta dört temel konu vurgulanmıştır. Bunlar: Fiziki kentsel çevrenin iyileştirilmesi, Mevcut konut stokunun iyileştirilmesi, yerleşmelerde sosyal ve kültürel olanakların ortaya çıkarılması ve toplumsal kalkınma ve halk katılımının özendirilmesi şeklinde sıralanmıştır.

Avrupa Kentsel Şartı II ise 2008 yılında Strazburg'da yine Avrupa Konseyi ve Avrupa Yerel Yönetimler Konferansı'nın toplantısında "Yeni Bir Kentlilik İçin Manifesto Belgesi" kabul edilmiştir. Bu belgede ele alınan bazı maddeler ise şunlardır: Enerji, ulaşım, toprak ve kaynak kullanımı bakımından tasarruf etmeyi sağlamayı amaçlayan kentler ve kasabalar hedeflenmiş, yürüyüş ve bisiklet gibi ulaşım biçimlerini ve toplu taşımayı teşvik edici politikalar üretilmeli, mekânsal eşitsizliklerin azaltılması için finansmanın dağılımı dengelenmeli, yerelde dayanışma ve kaynaşma teşvik edilmeli ve katılım açısından demokrasinin yeni taleplerini dikkate alan yönetim modelleri geliştirilmeli şeklindedir.

3.3. Sürdürülebilir Kalkınma ve Sürdürülebilir Kentleşmede Malatya

Malatya 806.156 nüfusu ile Doğu Anadolu Bölgesinin büyük kentleri arasındadır. 13 ilçe ve 719 Mahallesi bulunan kentin yüzölçümü 12.313 km² dir. Malatya kentini diğer Doğu Anadolu kentlerinden ayıran en önemli özelliği nüfusun %80'e yakınının merkez ilçelerde yaşıyor olmasıdır. Merkez ilçelerden Yeşilyurt'un nüfusu 331.911 Battalgazi'nin nüfusu ise 303.226'dır. Konu bu hali

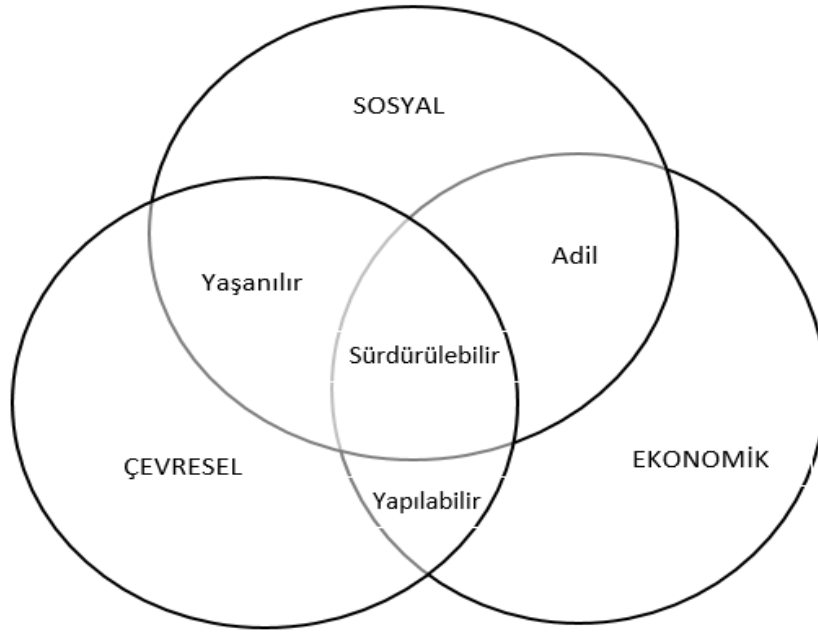
ile değerlendirildiğinde nüfusun ilçelere dağılımında sıkıntılar olduğu söylenebilir. Zira Kuluncak İlçesinde 7513, Kale İlçesinde 5618 ve Doğanyol ilçesinde ise sadece 3932 nüfusun yaşıyor olması dengesiz nüfus dağılımının en önemli göstergeleridir (Malatya BŞB, Brifing Dosyası)

Malatya da yaşayan nüfusun yaş grupları istatistikleri incelendiğinde ise nüfusun %8,02 sinin 10-14 yaş grubunda, %7,96 sının 15-19, %8,14'ünün ise 20-24, %6,99 unun 25-29, %6,91'inin de 30-34 yaş aralığında olduğu görülmektedir (TÜİK). Bu hali ile toplam nüfus içerisinde genç nüfusun oranının %38,02 gibi yüksek bir oran olduğu görülmektedir.

Nüfus eğitim düzeyleri bağlamında ele alındığına ise toplam nüfusun % 17,8'inin ortaokul ve dengi okul mezunu, %21,94'ünün lise ve dengi okul mezunu, % 13,74'ünün ise Yüksekokul veya fakülte mezunu olduğu görülmektedir. Bu hali ile nüfusun % 53,48'inin eğitimli olduğu söylenebilir.

Malatya'nın sahip olduğu özellikler, *ekonomik yapısı, çevresel özellikleri, nüfus özellikleri, yerleşim kararları* bir arada düşünüldüğünde sürdürülebilir kentleşme bağlamında birçok avantajı bulunmakla birlikte dezavantajlarının da olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir kentleşmede çevresel, ekonomik ve sosyal boyutların birbirleri ile uyum içerisinde bulunması, kentte yaşayanlar için de adil, yaşanabilir bir ortam sunmaktadır.

Şekil:2 Kentler İçin Sürdürülebilirlik Çemberi



Kaynak: (Arkun,2020: 119)

Sürdürülebilirlik araştırmalarında endeks olarak *ekonomik, çevresel ve sosyal* bazlı performanslar ve bunların göstergeleri kullanılmakta ayrıca bunlar arasındaki etkileşimlere bakılmaktadır. Ekonomik performans olarak ulaştırma, haberleşme altyapısı, iç ve dış pazarlara erişim, emek piyasası, insan sermayesi, banka ve finansal hizmetler, ekonomik canlılık ve etkinlik, Ar-Ge ele alınmaktadır. Çevre performansı olarak, doğal varlıklar, arıtma kapasiteleri, enerji, çevre etkisi gibi başlıklar ele alınmaktadır. Sosyal performans bağlamında ise yoksullukla mücadele, sağlık- sosyal

güvenlik, asayiş ve güvenlik, eğitim, kültür- sanat, barınma, kadın erkek eşitliği gibi konular değerlendirilmektedir.

2011 yılında Boğaziçi Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen bir alan araştırmasında Türkiye'nin kentleri sürdürülebilirlik açısından ele alınmış ve bölgeleri temsil ettiği düşünülen 29 il üzerinden buralarda yaşayan 3000 kişi ile bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma sonucunda Türkiye'nin mega kentleri dışında kalan Eskişehir, Kayseri, Bursa ve Konya illeri parlayan yıldızlar olarak belirmiştir (Boğaziçi Üniv. 2011: 13). Bu araştırmada Malatya 29 il içerisinde genel sürdürülebilirlik değerlendirmesinde 12. Sırada yer alırken, sosyal performansta 7, çevre performansında 14, ekonomik performansta ise 17. sırada yer almıştır. 2011'den günümüze yeni bir sürdürülebilirlik alan araştırması yapılmadığından günümüze ilişkin sayısal verilere ulaşamadığını belirtmekle birlikte Malatya'nın her bir başlık altında ele alınan kriterlerde iyileştirme imkânının bulunduğu söylenebilir.

Çevresel-Ekonomik boyut bağlamında konu ele alındığında, çevrenin korunması için sanayinin enerji ihtiyacının yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilmesi oldukça önem taşımaktadır. Bu konuda güneş enerji santralleri (GES) öne çıkmaktadır. Çünkü Malatya Türkiye'nin en çok güneş alan illerinden birisidir. Aylara göre güneş değerleri incelendiğinde, Haziran ve Temmuz aylarında oldukça yüksek bir güneş ışımalarının olduğu, ocak ve aralık aylarında ise bu oranın çok düşük olduğu görülmektedir. Malatya'da yıllık güneşlenme süresi ortalama olarak günde 7,9 saattir. Malatya'nın en az güneş aldığı ay 3,64 saatle Aralık iken, en çok güneş alan ay 12,09 saatle Temmuzdur (<http://investinmalatya.gov.tr/>). Ayrıca, GES'lere sosyo-ekonomik görüş açısıyla bakıldığında güneş enerji teknolojilerinin kullanımının çok çeşitli yararları sayılabilir. Sürdürülebilir enerji kaynağı olmanın yanında, sanayicinin enerji açısından bağımsızlığını sağlaması, önemli iş olanakları sağlanması, enerji tedariki, temini, çeşitliliği ve güvenilirliği, enerji piyasası düzenlenmesine destek sağlanması, gelişen ülkelerde kırsal elektrikleştirme ivmesi olarak sıralanabilir. Dolayısıyla Malatya da sürdürülebilir kent gelişiminin sağlanması için ele alınması gereken önemli başlıklardan birisi çevreye duyarlı sanayi yapılanması ve sanayi kuruluşlarının sürdürülebilir enerji kaynaklarına erişimin mümkün hale gelmesidir. Malatya kentinin bu konuda yeterli düzeye erişemediği sanayi kuruluşlarının elektrik ihtiyacının neredeyse tamamını HES'lerden sağlaması göstermektedir.

Çevresel - Ekonomik boyut bağlamında ele alınması gereken bir diğer husus trafik yoğunluğunun azaltılmasıdır. Malatya'nın tek merkezli bir il olması bir yandan trafik yoğunluğu oluştururken öte yandan emisyon oranlarında önemli artışlara yol açmaktadır. Bu nedenle kent içi ulaşım sorunlarının çözülmesi Malatya'nın en önemli sorunlarından biridir. Trafikteki karmaşanın, güvensizliğin ve kaygının azaltılması için yayalara ve bisiklet sürücülerine öncelik veren bir ulaşım planlaması yapılmalı, toplu taşıma yaygınlaştırılmalı, bisiklet kullanımı desteklenmeli, özel araç kullanımına sınırlamalar getirilerek kent içi trafik yoğunluğu ve buna bağlı çevresel sorunlar giderilmelidir.

Çevresel - Sosyal uyumun bulunduğu kentlerde yaşayanların daha mutlu olduğu ve yaşadıkları kentleri yaşanılabilir mekânlar olarak gördükleri yapılan araştırmalara yansımış durumdadır. Bu konuda CNBC-e Business Eylül 2010 sayısında 81 il yaşanabilirlik kriterleri bağlamında ele alınmış ve söz konusu araştırmada Denizli 26. Sırada, Kırklareli 27. Sırada Malatya ise 28. Sırada yer almıştır.

TÜİK tarafından ilki 2003 yılında Hanehalkı Bütçe Anketi'ne ek bir modül olarak gerçekleştirilen Yaşam Memnuniyeti Araştırması, 2004 yılından itibaren bağımsız olarak gerçekleştirilmiş ve 2013 yılında ilk ve son defa olmak üzere il düzeyinde gerçekleştirilmiştir. Bu

araştırmada genel kamu hizmetleri altında yer alan belediye hizmetleri sonuçları, il sınırları içindeki bütün belediyelerin hizmetleri yer almıştır. TÜİK'in 2016 yılından itibaren "İllerde yaşam endeksi" çalışması da bu bağlamda önemlidir. Bu çalışmalarda kentlerde yaşamın 11 boyutunu kapsayan yaşam endeksinin ölçütleri; konut, çalışma hayatı, gelir ve servet, sağlık, eğitim, çevre, güvenlik, sivil katılım, altyapı hizmetlerine erişim, sosyal yaşam, yaşam memnuniyeti olarak tespit edildiği görülmektedir. Ayrıca başlıklarda yer alan konuların önemi bir kısmının yerel yönetimlerin etkisi altında şekillenen durumlar olduğu ifade edilebilir (Sezik, 2019:705).

TÜİK tarafından gerçekleştirilen İllere ve Cinsiyetlere göre Mutluluk düzeyi araştırmasında, Türkiye'deki erkek nüfusun %56,1'i, kadın nüfusun ise %61,9'unun mutlu, Erkek nüfusun %11,9'unun, kadın nüfusun ise %9,6'sının mutsuz olduğu görülmektedir. Malatya'da yaşayan Erkek nüfusun %49,1'i kadın nüfusun ise %58,5'inin mutlu olduğu, Erkeklerin %16,4'ünün Kadınların ise %12,7'sinin mutsuz olduğu görülmektedir. Bu rakamlara bakıldığında Malatya'da yaşayan insanların Türkiye ortalamasının altında kaldığı söylenebilir.

İllere göre Belediye hizmetlerinde çöp ve çevresel atık toplama, kanalizasyon, şebeke suyu ve toplu taşıma hizmetlerinde memnuniyet durumunda da Malatya'nın içinde bulunduğu durum çok iyi sayılamaz. Zira çöp ve çevresel atık toplanmasındaki memnuniyet oranı %66,6, kanalizasyon hizmetlerinde %66,4, şebeke suyu hizmetinde %66,6 toplu taşıma sisteminde ise %62,7 şeklinde ortaya çıkmıştır (TÜİK; 2017)

TÜİK ve Boğaziçi Üniversitesi'nin gerçekleştirdiği Kentsel yaşam kalitesini ölçmeye yönelik araştırmalar dışında çalışma ne yazık ki yok. Bu durum 2017 yılında "Şehircilikte Yeni Vizyon" ana temasıyla gerçekleştirilen şehircilik şurasında ele alınmış ve kentsel yaşam kalitesinin ölçülmesi ve kentlerin karşılaştırılmasına imkân verecek veri altyapısı eksikliğinden bahsedilmiştir. Bu nedenle Şura'da "kullanıcı dostu dijital veri tabanları oluşturulması ve izleme sistemi kurulması" önerilmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2018). Yere özgü yaşam kalitesi ölçütlerinin belirlenmesi, bunlara ilişkin düzenli veri toplanması ve kalkınma planı dâhil tüm plan çalışmalarında değerlendirilmesi gerektiği Şehircilik Şurası 2017'nin öncelikli tavsiye kararları arasında yer almıştır.

Sosyal- Ekonomik boyutun birlikte ele alındığı ve uyumun bulunduğu kentlerde adil kent yaklaşımının ortaya çıktığı görülmektedir. Adil kent yaklaşımı içerisinde planlamada adalet, kentsel dönüşümde adalet ve paylaşımcı kent gibi öğelerin ön plana çıktığı söylenebilir. Kentsel Planlama bağlamında adil kent yaklaşımı ele alındığında, kentin donatıları ve altyapısının toplumun en dezavantajlı kesimleri öncelenerek herkes için üretilmesi ve sosyal çevrenin rehabilite edilmesi merkeze alınmıştır. Kentsel dönüşüm bağlamında adil kent yaklaşımında ise yerinden etmeme ve kentsel ayrışmalara yol açmama gibi prensipler öne çıkmakta, kentsel kararlara toplumun katılımı ve temsiline ilişkin vurgular yer almaktadır.

Kentsel dönüşüm ve kentsel planlamada adalet bağlamında konu ele alındığında, 1950'lerde başlayan kamu yatırımları sonucunda Malatya çekim merkezi haline gelmiş fakat kentteki yetersiz konut üretimi nedenleriyle gecekondulaşma başlamış önce kentin kuzey ve güney çeperinde 1990'lardan itibaren ise kentin batı çeperinde artarak devam etmiştir.

Neticede, 2006 yılındaki değerlendirmelere göre kentte 10 ayrı gecekondulu alanı oluşmuştur. 2000'lerin ortasında uygulamaya konan planlı kentsel yenileme politikaları Malatya'da da etkisini göstermiş ve 2000'lerin sonunda başta Beydağı eteklerinde kurulmuş olan pek çok gecekondulu mahallesi kentsel yenileme kapsamına alınmıştır (Polat, 2014:234). Malatya'da 2021 tarihi itibarıyla yürütülen Beydağı Mahallesi, Yeşiltepe Mahallesi ve Topsöğüt Mahallesi kentsel dönüşüm uygulamaları devam etmektedir. Devam eden projeler ve bundan sonra gündeme alınacak

kentsel dönüşüm projelerinin daha adil uygulamalarının olabilmesi için birtakım öneriler geliştirilebilir.

Bunlar: * Kentte yaşayan ve ortalamanın altında gelire sahip olan hane halkı için öncelikli olarak yaşadığı yerde ya da bir başka mekânda iyi bir konut sağlanabilir.

*Arazi kullanımı, kentsel dönüşümden etkilenen nüfusun istekleri ve pratiklerine göre gerçekleştirilebilir.

*Kamuya ait binaların inşa edilebilmesi ve konut kalitesinin artırılması için kentsel dönüşüm uygulama alanlarında ikamet edenlere adil hesaplanmış tazminat verilerek toplumsal denge korunmalıdır.

Planlama bağlamında adaletin sağlanabilmesi için ise;

*Plancılar adil çözümler üretmeli ve varsıl kesimlerin orantısız bir biçimde fayda sağlamalarının önüne geçmelidir.

* Planlama herkes için yaşanabilir fiziksel ve sosyal bir çevre sağlamalıdır.

*Boş ve seyrek yerleşimli alanlar için planlama söz konusu ise geniş bir danışma olmalı, dışarıda yaşayan ve etkilenim alanında yaşayan grupların temsilcilerini de içeren bir danışma düzlemi oluşturulmalıdır (Çolak, 2014: 64).

Adil bir kentin gerçekleştirilmesi için önemsenmesi gereken başka bir durum da “paylaşımçı kent” yaklaşımının yerel yöneticiler tarafından benimsenmesi ve bu anlayışın yerleştirilmesidir. Zira, Neo-Liberal ekonomik sistemin en önemli eksikliği insani değerlerdeki yoksunluk ve adaletsiz uygulamalardır. Bu araştırmanın ortaya koyduğu paylaşım kavramında insanlar öğrendiklerini, algıladıklarını, yemeklerini, evlerini, paralarını akla gelebilecek daha birçok nesne ve olguyu birbirleriyle paylaşırken, bu paylaşımın merkezinde ekonomik kazanç yoktur. Bu nedenle ister organize bir biçimde, sistemli ve kurallı bir şekilde gerçekleşsin isterse tamamen bireysel ve özgün bir girişimle ortaya konsun paylaşmanın karşılığı ekonomik beklentiler değildir (Sezik, 2020: 431). Paylaşımçı uygulamaların hayata geçirilmesi sosyal adaletin sağlanması bağlamında Malatya kentine önemli kazanımlar getirecektir. Bu yönde Yeşilyurt Belediyesince uygulamaya sokulan hayır çarşısı başlangıç için oldukça önemlidir.

SONUÇ

Malatya'nın ekonomik, sosyal ve çevresel faktörleri ile sürdürülebilir kentleşmenin temel dayanakları arasında ilişki kuran bu çalışmada kentin kendi kendine yeterliği, yaşam kalitesi ve değişen üretim kalıpları bağlamında değerlendirmeler yapılmıştır.

Yapılan değerlendirmeler neticesinde kentlerin birbirinden farklılaşması sebebiyle her kentin sürdürülebilirliği için kendi özgün yollarını bulmasının gerekliliği ifade edilerek Malatya ili kendi koşulları içerisinde ele alınmıştır. Örneğin Malatya'nın aktif fay sistemlerinden Doğu Anadolu Fay hattında yer alması nedeniyle Malatya ve çevresinin depremselliğini artırmakta ve kentin gelişiminde olumsuz bir psikolojik etki bırakmaktadır. Zira tarihsel kayıtlara göre Doğu Anadolu Fayı boyunca 6.7 ile 7.8 büyüklüğü arasında değişen çok sayıda depremin meydana geldiği ve yıkıcı sonuçların ortaya çıktığı bilinmektedir. Bu nedenle kentin gelişim yönünün fay hatlarından uzaklaşarak belirlenmesi kentin geleceği açısından oldukça önemlidir.

Malatya ekonomik gelişmişlik açısından bölgenin en önemli ili olmasının yanında sanayi üretimi ile öne çıkmaktadır. Sanayi üretiminin sınırlayıcı etkenleri doğal servet kaynaklarıdır ve bu kaynaklar sınırlıdır. Dolayısıyla bu servetin korunması gereklidir. Fakat Malatya’da su rezervlerinin, toprağın, biyolojik çeşitliliğin korunması, yenilenemez enerji kaynaklarının kullanımının azaltılması yönünde yeterli bir çabanın harcandığı söylenemez. Sürdürülebilir kentleşme için yenilenebilir enerji kaynaklarının yegâne seçenek olduğu bilinmelidir.

Malatya tarımsal üretimde Kayısı başta olmak üzere meyve çeşitliliği olan bir üretim yapısına sahiptir. Bu yapıyla yaş meyve ve kurutulmuş meyvede ülkenin önemli illeri arasına girebilecek potansiyeli bulunmakta fakat başta kayısı olmak üzere Malatya bu avantajını hem ülke ölçeğinde hem de uluslararası ölçekte kaybetmek üzeredir. Tarımsal üretimde sürdürülebilirliğin sağlanması bir yandan iklim koşullarından en az etkilenen üretim tarzının yerleştirilmesi öte yandan Pazar imkânlarının genişletilmesiyle mümkündür. Fakat bu konu üniversitenin ve Malatya Ticaret Borsa’sının çalışmaları dışında bir çabanın bulunmadığı ifade edilebilir.

Turizm sektöründe de pastadan pay kapmak isteyen Malatya son 10-15 yıllık süreç içerisinde gerek tarihi yapıları ayağa kaldırmak gerekse doğal güzelliklerin bilinirliğini artırmak yönünde birtakım çabalar içerisine girmiş ayrıca ildeki yatak kapasiteleri önemli oranda artırılmıştır. İldeki turizm potansiyelini açığa çıkarmak adına yapılanlar arasında Levent Vadisinin canlandırılması, Aslantepe höyüğünün bilinirliğinin artırılması, Silahtar Mustafa Paşa Kervansarayının ve Ulu caminin restorasyonu ve benzer yatırımlar öne çıkmaktadır. Fakat bu çabaların sürdürülebilir bir turizm geliri sağlaması yerel yönetimlerin aktif roller üstlenmesine bağlıdır. Oysa Malatya da ortaya çıkan eserlerin büyük kısmının merkezi idare ve Vakıflar Bölge Müdürlüğü çabaları ile oluşturulduğu görülmektedir. 2014 yılı Mahalli idare seçimlerinden sonra Büyükşehir Belediyesi olan Malatya ilinde KUDEP’in (Koruma Uygulama Denetim Bürosu) 2018 yılına kadar kurulamamış olması da kentin sürdürülebilir bir turizm yapılanmasına kavuşmadığının bir göstergesidir.

Malatya kenti Ekonomik, Çevresel ve Sosyal faktörlerin kesişimi bağlamında ele alındığında ise Çevresel ve sosyal uyumun ortaya çıkardığı yaşanabilir kentler ve mutlu insanlar sıralamasında Türkiye ortalamasının altında fakat ortalamaya yakın bir konumda olduğu görülmektedir. Çevresel ve ekonomik boyutun kesişimi olarak ortaya çıkan yenilenebilir enerji kullanımında yetersiz kaldığı kent içi ulaşımda trafik yoğunluğu gibi olumsuzluklara çözüm üretmediği, sosyal ve ekonomik boyutun kesişimi olan adil kent yaklaşımında ise arazi kullanımı, imar planlaması ve kentsel dönüşümde adil olunamadığı, paylaşımcı kent mekanizmasının ise tam olarak yerleştiremediği görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Arkun, A.K (2020), “ Türkiye’de Sürdürülebilir Kentsel tasarım Modeli ve Değerlendirme Sistemi Geliştirmek” Şehir ve Medeniyet, S.6(12), s.109-134
- Bilgin, A. (1989), “Yerleşme Alanlarının Seçiminde Jeomorfoloji” Jeomorfoloji Dergisi, S.17,s.34-43
- BİLSAM,(2011), Malatya Vizyon 2023, (Malatya İl Gelişim Raporu), BİLSAM Yayınları Malatya
- Boğaziçi Üniversitesi, (2011), Türkiye’nin Şehirleri Sürdürülebilirlik Araştırması, İstanbul
- Çolak Y.(2014), “Adil Kent Yaklaşımı Ve Kentsel Dönüşüm: İstanbul Esenler Örneği. İnsan & Toplum, 4 (7),s. 57-84

- Ertürk, H(1996), “Sürdürülebilir Kentler”, Yeni Türkiye Habitat II Özel Sayısı, S.2(8),s.174-178
- Gök, A., Tuna, H., (2013), “Turizm Pazarlaması Açısından Malatya İlinin Potansiyelinin Belirlenmesi”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, S.15(24).
- İsbir, Eyüp (1991), Şehirleşme ve Meseleleri, Gazi Büro Yayınları, Ankara.
- Karakuyu, M. (2015), “Sürdürülebilir Kentler Nasıl Oluşturulur? Yapılması Gerekenler ve Engeller”, Kent Çalışmaları 2, Pagem Akademi, Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı (2018), On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), Kentsel Yaşam Kalitesi, Ankara
- Keleş, R (2012), Kentleşme Politikası, (12. Baskı), İmge Yayınları, Ankara.
- Polat, Y (2014), “Türkiye’de Kentsel Dönüşüm Politikaları: Malatya Örneğinde Kentsel Mekânın Dönüşümü”, T.C. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi
- Sezik, M (2019), “Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Yaşanabilir Kent Oluşturma Politikaları”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16 (2), 703-716.
- Sezik,M. (2010), “Kentsel Eşitsizliklerin Giderilmesinde Bir Model Önerisi: Paylaşımçı Kent”, Şehir ve Medeniyet Dergisi, S.6(13), s.417-438.
- Sınmaz, S. ,Özdemir A.H. (2016), “Türkiye Şehir Planlama Pratiğinin, kentsel Morfoloji Ve Tipoloji Üzerindeki Etkileri, Siverek Kenti İçin Bir Değerlendirme”, İdeal Kenet, Kent Araştırmaları Dergisi, s18(7), s.80-115
- TTGV (Türk Teknoloji Geliştirme Vakfı), (2017), Girişimcilik ve Yenilikçilik İhtiyaç Analizi Ve Kümeleme Çalışmaları, Ankara.
- TMMOB (2004), Malatya'nın Jeolojisi, Depremselliği Ve Maden Potansiyeli Sempozyumu, Sonuç Raporu, 30.11-01.12/2004.
- Tosun, E. K. (2009), “Sürdürülebilirlik Olgusu Ve Kentsel Yapıya Etkileri”, PARADOKS, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, (e-dergi), S.5(2).
- Tosun, E.K.(2019), Sürdürülebilir Kentleşme, Dora Yayınları, Bursa.



KÜRESELLEŞME KAVRAMININ KÖKENLERİ

Güray ALPAR*

ÖZET

Küreselleşme kavramı; siyasi, ekonomik ve kültürel alanları içeren ve insanların, nesnelerin ve bilginin çok yönlü akışı ile bunların yarattığı çeşitli yapıları içeren dünya çapındaki bir süreç olarak tanımlanabilir. Bu kavramı tek bir bilimsel disipline dayalı olarak açıklamanın zorluğu kadar sınırlarının da belirlenmesinde başka bilimlere kullanma gereği bulunmaktadır. Genel olarak sanayileşmenin başlangıcı ve sonrası ile sınırlandırılmaya çalışılan bu kavramın köklerinin daha da gerilere gittiği muhakkaktır. Gerçekten de yeni kavramlar yaratmak adına daha öncesini yok sayan bir anlayışta, geçmişten kopmalar yaşanmakta ve ortaya çıkan sorunları çözmek mümkün olmamaktadır.

Küreselleşme yeni ortaya çıkan bir kavram değildir. İnsanın var oluşu ile birlikte, günümüzdeki kadar hızlı olmasa da bilgi ve kültürün az veya çok sürekli bir yayılımı söz konusudur. Kısaca tarihin her dönemi kendi içinde küresel olguları barındırmış ancak yavaş gelişen bu süreçler ulaşımının ve iletişimin gelişmesi ile hız kazanmıştır ve giderek de hızlanmaya devam etmektedir. Bu yayılma süreci bir anlamda katı olanın önce sıvı sonrasında ise buharlaşması olarak metaforlaştırılmaktadır.

Bu çalışma ile antropoloji ve kültürle ilgili bilgilere dayanılarak küreselleşme kavramının köklerine yönelik bilgiler ortaya konulmaya çalışılacaktır. Böylece küreselleşme kavramının daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunulması yanında küreselleşmenin getirdiği sorunları da bir derece anlamak mümkün olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, kültür, antropoloji, yayılma, değişim, kavramlar

THE ORIGINS OF THE GLOBALIZATION CONCEPT

ABSTRACT

Globalization concept can be defined as a worldwide process involving political, economic and cultural fields and involving the multidirectional flow of people, objects and information and the various structures created by them. As difficult as explaining this concept based on a single scientific discipline, it is also necessary to use other sciences in determining its limits. It is certain that the roots of this concept, which is generally tried to be limited to the beginning and after of industrialization, go back further. Indeed, in an understanding that ignores the past in order to create new concepts, there are breaks from the past and it is not possible to solve the problems that arise.

Globalization is not a new concept. With the existence of human beings, there is a more or less continuous spread of knowledge and culture, although not as fast as today. In short, every period of history has contained global phenomena within itself, but these slow-growing processes have accelerated with the development of transportation and communication and continue to accelerate gradually. In a sense, this spreading process is metaphorized as the solid form first liquid and then evaporation.

* Doç. Dr. Stratejik Düşünce Enstitüsü, galpar1965@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0122-7795>.

With this study, it will be tried to reveal information about the roots of the concept of globalization based on information about anthropology and culture. Thus, it will be possible to understand the problems brought about by globalization as well as contributing to a better understanding of the concept of globalization.

Key Words: Globalization, culture, anthropology, diffusion, change, concepts

Giriş

Siyasi, ekonomik ve kültürel alanları içeren ve insanların, nesnelere ve bilginin çok yönlü akışı ile bunların yarattığı çeşitli yapıları içeren dünya çapındaki bir süreç olarak tanımlanan “Küreselleşme” kavramı, yarattığı sorunlara rağmen bütün dünyayı etkisi altına almaya devam etmektedir. Günümüzde bu kavrama ilişkin tartışmalar devam etmektedir. Her ne kadar bu kavram, sanayileşme kavramı ile birlikte ortaya konulmaya çalışılsa da kökenlerinin daha eskilere dayandığı da bir gerçektir. Tarım toplumuna geçilmesi ve üretimin artması ile insanlar arasındaki ticaret ile iletişim de giderek artmış ve bir anlamda küreselleşme başlamıştır. Şüphesiz küreselleşmeye ilişkin bu kökenler ortaya konulmadan bugünkü anlamdaki küreselleşmeyi anlamak mümkün olmayacaktır.

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Aslında bir noktada değişim tanımlanırken, tarihsel veriler dikkate alınarak sosyal bilimlerin analitik araçlarıyla sorunu ortaya koymak, belki de en gerçekçi çözüm olacaktır. Bu anlamda da antropolojik olarak değişimin başladığı yerin, basit göçebe avcı topluluklar olduğu söylenebilir (Bilgin,2009:17). Bu anlaşılmadan, doğrudan değişimin sonraki dönemlerde ani başlangıcı, olayları açıklamada tam olarak yeterli olamamaktadır.

Küreselleşmenin günümüze kadar geçirdiği aşamaları ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma ile insanlar ve kültürler arasındaki ilişkilerin gelişmeye başladığı ilk dönemlerden itibaren, küreselleşmenin ilk temelleri, çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgilerden yararlanılarak ortaya konulmaya ve analiz edilmeye çalışılmıştır.

Küreselleşme Kavramına İlişkin Tartışmalar

Küreselleşmenin 19. yüzyıldan başlayarak ve çeşitli safhalar geçerek günümüze kadar geldiği söylenmekle birlikte, bu kavramın binlerce yıl geriye giden bir temelini olduğu ve birdenbire gerçekleşmediği de bir gerçektir. Bu anlamda, bazı düşünürler tarafından küreselleşmenin başlangıcı daha da geriye götürülmeye çalışılsa da (Scholte,2005: Therborn,2000, Robertson, 1990) aslında küreselleşme kökü bu açıklamalardan daha derinlere giden uzun dönemli bir süreçtir ve birdenbire oluşmamıştır.

Küreselleşme çok yönlü bir kavramdır. Siyasal, ekonomik ve kültürel alanları içeren “Küreselleşme kavramı”, insanların, nesnelere, mekanların ve bilginin çok yönlü akışı ile bunların yarattığı yapıları içeren, dünya çapındaki bir süreç olarak tanımlanıyor (Ritzer,2011:46).

Her yaratılan yeni kavramla birlikte, orada daha önce kimsenin olmadığı bir dünya düşünmek, zaten hayaldir. Kavramlar “biz/onlar” ve “Doğu Batı” üstünlüğü gibi basit çatışmalar üzerine oturtulduğunda ise (Mazrui,2016:33: Comaus,2011:9) zaten doğal olarak gerçeklerden ve geçmişten kopuşlar yaşanmaktadır.

Modern dünyanın en önemli sorunlarından birisi de bu ayrışmadan doğmaktadır. Oysa genelde uygarlıklar arasında temel bir karşıtlık yoktur. Varsa da yüzeyseldir ve yapay olmaktan öteye gidemez. Her halkın ve ırkın, kendine özgü biçimde gelişen değişik ve çok sayıda anlayışı, birikimi ve kültürü vardır ve bu anlamda farklılıklar “kesin karşıtlık” olarak değerlendirilmemelidir (Guenon,2005:53). Yeni bir şey üretirken geçmişten kopma, sonrasında birçok sorunu da beraberinde getirmekte ve “köksüz kavramlar” arasında bir süre sonra kaybolmalar da başlamaktadır. Bu durum sorunların çözülmesindeki yetersizliğin başlıca nedenidir. Bu konuda söylenebilecek diğer bir husus da “küreselleşme” gibi büyük bir kavramın temellerine inilmeden, sadece tek bir disiplinle çözülmeye çalışılmasının yaratacağı eksikliklerdir (Steger,2009).

Kültür, insanın doğuştan getirmediği ancak doğaya kattığı her tür ürün olarak tanımlanabilir (Alpar,2013:96). Kültür özel bir şey olmaktan ziyade paylaşılr, sürekli ve bütünleştiricidir (Erdem,2019:218-219). Kültür toplumda gözlemleyerek, konuşarak, iletişim kurarak iletilir. Ortak inançlar, değerler, hafızalar ve beklentiler, insanları aynı kültüre sahip olacak şekilde büyültür. Kısaca kültürler arası etkileşimle ortaya çıkan “Kültürlenme”, insanları ortak tecrübelerde bir araya getirir ve birleştirir (Gezon ve Kottak,2016:20).

Diğer yandan, çeşitli çağları ve kültürleri araştırmak, toplumsal ve kültürel gelişmelerin daha güçlü bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunan bir antropolojik bilgi bütünlüğü yaratır (Wulf,2009:19). Kültürler hiçbir zaman tam anlamıyla birbirlerinden izole olmadıkları için bilgi, ürün ve kültürlerin değiş tokuşu, insanlık tarihi boyunca devam etmiştir (Boas,1966).

Esasen kültürel çalışmalar konusunda bu şekilde ilerlemeci tarihsel anlatıların rasyonel olup olmadığı da artık tartışılmaktadır (Hall ve Clare,2003:12). Tıpkı küreselleşme kavramında olduğu gibi sık kullanılan modernleşme kavramı da yine 18. yüzyılda Aydınlanma Düşünürleri tarafından ortaya atılan ve nesnel bilimi, evrensel ahlakı ve hukuk kurallarını kendi iç mantıkları doğrultusunda geliştirme çabalarının bir sonucuydu (Koçakoğlu,2018:17). ortaya atılan ve bir anlamda ilerleme nosyonu ile üretilen kavramlardan sonra, sınırlı bir tarih yazılımına olan güven kaybolduğunda ise insanlar nereden gelip nereye gittiklerine dair ilerlemeci kavramların yerine

geçecek bir duruş üretmediklerinden (Brown,2001:2-5) çoğu zaman boşluğa düşmektedirler. Küreselleşme kavramı ve yarattığı sorunlar karşısındaki bugün içine düşülen durum da bunu doğrulamaktadır.

Oysa bütün moda deyimler aynı kaderi paylaşır. Şeffaflaştırdıklarını iddia ettikleri deneyimler çoğaldıkça, açıklamaya çalıştıkları sözcükler de o oranda bulanıklaşır. Bir tarafa itip yerine geçtikleri hakikatler zamanla bir kural halini alırken, yaratılan ve doğru kabul edilen kavramlar zamanla daha da keskinleşerek kesin doğrular olarak kabul edilmeye başlar ki (Bauman,2018:8), bu husus küreselleşme kavramı için de geçerlidir. Böylesi bir ortamda “zaman/mekân sıkışması” terimi ise insanlar için çok yönlü bir dönüşümünü özetler. Küreselleşme bir taraftan birleştirirken, diğer taraftan bölünmeleri de beraberinde getirir.

Küreselleşmenin Başlangıcına İlişkin Bulgular

Küreselleşmenin daha ilk çağlardan itibaren insan hayatında yeri olduğu biliniyor. Günümüzde pek önemsiz gibi görünen bir olay zamanının ilerisi ve moderni olma niteliğindedir. Örneğin bugün kullanılan “tablet bilgisayarlar” daha o zamanlar başka bir biçimde insan hayatındaydı. Sümerce’de okulun adı: “Edub-ba” idi. Edubba, tablet evi manasına geliyordu. Bu, günümüzdeki kitabevi niteliğindedir (Noah,2014:304). Sümerceden günümüze ulaşan bir tablette bir anne ile çocuğu arasındaki konuşma bugünkü bir ailede günlük konuşmalardan farklı değildir (Okur,2005:41-42):

- Nereye gittin?
- Okula gittim.
- Ne yaptın?
- Tabletimi okudum. Yeni tabletimi hazırladım. Onu yazdım bitirdim. Sonra sözlü ödevlerimi gösterdiler. Okul bitince eve geldim babama ödevlerimi gösterdim. Babam memnun oldu.

Daha ilk dönemlerden beri insanlar artık kendilerini aşmak, kendi çevreleri dışına çıkmak, daha ötesine ulaşmak istiyorlardı. Karadan arayışlar devam ederken, MÖ 3000’li yıllardan itibaren gemiler de önce Basra Körfezi’ne, daha sonra Hindistan’a açılmaya başlamıştı. Sümerlilerin Gilgamiş destanında da çölleri aşip mutluğun kaynağını bulmaya çalışma konusu vardır. Bu arayış daha sonraki dönemlerde de insanlar açısından hep devam edecektir. Yunan bilim adamları da şüphesiz kendilerinden önceki Anadolu, Mezopotamya ve Mısır Medeniyetlerinden etkilenmişlerdi. Örneğin; diğer filozof ve bilim insanları gibi Pisagor’da Babil, Mısır, İran ve Hindistan’ı dolaşmıştır. Aynı şekilde MÖ 5. yüzyılda yaşamış tarihçi ve yazar Herodot da çok gezecektir.

MÖ 2000’li yıllarda dünya nüfusu 25 milyonu geçmiş durumdaydı. Avrupa’da yaklaşık 5 milyon kişi yaşıyordu (Roberts,1996:32). Güneybatı Asya’da 5 milyon, Çin’de 5 milyon, İndus Vadi’sinde

4 milyon, Nil Vadisi'nde 1 milyona yakın insan yaşıyordu ve Mezopotamya bölgesinde bazı şehirlerin nüfusu 80.000'e ulaşmıştı. Bu üretim ve paylaşım demektir.

Bu dönemler aynı zamanda devletlerin imparatorluklara dönüşmeye başladığı dönemlerdir. 2350-2300 yılları arasında Asur kralı I. Sargon, "Dört Kıtanın Hükümdarı" unvanına sahip bir kral olarak fetihler yaptı. Bu dönemde daha çok bölgesel güç mücadelelerinin sürdüğü söylenebilir. Sümerlerin uzun mızrak ve ağır kalkanlarıyla zorlukla hareket eden askerlerine, Asurlular çöle uygun bir savaş tekniği yaratarak cirit, ok ve yayla hareketli yeni bir savaş tekniğini uyguladılar ve bu sayede üstünlük sağladılar. Demiri bulup bunu bir süre saklamayı başaran Hititlilerin ticaret yolları üzerine düzenlediği akınlar nedeniyle, Asurluların devlet gelirleri düştü ve giderek zayıfladılar. Bundan sonraki Hitit-Mısır Savaşları da iki tarafı yıpratacak ve bu güç boşluğundan yeni güç merkezleri oluşacaktır.

MÖ 2000'den sonra uzak mesafeli ticaretin patlaması, Akdeniz'i daha değerli hale getirdi. Bölgedeki mücadeleler bu güçleri zayıflattı ve tıpkı 20. yüzyılda Avrupa'daki savaşların güç merkezini Amerika'ya kaydırması gibi, bölgedeki güç merkezleri kayarak el değiştirdi ve yeni güç merkezleri ortaya çıktı. Mısır MÖ 2100'lerde çöktüğünde Mezopotamya, Mezopotamya 2000 yılında çöktüğünde ise Mısır canlandı. Ardından MÖ 11. yüzyıl boyunca kargaşa devam etti ve "kelebek etkisi" teorisini (*Amerikalı matematikçi Edward Lorenz, "The Essence of Chaos" isimli eserinde "Kelebek Etkisi"nden söz eder. Buna göre dünyadaki bütün varlıklar birbirine bağlıdır ve bu yüzden Afrika'da kanat çırpan bir kelebek Amerika'da fırtına yaratabilir.*) doğrular şekilde, bir krallık yıkıldığında diğerlerini de beraberinde götürdü (Ponting,201:265). Bu da o zamanki küreselleşmenin bir sonucuydu. MÖ 500'lere gelindiğinde ise dünya nüfusu 100 milyona ulaşmıştı. Bu dönemde Çin 30 milyon, Hindistan 25 milyon, Yunanistan 3 milyon nüfusa sahipti. Büyük kentlerden; Babil 250.000, Atina 150.000 ve Kartaca 50.000 nüfusa sahipti.

Bu dönemden itibaren kültürler arasındaki iletişimin daha da arttığı görülür. Bu dönemde İskender önderliğinde; Makedonlar, 35.000 kişilik bir ordularıyla Asya'ya geçmiş, MÖ 333 yılında Ahameniş (Pers) İmparatorluğu'nun önemli eyaletleri alınmış, 331'de Mısır fethedilerek İskenderiye kurulmuş, yine aynı yıl Ahameniş'ler (Persler) ortadan kaldırılarak başkentlerine girilmiştir. Bundan sonra ise İskender seferini 30.000 askerle Hindistan'a kadar uzatmıştır. Her ne kadar bu sefer için o dönemde dünyanın sonuna ulaşıldığı düşüncesi ortaya atılsa da bu biraz abartıdır, çünkü buralar zaten 200 yıldır İranlılar tarafından ele geçirilmiş bölgelerdi. Yine de bu Avrupa ve Asya arasındaki iletişimi belli bir seviyeye taşınması açısından önemliydi.

İskender'in imparatorluğunun çöktüğü ve bir boşluğun oluştuğu dönemde güçlenen Roma, kendini göstermeye ve Mezopotamya'ya doğru genişlemeye başlamıştı. Bu dönemde Çin-Pers-Roma

bağlantısının sağlanmasıyla Avrasya'da tarihte ilk defa olmak ve kesilmemek üzere böylesi kapsamlı bir işbirliği ve ticaret faaliyeti kuruluyordu. MÖ 36 yılında Çinli bir General, Orta Asya'da muhtemelen Perslerin saflarına geçmiş, asker kaçağı olan 150 Romalı lejyoneri ele geçirmiş ve imparatorluğun en kuzeybatısına göndermişti. MS 166 yılında ise deniz yolundan bir grup Romalı tüccar Çin'e ulaşmıştı. MÖ 1. yüzyıla gelindiğinde artık Roma Çin'i, Çin'de Roma'yı tanıyordu. Bundan sonraki dönem artık büyük imparatorlukların dönemiydi. Bu tarihler hiç şüphe yok ki, küresel olma yönünde önemli aşamalardı. Bu yayılma bundan sonraki dönemlerde de çeşitli biçimlerde devam edecek ve bu kültürleşmenin çeşitli alanlara etkileri olacaktır.

İmparatorluklar Dönemi ve Kültürlerin Etkileşimi

Bu noktada diğer bir aşama ise İslam dininin ortaya çıkışı ile ilgilidir. MS 7. yüzyılda ortaya çıkan İslam dini 100 yıl kadar bir sürede, dünya üzerinde daha önce hiç görülmemiş bir boyutta kültürel ve sosyal bir birlik oluşturmayı başarmıştı. Bu dönemden itibaren oluşan deve konvoyları ile birçok yerde ticaret de küreselleşiyordu. Develer muhtemelen MÖ 2000'li yıllarda evcilleştirilmiş ve ulaşımı yollara bağlı olmaktan çıkarmıştı.

1000'li yıllara gelindiğinde Avrasya steplerinden göçler devam ediyordu. Önce Hint Avrupalılar, sonra Türkler ve en son da Moğollar batıya doğru göç ettiler. Türklerin göçünden sonra, yerleşik tarım toplumları ile göçebeler arasında bir kayma oldu (Sanders,1993:53). Refah içindeki yerler saldırılara hedef oluyordu. Bu nedenle o dönemde refaha erişen bölgeler kenarlarını duvarlarla çeviriyordu. MS 1000 yıllarında tarihte ilk defa Hindistan, Çin'in nüfusunu geçerek 80 milyona ulaşmıştı. Aynı dönemde Çin'in nüfusu 65 milyon kadardı.

MS 1200-1350 yılları arasında hüküm süren Moğol İmparatorluğu, daha önceki imparatorluklar gibi Orta Asya bozkırlarındaki bir güç boşluğundan çıkmıştı. Moğolların imparatorlukları zirvesinde, Kore ve Çin'den Macaristan ve Suriye'ye ulaşıyor ve imparatorluk sınırları dünyanın %22'sinden fazla bir alanı kapsıyordu. Asya'nın neredeyse tamamını birleştiren Moğollar, kıtalar arası büyük yollar açtı. Atlıların geçtiği yerler, sadece düşmanlıkları değil aynı zamanda kültürleri buluşturan yollardı (Tanju,2009:38,39). Örneğin, barut teknolojisi Moğollar tarafından batıya yayıldı ve Müslümanlar tarafından öğrenildi. Moğollar zamanında, Asya ve Avrupa kısa bir süre için bile olsa birleşerek birbirini tanıma imkânı buldu. Bu istila ayrıca Avrupa'nın çürümekte olan uygarlığına yeni bir canlılık verdi ve Avrupa'nın gelişmesinde etkisi büyük oldu (Sanders,57).

Dünyanın bu en büyük kara imparatorluğu sadece siyasal olarak değil, aynı zamanda sağladığı düzenle de bölgeler arasında kültürel ve ekonomik bütünleşme açısından önemliydi. Moğollar

döneminde öyle bir güvenlik sağlanmıştı ki o dönemde bir kişinin başında altın bir tepsiyle Anadolu'dan Çin'e kadar güvenle gidebileceği söyleniyordu. Yine Moğollar döneminde her 40 kilometrede oluşturulan noktalar arasında bulundurulmuş dinlendirilmiş atlar ile daha önce altı ayda ulaşabilen haberler, 1-2 ay arasında ulaştırılmaya başlanmıştı ki bu bir anlamda o dönemin interneti anlamına geliyordu. Sonraki dönemde Osmanlı İmparatorluğu ise 3 kıtaya hâkim 4 stratejik koridoru kontrol ediyordu ve o zamana kadar dünyada hiçbir güç bunu başaramamıştı. Bütün bu kontrol edilen koridorlar aynı zamanda insanlar arasında iletişimi ve ticareti de sağlamaktaydı.

Ortaçağda Avrupa'nın Durumu

Bu dönemde Avrupa güçsüzdü. Avrasya'nın hâlâ en geri bölgesiydi. Tarımsal sorunlar, salgın hastalıklar büyük krizlere neden olmuş, nüfus azalmıştı. Avrupa, Moğol ve Timur istilasına maruz kalmasa da sorunlar ve parçalanmalar devam ediyordu. 1350-1450 yılları arasında, papalık dâhil Avrupa'daki tüm krallıklar bu zayıflama dönemini yaşadı. Bölge, küçük devletlerle doluydu. İstanbul'un Osmanlılar tarafından ele geçirildiği yıl, Fransa ülkesini yeniden kazanmış ve İngilizlerle olan uzun süreli savaşı henüz sona ermişti. İngiltere de bu dönemde parçalanıyor gibi gözüküyordu.

1400'lü yıllarda İngiltere ve Fransa çekişme halindeydi. İngilizler 1415 yılında Fransızlar karşısında zafer kazanmışlar ve 1419 yılında Paris'i ele geçirmişlerdi. İngilizlerin tekrar kovulması, İstanbul'un Türkler tarafından ele geçirilmesiyle aynı tarihte, 1453 yılında gerçekleşti. Ardından İngiltere, 1485 yılına kadar süren bir iç savaşa girişti. İngiltere ve Fransa, 1300'lü yıllardan başlayarak İstanbul'un ele geçirildiği 1453 tarihine kadar sürekli savaş halindeydi. Asıl sorun İngiliz krallarının Manş Denizi'nin karşı kıyısında Fransa topraklarında hak iddia etmeleriydi. İngiltere'nin Fransa'daki toprakları 1500'lerde elinden çıktı ve İngiltere bir kez daha "Ada Devleti" haline geldi.

Avrupa'nın nüfusu, yeni tarım alanlarının da açılması nedeniyle, 1000'li yıllarda 35 milyon kadarken, 1300'lerde 86 milyona çıkmıştı. Avrupa'nın birçok yerinde nüfus yoğunluğu yaşanmaya başlamıştı. Ancak eldeki teknoloji ile üretimin sınırına gelindiğinden daha fazla nüfus beslenemiyordu. Buna bir de 1200 yılından sonra Avrupa'da iklim şartlarının bozulması eklendi. 1315 yılından başlayarak durum daha da kötüleşti. 1315 yılında her mevsim yoğun yağış altında geçti, tarlalar sular altında kaldı. Ürün beklenenin yarısı bile değildi. Kıtık oldu. Otların yetişme süresi kısaldığından verim düşüyor ve hayvanların kışın hayatta kalması zorlaşıyordu. Ortalama ısı düştüğünden İzlada'da buğday üretimi son buldu, yine aynı şekilde 1400'lü yıllardan sonra da

İngiltere’de üzüm üretimi sona erdi. Hayvanların çoğu yem bulamadıklarından öldü. 1319 yılından sonraki dört yıl içinde Avrupa’da öküzlerin 2/3’si ölmüştü. Ölü hayvanların yenilmesi nedeniyle de salgın hastalıklar ortaya çıktı (Ponting,420). Tarım ürünlerinin fiyatı neredeyse 10 kat artmış bunun sonucunda asayiş bozulmuş, hırsızlık ve soygunlar zirve yapmıştı. Bu dönemde İngiltere ve Baltık ülkelerinde insan eti yenildiğine dair raporlar bile vardır. Açlık o boyuttaydı ki, 1318 yıllarında İrlanda’da cesetler bile mezardan çıkarılarak yenilmişti.

Avrupa’dan sonra, Avrasya’nın geri kalan kısmında da “kara ölüm” denilen veba salgını yayıldı. Bu salgın, günümüzdeki Covid-19 salgını gibi çağının en öldürücü hastalığıydı. Küreselleşme bugün olduğu gibi o dönemde de hastalığın yayılmasında ana etkendi. İlk salgın 1331 yılında Çin’de meydana geldi. Hastalık farelerdeki pirelerle ve hastalığa yakalanmış insanlarla taşınıyordu. 1338 yılında Orta Asya’da 1346 yılında Kırım, İstanbul, Sicilya ve Mısır da, 1347 yılında Fransa’da, 1347 yılında İngiltere’de ve 1350 yılında ise tekrar dönerek Moskova’da yayıldı. Bu süre zarfında Avrupa ve Asya kıtasında nüfusun muhtemelen en az 1/3’i bu hastalıktan öldü. Bu oran bazı yörelerde bunun da çok üstündeydi. Köyler boşaldı, toplumsal parçalanmalar oldu. Bunun ardından sonraki 15 yılda başka salgınlar da oldu ve insanlar bağışıklık kazanana kadar neredeyse 100-150 yıl kadar sürdü. 1596 yılında çıkan bir salgında İspanya’daki nüfusun yaklaşık %50’si öldü. 17. yüzyılda Fransa’da çıkan bir salgında ise yaklaşık 2 milyon insan hayatını kaybetti. İngiltere’de ise Amsterdam’dan gelen bir salgında haftada yaklaşık 6.000 kişi ölüyordu. İngiltere’de en son salgın 1665 yılında, Batı Avrupa’da ise 1721 yılında Marsilya’da görüldü. Salgın hastalıklar sonrası, işçi bulmak zorlaştığından işçilerin fiyatları arttı (Kerr,2011:48).

Avrupa’da 1500’lerdeki 80 milyon nüfus ise 1700 yılında 140 milyon, 1800’lerin başında ise 200 milyona ulaşacaktır. Ancak yine de 1500’lerde bile geleceğin Avrupa’ya ait olacağına dair işaretler pek yoktu ve Avrupalılar henüz modern toplum özelliği taşıyamıyordu. Gelişmelere rağmen taassup devam ediyordu. William Lee isimli bir mucit Cambridge Üniversitesi’ndeki çalışmalarını bırakarak örgü makinesini 1589 yılında tamamladı. Ancak icadı Kraliçe Elizabeth tarafından kabul görmedi. Kraliçe şöyle demişti: “Hedefiniz çok yüksek Efendi Lee. İcadımızın zavallı kullarıma ne yapacağını bir düşünün. İşlerini elinden alarak onları yıkımın eşiğine getirir, dilenciye çevirir.” (Acemoğlu ve Robinson,2014:172-175).

Keşifler ve Sömürge Dönemi

Osmanlıların Akdeniz’de üstünlüğü sağlamaya çalıştığı dönemlerde, Akdeniz çoktan dünyanın merkezi olmaktan çıkmıştı. Venedik ve Osmanlı birbirini bilinçsizce tüketmişti. 15. yüzyıldaki en önemli gelişme Avrupa’nın keşif ruhu ile Atlantik’e açılması olmuştur. Başlangıçta mali kaygılarla

küçük gruplarla icra edilen bu keşifler, karlılık arttıkça en üst düzeyde desteklenir hale gelecekti. 1620'lerde ise Batı Hint Adaları'nda yaşayan İngilizler, anavatanlarında yaşayan İngilizlere göre daha zengindiler. Keşifler Avrupalıların kitap basmaya ve top kullanmaya başladığı dönemden başlayıp, yaklaşık 300 yıl kadar sürmüştür.

Portekizliler keşiflerde en cesur olanlardı ve karşılığını da aldılar. İspanyollar onları takip etti. İspanyollar, Amerika kıtasına 1519 yılında askeri bir birlik göndermişlerdi. Aztek inancında, kısa sakallı beyaz yüzlü bir tanrının kendilerini kurtarmak için bir gün geleceği inancı vardı ve beyaz adamın ilk gelişi tıpkı kendi efsanelerinde anlatılanlar gibiydi. Bu nedenle beyaz adama çok iyi davrandılar. Beyaz adam bu iyiliğe iyilikle karşılık verdi ve onları kendine bağladı! (Dilipak,1990:42).

İspanyol İmparatorluğu 5 kıtada da toprağı olan ilk küresel devletti. 18. yüzyılın sonlarına doğru topraklarının genişliği 18 milyon kilometreye ulaşacaktı. Elde top gibi üstün bir silah varsa, taştan ve bakırdan silahlar kullanan yerlileri yenmek kolaydı. İnkalar da öyle ele geçirildi. İspanyolların sömürge stratejisi öncelikle yerli liderinin ele geçirilmesine dayanıyordu. Böylece liderin serveti üzerinde hak iddia edip, yerli halkı vergi ve yiyecek vermeye zorluyorlardı. Zaten çiçek hastalığı İnkaları tüketmişti. Bir de ateşli silahlar olunca kısa sürede yok edildiler. Altın ve gümüşleri ile birlikte şehirleri de İspanyollar tarafından yağmalandı. İspanyollar ele geçirdikleri yerleri yönetemediler. İnkaların oluşturduğu düzen, paylaşım, yollar ve köprüler yok oldu gitti. Güney Amerika'daki İspanyol toprakları Meksika, Kolombiya, Peru ve Arjantin olmak üzere bölünmüştü. Avrupalılar şeker, kahve, kereste ve tütün sayesinde zenginleşirken yerliler sefalet içindeydiler. O dönemlerde bağımsızlık ve özgürlük için konuşma yapan bir komutan yerlilere ne istediğini sorduğunda, hep bir ağızdan "Konyak Senyör" diye bağırıyorlardı.

Batı Afrika'dan Lizbon'a her yıl ortalama 700 kilo altın ve 10.000 köle getirilmesi diğer Avrupa ülkelerinin emperyalist duygularını tahrik etmişti (Uslubaş ve Dağ,2007:155). Portekizlilerin ve İspanyolların neredeyse tek başına paylaştıkları bu zenginlik doğal olarak Fransa, İngiltere, Hollanda gibi diğer ülkelerin de ilgisini çekmiş ve bu yeni kıta ile ilgilenmeye başlamışlardı. İspanya'dan sonra Portekizliler ve İngilizler de o bölgeye gittiler ve bir an önce kaynakları ele geçirmek düşüncesiyle Amerikan yerlilerine pek de hoş davranmadılar. Direnişle mücadele için geçirecek zamanları yoktu ve bir an önce kaynaklara sahip olma düşüncesiyle en kısa ve kestirme yolu tercih ediyorlardı.

Mısırlılar, uzun süre kendileri dışındaki dünyayı görmezden gelmişlerdi. Dünyadaki tek ırmak Nil'miş gibi Nil'e "ırmak", kendilerine de Mısırlı yerine "insan" derlerdi. Mısır toprağı kara olduğu için siyah iyi renk, çölde yabancılar yaşadığı ve toprağın rengi kırmızı olduğu için, kırmızı kötü

renkti. Zamanla Mısırlılar kuzeye doğru kendi ülkeleri dışına çıktığında, bütün ırmakların Nil gibi, sadece güneyden kuzeye değil, bazı ırmakların da kuzeyden güneye aktığını hayretle gördüler. Bundan binlerce yıl sonra Kolomb Haiti'ye ayak basarken, adalarının ismini sorduğunda yerlilerden aldıkları cevap kendi dillerinde “dünya” idi. Kendi adalarını dünyanın tamamı sanıyorlardı. Yerliler gelen beyazlara şu soruyu sordular: “Nereden geldiniz, gökten nasıl indiriniz.” Dünyayı tanımadan, sadece kendisi etrafında görme yanılgısı tarihin her döneminde karşımıza çıkacaktır.

Mısır, patates, kabak, biber, avakado, ananas yeni kıtanın tanıştığı ürünlerdi. Bunlar Avrupa'da kalmadı bütün Avrasya ve Afrika'ya yayıldı. En çabuk benimseyen Çin oldu. Yer fıstığı, mısır ve patates yaygınlaştı. Amerika'dan gelen diğer önemli iki ürün kakao ve tütün oldu ve bütün dünyaya yayıldı. Artık İrlanda'da beş ya da altı dönüm patates ve biraz sütü olan bir aile bir yıl süresince geçinebiliyordu. Bu nedenle ada nüfusu 1754 yılında 3 milyon civarındayken, 90 yıl sonra 8 milyonu geçti. Ancak patates haşeresi nedeniyle, aynı adada, 1840 yılında açlık felaketi meydana geldiğinde göç etmek zorunda kaldılar.

1600'lü yıllarda üretim elle yapıldığından pahalı ve zahmetli bir işti. Oysa herkesin daha fazla şeye daha ucuza sahip olması için daha fazla üretmek, daha doğrusu sanayileşmek gerekiyordu. 1700'lerde İngiltere, adasında savaşımlardan uzakta zenginleşmişti. Mallara güçlü bir talep vardı ve bu yüzden sanayileşen ilk ülke oldu. 1750 yılına gelindiğinde Avrupalılar neredeyse her şeyin kendilerinin lehinde olduğu tek taraflı bir ticaret sistemi ve ekonomi oluşturmayı başarmışlardı. Afrika'nın iş gücü ve Amerika'nın zengin toprakları Avrupa kıtasının zenginliğinin başlıca kaynağıydı.

Bundan sonraki 300 yılda dünya gümüş üretiminin % 85, altın üretiminin ise % 70'inden fazlası Amerika kıtasından gelecektir. İspanyollar Atlantik üzerinden resmi olarak 330 ton, gayri resmi olarak ise bunun iki katı gümüş elde ediyorlardı. Elde edilen bu altın ve gümüşün çoğu, Doğu ile yapılan ticarete kullanılıyordu ve 17. yüzyıl boyunca 28 milyon tondan fazla gümüş Asya'ya transfer olmuştu. 1640'larda Çin'e gönderilen Amerikan gümüşünün yıllık miktarı 750 tondan fazlaydı. 17. yüzyıl boyunca gönderilen toplam miktar Çin'in 25 yıllık devlet gelirine eşitti. Bu yüzyılda sıradan bir Çinli tüccarın cirosu bile 5 ton gümüşü geçebiliyordu (Ponting,490).

Artık altın ve gümüşe sahip olma yanında, ordusunu besleyebilmek için tüketim mallarını da sağlayabilen uluslar savaşları yürütebiliyordu (Smith, 2006:15). Osmanlıların 16. yüzyılda Kızıldeniz ve Basra'daki faaliyetleri bu bölgedeki Portekiz faaliyetlerine karşı bir engel teşkil etmişti. Düşük faiz oranlarıyla borçlanan Hollandalılar ise İspanyol gücünü yavaş yavaş kıran bir yıpratma savaşını finanse edebildiler. Para kazanabilmek için para gerekiyordu. Daha sonra İngilizler de aynı yolu izleyeceklerdi. Robinson Crusoe'nin yazarı Danile Defoe: “Savaşı ve barışı

kredi yapıyor, orduları donanmaları o kuruyor, kentleri kuşatıyor.” diyordu. Hollanda’nın Doğu Hindistan Şirketi, modern şirket gelişiminde İngilizlerin Doğu Hindistan Kumpanyası’nın ardından ikinci Avrupalı anonim şirketti. Şirket, Avrupa’nın sanayi büyümesinde önemli bir rol üslenecaktir. Bu şirket kendi ordusunu kuracak, savaş açacak, yabancı ülkeleri sömürgeleştirecekti.

Batı, üstünlüğünün tadını çıkarıyordu. Her şeyi kendilerinden başlatma ve her şeye sahiplenme modası oluşmuştu. Bu döneme ilişkin değerlendirmeler ve eleştiriler her zaman olmuştur. 1515-1572 yılları arasında yaşayan Protestan bir yazar, “Bir yüzyıl içinde bilim alanında atalarımızın 14. yüzyıl boyunca göremediği kadar büyük ilerlemeleri gördük.” derken, 18. yüzyıla gelindiğinde Voltaire: “Asya’da birkaç uygar kavimden söz etsek bile, onlar hakkında şunu söyleyebiliriz. Onlar bizden önceydi ama biz onları geçtik.” 1800’lerde teorik olarak, “Avrupa’nın kendini üstün görmesi” manasında kullanılan “Avrosantrizm” deyimini ortaya çıkmaya başlamıştı. Artık diğer kıtalar, Avrupa ile olan ilişkilerine göre tanımlanıyordu. Avrupalı onları sömürse ve öldürse bile sömürülenler, Avrupalıların onları Hıristiyan yaparak ruhlarını kurtardıkları algısını edinmişlerdi (Roberts,407). Gidilen ülkelerde üniversiteler kuruluyordu. Ancak bunlar çoğu zaman bilim adamı değil, onların ruhunu kurtaracak Hıristiyan din adamları yetiştirmek içindi.

1600’lere kadar Doğu ve Batı kabaca eşitti. Bazı yazarlara göre ise Batı’nın ilerlemesinin değil, Doğu’nun gerilemesinin üzerinde durmak gerekiyordu. 1750’lerden sonra gümüş yeterince elde edilemeyince Batı’yı üretime ve sanayileşmeye zorladı.

Sanayileşme Dönemi ise bugünkü anlamda küreselleşmenin başlangıcıydı. Bu safhaya kadar insanlık birçok aşamadan geçmiş ve bu safhalar da küreselleşmenin hızlanmasını sağlamada temel teşkil etmişti.

Sonuç olarak, siyasi, ekonomik ve kültürel alanları içeren ve insanların, nesnelere ve bilginin çok yönlü akışı ile bunların yarattığı çeşitli yapıları içeren ve dünya çapındaki bir süreç olarak tanımlanan “Küreselleşme” kavramı her ne kadar, sanayileşme kavramı ile birlikte ortaya konulmaya çalışılsa da kökenlerinin daha eskilere dayandığı görülmektedir. İnsanların tarım toplumuna geçmeleri ve üretimin artması ile insanlar arasındaki ticaret ile iletişim de giderek artmış ve bir anlamda küreselleşme başlamıştır. Bu nedenle sırf kendisini merkeze almak açısından, daha önceki dünyayı dışlayıp, her şeyi kendisi ile başlatmak çabası beraberinde kaybolmaları da getiriyor. Bu nedenle olayları bilimsel yöntemlerle ve böylesi bir yanlışa düşmeden ve her şeyden önce ayrıştırmadan açıklamak gerekiyor. Sonuçta kültür, sadece birilerine ait olmayıp, bütün insanlığın ortak birikimi ve mirası ve ayrıştırmaların ve karşıtlık yaratmanın çözüme herhangi bir katkısı yok. Yeni bir şey üretirken geçmişten kopma, sonrasında birçok sorunu da beraberinde

getirmekte ve “köksüz kavramlar” arasında bir süre sonra kaybolmalar da başlamaktadır. Bu durum ise sorunların çözülmesindeki yetersizliğin başlıca nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaşanan birçok iyi ya da kötü olay ki buna salgınlar da dahildir geçmişte birçok kez yaşanmıştır. Yok saymak bir çözüm olamaz. Küreselleşme kavramı ve yarattığı sorunlar karşısındaki bugün içine düşülen durum da bunu doğrulamaktadır. Oysa kültürler arası etkileşimle ortaya çıkan “Kültürlenme”, insanları ortak tecrübelerde bir araya getirmekte ve birleştirmektedir. Küreselleşmenin günümüzde yarattığı bir çok sorun da ancak bu anlayışla, bir araya gelerek ve ortak akılla çözülebilecektir.

Kaynakça

- Acemoğlu Daron, Robinson A. James. (2014). *Ulusların Düşüşü*, Çev.Faruk Rasim Velioglu: İstanbul.
- Alpar, Melek. (2013). Yabancı Dil Öğretiminde Kültürel Unsurların Önemi, *The Journal of Language and Linguistic Studies*, Vol. 9, No.1, April 2013. 95-106.
- Bauman, Zygmunt. (2018). *Küreselleşme, Toplumsal Sonuçları*, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bilgin, Vedat. (2009). *Feodaliteden Küreselleşmeye*, Ed. Tevfik Erdem, Lotus Yayınları: Ankara.
- Boas, Franz. (1966). *Race, Language, and Culture*, Free Press: New York.
- Brown, Wendy. (2001). *Politics out History*, NJ and Oxford: Princeton University Press: Princeton.
- Camous, Thierry. (2011). *Doğular, Batılar, Yirmi Beş Asırlık Savaş*, Fransızcadan Çev. Hande Güreli, Bilge Kültür Sanat: İstanbul.
- Clive Ponting, (2011). *Dünya Tarihi*, Çev. Eşref Bengi Özbilen, Alfa Yayınları: İstanbul.
- Dilipak, Abdurrahman. (1990). *Coğrafi Keşiflerin İçyüzü*, İnkılâp Yayınları: İstanbul.
- Erdem, Tevfik. (2019). *Sosyoloji Notları*, İmaj Yayınları: Ankara.
- Gezon Lisa, Kottak Conrad. (2016). *Kültür*, Çev. Akile Gürsoy, Nobel Yayınları: Ankara. Titzer, George. (2011). *Küresel Dünya*, Çev. Melih Pekdemir, Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Guenon, Rene. (2005). *Modern Dünyanın Bunalımı*, Çev. Mahmut Kanık, Hece Yayınları: Ankara.
- Hal, Gary ve Birchall Clare. (2013). *Yeni Kültürel Çalışmalar: Kurumsal Serüvenler*, Çev. Onur Kartal, Say Yayınları: İstanbul.
- Kerr, Gordon. (2011). *Avrupa'nın Kısa Tarihi*, Çev. Cumhuriyet Atay, Kalkedon Yayınları: İstanbul.
- Koçakoğlu, Bedia. (2018). *Anlamsızlığın Anlamı: Post Modernizm*, Palet Yayınları: Konya.
- Kramer, Samuel Noah. (2014). *Tarih Sümerle Başlar*, Kabalcı Yayınları: İstanbul.
- Mazrui, A. Ali. (2016). *Dünya Siyasetinde Kültürel Etkiler*, Çev. Çağla Taşkın, Hece Yayınları: Ankara.
- Okur, İbrahim. (2005) *Temizliğin Tarihi*, Okursay Kitapları: Bursa.
- Roberts, J. M. (1996). *Avrupa Tarihi*, Çev. Fethi Aytuna, İnkılâp Yayınları: İstanbul.
- Robertson, Ronald. (1990). *Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept*, Der. Mike Featherstone, Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, Sage: London.

Sander, Oral. (1993). *Anka'nın Yükselişi ve Düşüşü*, İmge Kitapevi: Ankara.

Scholte, Jan, Aart. (2005). *Globalization*. Der. George Ritzer, Blackwell Companion to Globalization, Maiden, Blackwell: MA.

Smith, Adam. (2006). *Ulusların Zenginliği*, Çev. Metin Saltoğlu, Palme Yayıncılık: Ankara, 2006.

Steger, B. Manfred. (2009). *Globalization*, Oxford university Press: UK.

Tanju, İzzet. (2009). *Tarih Üzerine Düşünceler*, Ötüken Yayınları: İstanbul.

Therborn, Goran. (2000). *Globalization, Dimension, Historical Waves, Regional Effects, Normative Governance*, International Sociology 15.

Uslubaş, Tolga, Dağ Sezgin. (2007). *Dünya Tarihi Ansiklopedisi*, Karma Kitaplar: İstanbul.

Wulf, Christoph. (2009). *Tarihsel Kültürel Antropoloji*, Çev. Özgür Dünya Sarısoy, Dipnot Yayınları: Ankara.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION IN TURKEY: EVIDENCE FROM WEB OF 5 BIG HOLDINGS

Üzeyir YILDIZ*

ABSTRACT

In recent years, the concept of corporate social responsibility and practices become one of the most important topics on the agenda of the companies. Therefore, corporate social responsibility has received considerable attention in literature. The extending literature in Turkey regarding corporate social responsibility has focused particularly on the corporate social responsibility perceptions of target groups. However, there is a lack of research investigating the content of what companies are saying to their stakeholders in corporate social responsibility reporting. The aim of this study is to analyze the content of issues that leading holdings in Turkey are addressing on their websites regarding corporate social responsibility. The data for this investigation is provided from the websites of the 5 big holdings, where operates their activity in Turkey. Depending on case study these holdings' web sites and their annual reports examined with qualitative content analysis. Firstly, the websites of firms were investigated for statements regarding firms corporate social responsibilities in corporate social responsibility reporting and secondly the statements acquired were sorted, categorized by stakeholders and analyzed.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Communication, Turkey

TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLETİŞİMİ: 5 BÜYÜK HOLDİNGİN WEB SİTELERİNDEN KANITLAR

ÖZET

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve uygulamaları son yıllarda şirketlerin gündemindeki en önemli konulardan biridir. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili konular literatürde oldukça ilgi görmektedir. Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin yapılan çalışmaların daha çok hedef grupların KSS algılarına odaklandığı görülmektedir. Ancak, firmaların kurumsal sosyal sorumluluk raporlamalarında paydaşlarına söylediklerinin içeriğini ele almada araştırma eksikliği bulunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin önde gelen 5 holdinginin web sitelerinde KSS ile ilgili ele aldıkları konuların içeriğini analiz etmektir. Araştırmaya ilişkin veriler Türkiye'de faaliyet gösteren 5 büyük holdingin web sitelerinden sağlanmıştır. Örnek olay incelemesine bağlı olarak bu holdinglerin web siteleri ve raporları niteliksel içerik analizi ile incelenmiştir. İlk olarak, holdinglerin web siteleri incelenmiş, raporlara ulaşılmış ve raporlarda firmaların kurumsal sosyal sorumluluklarına ilişkin ifadeleri tespit edilmiştir. Daha sonra elde edilen ifadeler tasnif edilmiş, paydaşlara göre kategorize edilmiş ve analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İletişim, Türkiye

* Dr. Arş. Gör. Yalova Üniversitesi, uzeyir.yildiz@yalova.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8301-997.

INTRODUCTION

In recent years, the concept of corporate social responsibility(CSR) and practices become one of the most important topics on the agenda of the companies. Therefore, CSR has received considerable attention in literature. A growing number of studies have investigated the various dimensions of CSR. These studies have focused to identify how CSR affects the organizational performance and provided empirical evidence on the relation between these corporate behaviors and sustainability and competitiveness of the firms (Burke and Logsdon, 1996; McWilliams and Siegel, 2001; Porter and Kramer, 2002; Maignan and Raltson, 2002; Snider et al., 2003).

Philanthropic responsibilities are considered as a component of CSR by some authors. For example, Carroll's pyramid of CSR is a well-known and most widely accepted conceptualisation of CSR and Carroll (1979, pp. 499-451) elaborated in his construct four dimensions (economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities) concerning the definition of CSR. (Carroll, 1979, p. 499). Philanthropy practices in Turkey started during Ottoman Empire period. In the Ottoman, the concept of "waqf" or foundation was the institutional basis for the public services. Many services particularly education and health funded, organized, built and maintained through this foundation system. During the Ottoman Empire, schools, universities, libraries, hospitals, soup kitchens, roads, bridges, ports, fountains and other many services have been provided by foundations (Çizakça, 2006; Singer, 2008). Therefore the origins of CSR in Turkey can be found in the philanthropic activities during the Ottoman period. In this context large companies started to establish their family foundations to institutionalize their CSR activities during the 1970s. However CSR has been widely recognised in parallel to the globalization trend during the last two decades in Turkey.

The extending literature in Turkey regarding CSR has focused particularly on the CSR perceptions of target groups. However, there is a lack of research investigating the content of what companies are saying to their stakeholders in CSR reporting. The aim of this study is to analyze the content of issues that leading holdings in Turkey are addressing on their websites regarding CSR. In this study 5 holdings, where operates their activities in Turkey, selected with case study method. Depending on case study these holdings' web sites and their reports examined with qualitative content analysis. Firstly, the websites of firms were investigated for statements regarding firms corporate social responsibilities in CSR reporting and secondly the statements acquired were categorized by stakeholders.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

A review of the extending literature on CSR provides various definitions of the concept (Bowen, 1953; Carroll, 1979, 1991; Snider et al., 2003; McWilliams et al., 2006). Bowen who introduced first-time corporate responsibility described social responsibilities of businessmen as “the obligations to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of the society (Bowen, 1953, p.6). McWilliams et al. (2006, p.1) described CSR as “situations where the firm goes beyond compliance and engages in ‘actions that appear to further some social good, beyond the interest of the firm and that which is required by law’”.

A well-known and most widely accepted conceptualization of CSR is Carroll’s pyramid of CSR. Carroll’s four dimensions of CSR refer to the total responsibilities of a company. Economic responsibilities are fundamental responsibilities of companies and are placed at the base. Economic responsibilities refer to the production of services and goods and the selling them with profit. Legal responsibilities refer to fulfilling the economic responsibilities within legal responsibility. Companies obey the law in their all operations. Ethical responsibilities comprise those activities that are expected by the society although they are not necessarily established by legal system. Companies are responsible to be good which extend beyond obedience to the law or beyond the level of acceptable behavior. Companies operate in ethical responsibilities to be regarded as good corporate citizens. Philanthropic (discretionary) responsibilities are “those about which society has no clear-cut message for business” (Carroll, 1979, p. 500).

Corporate Social Responsibility and Communication

Companies can create positive or negative effects on their stakeholders with the operations they carry out. Therefore, companies work to minimize the negative effects they have on their stakeholders and to turn the negative effects into positive. In this sense, CSR activities provide an opportunity for companies in line with these purposes.

Different stakeholder groups of companies (customers, employees, investors, etc.) raise awareness on this issue and want companies to perform CSR practices that can benefit society and the environment (Schneider et al., 2007; Du et al., 2010). Today, it is emphasized that companies should develop their CSR practices in line with the needs and expectations of their stakeholders and include them in the strategic goals of the company (Hartman et al., 2007).

Companies should communicate their CSR practices to the society and their stakeholders in order to improve their corporate reputation and improve their relations with their stakeholders (Schneider et al., 2007). In addition, companies that carry out CSR activities attract more talented employees (Castelo & Lima, 2006).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION IN TURKEY: EVIDENCE FROM WEB OF 5 BIG HOLDINGS

Methodology

Analysis of the websites of holdings was carried according to qualitative content analysis based on 5 stakeholder groupings (customers, employees, stockholders, community, environment). For the analyses of the data, the websites were scanned, and the information acquired was sorted and then categorized (Hill, 1994).

Findings

Websites of holdings include general information of their CSR practices. The firms conduct its CSR activities for their stakeholders especially in areas such as education, culture-art, health, sport, social services and environment.

Education is one of the most emphasized CSR activities of firms. The firms concentrate their attention on the educational issues and listed their investments in education on websites. Culture-Art and health are another fields that are focused on by firms. Firms provide messages that give examples regarding culture-art and health.

Some firms contribute to the development of social awareness of food, nutrition, and healthy living. Some of the significant themes within stakeholder groupings were explained briefly. Then some CSR statements from the websites of the firms as example were provided.

Customers

One of the most emphasized social responsibilities of firms is responsibilities towards customers as the most important stakeholder grouping. Some firms presents CSR messages that underline customer health and safety. The others describe how satisfy their customers needs and

product quality. An example of the former is from the Doğuş Group, an example of the latter is from the Yıldız Holding.

As Doğuş Group, we uphold the health and safety of our customers and take all the necessary precautions in all our operations and reshape our practices where needed. Furthermore, Doğuş Group companies also develop projects to further increase the overall awareness on the issue of customer health and safety.

Yıldız Holding will be known as a company that supports vertical integration and other key values, as a company that makes important investments in the foods and beverages sector, and as the leading international Turkish food and beverage company. We will provide reasonably priced high quality products that are accessible to consumers and create a strong partnership with consumers by providing the best possible customer service.

Employees

Employees are another stakeholder grouping that is considered important by firms. Firms provide CSR messages that concentrate on the giving value to their employees and pay attention to the importance of diversity among their employees. An example of such statements is from Sabancı Group.

We regard our human resources as the most significant component in creating sustainable growth. We ensure that all employees take advantage of their personal rights as members of the Group, fully and accurately. We treat our employees with honesty and fairness; we are committed to creating a non-discriminatory, safe and healthy work environment. We undertake efforts to enable the personal development of all employees while pursuing a balance between their private and professional lives.

Some firms provided CSR statements that realize human resources as a most valuable asset and draw attention to the investments of employee development. An example of these type of message comes from the website of the Koç Group.

Koç Group reaches its continuous success in providing high quality products and services and develops its objectives thanks to the strength provided by its human resources. A climate of mutual trust and respect established together with employees has a significant share in the place we have reached. The continuous development of this climate is highly

crucial for the Group. In this respect, we aim to attract and employ the most skilled workforce in the Group.

Stockholders

Only a few firms provide CSR statements regarding to the their stockholders. In the following statement, they emphasize the create value for stockholders and need to establish trust with their stockholders. An example of this type of message comes from the Sabancı Group.

We act with financial discipline and accountability, and manage our company's resources, assets and our professional work time with a sense of efficiency and economy. We work to enhance our competitive power, and to invest in areas with growth potential and which offer the highest return on allocated resources. We give timely, correct, complete, and clear information on our financial statements, strategies, investments and risk profile to the public and to our shareholders.

Community

Firms provide CSR statements towards this stakeholder grouping into various areas. Companies describe their attention to national interests in education, culture and the art, health, sport, and other issues. Companies concentrate their discussions on community based activities. CSR messages at all websites of firms tend to include general statements of support as well as specific reports of achievements.

On the other hand, some firms concentrate their attention on the educational issues and listed their investments in education. Borusan Mannesmann provides an excellent example of this type of statements among firms.

Since early 1960s, Borusan Mannesmann has been engaged in efforts to improve education and educational institutions. During this period, Borusan Mannesmann supported several schools and universities, and continues to provide unlimited support to education under Borusan Kocabiyık Foundation.

Environment

Holdings often present CSR statements that describe environmental approach and policies of firms. These messages aims to inform stakeholders grouping about strategies and policies of firms for the environmental issues. The Koç Group demonstrates their general interest in the ecology and their efforts. The statement provided is an exemplar of the general form of environmental policies.

Sustainable economic development will only happen when protecting the environment is core to our decision making. Put another way, we know our financial wellbeing is worth very little without the human wellbeing that comes with a healthily functioning natural world. We're in a strong position to act on complex global challenges with long time frames – like climate change. Our global scale and engagement present big opportunities to contribute to the progressive climate agenda. In doing so, we aim to provide a role model for other businesses – both within our own ecosystem and beyond.

On the other hand, some firms present CSR messages that emphasize the role of their employees in the introduction of environmental management in their operations. These messages encourage also employees to participate in the environmental initiatives of firms. An example for this type of messages from the websites of the Doğuş Group.

Doğuş Group's environmental awareness approach mainly depends on employees as an important part of the implementation processes because it is their engagement that will increase the probability of a successful implementation of all kinds of environmental practices. Employees are an important source of knowledge, expertise, and ingenuity when it comes to the company, its procedures and its equipment.

CONCLUSION

The results of this study expose that how the big holdings in Turkey describe their CSR statements towards their various stakeholders. Employees receive messages that concentrate on development of employment and improving of employees. CSR messages for customers emphasize the fullfilling of their customers needs. Such messages focus on the value of operating products. Stockholder messages discuss the importance of trust gained through the use of honest, inclusive, and timely communications.

A total community is more expansive stakeholder grouping. For this stakeholder grouping, firms espouse efforts to improve the quality of life of society, in which they work and live with together. Additionally, firms describe their attempts to solve important national issues in the country. Finally, environmental policies are constituted to inform general society about strategies of firms for the environmental issues.

The findings show that the holdings are engaged in CSR activities in a wide variety of fields, and they communicate these activities to their stakeholders through their websites and reports. However, these leading holdings seem to be unable to use their Web sites to their advantage in terms of the amount and style of CSR communication. Therefore, we can say that it is important to evaluate CSR activities strategically and to carry out CSR communication more proactively in improving relations with stakeholders.

The most obvious limitation of the study is that it is conducted only on secondary data over a small number of holdings due to time constraints. In future studies, the results of the study can be improved by making detailed interviews with more holdings. In addition, studies can be conducted on the official social media accounts of the holdings.

REFERENCES

- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*, Harper and Row, New York.
- Burke, L. and J. M. Logsdon, (1996). How corporate social responsibility Pays Off?, *Long Range Planning* 29(4), 495–502.
- Carroll, A. B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management Review* 4(4), 497–505. doi:10.2307/257 850.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons* 34(4), 39–48. doi:10.1016/0007-6813(91)90005-G.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct, *Business & Society* 38(3), 268–295. doi:10.1177/000765039903800303.

- Castelo Branco, M., & Rodrigues Lima, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11 (3), 232-248. doi: 10.1108/13563280610680821
- Çizakça, M. (2000). *A history of philanthropic foundations: The Islamic world from the seventh century to the present*. Boğaziçi University Press.
- Çizakça, M. (2006). Osmanlı dönemi vakıflarının tarihsel ve ekonomik boyutları. *Türkiye’de hayırseverlik: Vatandaşlar, vakıflar ve sosyal adalet araştırması*, TÜSEV, İstanbul.
- Donaldson T ve Preston L.E. (1995), “The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications”, *Academy of Management Review*, 20 (1), 65-91.
- Du, S., Bhattacharya, C., & Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), 8-19. doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x
- Hartman, L.P., Subin, R.S., & Dhanda, K. (2007). The communication of corporate social responsibility: United States and European Union National Corporations. *Journal of Business Ethics*, 74, 373-389. doi: 10.1007/s10551-007-9513-2
- Hill, R. P. (1994). Bill collectors and consumers: A trouble some exchange relationship, *Journal of Public Policy & Marketing* 13(1), 20–35.
- Maignan, I. and D. Ralston. (2002). Corporate social responsibility in Europe and the US: Insights from businesses’ self presentations, *Journal of International Business Studies* 33(3), 497–514.
- McWilliams, A.& Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective, *Academy of Management Review*, 26, 117-127.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43 (1), 1-18.

Porter, M. E. and M. R. Kramer (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy, *Harvard Business Review*, 80(12), 56–65.

Singer, A. (2008). *Charity in Islamic societies*. Cambridge University Press.

Schneider, A.M., Stieglitz, S., & Lattemann, C. (2007). Social software as an instrument of CSR. Proceedings of ICT, *Transparency and Social Responsibility*, Lisbon.

Snider, J., Hill, R. P., & Martin, D. (2003). Corporate social responsibility in the 21st Century: A view from the World's most successful firms. *Journal of Business Ethics*, 48 (2), 175-187.



MODERNİTENİN SOSYAL KONTROL ARACI "MODA"

Dr. Burcu BAŞARAN¹

ÖZET

Rasyonaliteyi merkeze alarak kendisini inşa eden modernite; bireyci, seküler, materyalist, evrimci ve evrenselci özellikleriyle tüm dünyada etkili olmaya çalışan ve neredeyse dünyanın tamamına erişen bir zihniyet olgusudur. Yayılmacı politikalarını destekleyen aygıtlarının yardımıyla kendi sosyal kontrolünü oluşturan modernite, dönüştürmeye ve homojenleştirmeye çalıştığı toplumlar üzerinde kullandığı en etkili araçlarından birisi de tamamen moderniteyle birlikte anlamını bulan modadır. Moda yeryüzünde varoluşumuzdan bu yana evrenle, kendimizle ve başkalarıyla iletişimde kullandığımız bir araçtır. İnsanoğlu hayatını kendi bedeni üzerinden inşa eder. Benlik ve kimlik olgusunu kendi bedeni ve bedenini saran giysiler yoluyla gerçekleştirir. Bedenini değiştirme, koruma ve sunma, ruhsal ve toplumsal süreçler içerisinde gerçekleşir. Bu nedenle bedenimizi ve ruhumuzu saran giysiler, kişiliğimizi anlatmada, kendimizi olmak istediğimiz şekilde sunmada, ruhumuzu ve bedenimizi korumada önemli bir görev edinir.

Giysilerin bireysel ve toplumsal kompozisyonlarından moda meydana gelir. Kişinin ruhsal ve toplumsal ihtiyaçlarını karşılamak için yöneldiği irrasyonel bir kontrol aracı olan moda, egemen kültürün, hegemonik gücün, iktidarın ve düşünce sisteminin bireye rıza yoluyla kabul ettirilmesinin bir yolu olarak kullanılırken; tüm sembolik anlamlarını kuşanarak yeni kimlikler oluşturmaya devam etmektedir. Kendisini sosyal bir gruba kabul ettirmeye çalışan birey sosyal itaatin en gözle görünür formu olan modayla imtihan edilmektedir. Literatüre dayalı olarak yapılan bu araştırmada modernitenin kendisini inşa ederken kullandığı gizli ideolojik sosyal kontrol aracı olarak modanın konumu tartışılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Öncelikle modernite ile moda arasındaki ilişki görüşlerle desteklenerek irdelenmiştir. Ardından tüketim içerisinde moda sorgulanmış ve tüketim nesnesi olarak toplumdaki yeri tespit edilmeye çalışılmıştır. Modernitenin ve iktidarın sosyal bir kontrol aracı olarak görülen moda ile hakim güç ve modernizm ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Modernite, Moda, Sosyal Kontrol.

SOCIAL CONTROL INSTRUMENT OF MODERNITY IS "FASHION"

ABSTRACT

Modernity, which constructs itself through centering on rationality is a mentality phenomenon that tries to be effective all over the world and reaches almost the whole world due to its individualist, secular, materialist, evolutionist and universalist features. Modernity which creates its own social control with the help of its instruments supporting its expansionist policies, is fashion, which finds its meaning completely with modernity and which is one of the most effective instruments uses on the societies and tries to transform and homogenize them. Modernity composes its own social control with the help of its apparatuses supporting its expansionist policies. One of the most effective tools used by modernity on societies which is tried to be transformed and homogenized is fashion finding its meaning totally with modernity. Fashion is a tool that we have been using to communicate with the universe, ourselves and others since our existence on earth. Human builds his life through his own body. Human realizes the phenomenon of self and identity

¹ Selçuk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Moda Tasarımı Bölümü, sezerburcu8@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-7149-2119

through her/s own body and the clothes covering her/s body. Changing, protecting and presenting the body takes place in spiritual and social processes. Therefore, the clothes covering our body and soul play an important role in expressing our personality, presenting ourselves as we want to be, and protecting our soul and body.

Fashion emerges from the individual and social compositions of clothes. While fashion, which is an irrational means of control directed to meet the spiritual and social needs of the individual, is being used as a way to impose the dominant culture, hegemonic power, power and thought system on the individual by consent; continues to create new identities through embracing all its symbolic meanings. The individual who tries to make himself included in a social group is tested by fashion, which is the most visible form of social obedience. In this research that was performed based on the literature, the position of fashion as a hidden ideological social control instrument used by modernity while constructing itself has been discussed and tried to be determined. First of all, the relationship between modernity and fashion has been examined through supporting with the opinions. Then, fashion was questioned within consumption and its place as a consumption object was tried to be determined in society. The relationship between fashion, which is seen as a social control instrument of modernity and power, and dominant power and modernism has been tried to be revealed.

Key Words: Modernity, Fashion, Social Control.

GİRİŞ

Zihinsel dönüşümün bir sonucu olan modernite, insanı biçimlendiren, biçimlendirirken de bireyi merkeze alan, hümanizm ve sekülerizm odaklı olarak, varoluşunu bilime ve ilerleme paradigmlarına bağlayan bir ideoloji biçimidir. Modernizmle birlikte kendini bulan ve inşa eden moda anlayışı, toplumsal ve geleneksel giyim kuşam anlayışında köklü değişiklikler ortaya çıkartmış, küreselleşmenin artan hızıyla birlikte toplumları giderek homojen bir görüntü birliğine sevk etmiştir. Modernizmin, iktidarın, egemen kültürün ve hegemonik güçlerin etkisi altında olan moda ve giyim kuşam anlayışı bu makalenin konusu olarak ortaya çıkmıştır.

Modanın, modernitenin sosyal kontrol aracı olarak konumu nedir? Literatüre dayalı olarak yapılan araştırmada modernitenin irrasyonel bir kontrol aracı olarak moda, farklı fikirler ve düşünceler çerçevesinde tartışılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öncelikle konuya modernite ve moda ilişkisi tartışılarak başlanmış, tüketim ve moda birlikteliği ile moda anlayışı belirlenmeye çalışılarak, irrasyonel bir kontrol aracı olarak modanın rolü vurgulanmıştır. Sosyal bir grubun üyesi olabilmek için moda ile sosyal itaat ile sosyal kontrol sağlanmakta, kabul ettirilmek istenen dünya görüşü bireye kendi rızası yoluyla kabul ettirilmekte ve benimsetilmektedir. Modernizmin, iktidarın ve hegemonik güçlerin arzularına denk düşen bu görüş, toplumları yönlendirmede etkin bir kontrol aracı olarak kullanılmaktadır.

Modernite ve Moda

Kökten bir değişmeyi ve değişirken de gelenekseli reddederek ötekileştirmeyi icat eden moderniteyle birlikte, giyim kuşam anlayışında da modernizmin yaşandığı hemen hemen her yerde kökten değişimler meydana gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının kullanılmadığı, toplumlararası etkileşimin en alt düzeyde olduğu dönemlerde toplumların kendi öz kültüründen ve estetik zevkenden damıtılarak oluşturduğu giyim kuşam anlayışı moderniteyle birlikte tamamen köklü bir değişime ve dönüşüme uğramış, toplumların kendi öz kültürlerinin dışında modernite ideolojisinin belirlediği homojen görünüme bürünmüştür.

Modern topluma geçiş sürecinde belirleyici olan Aydınlanma Felsefesi kültür tarihinin en önemli dönüm noktalarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Duygusal önyargılardan ve

geleneksel bilgiden bağımsız olarak, sadece akla dayanan düşünce sistemi, araçsal usa sınırsız olanaklar tanımıştır (Atiker, 1998: 13). Bu düşünce biçimi insanı doğadan üstün tutarak insanı incelemektedir. Böylelikle doğa üzerinde sınırsız hakkı olduğunu düşünen birey, bir taraftan doğayı sömürürken diğer taraftan da kendi aracı olarak kullandığı teknik bilgiyi yine kendi özel çıkarları doğrultusunda değerlendirebilecektir. Böylelikle teknolojinin de yardımıyla doğa sömürülürken, insanın insan üzerindeki egemenliği de pekiştirilmeye devam etmiş olacaktır (Atiker: 1998, 60). Toplumsal iktidarın denetim, gözetim ve paylaşım aracı olarak moda da bu araçsal aklın bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Sistemin kendisini yeniden üretebilmesini besleyen bir imaj yaratıcısı olarak moda, istenilen görsel kültürün yerleşmesinde egemen düşüncenin en önemli yardımcılarından olduğunu her biçimde ispatlamaktadır (Yağlı, 2013: 5).

Modernleşme sürecinde siyasi anlamda önemli bir dönüm noktasını oluşturan Fransız İhtilali ve ihtilalin arkasından gelen toplumsal olaylar ve değişimler, toplumsal sınıf ayrımının giderek ortadan kalkması, demokratikleşme ve görece özgürlük ortamının yarattığı hava en belirgin biçimde moda da yansımıştır (Pektaş, 2011: 224). Sınıflar arasında veya cinsiyetler arasında katı bir şekilde yasaklanan giyim cinsleri, biçimleri ve hatta renkleri diğer tabakalar ve cinsiyetler arasında taklit edilmeye başlanmıştır. Ekonomik şartlarına göre ancak eskiye nazaran daha özgür bir ortamda insanlar giyim tercihlerini bu dönemde belirlemeye başlamış, özellikle alt tabakalar üst tabakaların giyim kuşamını taklit ederken, üst tabakalar da kendilerini diğerlerinden ayırabilmek adına daima farklılaşmaya çalışarak moda döngülerini hızlandırmışlardır.

Özellikle Sanayi Devrimi'nin ardından 19. ve 20. yüzyılda meydana gelen önemli teknolojik gelişmeler, üretimin hızlanmasına neden olurken; demokratikleşme, üst sınıf giysilerinin taklit edilerek ve çoğaltılarak tüketilebilmesine imkan vermiştir. Elit kesimin tekelden kurtulan moda daha geniş kitlelere hızla yayılmaya başlamıştır (Davis, 1997: 156, 157). Modern modanın ilk defa ortaya çıktığının kabul edildiği bu dönemlerde burjuvazinin getirdiği "sınıf" modası, merkezi bir moda yaratım ve üretim sürecini zorunlu kılmıştır. Özellikle kadın tutum ve davranışlarına ilişkin toplumsal idealleri ifade eden sınıf modasında, cinsel kimlik, kadınlık ve davranışa ilişkin genel kabul gören normlar bulunmaktadır. Modernitenin ilerleyen dönemlerinde görülmeye başlayan biçimsel çeşitliliğin fazla olduğu "tüketici" modasında ise uzlaşım çok daha az görülmektedir. Sadece toplumsal seçkinlerin beğenileri yerine toplumun tüm katmanlarındaki toplumsal grupların beğenilerini içine alan "tüketici" modası, lüks moda tasarımı, endüstriyel moda tasarımı ve sokak tarzlarının tümünü bünyesinde barındırmaktadır (Crane, 2003: 177).

İnsanlık tarihi kadar eski olan giysiler, giyeni hava koşullarından koruma ve örtünme gibi fizyolojik ihtiyaçları karşılamanın yanı sıra güzellik, cazibe, aynılışma, farklılaşma veya toplumsal statüyü ve zenginliği ifade etme gibi sosyal ihtiyaçları da karşılaya gelmişlerdir. Ancak modern bir toplumda giysiler, artık giyeni hava koşullarından korumaktan ziyade, moda da uygun olup olmadığına göre değerlendirilmektedir. Veblen'e göre giysiler artık "daha yüksek" ya da "ruhsal" bir ihtiyaç haline gelmişlerdir (Veblen, 2014: 131). Giysilerin fizyolojik kullanım değeri ve konforundan daha fazla görüntüsü ve taşıdığı sembollerin çağrıştırdığı anlam bireyleri daha çok etkilemektedir. Kendilerini özgünce ifade edebilen, kimliklerini ortaya koyan, estetik beğenilere ve duyulara hitap eden giysiler bireysel, ruhsal ve toplumsal ihtiyaçlara cevap verir hale gelmiştir.

Modanın sosyolojik analizinin bir yüz yılı iki toplumsal tutumu ortaya çıkartmıştır: taklit ve farklılık. Doğası gereği çatışıklı olan bu iki hareket, elektrikte olduğu gibi moda hareketini yaratmıştır (Waquet, Laporte, 2011: 57). Kendini modanın normları içerisinde bulan birey, taklit ederek veya farklı olma gayretiyle kullandığı moda ürünlerini seçerken bazı psikolojik savunma mekanizmaları devreye girmektedir. Barbarosoğlu bunları, yüceltme (sublimation), aynileşme

(identification), ödüllendirme ve projeksiyon (suçu üzerinden atma) olarak sıralandırmaktadır (Barbarosoğlu, 2009: 57-59). Simmel'e (2013: 103, 104) göre moda: "Bir yandan devamlılığa, birliğe, eşitliğe, benzerliğe; diğer yandan da değişime, özgüllüğe ve biricikliğe duyulan ilgidir". Moda, toplumsal uyarlanma yönündeki ihtiyacı karşılayan, bireyi herkesin yürüdüğü yoldan yürümeye sevk eden, her ferдин davranışını örnek haline getiren, genel bir durum ortaya koyan, verili bir örüntünün taklididir. Moda, aynı zamanda farklılaşma, değişim, bireysel ayırt edilme ve aykırılık isteğini de aynı ölçüde tatmin etmektedir. Giydiği giysi ve kullandığı aksesuarlar yoluyla birey, toplum içerisinde kimliğini ve kişiliğini ya da olmak istediği kişiyi yansıtmaya çalışırken, bunu dikkat çekerek, ayırt edilerek ya da dikkat çekip ayırt edilmeden topluma ve genel görünüme katılarak başarabilmektedir. Bunun için özgün yollar geliştirebildiği gibi toplumun başka tabakalarını taklit yoluna da başvurabilmektedir.

Bunun bir örneği klasik moda yayılımında verilmektedir. Klasik moda yayılımı modeline göre öncelikle seçkinler tarafından benimsenen giyim tarzları giderek alt sınıflara doğru yayılmaktadır (Crane, 2003: 306). Simmel (2013: 105-107) modayı, sınıf bölünmesinin bir ürünü olarak görmektedir. Ona göre moda belli bir toplumsal çevreyi bir arada tutarken, aynı zamanda o çevreyi diğerlerine kapalı hale getirmektedir. Toplumsal formlar, giysiler, estetik değerlendirmeler, insanın kendisini ifade edebildiği tüm stiller, yani yeni moda, sadece üst zümrelere etki etmektedir. Alt tabakalar üsttekileri taklit etmeye başladığında, üst tabakaya mensup sınıfın sınıfsal bütünlüklerini ortadan kaldırmış olurlar, işte o zaman üst tabakalar o modadan vazgeçerek kendilerinin ayırt edilmelerini sağlayacak başka modalara geçerler. Özellikle para ekonomisinin bu durumu görerek hızlandırmasıyla dışsal taklide en müsait alan olan moda, alt zümrenin kolaylıkla takip edebileceği bir alan haline gelmektedir.

Modern toplumda, hayat tarzı, paranın harcanış biçimi, statü ve sınıf şuurunun sınıf kriteri olarak kabul edilmesi tüm bunları gösterebilecek potansiyele sahip olan giyime aşırı önem verilmesine sebep olmuştur. Kişilerin üst sınıflara mensup olma isteği giysilerle tatmin edilmeye çalışılmış; pahalı bir aracı olan moda, insanların toplumsal konumunu belirlemede başköşeyi almıştır (Barbarosoğlu, 2014: 106). Tüketim konusunda harcamaları göstermek için kıyafetlere harcanan paralar kadar uygun bir örnek yoktur. Giysilere harcanan paralar hemen fark edilir ve daima göz çarpar. İnsanlar zenginliklerini sergilemek ve sosyal statülerini gösterebilmek amacıyla israfa yakın harcamalar yaparken, zevk ve saygınlıkta kabul edilmiş standartlarda yaşamayı hedeflemektedirler (Veblen, 2014: 130-132). Ait olmak istedikleri sınıfın bir mensubu gibi giyinen bireyler ruhsal ve toplumsal anlamda bir tatmin yaşayarak o sınıfa ait olmasalar bile öyleymiş gibi verdikleri imajla nispeten bir duygusal doyuma ulaşmaktadırlar. Taklit edilen sınıfın farklılık isteğiyle değiştirdiği ve modaya yön verdiği tarzı sürekli yakalamaya çalışan taklit eden sınıf, modanın ve tüketimin hızlı döngüsüne katkıda bulunmaktadır.

Tüketim ve Moda

Giysiler ve moda bireyde hoşlanma dediğimiz estetik hazı meydana getirmektedir. Bedenimizi saran, hoşumuza giden giysi ve aksesuarlardan mutluluk duyarız. Bu da bizi onları satın almaya ve onları kullanmaya yönlendirir. Öyle ki bu duygusal görünüş kullanım değerinin önüne geçer ve satın alma davranışı için görünüş varlıktan daha önemli bir hale gelir (Haug, 1997: 17). Modanın ve giysilerin estetik değeri bireylerin fikir birliğinden kaynaklanmaktadır. Bu sosyal düzen içerisinde bireyler moda olanın moda olmayandan daha güzel ve daha estetik olduğuna ikna edilmişlerdir (Kawamura, 2016: 130). Üstelik üretim ve kar odakları bir estetik yenilikten diğerine geçerek (Tunalı, 2009: 107) bireyleri tüketim ve moda anlamında etkilemeye ve yönlendirmeye devam etmektedir.

Özellikle Sanayi Devrimi ile birlikte giyim, örtünme ve korunma gibi fonksiyonlarının yanı sıra kullanım değerinin üzerinde bir değişim değeri göstergesi haline gelmiştir. Özellikle metalaşan giyimin görünümü değişim değerinden de önemli bir konuma gelirken, zaman içinde metanın görüntüsü kendisinden bile daha önemli hale gelmeye başlamıştır (Pektaş, 2011: 221, 226). “Metanın görüntüsünü kontrol edenler, gözü kamaşan halkın duyularına hitap ederek onları da kontrol altına almaktadırlar” (Haug, 1997: 25). Bugün moda önemli ölçüde yön veren Batı toplumları diğer toplumlara kültür emperyalizmi yapmakta ve kendi kültürlerini dayatarak Batı dışı toplumlara yön vermeye çalışmaktadırlar. Batılı şehir modelinin tüm dünyaya dayatıldığı, etnik, coğrafi, ırksal ve bölgesel özelliklerin sadece folklor düzeyine indirgenmek istendiği modern dünyada; sanayileşme, sömürgecilik çağı, ulaşım ve iletişim araçlarının gelişimi ile ticari mübadeleler mecburi kültürel etkileşimlere yol açmış, bütün dünya üzerinde giyim benzerliklerini ve homojenleşmeyi teşvik etmiştir (Waquet, Laporte, 2011: 83).

Modernitenin en önemli kurumlarından olan kapitalizm, ekonomik olduğu kadar da sosyo-politik bir kurumdur. Ve toplum üzerinde gönüllü baskıcı bağımlılık sistemine sahiptir (Aydın, 2009: 129,131). Bu bağımlılık sistemi ve çekicilik, bu sistemin insanlara sahip olmayı arzu ettikleri şeyleri onlara sunuyor veya sunuyormuş gibi gözükürken, gösterge ve sembollerin de içinde olduğu sosyal ve kültürel bir süreçtir. Kapitalizmle birlikte oluşan metalaşma ve tüketim kültürü, üretim için tüketim prensibiyle tüketicinin sürekliliğinin sağlanması ve sistemin devamlılığı açısından kilit bir durum oluşturmaktadır. Toplumsal denetimin bir aracı olarak kültür endüstrisi, kapitalist anlayıştaki standardizasyonla bireyin akıl yürütme yetisini felce uğratarak her türlü manipülasyona açık hale getirmektedir. Bu manipülasyonlarla yapay gereksinimlerin birer arzu nesnesi haline geldiği tüketim toplumunda moda, kültür endüstrisinin karşı konulamaz bir gerçekliği haline gelmiştir (Yağlı, 2013: 4, 7). Tüketim kültürü ve moda kapitalist sistemin kendisini yeniden üretme sürecinin parçaları olarak modern toplumlarda bireye sunulan yaşam biçimlerinin kavranılmasında etkin bir role sahip olmuştur (Aktaran: Eke, 2013: 124).

Featherstone’a göre tüketim kültürü hedonizmi yani hazcılığı, sadece zevk peşinde koşulup, dışavurumsal hayat tarzlarının yerleştirilmesini, narsistik ve bencil kişilik tiplerinin geliştirilmesini vurgulamaktadır (Aktaran: Bayhan, 2011: 231). Sadece kendi zevklerini düşünen bireyler, diğer insanların haklarını görmezden gelmekte, gitgide bencilleşen kişilikleri ve maddiyata verdikleri önem, hayatları boyunca hiçbir ihtiyaçlarına yetecek kadar kazanamadıkları paranın ve hiçbir zaman erişemedikleri, modernitenin dayattığı güzellik anlayışının peşinden koşmalarına neden olmaktadır.

Kendisini beğenmeye davet edilen bireye “Düşlediğiniz beden sizinkidir” sloganıyla yaklaşmakta, reklam ve moda gibi kitle kültüründe mutlak varlık haline gelen ve beden etrafını saran diyet, gençlik, zariflik, erillik/dişillik saplantısı, bedene yapılan fedakarca uygulamalar ve bedeni kuşatan arzu söylemleriyle beden adeta bir kurtuluş nesnesine dönüştürülmektedir (Baudrillard, 2012: 103,149). Modern sosyolojik beden yaklaşımlarında ortaya koyulduğu üzere beden, devasa tüketim projesinin vazgeçilmez bir çalışma alanı ve odak noktası haline gelmiştir. Sistemin istediği tüketim yapan bir beden üretmek, günümüz modern toplumunun en önemli hedeflerindedir. İdeolojilerin, dinlerin ve siyasal rejimlerin istedikleri insan tipini oluşturabilmek için tahakküm kurulan bedenler, yontulmakta, törpülenmekte, sınırlandırılmakta yahut genişletilmektedir (Okumuş, 2011: 46,49).

Bilinçli olarak depolitize edilen bireyler, Dünyayı değiştirmek yönündeki tase ve enerjilerini kendi bedenlerini değiştirmeye yönlendirmişlerdir. Batılı anlayışa uygun güzellik idealleri tüm dünyadaki gençler üzerinde birer norm haline gelmiştir (Çakı, 2011: 310, 311). Batılı ideal güzellik

anlayışının taşıyıcısı ve tanıtıcısı olan kitlesel iletişim araçlarından televizyon ve internetle evlerimize kadar ulaştırılmakta olan ve günlük hayatımız içerisinde sürekli farklı yayın organları tarafından pompalanan reklam, program, film, müzik klipi, dizi vb. pek çok yayına ve habere maruz kalınmaktadır.

Televizyon ve günümüzde yaygın bir biçimde kullanılarak etki alanını genişleten internet, toplumsallaşma ve değerlerin aktarılmasında temel mutlak kurumlar olan aile, okul ve dinin yerini önemli ölçüde almaya başlamıştır (Bayhan, 2011: 245). Reklamlardaki imgeler ve görüntüler bilinçli veya bilinçdışı arzulara seslenmektedir (Bocook, 2012: 95). Toplumdaki egemen ideolojiyi sunan reklamlar, arzu stratejisini başarıyla kavrayıp arzuları şekillendirmekte çok büyük göstergeler, imgeler ve söylemler kitlesini tüketime sunmaktadırlar (Lefebvre, 1998: 60,61). Baudrillard'a göre modern ve post-modern dönemde tüketim sadece basit nesnelere tüketimi değil; gösterge ve sembollerin anlamlarının da tüketimini içermektedir (Bocook, 2012: 74). Tüketimi arttırarak piyasanın devrini sağlayan gösterge ve sembollerden örülü olan moda, kitle iletişim araçlarını kullanan reklamlar vasıtasıyla kitleleri yönlendirmeye devam etmektedir (Bayhan, 2011: 228).

Kapitalizmin post-fordizm denilen dönemine gelindiğinde, tasarlanan ürünler sadece kullanım değerleri için değil, çağrıştırdığı yaşam tarzları için satın alınmaktadırlar (Pektaş, 2008: 7). Vergisini vermekte zorlandığı halde aldığı lüks araba veya faturasını ödeyemediği son model akıllı cep telefonu, satın aldığı dünyaca ünlü markaları taşıyan ayakkabı, çanta veya lüks giyim eşyaları, bireyde özendiği ve yaşayamadığı hayat tarzını yakalayarak kendini sosyal ve psikolojik açıdan tatmin etmesini sağlamaktadır. Sırf özendirildiği hayat tarzı için ne pahasına olursa olsun tüketme eğilimi göstermektedir. Yaptığı gösterişçi maddi tüketimle mutluluğu yakalayacağını zannetmektedir.

Sürekli tüketimin gerçekleşmesinin hedeflendiği bu esnek yapıdaki kimliğin inşasında başrolü kaptan moda, planlanmış eskimenin sürecinde reklam, pazarlama ve satış unsurlarının himayesinde tüketim döngüsünü korumakta, kimlik kazanmak isteyen bireye tüketerek istediği kimliği elde etmesinin imkanını sunmaktadır (Yağlı, 2013: 11).

Eğlence, iyi yaşam tarzı, sağlık, spor, üstünlük, güzellik, cazibe gibi bireyi yönlendirici ve cezbedici arzularla; tanınmış, ünlü, sevilen ve beğenilen kişilerle özdeşleştirilen ürünler algı yanılsaması yaratarak tüketimi körüklemektedir. Bireylere çoğu zaman kullanım değerini karşılayan ürünler değil; gösterge ve sembollerden örülü imajlar satılmaktadır. Algı tutulması yaşayan birey, kolaylıkla statü kazanabilme, daha iyi bir hayat tarzı, daha iyi ve çekici görünebilme, belli bir gruba ait olma veya farklılığını ve marjinalliğini ortaya koyabilmek için gösterge, sembol ve anlamlarla yüklü giyim kuşama bir servet harcamakta, sırf kendi idealindeki figürü karakterize edebilmek ve topluma yansıtılabilmek için modernitenin dayattığı kimliği ve kendi dış kabuğunu oluşturmaya çalışmaktadır.

Moda ve Sosyal Kontrol

Herbert Spencer 1854'te insanların görünüm yasalarına itaat ettiğini keşfetmiştir. Moda beğenilerinin, taklit ve toplumsal farklılaşma arasında gerilen toplumsal bir ilişki olduğunun ilk farkına varan kişi o olmuştur (Waquet, Laporte, 2011: 57).

Rızaya dayalı kendiliğinden bir kabulün geçerli olduğu hegemonik bir anlayış ilişkisinden ibaret olan moda sürecinde bireyler, kendilerinden beklenen refleksi üretirken (Yağlı, 2013: 49);

kendilerine sunulan seçenekler içerisinde özgürce seçim yapabildiklerini zannetmektedirler. Sosyal statülerini, farklılıklarını, benzerliklerini ya da her nasıl görünmek istiyorlarsa olmak istedikleri imaj bütünlüğünü, giysileri, vücut duruşları ve kullandıkları aksesuarlarla sunan bireyler, aslında sosyal normlara uyarak toplumda kabul edilme, benimsenme ve önemsenme gibi psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçlarına dönük örüntüler oluşturmaktadır.

Ross'a göre bireyin kendiliğinden razı olmasını sağlayan içsel kontrol mekanizmaları, dıştan dayatılan tüm kontrol mekanizmalarından çok daha fazla etkilidir. Eğitim, gıpta etme, taklit, kamuoyu temayülü, sanatsal, moral-ahlaki ve estetik eserlere uygun yaşam tarzları ve buna benzer pek çok içsel mekanizma bireyin kendiliğinden razı olmasını sağlayan sosyal kontrol mekanizmalarıdır. Dıştan dayatılan kontrol mekanizmaları yer yer direnç yaratırken, bireyin gönüllü olarak kendisini disipline etmesini sağlayan içsel kontrol mekanizmaları özgürlüklerden ödün verilmeden uyum sağlama duygusunu kişilere telkin etmektedir (Anık, 2011: 104,105).

Modernizmin bir yansıması olan moda, toplumda oluşturduğu normlar vasıtasıyla, modernitenin sosyal kontrol aracına dönüşmektedir. Bir toplumdaki üyelerin birbirlerinden beklentilerini ve ilişkilerini, yönlendirici tercihlerini genel bağlamda "norm" olarak adlandırırsak; sosyal normlar, kamu tarafından paylaşılan ve yaygın davranışları ayarlama bireylerin dikkate aldığı kurallar bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal etkileşim içinde kendiliğinden meydana gelen, zamanla yaygın bir biçimde paylaşılan ve uygulamasında resmi bir yaptırım gözetilmemesine karşın, ihlali halinde olumsuz duygusal tepkileri harekete geçiren kurallar bütünü olan sosyal normların duygusal boyutu, bilişsel boyutundan çok daha temel niteliklidir (Sarıbay, 2014: 74,75). Baudrillard'a göre moda, derin bir baskı karakterine sahiptir ve yaptırımı toplumsal başarı ya da dışlanmadır (Baudrillard, 2012: 113). Belli bir baskı grubu olmaksızın başlı başına bir baskı olan moda, bütün toplumu etkisi altına alır ve modanın eylem alanı saptanabilir sınırlara sahip olmayan diğer alanlarla kesişir ve iç içe girer. Modanın hedefi, nesnelere çeşitlendirerek değiştirmek, eskiyerek kullanımdan düşmesini sağlamaktır. Moda, paradoksal bir biçimde geçici olana yön verirken, kendi biçimselliğini bu geçiciliğin ivmesinde bulur (Lefebvre, 1998: 161,163).

Moda tüketicilerinin ürünün kendisinden çok görüntüsünün etkisinde kalıp satın alma davranışları göstermeleri kültürel ve ekonomik anlamda emperyalizm uygulayan ülkelerin toplumları nasıl yönlendirdiğini açıklamaktadır (Kırıçoğlu, 2009: 45). Sürekli artan üretim ve tüketim talepleri arasında daha çok tüketebilmek için evrilen birey, sadece fiziken ihtiyacı olmadığı halde ruhsal ihtiyacını doyurabilmek için sürekli özendirildiği ürünleri talep etmekte, bu tüketim mallarına ulaşabilmek için ise daha fazla çalışıp yorularak kendini tüketmekte ve kendisine giderek yabancılaşmaktadır. Hegemonik bir biçimde bireyler üzerinde tahakküm kuran moda, toplumlar üzerinde özellikle kültürel alanlarda değiştirici ve dönüştürücü yaptırımı açıkça görülen modernitenin önemli bir sosyal kontrol aracı olarak hizmet etmektedir. Bektaş ve Bakacak (2009, 34) söz konusu sosyal kontrol olduğunda, modernitenin temel ilkelerini hala sürdürdüğünü, ancak günümüz toplumlarında sosyal kontrolün toplumun her alanında informal bir yolla yürüdüğüne dikkat çekmektedirler.

Sosyolojinin önemli konularından birisi olan sosyal kontrolü Tan, "...belli bir davranışı gerçekleştirme konusunda toplumun bireye etkisi, baskısı..." olarak tanımlamaktadır. Sosyal sistemlerin istikrarını ve düzenini korumak amacıyla devreye sokulan sosyal kontrol mekanizmaları, toplumda belirli ölçüde standart davranışlar oluşturmaya yönelik olarak bireylerin tavır ve hareketlerine etki etmektedir (Anık, 2011: 103, 104). Sumner'a göre sosyal kontrol, sosyal düzeni sağlamaya dönük bir süreci ifade etmektedir ve modern sosyal yaşamın her alanına yayılmıştır. Sumner, aile yaşamı, eğitim, refah, beden, pazar (ticaret), toplumsal cinsiyet, cinsiyet ve

kitle kültürü alanlarına nüfuz eden bir sosyal kontrol anlayışından söz etmektedir (Bektaş, Bakacak, 2009: 43). Bu alanların tümünde modanın varlığını az ya da ağırlıklı bir biçimde görmekteyiz. Toplumun tümünün denetim altında tutulmak istendiği modern dönemde, gittikçe homojenleşen görüntüden nasibini alan modern dünya insanları için kişisel özellikler yerine belli merkezden yönetilen ve tüketme mekanizmasına hizmet eden moda zevkler söz konusu olmaktadır (Barbarosoğlu, 2009: 64).

R. Barthes “kurumların en toplumsal olan moda, insanlara doğalmış gibi davranma olanağı sağlayan iktidarın kendisidir” diye yazmaktadır (Lefebvre, 1998: 162). Sosyal baskının hakim olduğu moda, bireylere doğallaştırılmış bir itaat sunar. Barnard, moda sisteminin iktidarla ilişkili olduğunu dile getirirken, Gramsci de modanın hegemonik güçler tarafından gerçekleştirilen doğallaştırılmış bir operasyon olduğunu söylemektedir (Evans, 1997: 231). Moda sosyolojisi yazarı Kawamura’ya (2016: 71) göre moda sosyal bir kurum olarak toplumu ve kişileri etkileyerek biçimlendirmektedir. Kongar da modanın toplumsal yaşamda insan iradesinden daha güçlü bir şey olduğunu savunmaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2003: 32). Grup baskısı sonucu birey kendisini topluma kabul ettirebilmek için toplumun ya da grubun isteklerine göre davranmaktadır. Kendisini güvende hissetmek, aidiyet duygusunun tatmini ve ilgi görmek için, kim olduğunun cevabını ait olduğu sosyal grupta bulmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2013: 307). Ve bu gruba dahil olabilmek için modaya itaat etmektedir.

Simmel’e göre moda, dış görünümü feda edip, umumun köleliğine teslim ederek içsel özgürlüğü bütünüyle sağlama alma yolunda başvurulabilecek harikulade bir toplumsal formdur. Moda da hukuk gibi hayatın sadece dışsal cephesini, topluma dönük olan yanlarını kavramaktadır. Moda, bireye zamanının ve zümresinin normlarına olan itaatini, umumi olana bağlılığını kuşkuya yer bırakmayacak biçimde kanıtlayabileceği bir formül vermektedir (Simmel, 2013: 122, 123). Modaya uymanın ya da uymamanın getirdiği sosyal baskı toplumsal başarı ya da dışlanma ile sonuçlanmaktadır (Baudrillard, 2012: 113).

Marx ve Engels’a göre maddi üretim araçlarına sahip olan sınıf, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarının da kontrolüne de sahip olmaktadır (Barnard, 2002: 216). Moda endüstrisi ve moda yayılımını sağlayan medyaya bakıldığında, formlarda ve biçimlerde yarattıkları hegemonyanın, zihinsel düşüncelerde ve zihniyet biçimlerinde de farklı boyutlarda gerçekleştiği aşıkardır. Yağlı’ya göre toplumsal iktidarın modern bir tahakküm aracı gibi işlev gören moda yoluyla bireyler hem kolaylıkla denetlenebilmekte, hem de onlardan istenilen tutum ve davranışlar oluşturulabilmektedir (Yağlı, 2013: 21). Zira iktidara gelenlerin mevcut düzeni değiştirmek ve kendi usullerini benimsetebilmek için değişikliğe başvurduğu ilkler içerisinde kılık kıyafet düzenlemeleri gelmektedir dünya ve Türk tarihine bakıldığında bunun pek çok örneklerinin olduğu görülecektir.

Modern dönemde toplumlar üzerinde kurulmaya çalışılan ideolojik hegemonya, toplumları özellikle tek tipleştirilmektedir. Tek tipleşme, tüm toplumu iktidarın rahatlıkla gözetim altında tutabileceği ve toplumsal özneleri birbirlerinin gardıyanı haline getirmek istediği bir akıl tutulması durumudur. Homojen bir yapıya dönüşme çabalarına direnç gösterenler ötekileştirilerek, toplumsaldan dışlanıp, marjinalleştirilmeye çalışılmaktadır (Aktaran: Eke, 2013: 139).

Modanın da içerisinde bulunduğu görsel kültürün rolü toplumsal düzeni üretmek ve yeniden üretmektir (Barnard, 2002: 213). Marka ürünler, pahalı giysiler, mücevherler ve kozmetikler insanları tabakalaştırarak toplumsal düzeni yeniden üretmektedir. Moda endüstrisindeki ürünlerin

farklı fiyat aralıkları ve çok farklı toplumsal statü gruplarına hitap etmesi, modanın toplumdaki tabakaları düzleştirmeyip belirginleştirdiğini ve yeniden üretmek inşa ettiğini göstermektedir.

Moda ve güzellik endüstrisi ile medya, beden imajı konusunda normları belirleyen ana kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakı, 2011: 319). Kılık kıyafet, insan bedenine yapılan en dikkate değer müdahaledir. Kimliğin, ideolojik görüşün, inanışın, değerlerin vs. bedende sergilenmesine imkan veren giysiler, bireysel veya toplumsal düzlemde insanların kıyafetleriyle kendisini ifade edebilmesini, yaşam biçimini ortaya koyabilmesini sağlamaktadır (Okumuş, 2011: 57).

Park, 20. yüzyılda kent toplumlarında sosyal kontrol aracı olarak kitle iletişim araçlarının önemi üzerinde durmaktadır. Egemen kültürün dayattığı değerlerin içselleştirilmesinde, genel kabul gören norm ve davranışların benimsenmesinde kitle iletişim araçları özellikle önemli bir rol oynamaktadır (Bektaş, Bakacak, 2009: 37). Kamusal alanı tekelleştirerek tek tipleştirilen elektronik medya kültürü diğer alanları kullanma biçimine de etki eder. Küresel boyutta ilk kültür biçimlerinden birisi olan moda, küresel medya olanaklarıyla çok daha etkili boyutlara gelmektedir (Yağlı, 2013: 4). Her gün yeniden kendini inşa eden moda hegemonyası kendi devamlılığını garantilerken, toplumsal itaatın sürekliliğini de sağlamaktadır.

SONUÇ

İlerlemeci paradigmaya dayanan modernite, toplumların sürekli geliştiğini ve mükemmelere doğru gittiğini iddia etmektedir. Geçmiş daima geri kabul edip geleneksel tanımıyla öteleyen modernite, kendi zihniyet olgularını taşıyan modern nitelendirmelerini yüceltmektedir. Evrenselci ve merkeziyetçi anlayışı nedeniyle Batı kaynaklı materyalist anlayışını tüm toplumlara dikte eden modernite; düşünce boyutunu Aydınlanma Felsefesi'ne, siyasi oluşumunu Fransız İhtilali'ne ve ekonomik alana yerleşen zihniyet olgusunu Sanayi Devrimi'ne dayandırmaktadır. Modernitenin tüm bu tahlillerine bakıldığında oluşturduğu bireycilik ve araçsal aklın görünürlük ve anlam bulduğu en önemli alanlardan birisi de moda olmaktadır. Ekonomik sistemin ve aynı zamanda modernitenin zihniyet anlayışının hizmetinde olan moda, bireylerin modernitenin düşünce kalıplarını içselleştirmelerini sağlarken aynı zamanda da hükmünün yakıtı olan ekonomik çarkın durmaksızın dönmeye önemli katkı sağlamaktadır. 21. yüzyıla girdiğimiz şu dönemde bile etkisini yitirmeyen modernite, kendi geleceğinin tasarrufu için rasyonel sosyal kontrol biçimlerinden ziyade irrasyonel sosyal kontrol mekanizmalarında kendini oldukça hissedilir bir şekilde belli etmektedir. Özellikle kültür alanlarında hissedilen bu baskının çok önemli bir hegemonik boyutunu moda oluşturmaktadır.

Taklit ve farklılaşmadan gerili örüntünün içselleştirilerek kabul edildiği, rızaya dayalı bir baskı ve kontrol sistemi olan moda, fizyolojik nedenlerden çok psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçlar için tüketilmektedir. Kullanım değerinin de üzerinde bir değişim değerine erişen moda, gösterge ve sembollerle yüklü form dünyasını medyanın manipüle ettiği bireysel ihtiyaçlar ve ideal güzellik veya statü ifadesi için kullanılmaktadır.

Moda ekonomik çarkı döndürmek, kapital sahiplerine daha çok kazandırmak ve modernitenin istediği apolitik, homojen ve tüketen toplum yapısını oluşturmak için kullanılan ideal bir reçetedir. Kimliklerini oluşturan bireylere dışsal formatta anlam kazandıran, olmak istedikleri gibi görünmelerini ve mesaj vermelerini sağlayan moda, özdeşleştirildiği imgelerle çekiciliğini gün geçtikçe arttırmakta; ideal güzellik ve statü uğruna insanları ne pahasına olursa olsun tüketme gibi bir çılgınlığa sürüklemektedir. Artan tüketim kültürü ve kimlik arayışları içerisinde tüketerek var

olmaya çalışan birey, kimliğini, gücünü, varlığını, statüsünü ve servetini sergileyebilmek için daha çok tüketmektedir. Modernizmin iktidarında bencilce haz peşinde koşan bireyler, doğayı, başka insanları ve varlıkları, yarınlarını düşünmeden çılgınca tüketmeye devam ederek dünyayı çöplüğe çevirmektedirler. Kendi öz kültürlerini unutan ve kendi benliklerine yabancılaşan bireyler yozlaşmakta, hiçbir anlam içermeyen, topluma ve geleceğe katkısı olmayan birer tüketim kölesi olarak oraya buraya savrulmaktadırlar.

KAYNAKÇA

- Anık, C. (2011). "Toplumsal Zihniyet Aracılığı İle Sosyal Kontrol". *Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi*. Cilt: 2, Sayı: 1.
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Aydın, M. (2009). *Moderniteye Dışarıdan Bakmak*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Barbarosoğlu, F. K. (2009). *Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet* (4. Baskı). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Barbarosoğlu, F. (2014). *Şov ve Mahrem*. (3. Baskı). İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Barnard, M. (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. (Çeviren: Güliz Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2012). *Tüketim Toplumu Söylenceleri, Yapıları* (5. Baskı) (Çevirenler: Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: "Tüketiyorum Öyleyse Varım". *İstanbul Sosyoloji Konferansları Dergisi*, Sayı: 43, ss. 221-248.
- Bektaş, R. B., Bakacak, A. G. (2009). "Modernitenin Sosyal Kontrol Söyleminin Değişen Görünümleri". *Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 1.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim* (Çeviren: İrem Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri: Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik* (Çeviren: Özge Çelik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çakı, F. (2011). Batı-Dışı Toplumlarda Gençlik ve Beden İmajı. (Editör: Kadir Canatan) *Beden Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik* (Çeviren: Özden Arıkan). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Eke, N. P. (2013). *Bedene Müdahalenin Bir Yolu Olarak Moda ve Medyada Sunulan Beden Algısı*. (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo TV Sinema Ana Bilim Dalı, Konya.

- Evans, C. (1997). Fashion as Communication by Malcolm Barnard. *Journal of Design History*, 10, (2), 231-233.
- Frisby, D. (2013). Sunuş: Georg Simmel Modernitenin İlk Sosyoloğu. *Modern Kültürde Çatışma* (9. Baskı) (Çevirenler: Tanıl Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Haug, W. F. (1997). *Meta Estetiğinin Eleştirisi: Kapitalist Toplumlarda Görüntü, Cinsellik ve Reklam*. İstanbul: Spartaküs Yayınları.
- İTO (İstanbul Ticaret Odası). (2003). *Örtünmeden Giyinmeye: Terzilik ve Modanın Dünü, Bugünü ve Yarını*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2013). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş* (15. Baskı). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş* (1. Baskı). (Çeviren: Şakir Özüdoğru). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kırıçoğlu, O. T. (2009). *Sanat, Kültür, Yaratıcılık: Görsel Sanatlar ve Kültür Eğitimi-Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (Çeviren: Işın Gürbüz). İstanbul: Metis Yayınları.
- Okumuş, E. (2011). Bedene Müdahalenin Sosyolojisi. (Editör: Kadir Canatan) *Beden Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Pektaş, H. (2008). Moda ve Küreselleşme. Girne Amerikan Üniversitesi, *Çatışma ve İşbirliği Kaynağı Olarak Uluslararası Küreselleşme Sempozyumu*, 14 Mayıs 2008, KKTC, Girne, ss 1-12.
- Pektaş, H. (2011). Meta Estetiği ve Moda. *Uluslararası Güzel Sanatlar Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 20-22 Ekim 2011, Konya, ss 221-227.
- Sarıbay, A. Y. (2014). *Toplumun Mantığı. Bir Mantıksal Anlatı Olarak Sosyoloji*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Simmel, G. (2013). *Modern Kültürde Çatışma* (9. Baskı) (Çevirenler: Tanıl Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tunalı, İ. (2009). *Tasarım Felsefesi Tasarım Modelleri ve Endüstri Tasarımı* (3. Baskı). İstanbul: Yem Yayınları.
- Waquet, D. ve Laporte, M. (2011). *Moda* (Çeviren: Işık Ergüden). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Veblen, T. (2014). *Aylak Sınıfının Teorisi*. (Çeviren: Enver Günsel). Ankara: Tutku Yayınevi.
- Yağlı, S. (2013). Gündelik Hayatın Bir Alanı Olarak Moda Aracılığıyla Kültürün Yeniden İnşası. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*. 3 (4), 1-25.