



YALOVA SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

YALOVA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Altı Aylık Hakemli Bilimsel Dergi

YIL: 10, SAYI: 20, NİSAN 2020

e-ISSN: 2146-1406



Derginin Sahibi / Owner
Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Adına
Doç. Dr. Mehmet Gökhan Genel

Editör/ Editor:
Doç. Dr. Mehmet Gökhan Genel

Editör Yardımcıları /Asistant Editors:
Arş. Gör. Ahmet Fethi GÜN
Arş. Gör. Enes ATAY

YAYIN KURULU /
EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Elif YÜKSEL OKTAY
Doç. Dr. Bedrettin KESGİN
Doç. Dr. Fethi GÜNGÖR
Doç. Dr. Hacı Yunus TAŞ
Doç. Dr. Muharrem ES
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KIZIL
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed BEYLER
Dr. Öğr. Üyesi Recep YILDIZ

Web Sayfası:
dergipark.gov.tr/yalovasosbil

DANIŞMA KURULU /
ADVİSORY BOARD

- Prof. Dr. Ali Rıza ABAY, **Yalova Üniversitesi**
Prof. Dr. Aydın TOPALOĐLU, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Ersin KAVİ, **Yalova Üniversitesi**
Prof. Dr. Fatih ŞAHİN, **Manisa Celal Bayar Üniversitesi**
Prof. Dr. Gökhan Kurşad YERLİKAYA, **Yalova Üniversitesi**
Prof. Dr. Habip TÜRKER, **İbn Haldun Üniversitesi**
Prof. Dr. İsmail HİRA, **Sakarya Üniversitesi**
Prof. Dr. Kadir CANATAN, **İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi**
Prof. Dr. Mahmut YEŞİL, **Necmettin Erbakan Üniversitesi**
Prof. Dr. Mehmet ADAK, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Mustafa Kemal ŐAN, **Sakarya Üniversitesi**
Prof. Dr. Nurettin GEMİCİ, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Selami ÖZCAN, **Yalova Üniversitesi**
Prof. Dr. Suat CEBECİ, **Yalova Üniversitesi**
Prof. Dr. Yusuf BALCI, **İstanbul Üniversitesi**
Doç. Dr. Ramazan TİYEK, **Kırklareli Üniversitesi**
Dr . Lilia Bensouilah, **The University of 8 MAI 1945 Cezayir**
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Nasuhi ŞAHİN, **Dumlupınar Üniversitesi**
Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇETİNTAŐ, **Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi**

18. SAYI HAKEMLERİ /
THE REFEREES OF THIS ISSUE

Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM
FAKÜLTESİ/REKLAMCILIK
BÖLÜMÜ/PAZARLAMA VE MARKA
İLETİŞİMİ ANABİLİM DALI

Prof. Dr. Salih GÜNEY

İSTANBUL AYDIN
ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ
BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME
BÖLÜMÜ/İŞLETME PR

Prof. Dr. Ferhat SAYIM

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/İŞLETME
BÖLÜMÜ/MUHASEBE FİNANSMAN
ANABİLİM DALI

Prof. Dr. Hacı Yunus TAŞ

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/ÇALIŞMA EKONOMİSİ
VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ
BÖLÜMÜ/ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE
END.İLŞ.BL.ANABİLİM DALI

Prof. Dr. Ersin KAVİ

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/ÇALIŞMA EKONOMİSİ
VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ
BÖLÜMÜ/ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE
END.İLŞ.BL.ANABİLİM DALI

Prof. Dr. Fethi GÜNGÖR

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/SOSYAL HİZMET
BÖLÜMÜ/SOSYAL HİZMETLER
ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Murat ALAKEL

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI
İLİŞKİLER
BÖLÜMÜ/ULUSLARARASI
İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Mehmet Gökhan GENEL

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE
TASARIM FAKÜLTESİ/İLETİŞİM
SANATLARI
BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE
HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM
DALI

Doç. Dr. Bülent KIRMIZI

OSMANİYE KORKUT ATA
ÜNİVERSİTESİ/FEN-EDEBİYAT
FAKÜLTESİ/İNGİLİZ DİLİ VE
EDEBİYATI BÖLÜMÜ/İNGİLİZ DİLİ
VE EDEBİYATI ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Bedrettin KESGİN

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/SOSYAL HİZMET
BÖLÜMÜ/SOSYAL HİZMETLER
ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Recep YILDIZ

BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL
ÜNİVERSİTESİ/SAĞLIK BİLİMLERİ
FAKÜLTESİ/SOSYAL HİZMET
BÖLÜMÜ/SOSYAL HİZMET
ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Yusuf GENÇ

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ/FEN-
EDEBİYAT FAKÜLTESİ/SOSYAL
HİZMET BÖLÜMÜ/TOPLUMSAL
GELİŞME VE SOSYAL POLİTİKA
ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Senem KURTAR

GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ/FEN-
EDEBİYAT FAKÜLTESİ/FELSEFE
BÖLÜMÜ/FELSEFE TARİHİ
ANABİLİM DALI

Doç. Dr. Esra KELOĞLU İŞLER

HACI BAYRAM VELİ
ÜNİVERSİTESİ/ İLETİŞİM
FAKÜLTESİ/ HALKLA İLİŞKİLER
ANABİLİM DALI

**Dr. Öğretim Üyesi Beyhan
YASLIDAĞ**

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/
İKTİSAT BÖLÜMÜ

**Dr. Öğretim Üyesi Esra CİZMECİ
ÜMİT**

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE
TASARIM FAKÜLTESİ/İLETİŞİM
SANATLARI BÖLÜMÜ/İLETİŞİM
SANATLARI ANABİLİM DALI

**Dr. Öğretim Üyesi Necibe Nevra
ESENTÜRK**

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI
İLİŞKİLER
BÖLÜMÜ/ULUSLARARASI
İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

Dr. Öğretim Üyesi Oğuz GÖKSU

GAZİANTEP
ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM
FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE
TANITIM BÖLÜMÜ/HALKLA
İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

Dr. Öğretim Üyesi Murat ÇELİK

ANKARA YILDIRIM BEYAZIT
ÜNİVERSİTESİ/İNSAN VE TOPLUM
BİLİMLERİ FAKÜLTESİ/BİLGİ VE
BELGE YÖNETİMİ
BÖLÜMÜ/ARŞİVCİLİK ANABİLİM
DALI

Dr. Öğretim Üyesi Sibel AKOVA

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE
TASARIM FAKÜLTESİ/İLETİŞİM
SANATLARI BÖLÜMÜ/İLETİŞİM
SANATLARI ANABİLİM DALI

**Öğretim Görevlisi Dr. Yasin
ÖZASLAN**

YALOVA ÜNİVERSİTESİ/YALOVA
MESLEK YÜKSEKOKULU/OTEL,
LOKANTA VE İKRAM HİZMETLERİ
BÖLÜMÜ/TURİZM VE OTEL
İŞLETMECİLİĞİ PR

Dr. Öğretim Üyesi Sibel ÖNÇEL

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ/TURİZM
FAKÜLTESİ/GASTRONOMİ VE
MUTFAK SANATLARI
BÖLÜMÜ/GASTRONOMİ VE
MUTFAK SANATLARI ANABİLİM
DALI

Dr. Öğretim Üyesi Emrah ÖZSOY

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ/İŞLETME
FAKÜLTESİ/İŞLETME
BÖLÜMÜ/YÖNETİM VE
ORGANİZASYON ANABİLİM DALI

Editör Yazısı

Değerli Yalova Sosyal Bilimler Dergisi okurları,

Dergimizin 20. sayısı (Nisan 2020) ile karşınızdayız. Öncelikler dergimizin faaliyet yürüttüğü bilimsel alanlarla ilgili bilgi vermek istiyorum müsaadenizle. Dergimiz, Sosyal Bilimler disiplini çerçevesinde İşletme, finans, yönetim, iktisat, pazarlama, üretim yönetimi, muhasebe, maliye, ilahiyat, kamu yönetimi, hukuk, iletişim uluslararası ilişkiler, çalışma ekonomisi, sosyal hizmet vb. alanlardaki güncel çalışmaları yayınlamak suretiyle Sosyal Bilimler alanına bilimsel katkı yapmayı amaçlamaktadır. Bu sayının çıkması tüm dünyayı ve ülkemizi sarsan Covid-19 virüsünün psikolojik atmosferine denk gelmiştir. Dünyayı adeta karantina bölgesine çeviren bu habis virüs nedeniyle başta eğitim olmak üzere tüm sektörler bir süreliğine de olsa klasik yöntemlerden sıyrılıp dijital tabanlı yeni medya ortamlarına taşınmış ve görevlerini bu şekilde ifa etmek zorunda kalmışlardır. Bu durumdan ister istemez eğitim ve dergi sektörü de ciddi anlamda etkilenmiştir. Bu bağlamda örgün eğitime salgın geçene kadar ara verilmiş, dersler ve sınavlar uzaktan olacak şekilde eğitimci ve öğrencilerin pek de aşına olmadıkları yöntemle yapılmaya başlanmıştır. Türkiye Covid-19 ile mücadelede dünyaya örnek olmuş ve ilk günden itibaren alınan önlemlerle salgının etkisi kırılmaya başlanmış ve istatistiksel olarak vaka ve ölüm sayıları azalmaya başlamıştır. Hiç kuşkusuz bu olumlu aşamaya gelinmesinde milletçe kenetlenmemiz ve devletin almış olduğu yerinde ve zamanında tedbirlerin katkısı kıymetlidir ve kayda değerdir. Alınan önlemler ve takdire şayan dayanışma ruhu sayesinde “millet” olmanın ne olması gerektiğini bir kez daha tüm dünyaya göstermiş olduk. Bu vesile ile bu virüs nedeniyle hayatını kaybeden tüm vatandaşlarımıza Allah’tan rahmet ve mevcut hastalarımıza da acil şifalar diliyoruz. Diğer yandan dergi yayınının Ramazan ayına denk gelmesi de bir başka özel durum teşkil etmektedir. Ramazan ayı bu sene bir ilk olarak “ev ortamında” karşılanmak ve ifa edilmek zorunda kalınmıştır. Bundan ötürü tüm okuyucularımızın ve yazarlarımızın hem Ramazan ayını hem de kısa bir süre sonra idrak edeceğimiz Ramazan Bayramlarını tebrik eder, sağlık, afiyet ve mutluluklar temenni ederiz. Yazımızı bitirmeden önce bu sayıdaki yazılar hakkında bir cümle ile de olsa bilgi vermek istiyoruz. Elinizdeki Nisan 2020 sayımızda (20.Sayı) Sosyal Bilimler disiplinleri dahilinde biri İngilizce olmak üzere toplam on iki çalışma yer almıştır. Bu sayıda yazılarıyla bize destek veren başta değerleri yazarlarımıza, bilimsel kriterlerle çalışmalara yön veren kıymetli hakemlerimize, her türlü danışma ve istişare mekanizmasında bizden yardımını esirgemeyen Danışma ve Yayın kurullarımızdaki değerli hocalarımıza ve özellikle bu derginin hazır hale gelmesinde büyük emekleri geçen editör yardımcılarımız Ahmet Fethi Gün ve Enes Atay’a teşekkür ederim. Gelecek sayıda buluşmak temennisiyile...

Doç. Dr. Mehmet Gökhan GENEL

İçindekiler

Araştırma Makaleleri

2020 Koronavirüs Pandemisinde Avrupa Birliği Sağlık Politikaları Ve Neoliberalizm : İtalya
Örneği..... 1

Zelha Altınkaya

E.T.A Hoffmann'ın *Altın Saksı* Eserindeki Romantik Unsurlar 32

İnci Aras

Consumers' Brand Ownership And Engagement With Brand-Related
Social Media Content 39

Vehbi Gorgulu, Mehmet İzzet Guruz

Yalova Çerkezlerinin Mutfak Kültürü..... 51

Evrım Karaca, Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

İhracat Performansının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle
Değerlendirilmesi: Orta Asya Ülkeleri Örneği 67

Güçgeldi BASHIMOV

Siyasi Kampanya Çalışmalarında, Siyasal Reklamcılığın Siyasi Parti Adayları Ve Seçmenler
Üzerindeki Etkileri 79

Metin Serhat İLTER

Sosyal Medya Kullanılarak Edinilen Sosyal Sermayenin Ölçümü Ve İnternet Kullanım
Sıklığının Aracılık Rolü 97

Hale ALAN

Zamanın Ve Mekânın Sanallaşması (Felsefe Ve Bilimin Nesnel Gerçekliğinden, Dijital Çağın
Sanallığına: Zaman Ve Mekânın Yapısal Ve İşlevsel Değişimi)..... 115

Saniye Vatandaş

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Algısına Yönelik Bir Araştırma 138

Mehmet Zafer Danış, Beyza Erkoç, Esmâ Güç Çınar, Şeyda Usta

İslam Medeniyetinin Büyük Tanığı Fuat Sezgin 152

Fethi Güngör

Kitap İncelemeleri

Kitap Tanıtımı 162

Mehmet Deri

İslam Kültür Tarihinde Müzik Kitabının Değerlendirilmesi 167

Talha YİĞİT

2020 Koronavirüs Pandemisinde Avrupa Birliği Sağlık Politikaları ve Neoliberalizm : İtalya Örneği

Zelha ALTINKAYA*

Özet

Neoliberal akımların başlamasıyla, malların, sermayenin serbest dolaşımına, teknolojik gelişmeleriyle küreselleşme süreci başlamış oldu. Tüm dünyada, kırk yılı aşkın bir süredir hüküm süren neoliberal akımlar, dünyadaki birkaç ülke dışında tüm ülkeleri, küresel düzeyde artan rekabet karşısında şirketlerin, üreticilerin aşırı karlar elde etmelerine yönelik politikalar izlemesine sebep olmuştur. Bu sürecin gerisinde 1970'li yıllarda, kamu iktisadi teşebbüslerin, devlet bütçelerinde büyük açıklara sebep olması nedeniyle, 1980'li yılların başından itibaren kamunun ekonomi içindeki ağırlığı azaltılmaya çalışılmıştır. Bu da ya kamu ait iktisadi teşebbüsleri özelleştirilmesi ya da bu eğitim, sağlık ve hatta güvenlik hizmetleri için hem bütçeleri içinde de hem gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payları azalmaya başlamıştır. Gerek özelleştirmeler gerekse, kamu hizmetlerinin gayri safi milli hasıla içindeki paylarının artırılmaması, refah devleti kavramı içinde uzun yıllardan itibaren çok tartışılan konulardan biridir. 2020 yılına kadar belirgin bir seviyede değişiklik olmamasına karşın, 15 Aralık 2019 tarihinde ilk olarak Çin'in Wuhan eyaletinde görülmeye başlanan, Dünya Sağlık Örgütü tarafından, 12 Mart 2020'de yeni tip Corona virüsü Covid 19'un birden fazla ülkede görülmesi nedeniyle pandemi ilan edilmesiyle, sağlık politikaları ve sağlık harcamaları bütçeleri birden bütün dünyanın birinci öncelikli konusu haline gelmiştir. Bugüne kadar birer tehdit olarak sıralanan unsurlar gerçek yaşamda karşı karşıya kalınmıştır. Acil durum karşısında bütün ülkeler, doktor, hemşire, laboratuvar uzmanları, hastane çalışanlarının sayısı, özellikleri, hastane sarf malzemelerinin varlığı, erişebilirliği, hastane yatağı sayısı, yoğun bakım sayılarının, ilaç tedarikini, araştırma ve geliştirme politikalarının ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koymuş oldu. Bu makalede, Çin'den sonra Corona Virüsü e bağlı solunum yetmezliği hastalığına yakalanan hasta sayısının ve en çok arttığı ülkenin İtalya olması nedeniyle, Avrupa Birliği'nin sağlık politikaları incelenecektir. Literatür taraması ve istatistikî analiz yöntemi kullanılarak Avrupa Birliği'nin sağlık politikaları, İtalya örneğinde incelenmiş olacaktır.

Anahtar Kelimeler : *sağlık harcamaları, refah devleti, neoliberalizm, Türkiye, İtalya, Avrupa Birliği, Korona-Virüsü, pandemi, maliye*

European Union Health Policies and Neoliberalism under Pandemic of Coronavirüs 2020

Under neoliberalism, the primary policy recommendation covers policies on the free movement of goods and capital. In addition to free movement of products and capital, technological developments contributed globalization process began in early 1980s. Neoliberalism have caused many countries to follow policies towards earning extra-ordinary profits in the face of increasing competition at the global level since 1980s. The share of the public owned enterprises in the economy has been reduced since early 1980s. The main reason behind this policy was that public economic enterprises caused huge deficits in the state budgets. This policy led to either privatization of state-owned economic enterprises or reducing public financing of education and health services in GDP. Both privatizations and the reducing the share of public services in the gross national product is one of the most controversial issues in the welfare state concerns for many years. There was no significant change

* Yalova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
E-posta: zelha.altinkaya@yalova.edu.tr
ORCID Number: 0000-0002-6964-7182

until the World Health Organization declared a pandemic of Covid-19. Corona Virüs Covid 19 first began to appear in Wuhan Province on December 16, 2019. As Covid 19 was seen in more than one country and considered as pandemic, health policies and health spending budgets have suddenly become the top priority of the whole world. The factors listed as threats until now on, have been faced in real life. All countries started to discuss their health policies measured by availability and accessibility of the number of doctors, nurses, laboratory specialists, the number of hospital employees, and hospital supplies, the number of beds, the number of intensive care units, the supply of medicines at the case of emergency. As well the research and development policies have become one of the focus point. In this article, the health policies of the European Union will be examined due to the number of patients suffering from Corona Virus-related respiratory failure after China and the country with the highest increase in Italy. The health policies of the European Union will be analyzed in the case of Italy by using the literature review and statistical analysis method.

Keywords: *health care expenditure, European Union, Italy, Turkey, Coronvirüs, pandemic, neoliberalism, welfare state*

Giriş

Neoliberal akımların başlamasıyla, malların, sermayenin serbest dolaşımına, teknolojik gelişmeleriyle küreselleşme süreci başlamış oldu. Tüm dünyada, kırk yılı aşkın bir süredir hüküm süren neoliberal akımlar, dünyadaki bir kaç ülke dışında tüm ülkeleri, küresel düzeyde artan rekabet karşısında şirketlerin, üreticilerin, aşırı karlar elde etmelerine yönelik politikalar izlemesine sebep olmuştur. Bu sürecin gerisinde 1970’li yıllarda, kamu iktisadi teşebbüslerin, devlet bütçelerinde büyük açıklara sebep olması nedeniyle, 1980’li yılların başından itibaren kamunun ekonomi içindeki ağırlığının azaltma politikaları yatmaktadır. Bu da ya kamuya ait iktisadi teşebbüslerin özelleştirilmesi yada bu eğitim, sağlık ve hatta güvenlik hizmetlerinin gerçekleşmesi için ayrılan bütçeleri azaltmıştır. Gerek özelleştirmeler, gerekse kamu hizmetlerinin gayri safi milli hasıla içindeki paylarının artırılmaması, refah devleti kavramı içinde uzun yıllar boyunca çok tartışılan konulardan biridir. 2020 yılına kadar belirgin bir seviyede değişiklik olmamasına karşın, 15 Aralık 2019 tarihinde ilk olarak Çin’in Wuhan eyaletinde görülmeye başlanan, Dünya Sağlık Örgütü tarafından, 12 Mart 2020’de yeni tip Corona virüsü Covid 19’un birden fazla ülkede görülmesi nedeniyle pandemi ilan edilmesinden sonra, sağlık politikaları ve sağlık harcamaları bütçeleri birden bütün dünyanın birinci öncelikli konusu haline gelmiştir. Bugüne kadar sadece birer tehdit olarak sıralanan acil durum şartları, yaşamın bir gerçeği halini almıştır. Acil müdahale edilmesi gereken, bu pandemi karşısında bütün ülkelerin, son kırk yılda, doktorlarının, hemşire, laboratuvar uzmanları, hastane çalışanlarının sayısı ne kadar artırdıklarını, sağlık personelinin özellikleri, hastane sarf malzemelerinin varlığı, erişebilirliği, hastane yatak sayısı, yoğun bakım sayılarının, ilaç tedarikini, araştırma ve geliştirmeye dayalı sağlık politikalarının ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koymuş oldu. Bu makalede, Çin’den sonra Corona Virüs e bağlı solunum yetmezliği hastalığına yakalanan hasta sayısının ve en çok arttığı ülkenin İtalya olması nedeniyle, Avrupa Birliği’nin sağlık politikaları incelenecektir.

1 .Küreselleşme ve Sağlık Politikaları

1970’lerin sonları, 1980’lerin başından itibaren, ekonomi de “küreselleşme” olarak adlandırılan yeni bir duruma tanık olundu. Bu yeni durumda, yada süreçte,

sadece ticaret, yatırım ve finans piyasalarının, küreselleşmesi değil, aynı zamanda sağlık, eğitim, gibi politikaları da içine alacak şekilde gerek özel sektörün gerekse kamunun sorumluluğu olduğu ekonomik faaliyetler değişime uğradı. Uluslararası ekonomik aktörlerin daha etkin olması, küresel rekabetin hakim olması ile hükümetlerin uluslararası ekonomi ulusal politikayı şekillendirme gücü azaldı. Hükümetlerin önlerindeki, tek seçenek küreselleşme sürecine katılma ve hatta süreci kolaylaştırmak olmuştur. Aksi halde, yani bu küresel sistemin dışında kalma ihtimali, hem kendileri hem de devletleri için bir tehdit olarak algılanmıştır. Washington Uzlaşısı (1979) kapsamında, ABD hükümeti ile Uluslararası Para Fonu, 1980’li yılların başlarında pek çok gelişmekte olan ülkeyi, 1980’li yılların sonlarında, Rusya ve Güneydoğu Asya ve Latin Amerika ülkelerine ekonomilerini dışa açmaları, küresel ekonomiye entegre olmaları ve böylece ekonomilerini liberalleştirmeleriye yönlendirmiştir.

Küresel ekonomiye entegrasyon sürecinde, küreselleşmenin sunduğu refah düzeyinden faydalanmak için hükümetler tarafından, ticaret, yatırımlar ve finansal piyasalar için elverişli koşulların oluşturulması gereğini de ortaya koymuştur. Bu da sermaye yatırımları, ticaret üzerindeki vergilerin düşürülmesi anlamı taşımaktadır. Gelirlerin azalması, harcamaların da azalmasını beraberinde getirmiştir. Dünya Bankası ve IMF ’nin kamu açıklarının azaltılması için istediği politikalar, mali ve işgücü piyasalarının serbestleştirilmesi, kamu işletmelerinin ve programlarının özelleştirilmesinin yanında sosyal ve güvenlik sistemlerinin bile özelleştirilmesine yönelik olmuştur. Özelleştirmeye alternatif sağlık, eğitim, sosyal politikalarda harcamalarındaki azalmaya neden olmuştur.

Chomsky(2017), Krugman (2011), Prebisch(1985), Stiglitz (2017) gibi önde gelen iktisatçılar küreselleşmenin dünya genelinde eşitsizliklerin artmasına neden olduğunu iddia etmektedir. Bu eşitsizlikler, yalnızca ülkeler arasında değil, aynı zamanda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda benzeri görülmemiş bir oranda artmaktadır. Bu durum, önceki yıllarda dünya genelinde meydana gelen sağlık harcamalarının azalmasının temel nedeni olup, dünyanın birçok bölgesinde durgunluğa ve hatta sağlık ve refah seviyelerinde düşüşe neden olmaktadır.

Küreselleşme, neoliberal akımları savunanlar için, zenginlik, gelirlerinde muazzam bir büyüme anlamına gelmektedir. Küreselleşmeyi eleştirenler, “izolasyonist”, “korumacı”, “yabancı düşmanı”, “milliyetçi ” olarak adlandırılıyordu. Başta, sağlık ve eğitim harcamaları olmak üzere, yaşam ve refah seviyesinde artışı savunan “refah devletini “ kurmaya yönelik politikaları savunmak çok ağır eleştirilere konu olmuştur. İtalyan ekonomist Navarro (1999) bu eşitsizliği 3 nedene bağlamaktadır.

(a) servet ve sermayeden elde edilen gelirden emekten elde edilene kıyasla benzeri görülmemiş bir büyüme,

(b) ücret dağılımında bir artışa yol açan ücretlerin artan kutuplaşması ve

(c) refah devleti ve kamu altyapısının hızla bozulması, özellikle az gelişmiş ülkelerde dikkat çekmektedir.

1980’li yıllarda iktidarda olan ve neoliberal akımların öncüleri olan Reagan(1981-1989) ve Thatcher (1979-1987) hükümetleri bile kendi dönemlerinde, para, sermaye, mal piyasalarını serbestleştirme girişimlerinde

bulunsa da sosyal politika bütçelerinin GSYİH hasıla içindeki paylarını azaltmamışlardır. Refah devleti argümanını destekleyen, İsveç, Almanya, gibi oldukça farklı siyasi partiler tarafından yönetilen ülkelerin hiçbirinin sosyal transferler ödemelerinin GSYİH içindeki payı değişmemiştir. Ancak, 2020 yılı itibarı ile değerlendirilme yapıldığında, ABD, İngiltere (Birleşik Krallık) ve Kanada gibi küresel gelenek içindeki ülkelerde kamu hizmetlerinde dolayısıyla sağlık hizmetlerinde çalışan kişi sayısı belirgin olarak düştüğü görülecektir (Greer ve diğerler,2016). Fransa, Almanya, İtalya, Belçika gibi ülkelerde de daha az olmasına rağmen düşüşler yaşanmıştır. Hollanda gibi sosyal demokrat geleneklere, İsveç, Norveç, Danimarka, Finlandiya ve Avusturya gibi güçlü işgücü etkinliğine sahip ülkelerde kamu harcamalarında bazı kesintiler olmasına rağmen, diğer ülkeler gibi kamu harcamaları azaltmamışlardır.

Hükümetler, sosyal transferlerin azaltılması politikasını tercih etmeleri durumunda, bu politikadan faydalanan kişiler, bunu hemen fark ederler. Ancak, sağlık hizmetlerinin kullanlarının, sağlık harcamalarındaki azalmayı fark etmesi zaman alacaktır (Navarro, 1999).

Nüfusun artması gibi demografik değişiklikler nedeniyle kamu hizmetlerine olan talebin artmasına rağmen, 1980'lerde ve 1990'larda gelişmiş kapitalist ülkelerde kullanıcı başına yapılan sosyal hizmet ve kamu harcama miktarlarının aynı oranda artmamıştır (Navarro, 1999).

Sağlık sektörü reformları, kısmen küreselleşmenin, insan haklarından biri olan sağlıklı olma hakkı, bu haklar üzerindeki olumsuz sonuçları nedeniyle, ölümcül olarak hastalık olarak değerlendirilmektedir (Schuftan, 2015) Son yirmi yıl içinde, iki farklı post-materyalist bakış açısı ortaya çıkmıştır: neo-materyalist bakış açısı ve psikososyal bakış açısı. Neo-materyalistler, sosyal faktörlerin insanların yaşadığı maddi koşullarda somut ama yine de ayrık ve gözlemlenebilir farklılıklara yol açtığını ve bu farklılıklar yoluyla sağlıkta sosyal degradeler yarattığını savunuyorlar. Örneğin, özellikle yoksulları hedef alan refah devleti rejimleri, zengin ve fakir arasında evrensel kapsamı olan geniş tabanlı refah programlarından daha büyük sağlık farklılıklarına yol açmaktadır. Öte yandan, psikososyal bir perspektif alan akademisyenler, farklı toplumsal ortamların, insanların psikososyal durumlarında ve genellikle doğrudan gözlenemeyen farklılıklara yol açtığını ve Hedeflenen refah rejimleri tarafından yaratılan sağlık eşitsizliklerinin psikososyal bir açıklaması, yoksulları damgalama eğiliminde olmaları, zenginlerin sosyal egemenliğine ve yoksullar için özerklik kalıplarına ve sonuç olarak bunlar yoluyla daha büyük eşitsizliklere yol açmalarıdır (Salvatore ve Bancicky, 2010).

Gelişmekte olan ülkeler için pek çok ekonomik yada finansal kriz üretse de, küreselleşme sonucunda tüm dünyada bir gelir artışına sebep olduğu algısı hakimdir. O nedenle, tüm ülkeler 2008-2009 ekonomik krizine kadar, dünyanın yeni bir krizle karşılaşabileceğine ihtimal vermemiştir. Oysa, sürdürülemez ekonomik büyüme ile ülkeler, topraklarının, nehirlerinin, denizlerinin, atmosferlerinin kirlendiğinin farkına varmış olsa bile bireysel olarak yaşanan

hastalıkları, kayıpları görmezlikten gelmişlerdir. Küreselleşmenin olumsuz etkileri, 2020 yılında, ortaya çıkan Koronavirüs salgınında bir kere daha ortaya çıkmıştır.

2. Avrupa Birliği Sağlık Politikaları

Avrupa Birliği (A.B.), 20. yüzyılın ortalarında kurulmaya başlanmasına rağmen, 21. yüzyılın başında, bir siyasi birlikten çok, ekonomik ve parasal birlik olarak değerlendirilmektedir. Avrupa Birliğinin kuruluş anlaşmalarında, adalet, eşitlik, sosyal koruma prensipleri öncelik almıştır. AB sağlık politikası da, tüm AB vatandaşlarının, sağlığın korunmasına ve iyileştirilmesine, modern ve verimli sağlık hizmetlerine eşit erişim sağlamaya ve birden fazla AB ülkesini içeren ciddi sağlık tehditlerini koordine etmeye odaklanmaktadır. Hastalığın önlenmesi ve müdahale AB'nin halk sağlığı odağında büyük rol oynamaktadır. Önleme aşılama, antimikrobiyal dirençle mücadele, kansere karşı eylemler ve sorumlu gıda etiketleme gibi birçok alana değinmektedir.

1957'de imzalanan Roma Antlaşmasından, Avrupa Tek Senedi nin kabul edildiği 1987 yılında kadar Avrupa Birliği (A.B.)'nin sosyal politikalarında çok önemli bir gelişme kaydedilmemiştir. Roma Anlaşması, oldukça, ılımlı ve ölçülü bir düzeyde, sadece 12. ve 248 maddelerinde sosyal politikaları tanımlamıştır. Üye Ülkeler arasında eğitim, istihdam, iş hukuku, çalışma şartları, toplu sözleşme, sosyal güvenlik konularında işbirliğini geliştirme ve koordine etme görevi AB Komisyonuna verilmiştir (Roma Antlaşması,1957). Ancak, ne gibi bir işbirliği süreci olması gerektiği tanımlanmamıştır.

Bu politika önceliklerini A.B.'deki en etkili kişilerden biri olan Komisyon Başkanı Jacques Delors, ekonomik uyumu güçlendirmenin ve AB'nin öncelikle bir ekonomik birlik yapmanın hatta önce "tek pazar yapma" projesini dengelemenin bir aracı olarak sosyal bir boyut geliştirmeyi amaçlamıştır. A.B. bütçesinin sınırlı olması, Komisyon'un kapsamını genişletmenin tek yolunun sanayi ve emeğin düzenlenmesi olması anlamına geliyordu. Komisyonun politika genişletme stratejisi, Genel Direktörlüğü tarafından yürütülmektedir.

A.B.'nin başarılı olduğu alanlardan biride Yapısal Fonlardır. Bu sayede sanayileşme politikaları ile işsizliğin olduğu alanlarda politika belirlemektir. 1970'lerdeki girişimler her ne kadar sağlık, güvenli ve sosyal güvenlik alanlarında gelişmeler kayda değer olsa da, asıl, A.B. istihdam ve sosyal politikalarında ilerlemeye sebep olmuştur. Avrupa Tek Senedi, sosyal politikalara yeni bir ivme kazandırmıştır. Dönemin Fransa Devlet Başkanı François Mitterrand (1981-1995), gerek kanun gerekse sosyal politikalarla, emeğin haklarının korunmasının kutsal bir görev olduğunu açıklar (Greer ve diğerleri, 2016) .

A.B. sosyal politikasını ilgilendiren kurallar, çoğunluğu, Avrupa Tek Pazarı içinde rekabetin bozulmasının önlenmesine yöneliktir. Emekçinin korunmasıyla ilgili endişelerden kaynaklanmıştır. Daha kapsamlı bir A.B. sosyal politikası oluşturma girişimleri yapıldığında, öncelikli olarak Üye Devletlerin yakınlaşması ve uyumlaştırması açısından sınırlı etkisi olan yasal olarak bağlayıcı olmayan anlaşmalar yapmıştır. A.B. istihdamı ve sosyal politikadaki bu tür

gelişmelerin gelişmekte olan bir Avrupa sosyal modelini temsil edip etmediği, yani Üye Devletlerin bölgesel düzeyde yetki / sorumluluk heyeti ile yakınsadığı bir A.B. sosyal politikasının varlığı tartışmalıdır. Bazı akademisyenler, A.B. içinde sosyal politikaya entegrasyonu teşvik etmek için kullanılan çeşitli yönetim araçlarına dikkat çekti ve ABD'nin karşılaştırmasıyla birleştğinde, A.B.'nin hem ülkeye özgü hem de nicel ve nitel bir refah devletini teşvik ettiği öne sürülebilir.

A.B. Üye Devletleri, Avrupa vatandaşlarına sağlık hizmetlerinin sağlanması konusunda temel sorumluluğa sahiptir. A.B. Konseyi ve A.B. Komisyonu, devletleri sağlık politikalarını güçlendirmeye yönelik politikalarını, dayanışma, eşitlik gibi evrensel ve ortak A.B. değerlerine dayalı ilkelerle yönetmeye çalışmışlardır. Sadece Avrupa Birliğine değil aynı zamanda küresel boyutta çözümler üretmek üzere Beyaz Kitabı yayınlamıştır (Beyaz Kitap, 2007). Beyaz Kitap, "Sağlık için birlikte: A.B. 2008-2013 için stratejik bir yaklaşım", Avrupa başlığı altında karşı karşıya olduğu zorlukları özetlemektedir. Avrupa'da daha çok sağlık için ilke ve hedefleri açıklamaktadır. Beyaz Kitabı özellikle üç konuya odaklanarak tartışmıştır:

- AB sağlık stratejisinin öncelikli temaları ve bunların ulusal sağlık politikası hedeflerinin geliştirilmesi ve uygulanmasına yansması.
- Öncelik belirleme, uygulama ve izlemedeki ilgili deneyimler ve bunların AB sağlık stratejisinin uygulama sürecinde olası kullanımları.
- Öncelikli eylemlerin tanımlanması ve uygulanması

Bu süreçte Komisyon, Konsey ve A.B.'nin büyük sağlık sorunlarıyla karşı karşıya olduğunu kabul etmiş, Üye Devletler arasındaki ve içindeki sağlık hizmetlerinin verilmesinde ve sağlık politikalarının oluşturulmasında karşılaşılan problemler olduğunda ifade etmiştir. Sağlık hizmetlerine erişim konusundaki eşitsizlikleri ve bu eşitsizliklerin giderilmesi konusu temel bir tema olarak ele almaya ihtiyaç vardır. Konsey, sağlığın teşviki ve geliştirilmesi, hastalıkların önlenmesi, sağlık güvenliği de dahil olmak üzere sağlığın korunması, sınır ötesi sağlık ve hasta güvenliği gibi sağlık sistemlerindeki zorlukların ele alınması için kapsamlı bir A.B. sağlık stratejisi öngörmektedir. Stratejinin sosyal uyum, ekonomik verimlilik ve toplumsal refahın daha geniş bir gündemini desteklemesi gerektiğini vurgulamaktadır.

2008-2013 stratejisindeki temel ilkeler

Beyaz Kitap (2007) dört ana ilke ortaya koymuştur. Birincisi ortak sağlık değerleriyle ilgilidir. Komisyon, sağlık sistemlerine değer temelli bir yaklaşım tanımlamak için Üye Devletler ile birlikte çalışmaktadır. "Sağlığın iyileştirilmesi ile ilgili değerler sağlıktaki eşitsizliklerin azaltılmasını içermelidir (Beyaz Kitap, 2007, AB Komisyonu) Pek çok Avrupalı önceki nesillerden daha uzun ve sağlıklı bir yaşam sürse de, küresel olarak üye ülkeler ve bölgeler arasında, sağlıkta büyük eşitsizlikler bulunmaktadır."

İkinci ilke, “sağlığın en büyük servet olmasıdır”. Sağlık, bireylerin ve toplumun refahı için önemlidir, ancak sağlıklı bir nüfus da ekonomik üretkenlik ve refah için bir ön koşuldur. Sağlık harcamaları bir maliyet olarak değil, bir yatırım olarak görülmelidir. Sağlık harcamaları ekonomik bir yük olarak görülebilir, ancak topluma yönelik gerçek maliyetler, sağlıkla bağlantılı doğrudan ve dolaylı maliyetlerin yanı sıra ilgili sağlık alanlarına yeterli yatırım eksikliğidir.

Üçüncü ilke, sağlığın, tüm politikalar arasında önceliği olmasıdır. Toplumun sağlığı sadece sağlık politikası için bir öncelik değildir, tüm diğer AB politikaları kilit bir rol oynamaktadır. Bölgesel ve çevre politikası, tütünün vergilendirmesi, ilaç ve gıda ürünlerinin düzenlenmesi, hayvan sağlığı, sağlık araştırma ve inovasyonu, sosyal güvenlik programlarının koordine edilmesi, kalkınma politikasında sağlık, iş sağlığı ve güvenliği ve radyasyondan korunmanın yanı sıra kurum ve hizmetlerin koordinasyonu ithalatın düzenlenmesinde de sağlık politikaları önemlidir. Komisyon, diğerlerinin yanı sıra, sivil toplum kuruluşları, endüstri, akademi ve medya ile stratejinin hedeflerini geliştirmek için ortaklıklar kurmak istemektedir.

Dördüncü ilke, AB'nin küresel sağlıktaki varlığını güçlendirmeye yöneliktir. Küreselleşmiş bir dünyada, ulusal veya AB çapında eylemleri küresel politikadan ayırmak zordur, çünkü küresel sağlık sorunları iç toplum sağlığı politikası üzerinde bir etkiye sahiptir ve bunun tersi de geçerlidir. AB'nin küresel sağlığa katkısı sağlık, kalkınma işbirliği, dış eylem, araştırma ve ticaret gibi politika alanlarının etkileşimini ve sağlık konularında uluslararası örgütlerle koordinasyonun güçlendirilmesini gerektirmektedir (Beyaz Kitap, 2007, AB Komisyonu)

31 Ocak 2020 tarihindeki resmi çıkışına kadar, Avrupa Birliği'nin dikkat çeken üyelerinden biri olmuş, liberalizmin ve neoliberalizmin beşiği, İngiltere'de 2008 finansal krizin arifesinde, gerçek kamu sağlık harcamalarında önemli ve sürekli bir artış dönemi yaşanmıştır. Dönemin başbakanı Blair, yeni seçim döneminde Blair de seçmenlerini “ Ulusal Sağlık Sistemini kurtarmak” için desteklemeye çağırmıştır. İşçi Partisi manifestoları, 1997, 2001 ve 2005 yıllarında, Ulusal Sağlık Sisteminde, ücretsiz ve ihtiyaca dayalı, ödeme kabiliyetine değil, büyük bir programın finanse edilmesi ihtiyacını vurgulayarak genel bir taahhüde vurgu yapmıştır. Sağlık yatırımı, modernizasyon ve reform. İngiltere'de sağlıkla ilgili gerçek kamu harcamaları Blair'in iktidardaki on yılı boyunca neredeyse iki katına çıkmıştır; 1997/98'de 64,4 milyar £ 'dan 2007/08'de 116,9 milyar £ ' a artmıştır (Vizard ve Obolenskaya, 2016). İşçi partisinin iktidardaki ilk iki dönemi boyunca kaynaklardaki önemli artış, personel bakımı, hizmetler ve sağlık hizmetleri faaliyetleri de dahil olmak üzere İngiltere Ulusal Sağlık Sistemi girdilerinin ve çıktılarının önemli ölçüde genişlemesiyle sağlık hizmetlerinde büyük bir arz yönlü genişlemeyi finanse ettiği ifade edilmektedir. Bu dönemde İşçi Partisinin sağlık yatırımına yapılan önemli getiriler, sağlık hizmetleri kalitesi ve memnuniyetinin genel göstergelerine de yansımıştır. 1997 yılında halk, uzun bekleme listeleri, sağlık hizmetlerine daha fazla harcama yapılması ve özel sağlık sigortası talebinin artmasıyla Ulusal Sağlık Sisteminden oldukça memnun kalmamıştı. 2007/08 itibarıyla bekleme listesi uzunluğu ve bekleme süreleri

azalmış, özel sağlık sigortası kapsamındaki harcamalardaki artış azalmıştır. Ulusal Sağlık Sisteminden memnuniyet önemli ölçüde artmıştır. Sağlık hizmetlerinin modernizasyonu ve reformu konusunda, 1997'den sonra yeni bir denetim ve düzenleme çerçevesi oluşturulduğu söylenmiştir (Copeland, 2014) .

2008-2009 mali krizi, ticaret odaklı küreselleşmenin ilk dalgasında bir kırılma olarak değerlendirilmektedir. 2009 krizinin, ekonomik olanın tamamen aksine, sosyal ve kültürel bir süreç olarak görülen küreselleşmeden geriye dönülmesi için hiçbir neden yoktur. 2010 yılına kadar, küreselleşmenin potansiyel etkilerini anlamaya çalışırken, sanayileşmenin sağlık üzerindeki etkisi bir kenara bırakıldığında, sanayi devrimi ile başlayan gelişmeler, devletlerce uygulanan sağlık politikaları, sonuç olarak, toplumun neredeyse tüm üyeleri için daha uzun ve sağlıklı bir yaşam anlamı taşımaktadır. Ancak, 2010 Euro krizinden sonra, AB, maliye politikaları, Avrupa Birliği kurumlarının ve üye devletlerinin,

- gayri safi yurtiçi hasılanın % 3 'ünün altında ve
- borcunun % 60'ının altında kalması için

izlediği politikalar ve kısıtladığı bir sistemdir. Kamu harcamalarına odaklanarak, Avrupa Birliği'nin üye ülkelerinin sağlık sistemini, sağlık sistemleriyle ilgili kaygılara yönlendirilmeden veya haklı göstermeden şekillendirmeyi vaat etmektedir. Üye devletlerde bir dizi mali ve ekonomik politika hedefine uygunluğu sağlamaya yöneliktir. Sağlık sistemleri büyük, pahalı ve kamuya açık olduğu için öncelik sağlık politikalarının uygulanmasındadır. Avrupa Birliği'nin Lizbon sağlık politikası Antlaşması'nın 168. maddesi kapsamındaki gücü zayıf olduğundan ve üye devletler sağlık ve sağlık hizmetlerini etkileyen AB sağlık politikalarını geleneksel olarak pazar entegrasyonu, çevre koruma veya rekabet gibi diğer kaygılarla yönlendirilmektedir (Scot, 2016).

Mali kriz nedeniyle 2010 yılından bu yana Avrupa Birliği'nde yapılan önemli kurumsal değişikliklere odaklanmaktadır. 2008'de başlayan ve 2010 yılında Avro Bölgesi'nde egemen bir borç krizi olarak ortaya çıkan bu durum, siyasi ve ekonomik güç arasındaki ilişkiyi ifade ettiğimiz Avrupa Birliği'ndeki sağlık hizmetlerinin politik ekonomisinin bu geniş çapta değiştirildiğini iddia edilmektedir (Brand ve diğerleri, 2016)

Avrupa Birliği, genel yönetim yönetişimi” adına, sağlık hizmetlerinin yerine “sağlık sistemleri üzerinde yetki iddialarında yoğunlaşmıştır. Şu anda sağlık hizmetlerini içeren sistem, öncelikle sağlığı veya diğer hedefleri teşvik etmek yerine harcamaları kısıtlamak üzere tasarlandığı iddia edilmekte; sistemin sürdürülebilirliği sorgulanmaktadır. Bunlardan birincisi, kemer sıkma politikalarının büyük bir kısmı, Avrupa Birliği'nin talebi olmamasına rağmen, hükümetler tarafından yürürlüğe konmuştur. Zengin ülkelerde dahi borç miktarı artarken, kemer sıkma politikalarına neyin sebep olduğunu belirlemek zordur (Greer ve diğerleri, 2016). Greer, ve göre işsizlik gibi mekanizmalarla krizin kendisinin sağlık üzerindeki etkileri de gizlenmemelidir. Avrupa Birliği büyük ölçüde merkez sağ politikacılar tarafından yönetilmektedir. Kriz boyunca böyle olmuştur. Konsey' deki üye ülkelerin çoğunluğu, çok sayıda Avrupa Parlamentosu üyesi ve Komisyon üyeleri (üye devletler tarafından seçilen ve Parlamento

tarafından onaylanan) çoğunluğu neoliberal akımları tercih eden politikacılardan, neoliberal politikaların beklenmesi olağandır (Greer ve diğerleri, 2016).

Bununla birlikte, Avrupa'nın seçilmiş liderlerinin haleflerini seçerken de, aynı politika tercihleri hakim oldu, daha fazla ekonomik serbestleşme, daha fazla kısıtlanmış sosyal ve sağlık politikalarına oy vermiş oldular. Tercih ettikleri ekonomik ve sosyal politikalardan sapmaları, bunu tanımlamak, sağlık hizmetlerini izleme ve politika reçetesi ile gelecekteki üye ülkeler için Avrupa ve yerel düzeylerde yasal sonuçları belirlemek için otomatik mekanizmalarla kasten “zor” bir rejim inşa ettiler (Greer ve diğerleri, 2016). Avrupa Birliği, demokrasisini üye ülkelerini geleceğe bağladığı gerçeğinde gösterebilir, fakat aynı zamanda liderlerinin gelecekteki seçeneklerini de kısıtlamaktadır. Gelecekte, Avrupa Birliği, en iyi tasarruf ekonomisi olarak tanımlanan düşük borçlanma ve borç arayışında sağlık politikasında önemli bir rol oynayacaktır(Greer ve diğerleri, 2016).

Teorik olarak, bir para birliğinde mali veya ekonomik krizden kaçınmanın bir yolu, borçtan kaçınmaktır. Böylece teorik olarak şoklara karşı kırılganlıklarını azaltan benzer ölçek politikaları olan benzer ekonomilere sahip olmakla bunu öngörebilmektir. Sınırlı borcu olan ülkelerin, ilke olarak finansman krizine girme olasılığı daha düşüktür. 2008 krizinde istihdam ve refahı korumak için daha etkin tedbirlerle tercih edilmiştir. Yeniden dağıtılmadan parasal ve ekonomik birlik mantığı, üye devletler tarafından çok ihtiyatlı bir politika önerebilir. Avro Bölgesi bağlamında, bu, üye devlet borçlarını ve bunları oluşturabilecek politikaları izlemek ve sınırlamak için bir dizi kurumsal düzenleme anlamına gelir.

21. yüzyılın ilk on yılında, Avro Bölgesi, birçok çevre ekonomisinde bir olağanüstü ekonomik büyüme görüldü. Bunun en önemli sebebi, büyük ölçüde çevre ekonomilerindeki, Orta ve Doğu Avrupa ve Euro Bölgesinde faiz oranların oldukça düşmesidir. Bu, Almanya gibi biraz durgun ana ülkelerdeki bankaların, diğer ülkelerdeki spekülasyon gelişmelere kredi vermelerini sağladı. Buna karşılık, bu “sıcak para” ekonomileri sıkı politikalardan uzaklaştı. Bu ülkelerden biri de İspanya, inşaat sektöründeki aşırı büyüme, aynı zamanda, ülkenin sanayileşmesini de hızlandırdı. Benzer biçimde, Yunanistan'ın refah devleti anlayışı, refah yolunu sürdürmesine izin verdi. İrlanda ve İspanya gibi çevre devletlerin bütçeleri, bu yıllarda Avro Bölgesi'nin etkinleştirdiği açıklıktaki spekülasyon hareketlerin sebep olduğu hızlı artışlardan yararlandıkları için Almanya ya da Fransa'dan daha sağlıklı ve daha sade tecrübeye sahip oldu.

Avro bölgesindeki, Maastricht Antlaşması, Avro Bölgesi 'ne katılım için sınırlı kamu borçları ve borçlar gerektirdi. Avro Bölgesine girdikten sonra üye devletlerin bu sınırlara uymaya devam etmesini istenmektedir. Krizin de gösterdiği gibi, spekülasyon sermaye, yapısal zayıflıklara rağmen, İrlanda ve İspanya'nın Sosyal Güvenlik Politikalarına uyumlu olmasına neden oldu (Greer ve diğerleri,2016) .

Geniş çaplı hedefler, çoğunlukla hükümet açıklarını azaltmak, diğer bir deyişle bütçe kesintileri ve vergi artışları ile ilgilidir. Bu yıllarda, AB politika içerikleri önemli ve yönlendiricidir. Sağlık sektörünün ilaç, satın alma ve gayri resmi ödemeler gibi alanlarda önemli sahtekarlık olduğu ve bunun yanı sıra incelenen atık türleri olduğu göz önüne alındığında makul görülen sağlık

politikasına dikkat çekmektedir (Brand ve diğerleri, 2016). Sağlık ekonomistleri ve sağlık hizmetleri araştırmacıları tarafından, 2012’de yayımlanan Yunanistan İkinci Ekonomik Uyum Politikası, özellikle, ilk Ekonomik Uyum Politikası uygulama dönemleri boyunca sağlık sektöründe keşfedilen sorunların ölçeği nedeniyle, sağlık sektöründe reform yapmaya odaklanmaktadır. Yunanistan’ı örnek almak gerekirse, sağlık bakanlığında sağlık için sorumlulukların yoğunlaşması; bir e-reçete sisteminin kurulması (kısmen sahtekarlığı azaltmak için); hastanelerde çift girişli defter tutmanın tanıtımı; performanslar ve denetimler de dahil olmak üzere mali kaynaklar hakkında artan şeffaflık; ve jenerik ikamenin başlatılması gibi farmasötik harcamaların azaltılmasına yönelik çalışmalar, işgücü piyasasının serbestleştirilmesi gibi önlemler de sağlık sektörü çalışanlarının koşullarını etkileyecektir. Örneğin, tam zamanlı kamu sektörü çalışanlarını kabul etmek yerine kamu sektöründen ayrılan doktorlar için kamu sektörü personel sayısının azaltılmasının etkileri önemliydi.

2020 yılı Avrupa Birliği sağlık politikaları sağlık güvenliği, sağlık sisteminin geliştirilmesi, risk değerlendirmesi, afet yönetimi, bulaşıcı hastalıklar, sağlıklı toplumlara, sağlıklı yaşamın temel başlıkları oluşturmaktadır.

Son yüzyılda yüksek gelirli ülkelerde bulaşıcı hastalıkların görülme sıklığı azalmıştır. Ancak, son zamanlarda ortaya çıkan hastalık salgınları yeniden dikkat çekmiştir. Avrupa Hastalık Önleme ve Kontrol Merkezi tarafından, 2018’de yapılan araştırmada, 2011 yılında önde gelen bulaşıcı hastalıkların AB’de 37 milyondan fazla hastalık vakasına ve 48.000 ölüme yol açtığı ifade edilmektedir. Başlıca üç enfeksiyon hastalığı, grip, tüberküloz ve HIV/AIDS olarak ifade edilmektedir. AB ve Komşu Ülkelerdeki 2014 HIV/ AIDS Eylem Planı, 2016 Komisyonunun HIV / AIDS ile Mücadele Tebliği’nin uygulanmasını desteklemek üzere tanıtıldı, 164’ün 2016 yılında süresi doldu ve yenilenmedi. Diğer iki hastalık için bir eylem planı mevcut değildir.2017’de Parlamento, Komisyon ve Üye Devletleri HIV / AIDS, tüberküloz (TB) ve viral hepatiti ele alan kapsamlı bir AB politika çerçevesi geliştirmeye çağıran bir Karar kabul etmiştir. Ayrıca AB’yi komşularla diyalogda güçlü bir rol oynamaya çağırılmaktadır. Doğu Avrupa ve Orta Asya’daki ülkeler. 2018’de Komisyon, AB ve komşu ülkelerin üç hastalığa tepkisini desteklemek için girişimlere genel bir bakış sağlayan bir personel çalışma belgesi yayınlamıştır.

Komisyon, 2017 yılında 181’e karşı oyla, Avrupa Tek Sağlık Eylem Planını kabul etmiştir. Eylemlerinin bir parçası olarak, Üye Devletler ve AB kurumlarının Antimikrobiyal Dayanıklılık gelişmelerini ve iyi uygulamalarını paylaşmaları için bir platform görevi görmek üzere bir A.B. Anti Mikrobiyolojik Dayanıklılık Tek Sağlık Ağı başlattı. Eylem planı, parlamentoyu 2018’de diğerlerinin yanı sıra A.B. Komisyon’u eylem planının orta vadeli ve eski bir değerlendirmesini yayınlamaya çağıran bir Karar kabul etmeye teşvik etti. Komisyon, yasama araçlarının kullanımı ve finansman da dahil olmak üzere Komisyonu “gelecekteki herhangi bir eylem planında daha iddialı” olmaya çağırdı. Avrupa Eylem Planının tam olarak uygulanması, bir sonraki Komisyonun temel halk sağlığı öncelikleri arasında vurgulanmaktadır. Komisyon, Sağlık için atanan Komisyon Üyelerine gönderilen görev Mektubunda yer almaktadır. Komisyon

ayrıca, antimikrobiyallerin kullanımı ve bunlara erişim konusunda küresel bir anlaşmanın savunulmasındaki rolünün önemine işaret etmiştir. Komisyon, 2022'ye kadar yürürlükte olan Avrupa Eylem Planının uygulanmasına ilişkin düzenli ilerleme raporları yayınlamaktadır (Anti mikrobiyal Dayanıklılık Eylem Planı (A.B. Komisyonu, 2019).

2018'de yapılan bir çalışmada, antibiyotiğe dirençli bakterilerle enfeksiyonlar nedeniyle AB ve Avrupa Ekonomik Alanında yılda 33.000 kişinin öldüğünü tahmin edilmektedir. 2019 Birleşmiş Milletler destekli bir rapora göre, tehdidi içerecek acil bir işlem yapılmazsa antimikrobiyal direnç, 2050 yılına kadar yılda 10 milyon küresel ölüme neden olabilir. Buna ek olarak, Dünya Bankası 2030'a kadar Anti Mikro-biyolojik dayanıklılığının 24 milyon insanı aşırı yoksulluğa itebileceğini ve küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)'nin % 1.1-3.8'inin Anti Mikro-biyolojik Dayanıklılık' nedeniyle kaybedilebileceği tahmin edilmektedir (A.B. Komisyonu, 2019).

A.B. Sağlık İş Gücü Eylem Planı. AB Sağlık İşgücüne İlişkin 2012 Eylem Planının süresi 2020'de sona erecektir. 2017 stratejisinde, AB sağlık hizmetlerinde çalışan 18.6 milyon kişinin, A.B. emek gücünün %8.5'ine eşittir. Endüstri, 2008-2013 yılları arasında %13 büyümüş, yeni 2.3 milyon kişi istihdam edilmiştir. 2017 Perspektivinde, 2025 yılına kadar, 7.8% oranında bir büyüme öngörülmektedir (A. B. Komisyonu, 2019). Bu girişimlerde kapsanan konular arasında mesleki gelişim, etik sınır ötesi işe alım, işgücünün elde tutulması ve yüksek kalitede hasta bakımı sağlanması yer almaktadır. Dünya Sağlık Örgütü, Sağlık Personeli 'nin Uluslararası İşe Alımına İlişkin Uygulama Kuralları ile daha fazla uyum sağlanması da düşünülebilir. Sağlık profesyonellerinin sınır ötesi hareketlilikleri ele alınması gereken konulardan biriydi. Sağlık çalışanları da dahil olmak üzere profesyonellerin serbest dolaşımını destekleyen Mesleki Yeterlilikler Direktifi' nin uygulanmasına ilişkin bir sonraki Komisyon raporunun 2022 yılında verilmesi beklenmektedir (A.B. Parlamentosu, 2019). Ancak, 2020 Korona Virüs salgını nedeniyle öncelikle İtalya'nın diğer AB ülkelerinden istediği desteğe maalesef diğer AB ülkelerinin de benzer durumlarda olmaları nedeniyle cevap verememelerini sebep olmuştur. 2022 de konuşulması planlanan politika değişikliklerinin, bu olağanüstü günlerin yaşandığı döneme çekilme ihtimali olabilecektir.

Sağlıklı yaşamın teşviki ve geliştirilmesi ve hastalıkların önlenmesi, daha etkili ve verimli bir sağlık sisteminin birinci adımudur. Önleme, hasta sağlığı, önleminin ve etkili ve verimli bir şekilde yüksek düzeyde zihinsel ve fiziksel esenliğe ulaşmanın anahtarıdır. Bunun iyi bilinen bir gerçek olmasına rağmen, sağlık bütçelerinin sadece küçük bir kısmı, siyasi ilgi ve paydaş katılımı önleme konusuna adanmıştır. 2030 yılında Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi olan bulaşıcı olmayan hastalıklardan ölüm oranını üçte bir oranında azaltmak hedef olarak belirlemiş olan Avrupa Komisyon, sağlığın önlenmesine ve sosyal belirleyicilerine daha proaktif bir şekilde odaklanmak için Üye Devletlerle yakın bir şekilde çalışmaktadır (Avrupa Birliği ,2019). Bununla birlikte, sağlık ve yoksulluk döngüsünün kırılması, diğer politika alanlarıyla çok sektörlü işbirliği gerektirecektir. Üye Devletleri desteklemek için çeşitli karşılıklı öğrenme

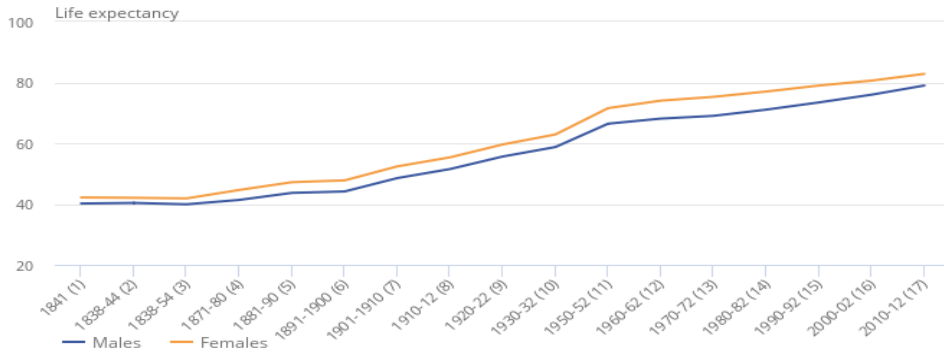
uygulamalarından düzenleme ve mevzuata kadar geniş bir yelpazede eylemler uygulanmaktadır. Artık bunları diğer ülkelerde ve ortamlarda aktarmak, pilotlaştırmak ve büyütmek için öğrenilen tecrübeleri ve iyi uygulamaları bir araya getirme ihtiyacı vardır.

Öte yandan, sanayi devriminden sonra insanın karşılaşılabileceği yaşamı ile ilgili riskleri ortadan kaldırmaya, hayatını kolaylaştırmaya, özellikle de ömrünün uzatmaya yönelik başta yapılan tüm bilimsel çalışmalara ek olarak, devletlerin, hükümetlerin, yerel yönetimlerin kanalizasyon sistemi kurmak, temiz su olanağı, gıda güvenliği, gibi konular dahil aldıkları pek çok kararlar ve yaptıkları tüm uygulamalar, tüm çabalar sonuç vermiştir. Tüm dünyada doğumda beklenen yaşam süresi artış göstermiştir.

Grafik 1: Avrupa'da Yaşam Süresi

Figure 1: Period expectation of life at birth (years), from English Life Tables (ELT) No.s 1 to 17

Based on data for England and Wales, 1841 to 2010-2012



Source: Office for National Statistics

Kaynak: İngiltere İstatistik Ofisi, Doğumda Beklenen Yaşam Süresi İstatistikleri, <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/lifeexpectancies/articles/howhaslifeexpectancychangedovertime/2015-09-09>

70'lerde ve 80'lerde İngiltere'de yapılan bazı araştırmalar, işsizlik oranı arasında ölüm oranlarının ulusal ortalamaya göre% 20-25 daha yüksek olduğunu göstermiştir. Birçok analiz, sağlık durumu ve ölüm riskinin gelir, eğitim ve çalışma ortamının gerektirdiği uzmanlık düzeyi gibi sosyo-ekonomik faktörlerden de etkilendiğini göstermiştir. Toplumun bakış açısından ve her bir ülkenin benimsediği politikalara göre, göstergeler, krizin, işini kaybedenler ve nüfusun geri kalanı üzerindeki etkisine bağlı olarak bir nüfusa bağlı olarak genel olarak iyi durumda. dikkate alınması gereken bir dizi asimetri vardır. Amerika Birleşik Devletleri'nde ve birçok sanayileşmiş Ülkede genç nüfusla ilgili olarak, Artan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH), fiziksel refah göstergesi ve okul performansı arasındaki bağlantı pozitifdir; ilişki, İspanya ve Asya ülkelerinde tamamen tersine

çevrilirken, Güney'deki fiziksel refah göstergeleri açısından olumsuzdur(Moramarco ve Ruggeri, 2016).

Dünya Bankası istatistiklerine göre nüfus büyüklüklerine göre ve gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı ile karşılaştırıldığında Amerika Birleşik Devletleri, gayri safi yurtiçi hasıla içinde, sağlık hizmetlerine en çok harcamayı yapan ülke konumundadır. Üstelik sağlık harcamalarının büyük bir kısmının özel sektör tarafından yapıldığı ülke olarak geçmektedir. Gayrisafi yurtiçi hasıla içindeki payı büyüktür. Ancak, bunun kamu eliyle yapılması en önemli konulardan biri olarak geçmektedir.

Tablo 1: Sağlık Harcamaları /Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Oranı (%)2000-2017 (2020)

Yıllar	ABD	Çin	İngiltere	İtalya	Yunanistan	Almanya	İspanya	Türkiye	A.B.	Dünya
2000	12.50	4.47	5.97	7.58	7.24	9.37	6.82	4.62	7.92	8.56
2001	13.17	4.21	6.33	7.77	7.99	9.83	6.78	4.92	8.11	8.96
2002	13.95	4.34	6.59	7.89	8.23	10.11	6.80	5.10	8.33	9.31
2003	14.45	4.38	6.85	7.86	8.20	10.33	7.53	5.06	8.57	9.46
2004	14.54	4.26	7.05	8.19	7.93	10.08	7.62	4.96	8.60	9.35
2005	14.54	4.14	7.19	8.36	9.00	10.22	7.68	4.94	8.72	9.29
2006	14.66	3.92	7.33	8.46	8.97	10.11	7.76	5.19	8.72	9.20
2007	14.90	3.66	7.43	8.16	9.06	9.97	7.84	5.28	8.65	9.04
2008	15.29	3.88	7.68	8.56	9.38	10.15	8.29	5.26	8.95	9.06
2009	16.34	4.32	8.53	8.98	9.47	11.13	8.99	5.53	9.73	9.82
2010	16.41	4.21	8.47	8.95	9.56	11.00	9.02	5.05	9.65	9.57
2011	16.37	4.33	8.42	8.83	9.10	10.72	9.09	4.69	9.62	9.45
2012	16.37	4.55	8.34	8.96	8.88	10.77	9.08	4.48	9.68	9.46
2013	16.33	4.71	9.77	8.95	8.41	10.93	9.03	4.40	9.97	9.51
2014	16.51	4.77	9.72	9.01	7.95	10.96	9.02	4.35	9.97	9.60
2015	16.82	4.89	9.79	8.99	8.19	11.08	9.12	4.14	9.92	9.89
2016	17.07	4.98	9.76	8.94	8.45	11.13	8.97	4.31	9.93	10.02
2017	17.06	5.15	9.63	8.84	8.04	11.24	8.87	4.21	9.87	9.89

Kaynak: Dünya Bankası Sağlık Harcamaları İstatistikleri, 2020
<https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.CHEX.GD.ZS>

İtalya, İspanya gibi ülkelerin GSYİH' da kamu sağlığı harcamalarının payı, Türkiye'nin iki katı kadar büyüklüğe sahiptir. Sağlık harcamalarının, GSYİH' ya oranına ilave olarak, bin kişiye düşen doktor sayısı, bin kişiye düşen hasta yatağı sayıları (bir başka ifade ile, hastanede tedavi edilecek kişi sayısı,) sağlık hizmetlerinin kapasitesini ölçmek adına, bir kriter oluşturmaktadır. Hasta kabulünde, derhal tedaviye cevap verebilir, hastane yataklarının kullanılabilir olması, gerekli personel desteğinin verilmesi önemli ölçütleri oluşturmaktadır. Gelen hastaların minimum bir gece konaklayacağı varsayımı yapılır. Bu sınıflamada ruh hastalıkları dahil olmak üzere her türlü hastane kapsam içinde değerlendirilir. Bunlar arasında: genel hastaneler, ruh sağlığı ve madde bağımlılığı hastaneleri ve diğer özel hastaneler dahil olmak üzere tüm hastanelerdeki yataklar,

yatağın dolu olup olmamasına bakılmaksızın sınıflamaya dahil edilir. Sunulan istatistiklere cerrahi masalar, kurtarma arabaları, acil sedyeleri, aynı gün bakım yatakları, sağlıklı bebekler için bebek karyoları, herhangi bir nedenle kapatılan koşullardaki yataklar, geçici veya bakım ve özel tesislerde yataklar dahil değildir. Tedavi edici bakım yatağı veya akut bakım yatağı, iyileştirici bakım için mevcut bir hastane yatağıdır; bunlar toplam hastane yataklarının bir alt grubunu oluşturur. Tedavi edici bakım yatağı veya akut bakım yatağı, iyileştirici bakım için mevcut bir hastane yatağıdır; bunlar toplam hastane yataklarının bir alt grubunu oluşturur.

Tablo 2 : Tiplerine Göre Hastane Yatakları

Hospital beds by type of care, 2017

	of which:					Psychiatric care beds	of which:					Psychiatric care beds
	Available hospital beds	Curative care beds	Rehabilitative care beds	Long-term care beds	Other beds		Available hospital beds	Curative care beds	Rehabilitative care beds	Long-term care beds	Other beds	
	(number of beds)						(number of beds per 100 000 inhabitants)					
EU-28	2 581 370	1 905 305				352 299	504.3	372.2				68.8
Belgium (*)	64 423	56 927	6 331	1 165		15 479	566.4	500.5	55.7	10.2		136.1
Bulgaria	52 744	43 646	6 581	2 517	0	4 105	745.4	616.8	93.0	35.6	0.0	58.0
Czechia	70 214	43 531	4 636	20 742	1 305	9 934	662.7	410.9	43.8	195.8	12.3	93.8
Denmark	15 037	14 621	168	248	0	2 694	260.8	253.6	2.9	4.3	0.0	46.7
Germany	661 448	497 182	164 266	0	0	106 176	800.2	601.5	198.7	0.0	0.0	128.5
Estonia	6 185	4 539	340	1 203	103	692	469.5	344.6	25.8	91.3	7.8	52.5
Ireland (*)	14 217	13 297	179	741	0	1 631	295.7	276.6	3.7	15.4	0.0	33.9
Greece	45 267	38 747	339	6 181	0	7 915	420.9	360.3	3.2	57.5	0.0	73.6
Spain	138 511	113 042	1 826	23 643	0	16 796	297.3	242.6	3.9	50.7	0.0	36.1
France	399 865	206 619	105 725	31 507	56 014	56 014	598.0	309.0	158.1	47.1	83.8	83.8
Croatia	22 878	14 475	4 251	4 152	0	3 883	554.0	350.5	102.9	100.5	0.0	94.0
Italy	192 548	158 891	25 131	8 526	0	5 562	318.1	262.5	41.5	14.1	0.0	9.2
Cyprus	2 922	2 922	0	0	0	182	340.0	340.0	0.0	0.0	0.0	21.2
Latvia (*)	10 812	6 407	753	1 222	2 430	2 430	556.7	329.9	38.8	62.9	125.1	125.1
Lithuania (*)	18 548	15 477	1 668	1 403	0	2 804	655.8	547.2	59.0	49.6	0.0	99.1
Luxembourg	2 780	2 251	529	0	0	451	466.2	377.5	88.7	0.0	0.0	75.6
Hungary	68 702	41 803	14 947	11 952	0	8 516	701.9	427.1	152.7	122.1	0.0	87.0
Malta	2 099	1 486	430	183	0	538	448.5	317.5	91.9	39.1	0.0	115.0
Netherlands	56 866	50 047	1 832	5 007	0	15 541	332.1	292.1	10.7	29.2	0.0	90.7
Austria	64 805	47 920	11 053	5 832	0	5 338	736.6	544.7	125.6	66.3	0.0	60.7
Poland	251 537	184 230	66 655	652		24 736	662.4	485.1	175.5	1.7		65.1
Portugal	34 953	33 447	546		960	6 559	339.3	324.7	5.3			9.3
Romania	134 998	102 899	12 587	19 512	0	16 688	689.2	525.3	64.3	99.6	0.0	85.2
Slovenia (*)	9 294	8 686	200	292	116	1 363	449.8	420.4	9.7	14.1	5.6	66.0
Slovakia	31 659	26 692	822	4 145	0	4 430	582.1	490.7	15.1	76.2	0.0	81.5
Finland	18 072	15 397	205	2 248	222	2 151	328.1	279.5	3.7	40.8	4.0	39.0
Sweden (*)	22 377	20 477		1 794	106	4 293	222.5	203.6		17.8	1.1	42.7
United Kingdom (*)	167 589	139 647				25 398	253.7	211.4				38.5
Iceland	1 052	862	58	132	0	130	306.4	251.0	16.9	38.4	0.0	37.9
Liechtenstein	91	91	0	0	0	0	239.7	239.7	0.0	0.0	0.0	0.0
Norway	18 996	16 885		0	2 111	5 657	360.0	320.0		0.0	40.0	107.2
Switzerland	38 283	30 057	7 132	1 075	0	7 848	452.7	355.6	84.4	12.7	0.0	92.9
Montenegro	2 403					307	386.1					49.3
North Macedonia	8 879	5 937	341	1 722	879	1 043	428.0	286.2	16.4	83.0	42.4	50.3
Serbia (*)	39 377	32 585	6 013	758	21	5 386	560.9	464.1	85.6	10.8	0.3	76.7
Turkey	225 863	223 386	2 477		0	4 019	281.2	278.2	3.1		0.0	5.0

Note: the total number of available hospital beds is equal to the sum of all categories except for psychiatric beds; psychiatric beds are included in each of the other categories.

(*) Curative care beds include all beds for psychiatric care; psychiatric care beds are excluded from rehabilitative care beds, long-term care beds and other beds.

(*) Other than psychiatric care beds, excludes beds in the private health sector.

(*) Other beds: psychiatric care beds.

(*) All long-term care beds in psychiatric hospitals are included in curative care beds.

(*) Excludes beds in the private health sector.

Source: Eurostat (online data code: hlth_rs_bds)

eurostat

Kaynak: Eurostat, Hastane Yatakları Tipleri, 2020 itibarıyla

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital_beds_by_type_of_care,_2017_Health2019.png)

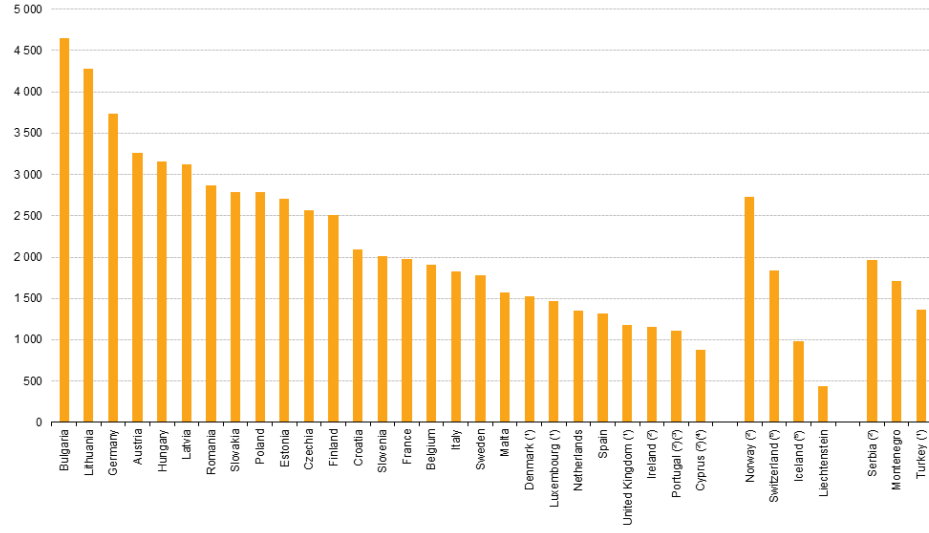
[explained/index.php?title=File:Hospital_beds_by_type_of_care, 2017 Health2019.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital_beds_by_type_of_care,_2017_Health2019.png)

Gündüz bakım hastalarının nüfus büyüklüğüne göre taburcu edilmesine dönüldüğünde, 2017 yılında AB Üye Devletleri arasındaki taburculuk oranları genellikle 100.000'de kişide 1.200-10.100 aralığındadır. Romanya, Belçika, İngiltere (Birleşik Krallık (2016 verileri)), Hırvatistan, İrlanda ve Fransa daha yüksek oranlar bildirmiştir, 100.000 kişi,'de 15.800 - 24.600 iyileşerek taburcu

edilir. Almanya, Çekya ve Slovakya, 100.000 kişi başına sırasıyla 669 ve 456 istatistikleri verilmiştir. Diğer Üye Devletlerden çok daha düşük oranlar bildirmiştir.

Grafik 2: Hasta Taburcu İstatistikleri, Dolaşım Sistemi Hastalıkları, 2017

Hospital discharges of in-patients, diseases of the circulatory system, 2017
(per 100 000 inhabitants)



Note: Greece, not available.

(*) 2016.

(*) Public sector hospitals only.

(*) 2015.

(*) Discharges are particularly low as a relatively large proportion have unknown diagnoses and are therefore coded under a residual category.

(*) Includes day care patients.

Source: Eurostat (online data code: hlth_co_disch2)

eurostat

Kaynak: Eurostat , 2020

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital discharges of in-patients, diseases of the circulatory system, 2017 \(per 100 000 inhabitants\) Health2019.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital_discharges_of_in-patients,_diseases_of_the_circulatory_system,_2017_(per_100_000_inhabitants)_Health2019.png)

Tablo 3 : Hastane Taburcularının Yaş Grubuna Göre Dağılımı, 2017 (2020 Yılı Verisi)

Hospital discharges of in-patients, by age (selected age ranges) and by sex, 2017
(per 100 000 inhabitants)

	Male								Female							
	Less than 1 year	1-4 years	15-19 years	30-34 years	45-49 years	60-64 years	75-79 years	90-94 years	Less than 1 year	1-4 years	15-19 years	30-34 years	45-49 years	60-64 years	75-79 years	90-94 years
Belgium	47 486	10 361	4 593	6 165	11 075	21 818	41 492	70 295	39 644	8 992	6 092	20 723	11 989	17 483	32 681	54 479
Bulgaria
Czechia	35 928	14 100	8 770	7 594	11 557	26 026	50 398	78 534	29 867	11 120	13 918	25 796	12 826	18 688	40 523	69 294
Denmark (*)	42 154	7 346	4 148	5 744	9 603	19 663	41 661	73 839	35 158	5 762	7 041	18 525	9 723	15 431	33 311	56 280
Germany	57 238	12 835	9 431	10 405	16 681	34 497	61 487	88 352	48 615	10 141	13 722	24 028	16 840	26 967	51 129	73 967
Estonia	206 306	137 452	177 269	203 848
Ireland (*)	45 513	9 604	5 130	5 216	7 827	16 804	39 568	68 316	37 526	7 948	8 204	26 412	8 440	14 033	32 056	56 957
Greece
Spain	36 967	6 407	3 246	3 841	6 199	14 696	30 863	52 364	30 343	4 910	3 978	14 137	6 116	9 883	20 126	40 842
France	48 711	7 688	5 633	7 770	12 066	24 553	48 589	92 925	40 905	6 202	7 708	22 074	11 596	17 061	36 549	75 430
Croatia	66 587	11 248	6 964	5 726	10 421	23 802	37 671	41 951	56 426	8 983	8 444	21 352	10 475	16 816	27 770	31 568
Italy	37 269	7 319	4 003	3 772	5 959	14 042	29 881	45 441	31 345	5 669	4 024	14 725	6 367	9 860	21 167	34 361
Cyprus (*)	30 472	10 055	3 452	2 792	4 706	12 688	26 435	47 964	28 751	7 668	3 295	6 285	4 362	7 739	17 741	41 031
Latvia	43 593	16 535	8 672	7 840	11 931	23 444	41 380	54 847	34 440	14 707	12 857	18 318	9 873	15 962	30 623	39 874
Lithuania	101 310	29 300	10 813	10 076	15 401	31 457	52 360	61 148	91 144	25 247	15 412	22 707	14 411	21 920	41 905	45 705
Luxembourg (*)	21 775	5 896	4 868	5 301	10 152	18 943	39 882	77 576	18 377	5 168	5 641	16 994	10 423	15 222	34 585	56 259
Hungary	83 317	18 304	7 121	5 519	10 672	30 481	52 405	57 017	74 327	14 384	12 900	17 834	11 732	24 005	44 186	48 315
Malta	34 858	11 892	5 403	6 246	9 248	19 415	45 673	96 041	35 270	9 211	7 800	16 474	8 359	14 480	32 291	72 909
Netherlands	58 953	6 640	2 282	2 674	4 798	12 575	28 731	44 104	53 192	4 922	3 014	12 990	5 876	10 534	21 587	30 384
Austria	40 567	12 103	10 519	9 997	17 554	37 540	70 437	95 328	33 272	9 241	12 967	22 346	17 616	28 524	58 762	79 517
Poland	86 766	15 972	8 351	6 792	10 913	26 253	48 295	57 295	74 717	13 254	11 768	18 973	11 610	19 560	36 868	43 069
Portugal (*)	19 202	4 663	2 423	2 549	4 733	10 688	21 996	47 426	15 432	3 757	3 275	10 660	5 072	7 346	15 130	37 395
Romania	118 585	21 648	7 619	6 580	12 970	33 229	49 441	31 460	105 802	18 017	15 870	18 122	14 413	26 360	40 242	21 774
Slovenia	71 195	19 474	7 578	6 520	8 556	20 484	39 796	57 832	61 679	15 935	9 544	32 979	10 218	15 579	29 030	44 058
Slovakia	79 349	16 483	8 165	6 765	11 806	28 312	54 978	64 149	68 541	13 721	15 201	12 777	20 515	46 227	55 521	
Finland	34 079	5 925	4 032	5 147	8 285	19 947	52 524	124 533	26 224	4 683	6 183	16 046	7 994	14 764	42 568	101 816
Sweden	28 959	4 452	3 588	4 340	6 541	16 046	39 174	82 085	23 312	3 562	5 366	18 134	7 057	12 632	31 406	61 233
United Kingdom (*)	60 628	7 970	3 542	4 489	6 843	13 758	32 307	72 535	51 399	6 207	7 037	17 045	7 633	11 542	26 858	60 619
Iceland (*)	44 993	2 749	4 158	3 711	5 004	12 049	31 481	67 754	33 165	4 166	4 962	18 152	7 276	12 921	33 353	54 447
Norway (*)	55 825	8 731	6 976	8 539	13 625	29 954	66 135	107 659	45 886	7 018	10 350	26 384	14 775	23 178	52 171	76 502
Switzerland (*)	64 845	6 171	7 317	7 263	10 920	22 592	44 268	70 640	55 824	4 692	7 972	20 215	11 317	17 845	37 279	55 410
Serbia (*)	33 072	14 188	6 132	4 743	8 755	22 530	34 986	17 347	28 327	11 484	9 692	19 729	10 584	17 991	25 844	13 660
Turkey (*)	47 169	22 545	6 000	7 540	11 443	26 777	57 272	.	36 702	14 487	9 460	20 356	16 965	24 165	41 443	.

(*) 2016.

(*) Public sector hospitals only.

(*) 2015.

(*) Includes day care patients.

Source: Eurostat (online data code: hlth_co_disch2)

eurostat 

Kaynak: Eurostat

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital discharges of in-patients, by age \(selected age ranges\) and by sex, 2017 \(per 100 000 inhabitants\) Health2019.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital_discharges_of_in-patients,_by_age_(selected_age_ranges)_and_by_sex,_2017_(per_100_000_inhabitants)_Health2019.png)

Avrupa Birliği'nin 2020 istatistiklerinde en yeni bilgi 2017 yılına ait verilerdir. Araştırmanın bu bölümü, Corona- Virüs' ün pandemi ilan edilmesinden sonra hazırlandığı için geçmişte çok önemli bir veri olarak değerlendirilmesi de bu tarihte, sahip olunan hasta yataklarının özellikleri de önem kazanmaktadır. Solunum yolları rahatsızlığına sebep olan virüsün çok hızlı bulaşması, virüsün etki alanına giren hastalığın çok hızlı ilerlemesi ve buna bağlı yoğun bakım ünitelerine ihtiyaç olması, hatta bu ihtiyacın çok sayıda hastaya aynı anda uygulanması nedeni ile bütün gelişmiş ülke ekonomilerinde dahi çok ciddi bir problemlere neden olmuştur. Aşağıdaki tablo 2' de bu verileri görebilirsiniz.

4. İtalya Sağlık Harcamaları ve Koronavirüs Salgını Karşısındaki Durumu

Bu araştırmada Avrupa Birliği'nin sağlık politikaları değerlendirilmesi yapılırken, İtalya'nın sağlık politikaları ve sağlık hizmetleri harcamalarının vaka

çalışması olarak tercih edilmesinin en önemli sebebi, Çin'in Wuhan kentinde 16 Aralık 2019'da ortaya çıkmasından sonra, Avrupa kıtasında ilk olarak tespit edildiği, çok hızlı yayıldığı ve çok kısa sürede, en çok can kaybının olduğu ülke olmasıdır. Çin ilk ve çok sayıda ölümlü vakaların görüldüğü ülke olmasına rağmen, ilk ve çok sert önlemler almıştır. 11 milyonluk bölgesini, 15 Ocakta itibaren karantina altına almış, sokağa çıkma yasağı koymuş, tüm ulaşım yollarının kapamıştır. Salgının baş göstermesiyle yaptığı en önemli faaliyetlerden biri de 15 Ocak 2020 tarihinde inşaatına başlayarak, 10 gün içinde dev bir sahra hastanesi kurmuş olmasıdır. Tüm salgın hastaları, aynı hastanede tedavi edilmiştir. Tüm vatandaşları maske ve eldiven takmış, en az 1 metre fiziksel mesafe zorunluluğu getirilmiştir. Evde tek başına kalanlar dahil olmak üzere, ev ziyaretleri ile hasta olan ve ya olmayanların takibi yapılmıştır. Bu nedenle, Çin'de başlamasına rağmen, hastalık kısıtlı bir bölgede kalıp, geri kalan bölgelerde nüfusun etkilenmemesi için gereği yapılmıştır. Ancak, Avrupa'da salgının, dolayısıyla tehdidin boyutlarının anlaşılması zaman almıştır. Covid-19 salgını, pandemisi, Avrupa Birliği'nde ilk olarak, İtalya'da ortaya çıkmıştır. İtalya'nın Milano' nun da içinde bulunduğu sanayi bölgesi Lombardia da ortaya çıkmıştır. Burada Çin kökenli çok sayıda emekçinin çalıştığı bilinmektedir. Bu kişilerin oldukça uzun süren yeni yıl tatilinde Çin'in Wuhan kentine gitmişler; dönüşlerinde virüsü kapmış ve hastalanmışlardır. Yine yapılan resmi açıklamalarda, sadece emek gücü değil, aynı zamanda Çin ile iş yapan İtalya kökenli iş adamları da salgının yayılmasında etkili olan kişiler olarak kayıtlara geçmiştir.

Salgının ciddiyetinin farkedilmesi 4 Mart 2020'de öncelikle tüm okullar 15 Mart'a kadar kapatılmış, spor müsabakaları 3 Nisan'a ertelenmiştir. İtalya öncelikle, salgının merkezi Milano'da, sonra Milano' nun bulunduğu Lombardia bölgesinde ve ülke çapında sokağa çıkma yasağı konmuştur (Guardian, 2020, March 4th) [https://www.theguardian.com/world/2020/mar/04/italy-orders-closure-of-schools - and-universities-due-to-coronavirus](https://www.theguardian.com/world/2020/mar/04/italy-orders-closure-of-schools-and-universities-due-to-coronavirus)). Bu nedenle, ilk olması, hasta sayılarında hızlı artışlar, can kayıplarında hızlı artışlar, İtalya'nın Çin'den sonra ikinci merkezi olmuştur. Bu nedenle bu makalede, İtalya vaka çalışmasının yapılması için tercih edilmiştir. İtalya'nın salgının merkezi olmasında, İtalya'nın yaşlı nüfusunun, toplam nüfus içindeki payının yüksek olduğu için can kaybının çok olduğu iddiasını ortaya atılmıştır. Bu nedenle, öncelikle AB üye ülkelerindeki, beklenen yaşam süresi istatistikleri incelenmiştir. Bilimin en önemli amaçlarından biri insan ömrünü uzatmak, hastalıklara azaltmak, tedavi etmektir. Aşağıdaki tablo 3'te görüldüğü üzere, İtalya'da yaşayan kişilerin ortalama ömür beklentisi, AB ülkeleri arasında ortalama bir değerdedir.

Tablo 4: Doğumda Beklenen Sağlıklı Yaşam Beklentisi 2020 İtibariyle

Ülke	Kadın	Ülke	Erkek	Ülke	Kadın	Ülke	Erkek
Malta	73.6	İsveç	73.2	Litvanya	59.8	Çekya	
İsveç	71.9	Norveç	72.4	Danimarka	59.7	Lüksemburg	60.1
Norveç	70.5	Malta	71.9	Romanya	58.3	Portekiz	60.1
İspanya	69.9	İzlanda	71.5	Lüksemburg	58.1	Danimarka	59.8
İrlanda	69.3	İspanya	69.0	Hırvatistan	58.0	Macaristan	59.6
İtalya	66.4	İtalya	66.2	İsviçre	57.7	Romanya	59.2
Bulgaria	66.2	Almanya	65.1	Hollanda	57.5	Finlandiya	58.3
İzlanda	66.2	Kıbrıs	64.7	Estonya	57.2	Avusturya	57.4
Kıbrıs	65.8	Yunanistan	64.4	Portekiz	57.0	Hırvatistan	57.3
Yunanistan	65.1	EU-28		Avusturya	56.8	Litvanya	56.4
Fransa	64.9	Belçika	63.5	Finlandiya	56.4	Slovakya	56.4
Belçika	64.1	İngiltere	63.3	Slovakya	55.6	Slovenya	55.3
AB 28		Bulgaristan		Slovenya	54.6	Estonya	54.7
Polonya	63.5	Fransa		Latvia	52.2	Latvia	50.6
Çekya	62.4	Hollanda	62	Türkiye	78.3	Türkiye	77.5
İngiltere	62.0	İsviçre	61.5	Macaristan	60.8	Polonya	60

Kaynak : Dünya Bankası İstatistikleri, 2020

<https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.LE00.IN?locations=EU>

Soares(2007), yaşam beklentisi ile ilgili değişimlerin neler olduğunu göstermektedir. 2007 yılında İtalya'daki beklenen yaşam süresi ile ilgili analizini dile getirmektedir. Görüldüğü üzere, İtalya'da beklenen yaşam süresi, Avrupa ortalamasını yansıtmaktadır. Akdeniz bölgesindeki bu ülkenin sağlıklı beslenmesi, bilim ve teknolojiye gelişmelerden yararlanmasına bağlı olarak ortalama ömrün uzaması, bulaşıcı hastalıklardan hastalanmayı yoğun bakımda tedavi görmelerine ve can kayıplarını haklı çıkarmaz.

İtalya'da sağlık politikalarındaki değişiklik, 1972'de, hastane bakım yardımı için idari işlevlerin olağan bir tüzüğe sahip bölgelere aktarılmasıyla başladı. Devlet, esas olarak fon artırımı ile ilgili olarak artık yetkilere sahipti. 1978

yılında kurulan İtalyan Ulusal Sağlık Sistemi, belirli hizmetler için kullanıcı ücretlerine tabi olarak, tüm nüfusu kapsayan, sağlık sigortası kapsamı ve tek tip sağlık yararları sağlayan evrensel bir sağlık sistemidir. Üç seviyeli hükümet yapısına, ulusal, bölgesel ihtiyaçlarına göre organize edilen sistem, başlangıçta oldukça merkezileşmiştir. Hastane bakımı için artan ademi merkezîyetçilik derecesi, 1978'de harcama sorumluluklarının genişletilmiş(ve belediyelerin güçlendirilmiş rolü), tüm İtalyan sağlık sisteminin kilit bir özelliği haline geldi. İtalya'da birinci basamak sağlık hizmeti çoğunlukla hastaları bölgesel bakımdan uzman bakım ve hastanelere sevk eden pratisyen doktorlar tarafından sağlanmaktadır. Kişi başı ücret karşılığında bağımsız serbest çalışmaktadır. Ayakta tedavi, teşhis ve laboratuvar testleri, ilaçlar, tıbbi cihazlar ve gözlükler, hastalar tarafından gelir, yaş, sağlık koşulları ve diğer bireysel özelliklere göre belirlenen, bilet adı verilen bir fiyat ödenir. Bölgesel hükümetin tıbbi sağlık hizmetlerinin sunumunu dış kaynaklardan sağlaması da mümkündür. Sonuç olarak, sağlık hizmetlerinin bir kısmı şu anda, kamu veya özel hizmet sunucuları arasında seçim yapmakta serbest olan akredite özel birimler tarafından sağlanmaktadır. 1978'den beri belirtildiği gibi, Ulusal Sağlık Sistemi' ni finanse eden fon miktarı sağlık tüketim harcamaları için mevcut kaynakları bölgesel bazda belirler. Merkezi hükümetin gelir artırıcı sorumluluklarının ayrılması ve bölgesel hükümetlerin harcama sorumluluklarının giderilmesi, İtalyan kamu sağlık tüketim harcamalarının sürekli olarak artmasına neden olmuştur. Bölgeler, daha sonra merkezi hükümet tarafından geri ödenen büyük bölgesel borçları belirleyen bütçe açıklarını düzenli olarak yürüttü. Bu, ana finansman kaynağı kamuya açık olmak üzere, Ulusal Sağlık Sisteminin finansman mekanizmalarının periyodik olarak reform edilmesine yol açmıştır. Bu açıdan üç dönem anlamlı görünmektedir. İlk dönem 1978-1992 arasındaki, sağlık harcamalarının, genel vergi gelirlerinden kaynak sağlayan Ulusal Sağlık Fonu tarafından tam olarak finanse edilmesiyle karakterize edilir. İkinci dönemde, 1993'ten 1997'ye kadar, Ulusal Sağlık Finansmanının bağımlı işgücü geliri üzerinden sağlık hizmetleri sosyal katkılarında elde edilen gelirler için belirgin bir tamamlayıcı rolü olduğu karışık bir finansman mekanizması getirildi. Üçüncü dönemde, 1998'den itibaren sağlık hizmetleri sosyal katkıları, üretim faaliyetlerine ilişkin bölgesel bir vergiyle, kişisel gelire ilgili bölgesel bir vergi ile, Katma Değer Vergi gelirinin gelir paylaşımı ve benzine ilişkin tüketim vergisi ile değiştirilmiştir. (Fedeli, 2015). Her bölge, hem sağlık bakımını hem de diğer faaliyetler için vergilendirme politikalarına özen göstermek zorunda kalmaktadırlar. Önümüzdeki dönemde, sağlık sisteminin, giderek daha ciddi bir şekilde borçlanması ihtimali ortaya çıkmaktadır(Fedeli, 2015).

Ranci ve Migliavacc (2015) yaptıkları çalışmalarda, küreselleşmenin diğer büyük Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, İtalya'da da derin sosyal değişimlerin yeni eşitsizliklere yol açtığını göstermişlerdir. Buna paralel olarak, işgücü piyasasında, ailenin örgütlenmesinde ve nüfusun demografik yapısında devam eden değişikliklerden farklı olarak etkilenen sosyal gruplar için yeni riskler oluşmuşlardır. Yeni sosyal riskler, temel olarak çocuklu aileleri, işgücü piyasasına giren gençleri, iş ve bakım sorumluluklarını uzlaştırması gereken kadınları ve bağımlı insanları ilgilendirmektedir. Genel olarak, İtalyan nüfusunun risk profilinde meydana gelen değişiklikler, dikkate alınan yirmi yıl boyunca bazı sosyal kategorilerin diğerlerinden daha fazla fayda sağladığını göstermektedir.

'Kazananlar' arasında yüksek gelirliler, üst düzey yöneticiler, girişimciler ve profesyoneller bulunmaktadır. Kaybedenler arasında mavi ve beyaz yakalılar, çalışanlar, gençler, geçici çalışanlar, ciddi iş-bakım uzlaşması sorunları olan erkek ekmekçi aileler, çocuklu aileler ve bağımlı kişiler (Ranci ve Migliavacc, 2015).

Emekliler, genel olarak 64-80 yaş arası nüfus, serbest çalışanlar, orta sınıf ile birlikte, eşitsizlikler ve kutuplaşmalara rağmen, bir bütün olarak göreceli konumlarında büyük değişikliklerle karşılaşmamışlardır. Refah sistemi genel olarak harcama seviyesini ve 1990'ların başında kazanılan yoksulluğa karşı koruma kapasitesini korumuştur. Ayrıca, son 20 yıl boyunca, kişi başına sosyal harcama düzeyinde, İtalya'yı diğer Avrupa ülkeleriyle aynı sıraya koyan bir eğilim daha hafif bir artış göstermiştir. Bununla birlikte, harcamalardaki bu artış büyük ölçüde yaşlı nüfus için emeklilik programları tarafından ve daha az bir ölçüde sağlık hizmetleri tarafından emilirken, aileler, engelliler, sosyal olarak dışlananlar ve konut sorunu olan kişiler için kalmıştır. Diğer büyük Avrupa ülkelerine göre güçlü bir şekilde küçümsendi. Ayrıca, harcamaların işlevlere göre ayrıştırılması, yalnızca yaşlılık ve ölüm aylığı için yapılan harcamaların güçlü bir şekilde aşırı boyutlandırılmasını değil, aynı zamanda bu harcamaların son 20 yıl boyunca önemli ölçüde değişmezliğini de göstermektedir. Refah sisteminin genel esnekliğine bu nedenle, İtalyan refahının geleneksel faydalanıcılarını desteklemeye devam eden belirgin bir harcama akışı ataleti eşlik etmiştir. İçerdekiler, dışardakiler ile karşılaştırıldığında hâlâ ayrıcalıklıdır. Böylece refah sistemi yeni sosyal risk profillerine yanıt vermek için yetersizdir. İtalyan refah sisteminin 2011 yılına kadar evrimi, sosyal düalizmin azaltılmasından ziyade artmasına katkıda bulundu. Aynı zamanda, kazanan sosyal grupların konumunun güçlendirilmesine, kaybedenlerin sıkıntılarını azaltmaktan daha fazla katkıda bulunmuştur. (Pavolini, 2015). Tablo 4'te sosyal hizmetler ve sağlık hizmetleri yalnızca İtalya'nın üç farklı bölgesi, Orta-Kuzey Güney İtalya' değil aynı zamanda diğer ulusal refah devletleriyle karşılaştırılmaktadır.

Tablo 4: İtalya'nın İki Farklı Bölgesinin Karşılaştırmalı Analizi (2011)

	Sosyal Hizmet İçerme Seviyesi		Sağlık Sisteminin Görevini Yerini Getirmesi	
	Çocuk Bakım	Yaşlı Bakım	Tıbbi İhtiyaçları Karşılanmayanlar	Tıbbi İhtiyaçları Karşılananlar
İsveç	51	15	2.2	90
Fransa	44	12	2.3	83
İngiltere	35	15	1.5	77

Almanya	24	11	1.7	79
Merkez-Kuzey İtalya	30	9	2.6	74
İspanya	39	9	0.8	82
Lazio-Güney İtalya	21	6	8.9	52

Kaynak: Pavolini, Emmanuele(2015)

<https://www.jstor.org/stable/j.ctt1t89834.16>

Politikadaki performansının diğer refah devletlerinin performansı ile uyumlu olduğunu veya onlardan çok farklı olmadığı gözlemlenebilir. Orta-Kuzey İtalya'daki sosyal bakım kapsamı, Almanya ve İspanya'daki (yaşlı bakımı) veya Almanya'daki (çocuk bakımı) ile aynıdır. Sağlık sisteminin işleyişi, karşılanmamış tıbbi ihtiyaçlar açısından çok farklı değildir (sadece İspanya'da önemli ölçüde daha düşüktür) (Pavolini, 2015)

İtalya'nın sağlık politikaları konusunda çalışanlardan biri de Culyer (1988)'dir. Culyer (1988) sağlık hizmetlerini finanse etmek için kullanılan kamu bütçesi mekanizmasını göz önünde bulundurmadıkları için bu modellerin muhtemelen yanlış tanımlandığını fark etmiştir. Sağlık hizmetlerinin gelişimini açıklarken, bütçe süreçleri ve mevcut bununla birlikte, Avrupa'da Fransa, İspanya, Belçika gibi ülkelerde, merkezi hükümetler yerine, yerelde sağlık hizmetleri kararlarının alınması tercihlerini oluşturmaktadır.

Sağlık ekonomisi literatürünün önemli bir kısmını sağlık harcamaları ve GSYİH arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Fedeli (2015)'te yaptığı araştırma da sağlık harcamaları ve kişi başına GSYİH'nın arasındaki ilişki, 20 İtalyan bölgesinde, 1982'den 2009 dönemi için incelenmiştir. Fedeli (2015), yaptığı çalışmada Sağlık tüketim harcamaları ve GSYİH arasındaki ilişkinin kısa vadeli ve uzun vadeli ilişkileri araştırmıştır. Bu ilişkiyi etkileyen ek yapısal değişkenleri ve İtalyanların, kamu tercihlerini etkileyecek siyasi ve kurumsal özellikleri analiz etmiştir. Fedeli'nin bu analizde gelirin sağlık hizmetlerindeki harcamalarının esnekliğinin sıfırdan büyük (0.18) olarak tespit edilmiştir. Buna göre kişi başındaki %1'lik bir artışın uzun vadede devletin sağlık hizmeti harcamalarındaki payında % 0.18 açtığı anlamına gelmektedir. Bu da kişi başına gelirin, hükümetin harcamalarındaki payından daha fazla arttığını göstermektedir. 20 İtalyan bölgesinin tümünü kapsayan ve 1982-2009 döneminde Sağlık Tüketim Harcamaları ve GSYİH arasındaki eşbütünlük hipotezini doğrulanmıştır. Aynı araştırma, sağlık tüketim harcamaları ve GSYİH arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinin varlığını da göstermiştir (Fedeli, 2015). Bu bağlamda, kısa vadeli düzeltme katsayısının beklendiği gibi negatif ve istatistiksel olarak sıfırdan farklı olduğu için, sağlık hizmetleri için kişi başına kamu harcamasının, uzun vadeli denge ilişkisinin GSYİH, ters yönde bir etkilemesi söz konusu olmuştur. Burada, hata düzeltme katsayısı, uzun dönemli dengeye nispeten yavaş bir ayarlama sinyali vermektedir. Ayrıca, devletin sağlık harcamalarının payının kısa vadede de kişi başına gelirden etkilendiğini tespit etmişlerdir. Gerçekten de, tahmin edilen tüm modellerin kısa dönem denkleminde GSYİH büyüme oranındaki önemli değişim katsayısı, artan GSYİH'nın sağlık bakımı için yapılan kamu harcamalarının büyüklüğü üzerindeki anlık etkilerinin varlığını doğrulamaktadır. GSYİH büyüme

oranındaki değişimin değişmesinin olumsuz işaret alması göz önüne alındığında, azalan bir oranda. Bu sonuç, Fedeli'nin uzun vadeli denklem için bulunan sonuçla birlikte, kamu için sağlık harcamalarındaki büyümenin hem uzun hem de kısa vadede ekonomik büyümenin doğal bir sonucu olduğu teorileri desteklemektedir (Fedeli, 2015)

Fedeli'nin bulguları ekonomik ve sosyal değişimlerle belirlendiği için kamu sağlık hizmetleri tüketim harcamaları büyümesini kaçınılmaz olarak gören teorileri destekliyor niteliktedir (Fedeli, 2015). Bu teorilerden bir tanesi "Wagner yasası" olarak adlandırılan, ekonomik ve sosyal ilerlemenin, ulusal harcama ile orantılı olarak hükümet harcamalarının (burada sağlık için) bir artış anlamına geldiği doğrulanmış gibi görünmektedir. Hall ve Jones (2004) sağlık hizmetlerinin üstün bir fayda olduğunu savunmaktadır, çünkü bireyler zenginleştikçe gelirlerinin daha büyük bir bölümünü sağlık hizmetlerine harcamayı tercih etmektedirler (Fedeli, 2015). İtalya halk sağlığı sisteminde, politika yapımcıların yalnızca halk sağlığı harcamalarını seçmenlerin isteklerine göre ayarladıkları anlamına gelmektedir.

Sağlık politikalarında ve sağlık hizmetlerinde başarı ölçütlerinden biri her bin kişiye düşen doktor sayısıdır. Bin kişiye düşen doktor sayısının en yüksek olduğu ülke İtalya olarak gözlemlenmektedir. İtalya'yı İspanya ve Almanya izlemektedir. Özellikle Almanya ile eşit nüfus büyüklüğüne sahip İngiltere ve Türkiye ile karşılaştırıldığında, bu iki ülkede de bin kişiye düşen doktor sayısı Almanya'dan düşüktür. Dünya Bankası verilerine dayanan bu veride ABD'nin Avrupa ülkelerinden çok daha gerilerde kaldığını göstermektedir.

Tablo 5: Her 1.000 Kişiye Hizmet Veren Doktor Sayısı

Yıllar	Çin	Almanya	İspanya	Yunanistan	İtalya	Türkiye	İngiltere	ABD
1960	0.86			1.3		0.3	0.83	
1970				1.6		0.4		
1980				2.4			1.30	
1990	1.11		3.78	3.40		0.94	1.60	1.80
2000	1.24	3.30	4.38	4.30	4.20	1.35	1.90	2.59
2001	1.06	3.30	4.36	4.38	4.40	1.40	2.00	2.20
2002	1.12	3.30	4.43		4.40	1.41	2.30	2.30
2003	-	3.37	4.47		4.10	1.43	2.20	
2004	-		4.49		4.20	1.45		2.71
2005	-		4.52	5.00		1.49		2.94
2006	-	3.44	4.54	5.35	3.70	1.52		2.40
2007	-	3.48	4.58			1.56		2.41
2008	-	3.53	4.65	6.04	4.24	1.61		2.42
2009	1.40		4.71		3.80	1.66		2.42

2010	1.46	3.75	3.74	6.05		1.71	2.67	2.44
2011	1.47	3.85	3.82	6.08		1.72	2.72	2.47
2012	1.55	3.92	3.82	6.08	3.86	1.74	2.73	2.50
2013	1.64	4.00	3.80	6.08	3.94	1.77	2.75	2.57
2014	1.70	4.08	3.80	6.11	3.96	1.76	2.78	2.58
2015	1.79	4.14	3.85		3.92		2.78	2.59
2016	-	4.21	4.07	4.59	4.03		2.80	2.59
2017	-				4.09		2.81	

Kaynak: Dünya Bankası Sağlık İstatistikleri, 2020

Bir diğer kriter ise hasta başına düşen hasta yatağıdır. Bu kriterlere göre, Dünya Bankası istatistiklerinde göre, her bin kişiye düşen hasta yatağı sayısı açısından da aynı yorum yapılabilir. 1980'lerden sonra, hem ABD'de hem AB ülkelerinde 1960'lar, 1970'lerde her bin kişiye düşen hasta yatağı sayısı giderek azalma göstermiştir. Sadece Almanya'da, daha az oranda düşüş olmuştur. Düşüşe rağmen, aynı nüfus yapısına sahip olmasına rağmen, İngiltere, Türkiye gibi ülkelere daha fazla yatak sayısına sahiptir. Almanya'nın sahip olduğu yatak sayısı, Türkiye'nin yatak sayısının 3 katına eşittir. Benzer şekilde, İtalya'daki hasta yatağı sayısı da Türkiye'deki hasta yatağı sayısından %25' daha fazladır.

Tablo 6. Her Bin Kişiyeye Düşen Yatak Sayısı

Yıllar	Çin	İtalya	İspanya	Almanya	Yunanistan	Türkiye	İngiltere	ABD	Avrupa Birliği
1960				10.50	5.80	1.70	10.70	9.20	
1970	1.54	10.60	4.70	11.30	6.20	2.00	9.60	7.90	
1980	2.23	9.60	5.40	11.50	6.20	2.20	8.10	6.00	9.33
1990	2.58	7.20	4.60	10.40	5.10	2.40	5.90	4.90	7.91
2000	2.52	4.70	3.70	9.10	4.70	2.10	4.10	3.50	6.28
2001	2.52	4.60	3.60	9.00	4.80	2.20	4.00	3.50	6.29
2002	2.45	4.40	3.50	8.9	4.70	2.30	4.00	3.40	6.14
2003	2.20	4.20	3.50	8.70	4.70	2.20	4.00	3.30	6.07
2004	3.00	4.00	3.40	8.60	4.70	2.20	3.90		5.96
2005	2.45	4.00	3.40	8.50	4.70	2.30	3.70	3.20	5.88
2006	2.23	3.90	3.30	8.30	4.80	2.30	3.60	3.10	5.76
2007		3.80	3.30	8.20	4.80	2.30	3.40	3.10	5.66
2008		3.70	3.20	8.20	4.80	2.30	3.40	3.10	5.60
2009	4.20	3.60	3.20	8.20	4.80	2.50	3.30	3.10	5.53
2010	3.56	3.60	3.20	8.20	4.80	2.50	3.00	3.00	5.44
2011	3.80	3.50	3.10	8.20	4.80	2.50	2.90	2.90	5.36
2012	4.20	3.40	3.00	8.30	4.50	2.70	2.80	2.90	5.32
2013			3.00		4.30	2.70	2.80	2.90	5.60

Kaynak: Dünya Bankası, Sağlık İstatistikleri,2020

Bir başka değerlendirme kriteri de, grafik 3'te verilen hastaneden taburcu istatistikleridir. Koronavirüs (Covid-19) pandemisi gibi, salgın durumları için de, hastaneden taburcu oranları da, krizi ve salgını yönetme açısından bir anlam ifade etmektedir.

Bu kriterlerin yanında, 13 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından salgın olarak ilan edilen yeni tip Koronavirüs Covid-19 'un ortaya çıkması ve yayılması süresince, bu hastalığa yakalanan hasta sayıları, hastalığın ülke de hüküm sürme süreleri de önemli kriterler olarak değerlendirilebilir. 31 Aralık 2019 da Dünya Sağlık Örgütü, Çin Ülke Ofisi, Çin'in Hubei Eyaleti Wuhan Şehrinde tespit edilen nedeni bilinmeyen pnömni vakalar hakkında bilgilendirildi. Sadece 3 gün içinde, 31 Aralık 2019 ile 3 Ocak 2020 arasında, etiyojisi bilinmeyen pnömni toplm vaka sayısı 44'de çıkmıştır. Bildirilen bu süre zarfında, hastalığa sebep olan ajan tespit edilmemiştir. 11 ve 12 Ocak 2020'de DSÖ, Çin Ulusal Sağlık Komisyonu'ndan, salgının Wuhan Şehrindeki bir pazardaki deniz ürünleri ilişkili olduğu hakkında daha ayrıntılı bilgi aldı. Çinli yetkililer 7 Ocak 2020'de izole edilen yeni bir tür koronavirüs belirledi. 12 Ocak 2020'de Çin, ülkelerin belirli teşhis kitlerini geliştirmede kullanmaları için yeni koronavirüsün genetik dizisini paylaştı. 13 Ocak 2020'de, Tayland Halk Sağlığı Bakanlığı, Çin'in Hubei Eyaleti, Wuhan'dan laboratuvar onaylı yeni koronavirüs (2019-nCoV) ithal edilen ilk vakayı bildirdi. 15 Ocak 2020'de Japonya Sağlık Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çin'in Hubei Eyaleti, Wuhan'dan laboratuvar onaylı 2019-yeni koronavirüs (2019-nCoV) ithal bir vaka bildirdi. 20 Ocak 2020'de Kore Cumhuriyeti Ulusal Sağlık Odak Noktası, Kore Cumhuriyeti'ndeki ilk yeni koronavirüs vakasını bildirilmiştir. Yeni yıl tatili için, Çin'e, ana vatanlarına giden işçilerin, İtalya'ya dönmesi ile birlikte ilk vakalar 8 Şubattan itibaren görülmeye rastlanmıştır. Çin'den sonraki Avrupa'daki ilk hastalık merkezi olan İtalya'daki hasta sayısı sadece 26 Şubatta 2020'te, ölüm sayısı 12'te çıkmıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2020). Hastalığın ne kadar hızlı yayıldığına ilişkin veriler aşağıda tablo 7' de verilmiştir.

Tablo 7: Nisan 2020 Tarihi İtibarı ile Koronavirüsün Dünya Genelinde Etkisi

	Vaka	Can Kaybı	Vaka	Can Kaybı	Vaka	Can Kaybı	Vaka	Yeni Vaka	Can Kaybı
Ülke/Tarih	21.01.	21.01	08.02	08.02.	08.03	08.03	08.04.	08.04	08.04
Dünya	282	0	34.887	0	24.727	484	1.353.361	73.639	79.235
ABD	0	0	12	723	213	11	363.321	29.510	10.845
İspanya	0	0	1	0	430	5	140.510	5.478	13.798
İtalya	0	0	3	0	5.883	234	135586	3.039	17.129
Almanya	0	0	14	0	795	156	103.228	4.003	1.861

Çin	279	0	34.598	0	80.859	3.100	83.157	86	3.342
Fransa	0	0	6	0	706	10	77.226	3.738	10.313
İngiltere	0	0	3	0	210	2	55.246	3.634	6.159
Türkiye	0	0	0	0	0	0	34.109	3.892	725
Belçika	0	0	1	0	169	0	22.194	1.380	2.035
Hollanda	0	0		0	188	1	19.580	19.580	2101
Kanada	0	0	7	0	57	0	17.049	1.243	345
Avusturya	0	0	0	0	104	0	12.640	343	243
Portekiz	0	0	0	0	21	0	12.442	712	345
Danimarka	0	0	0	0	31	0	5.071	390	203
Çekya	0	0	0	0	26	0	5.017	195	88
Polonya	0	0	0	0	6	0	4.848	435	129
Romanya	0	0	0	0	13	0	4.417	360	182
Lüksemburg	0	0	0	0	2	0	2.970	127	44
Sırbistan	0	0		0	1	0	2247	247	61
Finlandiya	0	0	1	0	19	0	2.308	132	34

Tablo 7: Nisan 2020 Tarihi İtibarı ile Koronavirüsün Dünya Genelinde Etkisi

	Vaka	Can Kaybı	Vaka	Can Kaybı	Vaka	Can Kaybı	Vaka	Yeni Vaka	Can Kaybı
Yunanistan	0	0	0	0	66	0	1.832	77	81
İzlanda	0	0	0	0	45	0	1.586	24	6
Estonya	0	0	0	0	10	0	1.149	41	21
Moldova C.	0	0	0	0	0	0	1.056	91	22
Slovenya	0	0	0	0	0	0	1.055	34	36
Macaristan	0	0	0	0	0	0	895	78	58
Litvanya	0	0	0	0	0	0	880	37	15
Slovakya	0	0	0	0	0	0	598	64	2
Bulgaristan	0	0	0	0	2	0	577	28	23
Avustralya	0	0	15	0	74	12		5.844	6
Japan	1	0	25	0	455	48		3.906	80
G. Kore	1	0	24	0	7.134	367	10.384	53	200
Tayland	2	0	32	0	50	1		0	0
Malezya	0	0	15	0	93	10		0	0

Kaynak: Dünya Sağlık Örgütü https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4
<https://time.com/5799586/italy-coronavirus-outbreak/>
<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/coronavirus-news-spain-outbreak-symptoms-latest-china-a9357441.html>
https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4

Hastalığın çok hızlı yayılması, bulaşıcı olması ve ölümlerle sonuçlanması hem ABD, hem de ABD’de benzer biçimde sağlık politikaları izleyen ülkelerde, hızlı artan hasta sayısına, ve özellikle yoğun bakım ünitelerine ulaşmakta problem

yaşanması veya yaşanmaması da, sağlık politikalarının değerlendirilmesinde bir kriter oluşturmaktadır. Buna ilave olarak, hastalığın başından itibaren alınan önlemler yada alınamayan önlemler de yine neoliberal görüşün etkilerini yansıtmaktadır. Çin'den sonra Avrupa'daki en önemli salgın merkezi İtalya olsa salgınla mücadelede çok başarılı olamamıştır. Bilimin amaçlarından biri olan insan sağlığının korunması, beklenen yaşam süresini uzatmak gibi amaçlarını şimdiye kadar başarmış AB ve İtalya, refah devleti kavramlarının gereğini yerine getirmesine rağmen sağlık sistemine daha fazla önem vermeyi kötü bir tecrübe ile öğrenmiş oldular.

5. Sonuç

Neoliberal akımların başlamasıyla, malların, sermayenin serbest dolaşımına, teknolojik gelişmeleriyle küreselleşme süreci başlamış oldu. Tüm dünyada, kırk yılı aşkın bir süredir hüküm süren neoliberal akımlar, dünyadaki bir kaç ülke dışında tüm ülkeleri, küresel düzeyde artan rekabet karşısında şirketlerin, üreticilerin aşırı karlar elde etmelerine yönelik politikalar izlemesine sebep olmuştur. Bu sürecin gerisinde 1970'li yıllarda, kamu iktisadi teşebbüslerin, devlet bütçelerinde büyük açıklara sebep olması nedeniyle, 1980'li yılların başından itibaren kamunun ekonomi içindeki ağırlığı azaltılmaya çalışılmıştır. Bu da ya kamu ait iktisadi teşebbüsleri özelleştirilmesi ya da bu eğitim, sağlık ve hatta güvenlik hizmetleri için hem bütçeleri içinde de hem gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payları azalmaya başlamıştır. Gerek özelleştirmeler, gerekse, kamu hizmetlerinin gayri safi milli hasıla içindeki paylarının artırılmaması, refah devleti kavramı içinde uzun yıllardan itibaren çok tartışılan konulardan biridir. 2020 yılına kadar belirgin bir seviyede değişiklik olmamasına karşın, 15 Aralık 2019 tarihinde ilk olarak Çin'in Wuhan eyaletinde görülmeye başlanan, Dünya Sağlık Örgütü tarafından, 12 Mart 2020'de yeni tip Corona virüsü Covid 19'un birden fazla ülkede görülmesi nedeniyle pandemi ilan edilmesiyle, sağlık politikaları ve sağlık harcamaları bütçeleri birden bütün dünyanın birinci öncelikli konusu haline gelmiştir. Bugüne kadar birer tehdit olarak sıralanan unsurlar gerçek yaşamda karşı karşıya kalınmıştır. Acil durum karşısında bütün ülkeler, doktor, hemşire, laboratuvar uzmanları, hastane çalışanlarının sayısı, özellikleri, hastane sarf malzemelerinin varlığı, erişebilirliği, hastane yatağı sayısı, yoğun bakım sayılarının, ilaç tedarikini, araştırma ve geliştirme politikalarının ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koymuş oldu. Kısa vadede, pandemik durumu ortadan kaldırmak için çalışmalar yapılırsa bile, hastalığın hızlı yayılımını engelleme, hasta olanları tedavi etme, can kaybını minimize edilme gibi önceliklerden sonra, başta İtalya ve Avrupa Birliği olmak üzere, tüm dünya ülkeleri, neoliberal politikalara devam edip etmeyeceklerine, refah devlet önceliklerini değiştirip değiştirmeyeceklerine karar vereceklerdir.

Kaynakça

Avrupa Birliği (European Union) (2017) White Paper on Future of European Union https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf

Avrupa Birliği (European Union) (2008) European Union Public Health Strategy 2008-2013. The EU Council and the Commission urge Member States to focus on health policies Source: *Scandinavian Journal of Public Health*, Vol. 36, No. 3 (May 2008), pp. 334-335 Published by: Sage Publications, Ltd. <https://www.jstor.org/stable/45149973> accessed: 03-04-2020 12:17 UTC

Avrupa Birliği, European Union Commission (2007) Beyaz Kitap (White Paper) No.630 Final Paper.

https://ec.europa.eu/health/archive/ph_overview/documents/strategy_wp_en.pdf

Avrupa Birliği (European Commission) (2020). White Paper on The Future of Europe. https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf.

Avrupa Birliği (European Union) (2017) State of health in the EU Companion report 2017. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d16ecda5-cf37-11e7-a7df-01aa75ed71a1>

Avrupa Birliği Komisyonu (European Commission) (2020) State of Health in the European Union Italy Country Health Profile 2017

https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/state/docs/chp_it_english.pdf

Brand, H.Rosenkötte, N.,Clemens, T. and Kai Michelsen (2013). Austerity Policies in Europe bad for Health: Health Protection within the EU mandate is more relevant than ever. *BMJ. British Medical Journal*, Vol.346. No.7914. p.7.

Chomsky, Noam(2017) Requiem for the American Dream: The Principles of Concentrated Wealth and Power. Seven Stories Press.Newyork. USA.

Copeland, Paul (2014). The Political Economy of European Integration and the Challenge of the 2004 and 2007 EU enlargements.

<http://documents.manchester.ac.uk/display.aspx?DocID=20708>

Council Directive [2010/32/EU](#) of 10 May 2010 implementing the Framework Agreement on prevention from sharp injuries in the hospital and healthcare sector concluded by HOSPEEM and ESU (OJ L 134, 1.6.2010, pp. 66-72

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008DC0725&from=EN>

Eurostat, (2020) Health Statistics. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Hospital_discharges_of_in-

patients, diseases of the circulatory system, 2017 (per 100 000 inhabitants) Health2019.png

Fedeli, Silvia (2015) The Impact of GDP on Health Care Expenditure: The Case of Italy. *Social Indicators Research*, Vol.122.No.2.pp.347-370

Greer, S, L, Jarman, Holly and Rita Baeten (2016). The New Political Economy of Health Care in the European Union. *International Journal of Health Services*, Vol.46.No.2.pp.262-282.https://www.jstor.org/stable/pdf/48513041.pdf?ab_segments=0%2Fbasic_SYC-5055%2Ftest&refreqid=search%3Ad3259c76ed9c02dbb08c0d4d84f77e22

Krugman, Paul (2011).”No, It is not the Welfare State”. The Conscience of Liberal. The New York Times, December 5, 2011.<https://krugman.blogs.nytimes.com/2011/12/05/no-its-not-the-welfare-state/>

Moramarco, Vito and Matteo Ruggeri (2016). Between Rationing and Rationalization The Challenges of the the Italian National Health Service During The Age of The Great Crisis. *Rivista Internazionale di Scienze Sociali*, Anno 124, No.¾.. Special Issue on Health and Economics.pp.349-363. Published by: Vita e Pensiero – Pubblicazioni dell’Università Cattolica del Sacro Cuore Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/26151582>

Navarro, Vicenta (1999) Health and Equity in the World in The Era of Globalization . *International Health and Equity in the World in the Era of “Globalization”*<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.837.7483&rep=rep1&type=pdf>

Pavolini, Emmanuele (2015). How many Italian Welfare States are there? The Italian Welfare State in a European Perspective. A Comparative Analysis. Edited by Ugo Ascoli and Emmanuele Pavolini. Bristol University Press. Policy Press. Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1t89834.16>

Prebisch, Raul(1985) Latin American Periphery and the Global Crisis of Capitalism," *Cepal Review*, No. 26. pp. 63-68.

Ranci, Costanzo and Mauro Migliavacca (2015) Everything needs to change, so everything can stay the same: the Italian welfare state facing new social risks. The Italian Welfare State in European Perspective: A Comparative Analysis.Publisher: Policy Press, Editors: Ugo Ascoli, Emanuele Pavolini, pp.21-48

Roma Antlaşması (1957)
https://ec.europa.eu/romania/sites/romania/files/tratatul_de_la_roma.pdf

Salvatore, J. Babones and Philip Bancicky(2010) The Globalization Challenge to Population Health. Costs and Consequences of Health Disparities.Inequalities & Health : Costs and Consequences of Health Disparities. *International Review of*

Modern Sociology, Vol.36.No.2.pp.101-120 Stable URL:
<https://www.jstor.org/stable/41421385>

Schuftan, Claudio (2015). Commentary: Globalization, Health Sector Reform and the Human Right to Health: Implications For Future Health Policy. *International Journal of Health Services*, Vol.45.No.1.pp.187-193.

Scott,L.G., Jarman and Rita Baeten (2016). The New Political Economy of Health Care in the European Union: The Impact of Fiscal Governance. *International Journal of Health Services*, Vol.46.No.2.pp.262-282.

Soares, Rodrigo (2007) On the Determinants of Mortality Reductions in the Developing World. *Population and Development Review*, Vol. 33, No. 2 (Jun., 2007), pp. 247-287 Published by: Population Council.
<https://www.jstor.org/stable/25434607>

Stiglitz, Joseph (2017) The Welfare State in the Twenty First Century
<https://rooseveltinstitute.org/wp-content/uploads/2017/06/Welfare-Chapter-JS.pdf>

The Guardian (2020, March, 04) Italy orders closure of all schools and universities due to coronavirus. <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/04/italy-orders-closure-of-schools-and-universities-due-to-coronavirus>

Independent (2020) Coronavirus: First Case Confirmed in Mainland Spain as Virus Outbreak Reported Across Europe.
<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/coronavirus-news-spain-outbreak-symptoms-latest-china-a9357441.html>

Vizard, Polly and Polina Obolenskaya (2015). The Coalition's Record on Health: Policy, Spending and Outcomes 2010-2015. *Social Policy in a Cold Climate Working Paper. No.16. The London School of Economics and Political Science.*
https://www.basw.co.uk/system/files/resources/basw_105026-6_0.pdf. Accessed on March 30, 2020.

Vizard, Polly and Plina Obolenskaya(2013) Labour's Record on Health (1997-2010). *Social Policy in Cold Climate Working Paper 2. The London School of Economics and Political Science.*
<http://sticerd.lse.ac.uk/dps/case/spcc/WP02.pdf>

World Health Organisation (2020, 03,08).Situation Report
https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4

World Health Organisation(2020, 03, 28) Situation reports
https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4

World Health Organisation(2020, 01, 21) Situation Report.

https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4

World Health Organisation.(2020, 02, 08) Situation Report.

https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200208-sitrep-19-ncov.pdf?sfvrsn=6e091ce6_4

E.T.A Hoffmann'ın *Altın Saksı* Eserindeki Romantik Unsurlar

Öğretim Görevlisi Dr. İnci ARAS*

Özet:

18. yüzyıl Avrupa'sında rasyonalizmi baş tacı eden Klasisizm akımına bir tepki olarak doğan Romantizm Akımı rasyonel düşüncenin arka plana ittiği duygu ve sezgi dünyasını ve yaratıcı imgelem gücünü güncel yaşamın temelini yerleştirmiştir. Bu şekilde tarihsel alanın dışına itilen insana özgü olan doğal alana radikal bir dönüş gerçekleşmiştir. Avrupa'yı kökten sarsan bu dönüm, Alman Edebiyatında da etkisini göstermiştir ve 1797'den 1830'a kadar süren süre zarfında kimi zaman kültürel bir reform aracı rolü üstlenmiş, kimi zaman Alman ulusunu yeniden birleştirme amacına hizmet etmiştir. Prusya kökenli bir ailenin oğlu olarak dünyaya gelen Ernst Theodor Wilhelm Hoffmann da romantizm akımının etkisinde kalarak gerçek ile hayal dünyası arasındaki duvara ayna tutan eserler kaleme almıştır. Hoffmann'ın *Altın Saksı* eserini odak noktasına alan bu çalışmanın amacı da bahsi geçen eserin romantik döneme özgü unsurları ve sıradan gerçekliğin temelindeki romantik gerçek dışılığı ne şekilde somutlaştırdığıdır.

Anahtar Kelimeler: romantizm, gerçektışı, Hoffmann

Characteristics of Romanticism in “The Golden Pot” by E.T.A. Hoffmann

Abstract:

The movement of Romanticism that originated as a revolt against classicism in 18th century Europe, which refers to a realistic tendency, focuses on emotionalism and sensibility and creative phantasy which were rejected by rational thought. And so, a radical turn to the natural domain of men alienated from the historical world has been possible. This turn shaking Europe radically had a large impact on German Literature and from 1797 to 1830 it has played either a prominent role as a cultural reform instrument or it has aimed to achieve national cooperation of Germany. Ernst Theodor Wilhelm Hoffmann born as a son of a Prussian family was under the influence of romanticism and he wrote works reflecting wall between reality and fantasy. The aim of this study whose focus is on “The Golden Pot” by E.T.A. Hoffmann is to determine how the above-mentioned book reflects characteristics of romanticism.

Key words: romanticism, fantastic, Hoffmann

Giriş

Alman edebiyatında Romantizm akımı, Klasisizm akımının hâkim olduğu ve Aydınlanmanın da etkilerinin hissedildiği bir dönemin insanların içinde buldukları zamanı kavrama ihtiyaçlarının bir sonucu olarak 18. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkmıştır. Aklın ön planda tutulduğu Klasisizme ve Aydınlanmaya tepki olarak yitirilen romantik duyumsama, edebiyatın ve yaşamın merkezine oturtulmuştur. *İlk defa Novalis tarafından ortaya atılan ve “(a)yдынlanmanın eleştirel, çözümsel ve bilimsel anlak üzerinde yoğunlaşması(nın)”* aksine “yaratıcı imgelemin gücünü ve duygu ve sezginin rolünü yücelt(en)” (Copleston, 1996: 24) romantizm kavramı, dönemin birçok düşünürü tarafından farklı tanımlanmıştır. Romantizmi Antikite dönemine karşı gelişen bir akım olarak ele alan ve tarihsel alanın insanın doğal alanına aykırı olduğu ve insanın kendini gerçekleştirmesine engel teşkil ettiği savından hareket eden Herder (bkz. 1880, 25) e benzer şekilde “sanatı() benzer bir biçimde kutsallaştır(an), kültürel zevksizlik [*philistinism*] karşısında duyulan benzer bir hoşgörü, fragman ya da aforizmalara dayalı bir üsluba yönelik benzer bir tercih [gösteren], Grek ruhunun yeniden canlandırılmasına dayalı bir ‘estetik devrim’ yönündeki benzer bir arzu [güden], benzer bir ‘estetik düşünce’ arayışı” (Megill, 2008: 36) içinde olan Schlegel,

* Anadolu Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, incikarabacak1@gmail.com

Romantizmi Antik Klasik edebiyatın karşısına koymaktadır ve insanın tüm bilgisini “yaratıcı bir etkinli(ge)” (Özlem, 2004:132) indirgemektedir.

Ulus olmayı başaramayan ve parçalanma sorunuyla karşı karşıya gelen Almanya’da tarihçilik anlayışının gelişmesinin bir sonucu olarak, Alman Romantizmi halkın özlerine inme amacıyla Ortaçağ dönemine ve dine yönelmiştir. Özgürlük ve başkaldırı temalarının yanı sıra *şehirleşme* sonucunda doğan doğa özlemi de Romantizm dönemi sanatçılarının eserlerine yansımıştır. Bu noktada Alman Romantizmi genel olarak üç döneme ayrılmaktadır. Erken, Orta ve Geç Romantik Dönem. 1797’den 1802’ye kadar süregelen ve daha çok felsefeyle uğraşarak teorik gözlemlere yönelen Erken Romantik Dönemin sanatçıları, sanatı Alman kültürünün canlandırılması yolundaki kültürel reformun bir aracı olarak görmüşlerdir. Bu dönemin önde gelen düşünürleri arasında yer alan ve Kant’ın ahlak yasasından hareketle her etkinliğin çıkış noktasını düşünsel *ben* ve *deneysel ben* kavramına dayandıran (bkz. Aytaç, 2011: 61) ve bireyin özgürlüğünün sınırlandırılmayacağını vurgulayan Johann Gottlieb Fichte’nin tez, antitez ve senteze dayanan felsefesi bu dönem edebiyatında tüm hayatı edebileştirme çabasına dönüşmüştür (bkz. Fichte, 1889: 72). “İnsan zihnini bütünüyle ele alıp gözden geçirerek, insandaki kökensel sistemin uygun bir sunumu olacak olan bilimsel bir sistemin üzerinde yükselebileceği bir temeli at(an)” (Kılıçaslan ve Ateşoğlu, 2006: 55) Fichte’nin diyalektiğinden hareket eden Friedrich Wilhelm Joseph Schelling (2016, 88) ise bu yaklaşımı geliştirerek evreni “gerçek bütünlük” olarak ele almıştır ve varlığın salt akıl ile değil mistik yollarla duyumsanması gerektiğini belirtmiştir ve bu şekilde ideal ile gerçek arasındaki sınırı ortadan kaldırarak Romantizmin metafizik yönüne vurgu yapmıştır.

“(T)ek tek şeylerin akılla kavranamayan yanı(nın) (Irrationalität) yalnızca dildeki birlikte, Dillerin akli aşan (Irrationalität) yanı(nın) ise aklın (Vernunft) birliği ile gideril(ebileceği)” (Schleiermacher, 1977: 410) savından yola çıkan ve *ideal* olana ulaşmanın dinsel sezgi ile mümkün olduğunun altını çizen Friedrich Schleiermacher ise varlığın kaynağını Tanrı’ya bağlamaktadır ve Tanrı’dan başka her şeyin sonlu olduğunu belirtmektedir. Romantik dönemin önemli temsilcileri arasında yer alan Friedrich Schlegel, romantik edebiyatın „edebiyatın sınırlarını aşarak tüm hayatı kavramakta ve kapsamakta” (Schmitt, 1974: 22-25) olduğunun altını çizmektedir. Fransız Devrimiyle politik yönden bilinçleşen ve özgür ve baskısız bir çağın hayalini kuran Erken Romantik Dönem sanatçıları arasında ise romantizmi şiirsellikle eş değer tutan ve tinsellik sayesinde sıradanlığın aşılabilmesine inanan Novalis ve Ludwig Tieck yer almaktadır.

1805’ten 1815’e kadar süren bir zaman aralığını kapsayan Orta Romantik Dönem sanatçıları, Kutsal Roma Germen *İmparatorluğu*’nun çöküşünden sonra Alman ulusunu yeniden birleştirme amacına, dine ve Eski Alman Dili ve Edebiyatına yönelmiştir. Masallara, destanlara ve halk türkülerine yönelerek milli bilinç yeniden yaratılmaya çalışılmıştır. Bu türde bir edebiyata yönelerek halka ulusal aidiyet duygusu kazandırma amaçlanmıştır. Bu dönemin önemli temsilcileri Grimm Kardeşler, Clemens Brentano ve Bettina von Arnim’dir.

1815’ten 1830’a kadar süren Geç Romantik Dönemin temsilcileri olan E.T.A Hoffmann ve Joseph von Eichendorff, romantizmin felsefi ve teorik boyutundan uzaklaşarak edebi açıdan verimli eserler yaratma amacına

yönelmişlerdir (bkz. Krall & Friedler, 1981: 222) *İdealleştirdikleri* geçmişe yönelme arayışlarında hayal dünyasında kaybolma seviyesine gelmişlerdir ve ölümü bir yokoluş olarak değil bir tür boyut değiştirme olarak algılamalarından ötürü başladıkları eserlerini dahi tamamlamaktan uzak durmuşlardır.

Prusya kökenli bir avukat olan Christoph Ludwig Hoffmann ve eşi Luise Albertine'nin oğlu olarak Ocak 1776'da Prusya'nın Königsberg şehrinde dünyaya gelen ve adını Mozart'a duyduğu büyük hayranlık nedeniyle 1809 yılında Ernst Theodor Amadeus Hoffmann olarak değiştiren Ernst Theodor Wilhelm Hoffmann, 46 yıllık kısa yaşamına çok şey sığdırmıştır. 1792-1795 yılları arasında hukuk eğitimine başladığı Königsberg'te Dora Hatt adındaki kendinden dokuz yaş büyük ve evli bir kadına âşık olarak. Königsberg'ten ayrılarak Gollgau'ya giden sanatçı *ilk eşi* ve aynı zamanda kuzeni olan Minna ile nişanlanmıştır. Dört yıllık nişanlılık döneminden sonra nişanı atan Hoffmann, 26 Temmuz 1802'de Polonyalı bir kent yazıcısının kızı olan Hoffmann Maria Thekla Michalina ("Mische") Rorer-Trzynska ile evlenmiştir. *İki* yıl sonra Varşova Yerel Hükümet Meclisine atanmıştır ve 1807 yılında Fransızların Varşova'yı işgal etmesi üzerine Fransızlara boyun eğmediği için işini kaybetmiş ve sekiz yıl boyunca Varşova, Bamberg, Dresden ve Leipzig şehirlerinde müzik öğretmeni, orkestra şefi, oyun yazarı ve dekoratör olarak geçimini sağlamaya çalışmıştır. 1814 yılında yeniden Berlin'deki Prusya devlet hizmetine giren Hoffmann, iki yıl sonra yerel mahkemeye atanmıştır. Liberal düşünceleri nedeniyle itham edilerek *Pire Efendi* adlı eseri sansürlenmiş ve 25 Haziran 1822 yılında Berlin'de ölen Hoffmann, romantizm akımının fantastik öykü yazarı olmasının yanı sıra şair, eleştirmen, roman yazarı, besteci ve karikatürist olarak da kendini kanıtlayan çok yönlü bir sanatçıdır. Hayal ile gerçek arasındaki sınırın ortadan kalktığı eserlerinde psikolojik ve metafizik sorunları derin bir mizah ile örülü masalsi bir anlatımla yansıtan sanatçı, Charles Dickens, Franz Kafka, Charles Baudelaire gibi dünya edebiyatının birçok yazarını etkilemiştir.

Hoffmann'ın eserlerine yakından bakıldığında olayların ve durumların ben anlatıcının bakış açısından aktarıldığı ve bu eserlerin Hoffmann'ın çocukluğundan izler taşıdığı dikkat çekmektedir. Hoffmann'ın romanları arasında 1815 yılında yayınlanan ve bir papazın şeytana uyararak büyük mevkiye ulaşmasını ancak ahlaki yönünü her geçen gün yitirmesini konu edinen ilk büyük romanı *Şeytanın İksiri* (Die Elixire des Teufels) ve yazarın 1819 yılında yazdığı ve bir kedinin yetenekleri üzerinden dünya görüşlerini yansıtan eseri *Murr Kedi* (Lebensansichten des Katers Murr) yer almaktadır. Yazarın 1814 yılında yazdığı *Callot Tarzı Fantazi Öyküleri* (*Fantasiestücke in Callots Manier*) adlı üç ciltten oluşan kitabında ise Jacques Callot, *Şövalye Gluck* (Ritter Gluck), *Don Juan* ve *Altın Saksı* (Der goldne Topf) adlı öyküleri yer almaktadır. 1816 ve 1817 yıllarında *Kumcu* (Der Sandmann) ve *Kasvetli Ev* (Das öde Haus) gibi tedirgin edici öykülerden oluşan *Gece Öyküleri* (*Nachtstücke*) adlı iki ciltlik bir öykü kitabı yazan Hoffmann, 1819 ve 1821 yıllarında *Fıçıçı Martin Usta ve Çırakları* (Meister Martin der Kufner und seine Gesellen), *Artus Avlusu* (Der Artushof) ve *Matmazel de Scudery* (Das Fräulein von Scuderi) öykülerini içeren dört ciltlik *Serapion Kardeşler* (Die Serapionsbrüder) adlı kitabını yazdı. Bunların yanı sıra *Prences Brambilla* (Prinzessin Brambilla), *Pire Efendi* ve *Küçük Zaches Zinnober* (Klein Zaches genannt Zinnober) adlı öykülerini de bu yıllarda tamamlayan Hoffmann eserlerine gerçek ile hayal dünyası arasına sıkışmış bir gerçeklik olgusunu işlemiştir.

1. E.T.A Hoffmann`ın *Altın Saksı* Eserindeki Romantik Unsurlar

E.T.A Hoffmann`ın 1814 yılında yayımlanan kitabının ilk öyküsü olan ve on iki gece nöbeti çerçevesinde şekillenen *Altın Saksı* eserinde, genç ilahiyat öğrencisi Anselmus`un gerçek ve düş dünyası arasında sürüklenişi ele alınmaktadır. Dresden`da kutlanan İsa`nın göğe yükseliş gününde elma satan yaşlı bir kadının sepetine kazayla çarpan öykünün baş kahramanı Anselmus, oradan aceleyle uzaklaşır ve yaşlı kadın tarafından lanetlenir: “Kaç bakalım- yakında cama gireceksin – camın içine” (Hoffmann, 2008: 3). Elbe Nehrinin kenarındaki bir mürver ağacının altında kendine huzur bulan Anselmus, tersliklerden ve düşlerden ibaret olan bugüne kadarki hayatını düşünürken, birdenbire ağacın tepesinden gelen seslerle irkilir ve başını kaldırıp baktığında yeşilli, altın sarısı parıltılı üç küçük yılan görür ve bu şekilde birden çalmaya başlayan kristal çanların eşliğinde harika koyu mavi gözleri olan sihirli küçük yeşil yılan Serpentina`yla göz göze gelir ve konuşur. Yılanlar gittikten sonra yaşadıklarının düş mü gerçek mi olduğunu ayırt edemez. Bu olaydan kısa süre sonra Lindhorst adlı “kentın gözden uzak bir yerinde eski bir evde oturan gizemli” (Hoffmann, 2008: 15) bir arşiv memurunun garip işaretlerle yazılmış son derece önemli evraklarının parşömene çini mürekkebiyle kopyalanmasıyla ilgili bir iş teklifi alan Anselmus, para kazanma fırsatı bulur. Lindhorst`un kızı için uygun bir damat araması nedeniyle bu iş, genç Anselmus için bir sınavdır. Lindhorst üç kızını da insanlarla evlendirmeyi başarabilirse sürgün edildiği Atlantis`e geri dönebilecektir. Serpentina`nın çeyizi ise Lindhorst`un görkemli odasında Anselmus`u hayretler içinde bırakan altın bir saksıdır. Kendini tamamen Lindhorst`un yanındaki işine adayın ve günlerini anlamadığı tuhaf işaretleri kopyalamakla geçiren Anselmus, günlük hayattan kendini soyutlama imkanı bulduğu için kendini mutlu hisseder. Bu sırada koyu mavi gözleri ve kristal bir çan gibi güzel sesi olan Veronika, Anselmus`a ilgi duyar. Veronika, dindar dünya görüşüne karşın Anselmus`un ilgisini kazanmak için Anselmus`un çarptığı ve esasen bir cadı olan elmacı kadının sihir güçlerine başvurur. Bu cadı aynı zamanda Veronika`nın eskiden ortalıktan kaybolan dadısı Liese`dir.

Anselmus bana çok zarar verdi, ama bunu bilinçli yapmadı. Onu kızıyla evlendirmek isteyen Arşiv Memuru Lindhorst`un eline düştü. O benim en büyük düşmanımdır (Hoffmann, 2008: 39-40).

Lindhorst`un düşmanı olan ve Lindhorst`un evine gelenleri korkutmak için kendini Lindhorst`un kapısındaki bronz kapı tokmağına dönüştüren elmacı kadın, Anselmus`u Veronika`ya aşık edeceğine söz verir. Anselmus, Veronika`nın metal aynasına baktığında Veronika`ya aşık olur ve saray müşaviri olunca onunla evleneceğine söz verir. Bundan çok geçmeden Lindhorst`un bir yazısını kopya ederken yanlışlıkla kağıdın üzerine mürekkep dökmesi nedeniyle sihirlenerek raftaki kristal bir şişeye hapsedilir. “Küstahça işlediğin suçun cezasını çek, aptal herif!” (Hoffmann, 2008: 74). Bu sırada Anselmus`tan haber alamayan Veronika kayıt işleri müdürü Heerbrand`ın evlilik teklifini kabul eder. Elmacı kadın ile Lindhorst arasındaki savaşı, Lindhorst`un kazanması üzerine Anselmus, Lindhorst tarafından affedilir, şişeden çıkarılarak kendini sonunda Atlantis`te bulur ve güzeller güzeli Serpentina ile Atlantis`te çok mutlu bir şekilde yaşarlar.

Altın Saksı- Zamanımızda Geçen Bir Peri Masalı adlı başlığa göz atıldığında eserin klasik olmaktan uzak modern bir romantik masal özelliğine sahip olduğu anlaşılır. Gerçeklik ile hayal dünyasının içiçe geçtiği eserde öykünün baş

kahramanı Anselmus, orta halli bir meslek veya düş dünyası arasında bir karar verme eşiğindeki bir ilahiyat öğrencisidir. Bu iki zıtlık, Rektör Yardımcısının kızı Veronika ile gerçekte sihirli güçlere sahip olan ve bir zamanlar esrarengiz Atlantis'ten sürgün edilen bir kertenkele olan arşiv memuru Lindhorst'un kızı Serpentina adlı iki genç kadın tarafından yansıtılır. Ayrıca ana karakterin gerçek dünya ile düş dünyasında sürüklenip durduğu ve sonunda rasyonalizmin ve baskının hakim olduğu gerçek dünyadan sıyrılarak özgürlük ve hayal gücü üstüne kurulu düş dünyasına, Atlantis'e sığındığı *Altın Saksı* eserinde, romantik ironi adı verilen düş dünyasının şiirsel dili ile burjuva yaşamı arasındaki zıtlık, romantik dönem izlerini taşımaktadır. Gerçek dünyadan kendini soyutlayan Anselmus, düş dünyasının etkileyciliği karşısında cezbolur ve her gün mürver ağacına giderek ordaki mavi gözlü yeşil yılanı yalvarır:

Ah, güzel yılan ne olur dallara sarılışını, onların üzerinde kıvrılarak kayışını bir kez daha göreyim. [...] Seni seviyorum, geri gelmezsen kederimden yanıp kül olacağım (Hoffmann, 2008: 27).

Bu zıtlığın yanı sıra bu iki farklı uzam arasında bir paralellik söz konusudur. Dost canlısı ve sempatik Rektör Yardımcısı Paulmann gerçek dünyayı yansıtırken, gizemli arşiv memuru Lindhorst düş dünyasının bir yansıması olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda gerçek dünyadaki mavi gözlü ve kristal sesli Veronika ile düş dünyasındaki mavi gözlü ve kristal sesli Serpentina arasındaki benzerlik dikkat çekmektedir. “Değerli Matmazel, sesiniz kristal bir çan gibi” (Hoffmann, 2008: 15). Kayıt işleri müdürünün Veronika'ya bu iltifatı, kristal sesler arasında mürver ağacında Anselmus'a görünen yeşil yılanı hatırlatmaktadır.

Bunun yanı sıra Paulmann'ın sıradan nesnelere dolu evine karşın, Lindhorst'un evinde ekzotik palmiye ağaçları, konuşan kuşlar, egzotik bitki bahçeleri bulunur. Ana karakter, bu bağlamda içe geçmiş halde bulunan gerçeklik ve düş dünyası arasında sürüklenir. Eserde yer alan romantik akıma dair bir başka unsur ise içinde bulunulan toplumdaki kaçma ve doğanın esrarengizliğine sığınmadır. Başlangıçta normal bir vatandaş olarak beliren ve yılanları görmesiyle düş dünyasına sürüklenen Anselmus, giderek hayatının ne kadar kısıtlı olduğunun bilincine varır ve Serpentina'ya duyduğu özlem giderek daha da şiddetlenir. Tekdüze yaşamın sıkıcılığından kurtulmayı arzulaması romantik edebiyatın bir özelliğidir. Bunun yanı sıra gece nöbetleri arasındaki ani değişimler de romantik dönemin bünyesinde barındırdığı çelişkiyi gözler önüne sermektedir. Özellikle birinci gece nöbetinden ikincisine yapılan geçişte bu durum daha açıktır. Birinci gece nöbetinin sonunda Anselmus zihinsel olarak hala üç yılanın ve yanan yeşil bir ateşin söz konusu olduğu düş dünyasında bulunmasına karşın, ikinci gece nöbetinde yoldan geçen bir kadın tarafından uyandırılarak aniden gerçekliğe döndürülür. Romantik dönemde sıklıkla rastlanan bir durum olan iki dünya arasındaki bu ani geçiş, romantik dönem insanları gibi ana karakter Anselmus'ta da içsel bir karmaşaya yol açmaktadır. Günlük yaşamın dayanılmaz hal alması sonucu özgürlüğe ve düşlenen dünya ile gerçek dünya arasında dengenin sağlanmasına dair duyulan özlemin yasıldığı romantik dönem eserlerine benzer şekilde, Anselmus romantik döneme özgü bir karakter gelişimi sergiler. Toplumsal bağı sıkı olmayan ve bu nedenle seyahatlere çıkan romantik dönem karakterleri gibi Anselmus'un da gerçek dünya ile arasında bir bağ yoktur ve bu nedenle gerçek dünyaya uyum

sağlayamaz. Yaşayıp öğrenerek ve yaratıcılığını kullanarak romantik dönemin amacı olan kendini gerçekleştirmeyi başaran Anselmus, günlük yaşamın yükünü üzerinden atarak yanında Serpentina ile sonsuz mutluluğa ulaşır.

*Altın Saksı*da yer alan semboller, romantik dönemi yansıtmaları bakımından önem taşımaktadır. Metal ayna, altın saksı ve kristal bu semboller arasındadır. Arşiv memuru Lindhorst, Anselmus'a zümrüt yüzüğünün üzerindeki aynayı ve bu aynadan yansıyan Serpentina'yı ve diğer iki kızını gösterir. Gerçek bir nesne olan zümrüt yüzüğün üzerinde yer alan aynanın burdaki işlevi, gerçek dışı bir dünyayı yansıtmadır. Ayna motivi eserin ilerleyen bölümlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Yedinci gece nöbetinde elmacı kadın Anselmus'un zihninden geçenleri yansıtan ve Anselmus'un Veronika'ya aşık olmasını sağlayan sihirli metal bir aynayı Veronika'ya verir. Esere adını veren altın saksı ise eserdeki diğer bir semboldür. Lindhorst'un üç kızı için çeyiz olarak düşündüğü ve üzerindeki ayna ile esrarengiz Atlantis'i yansıtan altın saksı, sıradan gerçekliğin temelinde parıldayan bir gerçek dışılığın olduğunu vurgulayan romantik döneme özgü şiirselliğin sembolüdür ve sıradan hiç bir aynanın gösteremeyeceği şiirselleştirilmiş bir gerçekliği yansıtır:

Her biri sahip olduğum en güzel metallerden yapılmış, pırlantadan çıkan ışınlarla parlatılmış birer saksı alacaklar benden; bu saksının ışıltısı, şu anda tüm doğayla uyum içinde olan bizim olağanüstü dünyamızın sıra dışı ve kusursuz bir yansıması olacak [...] Kısa sürece genç onun dilini öğrenip bizim dünyamızın mucizelerini anlayacak ve sevdiğiyle birlikte Atlantis'te yaşayacak (Hoffmann, 2008: 62-63).

Ayna motifine benzer bir başka sembol ise yılanların ve Veronika'nın sesinin güzelliğinin ve Lindhorst'un bahçesindeki ışık demetlerinin tasvirinde kullanılan kristal betimlemesidir. Hem Paulmann ile sembolize edilen gerçek dünyada hem de Lindhorst ile sembolize edilen düş dünyasında karşımıza çıkan kristaller, gerçek ile düş dünyasının iç içe geçmiş olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda gerçek dünyadan ve zamandan kendini soyutlayan Anselmus'un ulaştığı kayıp ülke Atlantis, Dresden'de yaşayan ve gerçek dünyaya ait burjuvai toplumun dayattığı sorumluluklardan bunalan Romantik dönem insanının hayalini kurduğu şiirselliği sembolize etmektedir.

Sonuç

Romantik dönem eserlerinin ortak yanı gerçek ile hayal düzlemlerinin sınırlarının belirsizleştiği, ana karakterlerin nesnel dünyanın rasyonalist prangalarından kaçıp esrarengizliğine sığındığı ve özgürce salındığı ütopyik bir alemi yansıtmalarıdır. Bu eserlerin ana karakterleri içinde buldukları ve bir türlü tam olarak uyum sağlayamadıkları toplumun dayanılmaz gerçekliğinden kurtulmak için gerçek dünyadan düş dünyasına doğru sürekli bir firar çabası içindedirler. Nitekim ulaşılmak istenen bu düş alemine götürecek gizli yol haritası da ana karakterlerin gerçek yaşamlarının içindeki somut nesnelere gizlenmiş haldedir. Ana karakterlerin tek yapmaları gereken ise yüzük, metal ayna, altın saksı gibi bu somut nesnelere kazınan ipuçlarının izini sürmek ve *Altın Saksı*'nın ana karakteri

Anselmus'un yaptığı gibi romantik döneme özgü bir karakter gelişimi göstermek ve sıradan gerçekliğin temelinde parıldayan romantik gerçek dışılığa ulaşmaktır.

Kaynakça

- Aytaç, G. (2011). *Klasik Alman Dil Felsefesi Metinleri*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Copleston, F. (1996). *Felsefe Tarihi Alman İdealizmi*. (Çev.) Aziz Yardımlı. İstanbul: İdea.
- Fichte, J. G. (1889). *The Science of Rights*. London: Trünber Co.
- Herder, J. G. (1880). "İnsanlık Tarihi Felsefesi Üzerine Düşünceler". (Çev.) D. Özlem. (Der.) D. Özlem & G. Ateşoğlu. İçinde: *Tarih Felsefesi: Seçme Metinler* (2014). Ankara: Doğu Batı.
- Hoffmann, E.T.A. (2008). "*Seçme Masallar*". Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi. (Çev) İris Kantemir. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kılıçarslan, E. A. & Ateşoğlu, G. (2006). *Alman İdealizmi I: Fichte*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Krall, L. & Friedler, L. (1981). *Deutsche Literaturgeschichte*. Bamberg: C.C. Büchners Verlag.
- Megill, A. (2008). *Aşırılığın Peygamberleri*. (Çev.) Tuncay Birkan. Ankara: Ayraç.
- Özlem, D. (2004). *Tarih Felsefesi*. İstanbul: İnkılâp.
- Schelling, F. W. (2016). "Real ve İdeal Olanın Doğadaki Bağlantısı Üstüne". (Çev.) Ö. N. Soykan. İçinde: *Schelling Yaşamı Felsefesi Yapıtları*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Schleiermacher, F. D. E. (1977). *Hermeneutik und Kritik*. (Hrsg. von) Manfred Frank. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Schmitt, H. J. (1974). *Romantik I. Die deutsche Literatur in Text und Darstellung*. Stuttgart: Reclam Verlag.

Consumers' Brand Ownership and Engagement with Brand-related Social Media Content

Vehbi Gorgulu*

Mehmet Izzet Guruz†

Abstract: Online social networks have become an important element of consumers' daily communication patterns. As a result of online social networks' immense popularity, marketing communication scholars have started focusing on brand-related activities on social media to provide insights and future directors for marketers about the existing and potential trends. As consumers spend more time on social media, engagement with brand-related social media contents intensifies. The current study aims to explore how brand ownership impacts on content consumption, contribution and creation patterns of Instagram users. The study also explores how these patterns influences uses and gratifications Instagram users derive from involving in content-related practices. Findings revealed brand ownership determined content consumption, content contribution and content creation on Instagram. The β coefficients indicate the highest relationship between brand ownership and content creation ($\beta= ,462$, $t=5.569$, $p=,000$), followed by the relation between brand ownership and content contribution ($\beta= ,444$, $t=8.081$, $p=,000$) and content consumption ($\beta= ,296$, $t=4.504$, $p=,000$). Contributions and implications of the research and findings are discussed at the last part of the study.

Keywords: brand ownership, social media content, COBRA typology, uses and gratifications, Instagram

1. Introduction

The introduction of high-speed Internet services has led to the rapid emergence of online social networking platforms such as Facebook, Twitter and Instagram. These online social networks offer Internet users to produce, contribute and consumer various contents related to brands, products and services. These developments can be interpreted within the participatory culture perspective of Jenkins (2015), who argues that a participatory culture is a culture with relatively low barriers to user/member contributions, where they feel social connection with one another at a certain degree.

As a result of online social networks' immense popularity, marketing communication scholars have started focusing on brand-related activities on social media to provide insights and future directors for marketers about the existing and potential trends. As Vilanueva et al. (2008) argue, such interactions can result with

* Director, Public Relations and Corporate Communication MA Program, SantralIstanbul Kazim Karabekir Cad. No:1 34060 Istanbul TURKEY, Phone: (+90 212) 311 7494, vehbi.gorgulu@bilgi.edu.tr

† Department of Communication Design and Management, Istanbul Bilgi University, SantralIstanbul Kazim Karabekir Cad. No:1 34060 Istanbul TURKEY, mehmet.guruz@bilgi.edu.net

higher impacts on behaviors of consumers when compared to traditional forms of marketing and advertising.

The present study aims to reveal how brand ownership impacts on content consumption, contribution and creation practices of Instagram users. The study additionally explores how such patterns are interrelated with main components of uses and gratifications (U&G) approach.

The main reason behind choosing Instagram users as main target of the current study is that it is among the most widely used online social networks in the world. According to a study conducted by Pew Research Center (2018), Facebook is the most widely used online social network in the United States, which is followed by Instagram (32%). According to a report published by We Are Social (2018), Turkey is among the countries where social media is intensely used. Facebook is the most popular online social network with 43 million Turkish users, while Instagram ranks second with 37 million users (48% of the overall Turkey's population) by October 2018. Thus, Instagram stands as one of the most useful platforms where researchers can explore users' brand-related activities on online social networks. In line, this study explores such activities' relationship with brand ownership, and the gratifications users obtain from brand-related engagement in terms of consumption, contribution and creation.

2. Literature review

2.1. Brand ownership

In psychology literature, ownership is defined as an individual's possessive attitude about a material or immaterial object that she does not actually own (Pierce et al., 2001). The ownership feeling may develop towards both tangible and intangible objects and may arise from legal or non-legal ownership (Pierce et al., 2003). In other words, an individual can develop psychological proximate towards an object without actually owning it (Pierce et al., 2003). Other literature suggests (Belk, 1988; Richins, 1994) objects that individuals feel as their own become part of their self-concept. They function as a type of self-expression that represents the self-image of the individual. Psychological ownership notion is considered with the brands in this study. In marketing literature, a brand is defined as "a name, term, sign, symbol or design or combination of them which is intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors" (Kotler, 1997, p. 443). Chang et al. (2015) explain brand ownership as "a psychological state in which people feel possessive of a brand and as if they have control over the brand" (p. 595). Individuals as consumers treat brands as their objects since they feel that they own the brand "by having a connection with and an emotional investment in it" (Chang et al., 2015, p. 595).

Although there are sufficient theoretical frameworks on brand ownership, the number of empirical researches, especially on brand-related activities is limited. In one study, Bartsch et al. (2016), which explored identification with global brands on the relationship between customer orientations towards globality and global brand ownership, researchers found out a significant relationship between a positive attitude toward globality and customer identification with global brands. In their study examining ownership effects in consumers' brand extension

evaluations, Fu et al. (2007) revealed that one of the most essential characteristics in consumers' evaluation of brand extensions remains to be the image consistency and product similarity for brand owners. In another study, Chang et al. (2015) found out consumers with high levels of brand ownership has more negative post-acquisition brand attitudes with a country with which consumers strongly misidentify. As previous literature suggests, brand ownership stands as an important variable worth of analysis and there is more in-depth evidence about the impact of brand ownership with brand-related social media practices of users.

2.2. COBRA framework

User-generated content (UGC) has been one of the most widely used concepts since the advent of web 2.0 technologies (i.e. Skinner, 2018; Lukyanenko et al., 2015). Despite the world has entered into an era in which Internet of things (also characterized as web 4.0) is extensively discussed, user-engagement is still one of the most intensely debated topics in various contexts (i.e. Liu et al., 2017; Zeng et al., 2017; Ramirez et al., 2018). For instance, in the context of journalism, the study of Ramirez et al. (2018) found out that Internet users have a positive attitude towards user-generated news contents especially regarding special-interest topics, as it is believed UGC authors are passionate experts/authors. In another context, Liu et al. (2017) examined brand-related UGC on Twitter and reached the fact that products, services and promotions remained among dominant topics when consumers interact with brands on the social network. Thus, despite the web 2.0 era seems to come to an end, one of its main contributions (UGC) still remains to be an up-to-date topic for current and future trends related with the new information and communication technologies (ICTs).

In 2011, Muntinga et al. (2011) developed a COBRA typology of consumers' online brand-related activities. COBRA typology differs from the one suggested by Li and Bernoff (2008), which distinguished between six types of social media users: inactives, critics, joiners, spectators, collectors and creators. Rather, Muntinga et al. (2011) suggest a typology based on individual's behaviors rather than their roles. Researchers offered three dimensions related to consumer involvement with brand-related contents on social media; namely, content consumption, content contribution and content creation. The typology suggested by Muntinga et al. (2011) is adopted for the current study to assess consumers' engagement with brand-related social media contents.

Content consumption. Muntinga et al. (2011) suggests content consumption is the COBRA type with the lowest level of activeness. On Instagram, viewing other users' posts, reading user comments, watching Instagram TV (IGTV) and stories can be categorized as activities related to content consumption. Content consumption motivations are mainly deriving from obtaining information, entertainment and remuneration. Previous research suggests that obtaining information is mainly associated with reading product reviews on social media platforms (Schindler & Bickart, 2005). Entertainment motivation is treated as a broad concept that encompasses all the social media contents that provide a feeling of relaxation and enjoyment (Schindler & Bickart, 2005; Shao, 2009).

Remuneration is mainly related with receiving financial benefits by following value for money products and services online (Goldsmith & Horowitz, 2006).

RQ1: How is brand ownership associated with users' content consumption practices on Instagram?

H1: There is a significant relationship between brand ownership and users' content consumption practices on Instagram.

Content contribution. Content contribution is related with participating in brand-related conversations and rating products and services. On Instagram, such activities are made available for users mainly with commenting and direct messaging (DM) features. Previous research suggests content contribution by social media users mainly derive from motivations related to personal identity, integration, social interaction and entertainment (boyd, 2008; Dholakia et al. 2004; Popp et al., 2008; Sangwan, 2005).

RQ2: How is brand ownership associated with users' content contribution practices on Instagram?

H2: There is a significant relationship between brand ownership and users' content contribution practices on Instagram.

Content creation. Content creation is the COBRA type with the highest level of activeness (Muntinga et al., 2011). On Instagram, publishing posts, re-sharing other users' posts with personal narratives, broadcasting live on Instagram Story and IGTV can be considered as content creation activities. Content creation derives from similar motivations with content contribution, namely socially interacting and integrating with other users and expressing one's self to others. An additional motivation is empowerment. Berthon et al. (2008) and Bronner and de Hogg (2010) suggest users are aware of their influence over other users and the collective power they obtain as virtual communities against product/service owners (Cova & Pace, 2006).

RQ3: How is brand ownership associated with users' content creation practices on Instagram?

H3: There is a significant relationship between brand ownership and users' content creation practices on Instagram.

2.3. Uses and gratifications (U&G) approach

The U&G approach is one of the most well-grounded media paradigms that focus on why an individual chooses a medium and how she uses it (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). The approach suggests that individuals are goal-oriented and they are aware of their needs in contrast to the traditional media frameworks, in which the audience is positioned as passive receptors. The U&G approach

considers receptors as active participants of the communication process, who chooses specific contents and mediums for their personal needs and demands.

Previous recent studies employed U&G approach to assess to relationship between new technologies and individuals from various perspectives (i.e. Kaye, 1998; Papacharissi & Rubin, 2000; LaRose, Mastro & Eastin, 2004; Chang, Lee, & kim, 2006; Bae et al., 2016; Kim et al., 2016; Quinn, 2016; Shade et al., 2015; Sarovic, 2005; Chou and Liu, 2016). These studies indicated that new media technologies and their services are relevant with the U&G paradigm, since new media characterize individuals as active and participative on individual and collective bases (Stafford, Stafford, & Schkade, 2004; Dholakia, Bagozzi, & Pearo, 2004; Cheung et al., 2010).

Previous research also indicated that archiving, escaping, social interaction, self-expression and peeking are among the key U&G constructs within the context of social media use (Lee et al., 2015). Within the context of Instagram, archiving is associated with documenting one's favorite posts by storing them, while escaping is related to remaining away from social realities of the offline world. Self-expression is related to expressing one's own personality, while social interaction is about satisfying one's interactional needs. Lastly, peeking is associated with observing other people's lives through their posts, without the knowledge of the observed. In the current study, U&G constructs suggested by Lee et al. (2015) is taken into consideration while exploring their relationship with Instagram users' content consumption, contribution and creation practices.

RQ4: How are different uses and gratifications associated with COBRA typology?

H4: There is a significant relationship between dimensions of uses and gratifications and dimensions of COBRA typology.

3. Methodology

3.1. Measures

For the current study, brand ownership scale is adopted from Isaksen and Roper (2016). Scale on consumers' online brand-related activities on Instagram is developed by the researchers of the current study, in line with the theoretical framework and examples presented in the work of Muntinga et al. (2011). Examples of brand-related social media use, presented by Muntinga et al. (2011) is taken into consideration while developing consumption, contribution and creation-based brand related activities on Instagram. Based upon the results of confirmatory factor analysis, 7 items on "content creation" (i.e., "I use Instagram to publish brand-related posts"), 6 items on "content contribution" (i.e., "I use Instagram to engage in branded conversations"), and 3 items on "content consumption" (i.e., "I use Instagram to view brand related videos") are loaded.

Table 1. Measures of the study

N=299		Min	Max	μ	SD	Items	α
Brand ownership		1	5	3,82	,73	6	0,82
COBRA scale	Content consumption	1	5	3,57	,72	6	0,834
	Content contribution	1	5	3,18	,81	6	0,88
	Content creation	1	5	3,33	,56	7	0,88
Uses and gratifications scale	Social interaction	1	5	3,41	,71	6	0,82
	Peeking	1	5	3,44	,75	4	0,7
	Archiving	1	5	3,81	,80	6	0,82
	Self-expression	1	5	3,32	,75	6	0,78
	Escaping	1	5	3,34	,79	6	0,82

Uses and gratifications scale is adopted from the study of Lee et al. (2015) that include 28 items in total. As a result of the confirmatory factor analysis, 6 items on “social interaction” (i.e., “I use Instagram to interact with a number of people”), 4 items on “peeking” (i.e., “I use Instagram to browse photos related to my interests”), 6 items on “archiving” (i.e., “I use Instagram to record daily events through photos”), 6 items on “self-expression” (i.e., “I use Instagram to provide my update”) and 6 items on “escapism” (i.e., “I use Instagram to escape from reality”) are loaded. All scaled questions were asked through the use of the 5-point Likert scale (1: Totally Disagree, 5: Totally Agree) except for questions on demographics. A cross-sectional design was employed that contains several self-report measures. Reliability estimates were obtained for each of the construct domains. Cronbach’s α values range from 0.70 to 0.88 for each construct (See Table 1).

3.2. Participants

The Internet-based survey instrument was pilot tested before the actual fieldwork online. A total of 257 respondents took part in the survey. Following the removal of submissions with missing data, 299 participants (57.2 % females and 42.8 % males) remained in the main analysis. All participants were aged 18 and older and the average age of the participants was 28. The data was compiled between September-November 2018.

4. Findings

To assess the relative predictive value of the independent variable, dependent variables of COBRA components (content consumption, content contribution and content creation) and brand ownership were entered into a linear regression analysis with the independent variable, brand ownership. Additionally, uses and gratifications (U&G) components (social interaction, peeking, archiving, self-expression and escaping) were entered into a linear regression analysis with the independent COBRA components. Inspection of the correlation matrix revealed generally moderate correlations between the nine constructs. Pearson Product-moment correlations (with pair-wise exclusion of missing cases) revealed that the dependent variable and the all independent variables are positively correlated (Table 2).

Table 2. Correlation matrix (N=299)

		Archiving	Escaping	Social interaction	Self expression	Peeking	Content creation	Content contribution	Content consumption	Brand ownership
Archiving	Pearson Correlation	1	.360**	.357**	.522**	.328	.319**	.169**	.147**	.328
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.011	.000
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Escaping	Pearson Correlation	.360**	1	.257**	.435**	.288**	.424	.226**	.226**	.288**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Social interaction	Pearson Correlation	.357**	.257**	1	.335**	.181**	.320**	.127	.262**	.181**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000	.029	.000	.002
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Self-expression	Pearson Correlation	.522**	.435**	.335**	1	.368**	.301**	.204**	.256	.368**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Peeking	Pearson Correlation	.314**	.310**	.285**	.163**	.154**	.228**	.162**	.085**	.154**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.008	.000	.005	.144	.008
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Content creation	Pearson Correlation	.328**	.288**	.181**	.368**	1**	.563**	.553**	.307**	1**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000	.000	.000	
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Content contribution	Pearson Correlation	.319**	.424**	.320**	.301**	.563**	1**	.499**	.425**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Content consumption	Pearson Correlation	.169**	.226**	.127*	.204**	.169**	.226**	.127*	.204**	.162**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.029	.000	.003	.000	.029	.000	.005
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299
Brand ownership	Pearson Correlation	.147*	.226**	.262**	.256**	.147*	.226**	.262**	.256**	.085
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.144
	N	299	299	299	299	299	299	299	299	299

Findings revealed brand ownership determined content consumption, content contribution and content creation on Instagram. The β coefficients indicate the highest relationship between brand ownership and content creation ($\beta= ,462$, $t=5.569$, $p=,000$), followed by the relation between brand ownership and content contribution ($\beta= ,444$, $t=8.081$, $p=,000$) and content consumption ($\beta= ,296$, $t=4.504$, $p=,000$).

Table 3. Findings of the regression analyses

Independent variable	Dependent variable	B	SE	t	Sig	F	Adj. R ²
Brand ownership	Content consumption	,296	,066	4.504	,000	20.284	,61
	Content contribution	,444	,055	8.081	,000	65.295	,177
	Content creation	,462	,083	5.569	,000	31.009	,091
Content consumption	Archiving	,321	,055	5.802	,000	33.658	,099
	Escaping	,435	,054	8.063	,000	65,012	,177
	Social interaction	,366	,063	5.820	,000	33.871	,099
	Social expression	,323	,059	5.442	,000	29.618	,088
	Peeking	,244	,061	4.030	,000	16.243	,049
Content contribution	Archiving	,230	,038	5.986	,000	35.832	,105
	Escaping	,206	,040	5.176	,000	26.793	,080
	Social interaction	,145	,045	3.178	,000	10.099	,030
	Social expression	,274	,040	6.815	,000	46.448	,132
	Peeking	,115	,042	2.685	,000	7.209	,024
Content creation	Archiving	,230	,037	5.986	,000	35.832	,105
	Escaping	,206	,040	5.176	,000	26.793	,080
	Social interaction	,145	,045	3.178	,000	10.099	,030
	Social expression	,274	,040	6.815	,000	46.448	,132

	Peeking	,115	,043	2.685	,000	7.209	,020
--	---------	------	------	-------	------	-------	------

Additionally, archiving, escaping, social interaction, social expression and peeking are determined by content consumption, content contribution and content creation. The highest relationship exists between content consumption and escaping ($\beta = ,435$, $t=8.063$, $p=,000$), followed by the relationship between content consumption and social interaction ($\beta = ,366$, $t=5.820$, $p=,000$) and content consumption and archiving ($\beta = ,321$, $t=5.802$, $p=,000$). Content creation and content contribution also moderately explain components of U&G (See Table 3).

The current study aimed to reveal the relationships between brand ownership and COBRA components. It also aimed to explore how COBRA dimensions were related with main components of U&G approach. Findings indicate that higher levels of brand ownership positively impact on content consumption, contribution and creation patterns of Instagram users. This situation indicates the importance of brands' presence on online social networks such as Facebook, Twitter and Instagram, where they can encourage user to participate and engage in content-related activities through various marketing strategies.

An interesting finding has been related with content consumption and U&G components. As the U&G approach is one of the most well-grounded theories of media studies, one could theoretically assume that it is mostly related with the "content consumption" component of the COBRA framework, as the approach has historically dealt with direct and indirect effects of and relations derive from media usage on receptors. This situation is supported by the findings of our study, as they revealed how content consumption on Instagram is especially related with archiving, escaping, social interaction and social expression.

5. Discussion

As statistical evidence proves, spending time on Instagram has become one of the most common activities among smartphone users (We Are Social, 2020). One of the fastest growing online social networks that challenge the dominance of Facebook, Instagram is popular among Internet users for various reasons such as its filtering, story, direct messaging, liking and commenting options. Another main reason behind Instagram's popularity is related with the brand and celebrity cultures, in which users can get involved thanks to the service's interactive features.

By conducting a survey over 299 active Instagram users in Turkey, this study sheds light on how brand ownership is related with users' brand-related social media contents. Findings of the study reveal that the brand ownership has a significant relationship with users' content consumption, contribution and creation processes. Content creation and content contribution have stronger relationships with brand ownership, which prove Instagram users are beyond passive receptors of brand-related contents on the platform. This result is no coincidence when one considers the interactive nature of online social networking services.

Interestingly, content consumption has the strongest relationships with escaping, social interaction and archiving. In terms of escaping and social interaction, one could estimate that Instagram users utilize from this platform as a

way to escape from the routine of their daily lives by engaging in interactions with other users that hold similar interests. The strong relationship of content consumption with archiving indicates individuals also use Instagram as a tool that documents their favorite visual moments, which they can keep private and access at desired times.

Overall, this research offers useful hints for marketing communication academics and professionals -that aim to discover the enormous branding potential of this rising marketing communication service. To make the most out of this process, developers should be seeking for ways to make Instagram and similar services more interactive. Additionally, marketers and brand managers should acknowledge the power of SNS users, and develop strategies to satisfy consumers' demands and increase the consumer-brand interactions in an effective manner.

References

- Bae, Y. H., Woo, J.W., & Hough, M. (2016). Uses and gratifications of digital signage and relationship with user interface. *Journal of International Consumer Marketing*, 28(5), 323–331.
- Bartsch, F., Diamantopoulos, A., Paparoidamis, N.G., & Chumpitaz, R. (2016). Global brand ownership: The mediating roles of customer attitudes and brand identification. *Journal of Consumer Research*, 69(9), 3629-3635.
- Belk, R. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Berthon, P.R., Pitt, L.F., & Campbell, C. (2008) Ad lib: when customers create the ad. *California Management Review*, 50(4), 6–30.
- Boyd, D. (2008) Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In Buckingham, D. (ed.) *Youth, Identity, and Digital Media* (PP. 119-142). Cambridge, MA: MIT Press.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2010) Vacationers and eWOM: who posts, and why, where and what. *Journal of Travel Research*, 50(1), 15–26.
- Chang, B., Lee, S., & Kim, B. (2006). Exploring factors affecting the adoption and continuance of online games among college students in South Korea. *New Media & Society*, 8(2), 295-319.
- Chang, H., Kwak, H., Puzakova, M., Park, J., & Smit, E.G. (2015). It's no longer mine: The role of brand ownership and advertising in cross-border brand acquisitions. *International Journal of Advertising*, 34(4), 593-620.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y. & Lee, M. K. O. (2010). Online social networks: Why do "we" use Facebook? *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.
- Chou, M., & Liu, C. (2016). Mobile instant messengers and middle aged and elderly adults in Taiwan: Uses and gratifications. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 32(11), 835-846.
- Cova, B. & Pace, S. (2006) Brand community of convenience products: new form customer empowerment – the case 'my Nutella The Community'. *European Journal of Marketing*, 40, 1087–2005.
- Dholakia, R.P., Bagozzi, U.M., & Klein Pearo, L.K. (2004) A social influence model of consumer participation in network- and small-group-based virtual communities. *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 241–263.

- Fu, G., Ding, J., & Qu, R. (2007). Ownership effects in consumers' brand extension evaluations. *Brand Management*, 16(4), 221-233.
- Goldsmith, R.E., & Horowitz, D. (2006) Measuring motivations for online opinion seeking. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2). <http://jiad.org/article76> Accessed 26 November 2019.
- Isaksen, K. & Roper, S. (2016). Brand ownership as a central component of adolescent self esteem: The development of a new self-esteem scale. *Psychology & Marketing*, 33(8), 646-663.
- Jenkins, H. (2015). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce and politics*. Polity.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp.19-32). Beverly Hills: Sage.
- Kaye, B. K. (1998). Uses and gratifications of the World Wide Web: From couch potato to web potato. *The New Jersey Journal of Communication*, 6(1), 21-40.
- Kim, Y., Kim, Y., Wang, Y., & Lee, N.Y. (2016). Uses and gratifications, journalists' Twitter use and relational satisfaction with the public. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, (60)3, 503-526.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management* (7th edition). Upper Saddle River, NJ Prentice Hall.
- Lee, E., Lee, J., Moon, J.H. & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(9), 552-556.
- LaRose, R. & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377.
- Liu, X., Burns, A.C., & Hou, Y. (2017). An investigation of brand-related user-generated content on Twitter. *Journal of Advertising*, 46(2), 236-247.
- Lukyanenko, R., Wiersma, Y., Huber, B., Parsons, J., Wachinger, G., & Meldt, R. (2015). Representing crowd knowledge: Guidelines for conceptual modeling of user-generated content. *Journal of the Association for Information Systems*, 18(4), 297-339.
- Muntinga, D., Moorman, M. & Smit, E.G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13-46.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 175-196.
- PEW Research Center. (2018). Social media use in 2018. <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/> Accessed 04 December 2018.
- Pierce, J.L., Kostova, T., & Dirks, K.T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review* 26(2), 298-310.
- Pierce, J.L., Kostova, T., & Dirks, K.T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84-107.
- Popp, B., Woratschek, H. & Roth, S. (2008) Motives for participation in virtual brand communities. *Proceedings of the 37th EMAC Conference*, Brighton, UK.

- Quinn, K. (2016). Why we share: A uses and gratifications approach to privacy regulation in social media use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 61-86.
- Ramirez, E., Gau, R., Hadjimarcou, J., & Xu, Z. (2018). User-generated content as word-of mouth. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 26(1-2), 90-98.
- Richins, M. L. (1994). Special possessions and the expression of material values. *Journal of Consumer Research*, 21, 522-533.
- Sangwan, S. (2005) Virtual community success: a uses and gratifications perspective. *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. Big Island, Hawaii.
- Sarovic, A. (2016). The uses and gratifications theory (in the case of House Music). *New Sound: International Magazine for Music*, 47, 87-98.
- Schindler, R.M. & Bickart, B. (2005) Published word of mouth: referable, consumer generated information on the internet. In Haugtvedt, C.P., Machleit, K.A. & Yalch, R.F. (eds) *Online consumer psychology; understanding and influencing consumer behavior in the virtual world* (pp. 35-62). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shade, D.D., Kornfield, S., & Beth Oliver, M. (2015). The uses and gratifications of media migration: Investigating the activities, motivations and predictors of migration behaviors originating in entertainment television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 318-341.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratifications perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25.
- Skinner, H. (2018). Who really creates the place brand? Considering the role of user generated content in creating and communicating a place identity. *Communication & Society*, 31(4), 9-25.
- Stafford, T. F., Stafford, M. R. & Schkade, L. L. (2004). Determining uses and gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35(2), 259-288.
- Villanueva, J., Yoo, S., & Hanssens, D. M. (2008). The impact of marketing-induced versus word of-mouth customer acquisition on customer equity growth. *Journal of Marketing Research*, 45, 48-59.
- We Are Social. (2018). Global digital report 2018. <https://digitalreport.wearesocial.com/> Accessed 12 December 2018
- We Are Social. (2020). We think forward report. https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/uk/wpcontent/uploads/sites/2/2019/11/WAS_ThinkForward_2020.pdf Accessed 09 April 2020.
- Zeng, M.A., Dennstedt, B., & Koller, H. (2016). Democratizing journalism: How user generated content and user communities affect publishers' business models. *Creativity and Innovation Management*, 25(4), 536-551.

Yalova Çerkezlerinin Mutfak Kültürü

Evrin Karaca*

Hatice Güçlü Nergiz†

Özet

Mutfak kültürü, destinasyonların turizmde çekici hale gelmesinde son yıllarda ön plana çıkan bir unsurdur. Mutfak kültürü, bulunduğu coğrafi ortamın özelliklerine göre şekillenen, toplumun gelenek ve görenekleri doğrultusunda yemek yeme alışkanlıklarını ve ritüellerini içinde barındıran bir oluşumdur. Bu çalışmada, Yalova'nın mutfak kültürünü şekillendiren önemli bir etnik topluluk olan Çerkez mutfağının tanıtılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada Yalova'da yaşayan Çerkezlerin beslenme kültürlerini tanıtmak, özel günlerde yapılan hazırlıklar, uygulamalar ve bunlara bağlı olarak oluşan mutfak kültürü tanıtılmaya çalışılacaktır. Çalışma, Yalova iline bağlı köylerden Soğucak ve Tefikiye (Çavuşköy) köyleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Yalova Çerkez mutfak kültürünü daha iyi yansıtmaları bakımından kaynak kişiler Yalova Çerkezlerinden seçilmiştir. Çalışma sonucunda, Çerkez mutfağında geleneksel yiyeceklerin yapımının devam ettiği, hamur işlerinin ağırlıkta olduğu bu kültürde sebze yemeklerinin düşük oranda yapıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çerkez, Çerkez mutfağı, mutfak kültürü.

Abstract

Cuisine culture has become a prominent factor to make destinations attractive in tourism in recent years. Cuisine culture is a formation which is shaped depending on the characteristics of the geographical location in which it is located and contains eating habits and rituals in the society in accordance with their customs and traditions. The purpose of this study is to introduce Circassian cuisine, which is based on an important ethnic community that has shaped the cuisine culture of Yalova. This study will try to introduce the nutrition cultures of the Circassians living in Yalova, their preparations and practices on special days and accordingly, their cuisine culture. The study was limited to Soğucak and Tefikiye (Cavuskoy) villages from Yalova province. Interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. The interviewed people were selected from the Circassians living in Yalova, because they would better reflect the Circassian cuisine culture in Yalova. As a result of the study, it was found that traditional foods have still been prepared in the Circassian cuisine and pastries are mostly preferred, but vegetable dishes are cooked to a lesser extent.

Key Words: Circassians, Circassians Cuisine, cuisine culture.

GİRİŞ

Türkiye, gastronomik değerler açısından zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu kültürün oluşmasında Türkiye'nin içinde barındırdığı farklı etnik grup ve toplulukların önemli katkıları vardır. Dünyanın farklı bölgelerinden çeşitli etnik gruplar tarihsel süreç içerisinde Türkiye'de değişik bölgelere göç etmişlerdir. Bu etnik gruplar içerisinde Çerkezler farklı mutfak kültürü özellikleri ile dikkat çekmektedir. Ancak, bu kültürün yeteri kadar özelliklerinin incelenmediği ve Türk mutfak kültürü ile benzeşen ve farklılaşan yönlerinin araştırılmadığı

* Öğr. Gör. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu, e-posta: evrimkaraca@subu.edu.tr.

† Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, e-posta: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr.

gözlenmektedir. Bu sorundan yola çıkılarak tasarlanan bu çalışmada Yalova'ya bağlı iki Çerkez köyünün mutfak kültürünün incelenmesi amaçlanmıştır.

Son yıllarda, gastronomi turizminde ulusal, bölgesel ve kişisel kimliklere sahip yöresel gıdalar ekonomik bir ürün haline getirilerek, aynı zamanda destinasyon imajını da geliştiren bir unsur olarak kullanılmaktadır (Bessière, 1998; Chang vd., 2010; Henderson, 2009). Bu durum ise yöresel ürünlerin daha fazla dikkate alınmasını sağlamaktadır. Türkiye'de ise yöresel mutfak değerleri yerine, fast-food ürünlere giderek daha fazla ilgi gösterilmektedir. Sosyo-kültürel, ekonomik ve teknolojik alandaki değişiklikler geçmişteki mutfak değerleri hakkında sınırlı bir bilgiye sahip genç kuşakların oluşmasına yol açmaktadır. Bu nedenle bölgelerin sahip olduğu yöresel ürünleri korumak ve sürdürülebilirliğini sağlamak ekonomi, turizm ve kültür açısından oldukça önemlidir. Konuyu gastronomi turizmi özelinde ele aldığımızda yerel ürünleri ve kültürel farklılıkları turizmde bir çekicilik unsuru olarak kullanmak mümkündür. Bölgelerin gastronomi değerleri başarılı bir şekilde turizmde bir ürün karmasına dâhil edilebildiğinde, turizmin sunduğu faydalardan bölgelere düşen payın gastronomi turizmi aracılığıyla artması söz konusu olacaktır (Yıldırım Saçılık vd., 2018: 301). Bu çalışmada, yöresel değerler açısından farklı niteliklere ve özelliklere sahip Çerkez mutfak kültürü incelenmiştir. Çalışma, Yalova ili Soğucak köyü ve Çavuşköy özelinde ele alınmıştır.

İlgili Literatür

1.Çerkezler

Çerkez kelimesi; farklı akademik yayınlarda ve halk dilinde Çerkes olarak bilinmesinin yanında, Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlüğünde (2019) Çerkez olarak geçmektedir. Bu çalışmada TDK sözlüğü ölçüt alınarak Çerkez olarak kullanılması tercih edilmiştir. Çerkezler, Kuzey Kafkasya halklarına verilen bir isimdir. Çerkez, Karadeniz'den Hazar Denizi'ne kadar olan Kuzey Kafkasya topraklarında yaşayan halkların ortak adıdır (Ersoy ve Kamacı, 1992: 15).

Kafkasya, genel olarak, Hazar Denizi ile Karadeniz arasında kalan bölgeye denir. Bu bölgede yaşayan yerli halklara ise, Kafkasyalı, Kafkaslı ve Çerkezler gibi isimler verilir. Kafkasya'nın jeo-politik ve stratejik konumunun önemi, değişik unsurların istilalarına maruz kalmasına yol açmıştır. Bu durum, örf ve adetlerine ve vatanlarına bağlılıklarıyla bilinen Kafkas halklarının kimliklerini, değerlerini koruma eğilimiyle, mücadeleci bir özellik sergilemelerine neden olmuştur. Kafkasyalıların bu varlık mücadeleleri, üç yüz yıla yakını Ruslarla olmak üzere, yaklaşık bin yıl sürmüş, neticede mağlup olan Çerkezler, Türkiye, Balkanlar, Suriye ve İsrail gibi ülkelere sürgün edilmişlerdir.

Çerkezlerin, Kafkasya'daki dini inançları kaynaştırıcı bir yapıdadır. Hıristiyanlık, Mecusilik ve Yahudilik dinlerinin sirayet etmeye çalıştıkları bu bölgede, 8.yüzyıldan itibaren İslamiyet etkinliğini hissettirerek, 17.yüzyıla kadar Kafkasya'nın tamamına hâkim olmuştur (Atasoy, 2014).

Kafkasya'da Çerkezler; Adige, Abhaz, İnguş, Oset, Çeçen, Dağıstanlı gibi birçok halktan oluşmaktadır (Uğurkan vd., 2017: 1821). Kuzey Kafkasya'nın otokton haklarından olan Çerkezler, tarihsel olarak Kafkas halkları ile Çarlık Rusya arasında geçen savaş neticesinde 1864 yılında toplu olarak ana yurtlarından Anadolu'nun değişik bölgelerine sürülmüş olan bir toplumdur (Aslan, 2005: 10).

Çerkezler, ilk dönemler birlikte yaşamak durumunda oldukları Türk ve diğer toplumlarla iletişim sorunları yaşamalarına rağmen, kimliklerini, Adıge-Habze, Şhapze gibi isimler verdikleri yazılı olmayan kanunlarını muhafaza ederek beraber yaşama kültürünü geliştirmeye çalışmaktadırlar (Atasoy, 2014).

Günümüzde Türkiye'nin farklı bölgelerinde Çerkezler bulunmakta ve gerek kültürlerini gerekse mutfak kültürlerini koruyarak varlıklarını sürdürmektedirler.

1.1. Çerkezlerin Yemek Kültürü

Çerkezlerde bugün hala sürdürülen "*ev sahibi misafirin hizmetkârıdır*" sözü yaygındır (Jaimokhua, 2004: 3). Çerkezlerde mutfak kültürü oldukça gelişmiş ve zengin bir özelliğe sahiptir. Türkiye Çerkezlerinin damak zevklerinin yaşadıkları bölgelere göre değişiklik gösterdiği söylenebilir (Atasoy, 2014: 41). Çerkez mutfağı; aynı özelliklere sahip olmasından dolayı Adıge, Abhas, Cecen, İnguş, Oset, Karacay, Balkar, Dağıstan mutfaklarının birleşiminden oluşmuştur.

Çerkez mutfağının 1000'den fazla yemek çeşidi olduğu bilinmesine rağmen, son zamanlarda bir kısmı unutulmuştur (Özgen, 2015: 413). Yemek yapımında kullanılan ana ürünler arasında kırmızıbiber ve rendelenmiş veya dövülmüş sarımsak yer alır. Bunların dışında sebze, soğan, sarımsak, tatlı kırmızıbiber, karabiber, maydanoz, kişniş, kekik ve dereotu gibi çok sayıda çeşni kullanılır (Jaimokhua, 2004: 3).

Geleneksel olarak Çerkez mutfağında et ve et ürünleri daha hafif yöntemler olan haşlama, kurutma, fırında pişirme vb. tekniklerle yapılmaktadır. Haşlanmış, kurutulmuş, fırında pişirilmiş et ürünleri Çerkezlerin sevdiği ve tercih ettiği ürünlerdendir (Aslan vd., 2005: 29; Yılmaz, 2017: 545). Bağırsak dolması, nekul, corume, kurutulmuş bağırsak sevilmektedir. Kafkasya'nın balansı (Bje), balı (bjeşovu) ve bal şerbeti meşhur olup, büyük bal arısı anlamında bir Çerkez boyuna "Bjeduğ" denildiği bilinmektedir. Esas olarak Kafkasya'da çok özel bal arıları bulunmaktadır. Bal sade olarak ve yemeklere katılarak tüketilebilmektedir (İlhan, 2018: 69). Önemli gruplardan biri olan Adıge mutfağında ise yemekler ağırlıklı olarak tereyağı ile hazırlanır. Sadece tatlılar bitkisel yağ kullanılarak yapılır. Yemekler genellikle "sarımsak tuzu" (sarımsak ile rendelenmiş tuz) ve kişniş ile servis edilir (Jaimoukha, 2004: 47). Bal, mısır veya buğday ekmeği ile ve tek başına tüketilebilen bir üründür. Abhazlar, balı sütlaca ve yoğurda kattıkları gibi helva yapımında da kullanırlar. Balın içkisini de yaparlar (Ersoy ve Kamacı, 1992: 139). Abhazlar ulusal ekmekleri olan mısırdan yapılan "abısta" yerler. Bu ekmekle birlikte yoğurt, peynir, et yemekleri, tavuk, balık, tuzlanmış yiyecekler ve çeşitli turşular Abhaz sofrasında yer alır (Ersoy ve Kamacı, 1992: 138). Bal şerbeti Kafkasya'da en çok tercih edilen içeceklerden bir tanesidir. Unlu gıdalar ve hamur işleri Çerkez mutfağında önemli bir yere sahip olup, mısır, arpa, çavdar ve darı da kullanılmaktadır (İlhan, 2018: 69). Mısır ve buğday unundan yapılmış ekmek, açac, haluj, açaharj, açamçımıta, akoakar, akhoaj, heva vb. yiyecekler Abhaz sofrasının önemli ürünleri arasındadır (Ersoy ve Kamacı, 1992: 138-139). Süt ve süt ürünleri, yoğurt, tereyağı, peynir, kaymak, Çerkez peyniri, qundusıv ağırlıklı olarak tüketilen ürünlerdendir. Kafkas halkı genel olarak yemeklerde tuz kullanmamakta olup, Adıgeler, özellikle tavuk yemeklerinde "Çetiğın"ı, tuz yerine kendi yaptıkları "Şibjiyuğu" kullanırlar. Abazalar da "Acuka" kullanırlar (İlhan, 2018: 69). Abhazlar, konuklarına et ürünleri sunarlar. Et haşlanarak ve kızartılarak yenir.

Tavuk eti de kırmızı et gibi önemlidir (Ersoy ve Kamacı, 1992: 139). Fırından ekmek çıkarıldıktan sonra, kurutulmak için, mısır buğday gibi tahıllar konulur. Bu şekilde ekmek ve yemekleri daha leziz hale gelmektedir. Çerkez mutfağında başta ceviz olmak üzere fındık ve badem gibi kuruyemişlerin kullanımı oldukça yaygındır. Yemeklerde mısır unu oldukça fazla kullanılmaktadır. Sebze yemekleri fazla tüketilmemesine karşın patates ve kabak en çok kullanılan sebzeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Çerkez kültüründe ev içerisinde sebze tüketimi görülürken misafirlere et ürünleri sunulmaktadır. Meyveler taze ve kurutulmuş olarak tüketilir (İlhan, 2018: 69).

Çerkez mutfağında dikkat çeken diğer bir özellik ise; farklı bölgelerde aynı ürünlerin geleneksel yemek dilleri içerisinde ifade edilmesidir. Örneğin; “Adıgeler’deki Şipsi, Abhaslarda “Acıka”, Karaçaylar’da “Hıçın”, Azerilerde “Kavurma” gibi isimlerle ifade edilen yemek genel olarak aynı yemektir. Çerkeş’lerde, 12 çeşit Şipsi, 12 çeşit Libje, 12 Çeşit Çerkeş Tavuğu bulunmaktadır. Çerkeş aşuresi en az 12 çeşit malzemeden yapılmakta olup, Çerkeş tuzuna en az 12 çeşit baharat katılmaktadır (Yılmaz, 2017: 545).

Çerkez mutfağında ekmek ve sebzeler çok fazla tercih edilmemektedir. Bunların yerine haşlanmış bakliyalardan yapılan yemekler tercih edilmekte olup, etli yemekler açısından da zenginlik söz konusudur. Kalmuk çayı ve alkolsüz içecekler tercih edilir. Süt ve kışık yoğurt, Çerkez peyniri ve kefir gibi süt ürünleri de bu mutfakta önemli bir yer tutar (Aslan vd., 2005: 29). Sofrada “İzabelle” üzümünden yapılan şarap da yer alır. Ayran, bal suyu, üzüm suyu, limonata, maden suları da balıca içecek türlerindedir (Ersoy ve Kamacı, 1992: 139).

Çerkez mutfakının en belirli özelliği ölçülü tüketime dayanmasıdır. Hiçbir gıdanın zıyan edilmemesine dikkat edildiği Çerkez mutfağında ilginç ve farklı yemek tarifleri ortaya çıkmıştır. Kendine özgü pişirme usul ve teknikleri geçmişten günümüze kullanılmaktadır (Boran Art, 2017: 2).

Çerkez Tavuğu, Çerkez peyniri gibi, Çerkez adı belirtilerek ünlenen yemekler farklı toplumlar tarafından da bilinen ünlü yemeklerdendir (Atasoy, 2014: 41). Haluj Kuzey Kafkasya'nın en çok tüketilen hamur işidir (“Çerkez mutfağı”, Turkcewiki.org”, t.y.) Ahoja, Haluj adına geceler düzenlenen özel bir yiyecektir. Bu etkinliklere “Haluj Geceleri” denir. Dernek ve vakıflar aracılığıyla düzenlenen bu faaliyetlere bütün Çerkezler katılmaya özen gösterirler. Bu yiyecekler evlerde hazırlanır. Çeşitli eğlencelerden sonra misafirlere ikram edilir (Atasoy, 2014: 41).

Mutfaklar, geleneksel Çerkez evlerinde evin sağında ve genelde dışarıda olur. Yemekleri pişirmek için odun ateşi kullanılır. Yemekler, “çöven” adındaki yuvarlak gövdesi olan her iki tarafında kulpu bulunan bakır kaplarda pişirilir. Bu bakır kaplardaki yemeği pişirme ısısına göre yukarıdan ayarlanabilecek zincirlere asılmaktadır. Ateşin hemen üstünde tel ızgaralar vardır. Genelde peynirler ve etlerin ateş söndürüldükten sonraki kalan dumanla tütsülemeleri de bu ocaklarda yapılmaktadır (Boran Art, 2017: 5).

Literatür incelendiğinde Çerkez kültürünü inceleyen çalışmaların sınırlı sayıda da olduğu ifade edilebilir. Çerkez kültüründe aile yaşam tarzını inceleyen Bayram (2019) yüksek lisans tez çalışmasında Kayseri Uzunyayla’da yaşayan Adige ailelerinin bireysel ve toplumsal ilişkilerini incelemiştir. Çalışmada incelenen

Çerkez ailelerinin mutfak kültürlerine de yer verilmiştir. Burada mutfağın Uzunyayla Çerkezlerinin günlük yaşamlarındaki yerinden ve genel özelliklerinden bahsedilmiştir. Çalışmada incelemeye alınan bölgede yemek kültürüne ait herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır.

İlhan ve Mesci (2018) çalışmalarında Çerkez mutfağına ait yemekler sunan restoranlarda bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmadan en çok tercih edilen Çerkez yemeklerinin Haluj, Abista, Abaza peyniri, Velibah, Aktisizbal, Ahulçapa ve Açaç olduğu tespit edilmiştir.

Çerkez mutfak kültürüne yönelik bir diğer çalışma ise Acar ve Karaosmanoğlu'na (2019) aittir. Bu çalışmada yazarlar, Düzce ilinde, Çerkez mutfağını ve kültürünü deneyimlemeye yönelik bir tur önerisi geliştirmişlerdir. Çalışmada Çerkez yemeklerini tanıtıcı bilgilere yer verildikten sonra, Düzce ilinde gerçekleştirilecek bir tur programı sunulmuştur.

Çerkezler ile ilgili bir diğer çalışma ise Türker ve Aksu (2017)'ya aittir. Bu çalışmada Düzce ilinde restoran işletmelerinin menülerinde sunulan en az bir Çerkez yemeği olduğunu tespit etmişlerdir.

Bunların dışında Yalova ilinin yemek kültürünü inceleyen çalışma sayısının yok denecek kadar az olduğu dikkat çekmektedir. Sadece Güçlü Nergiz (2019), Marmara Bölgesi'nin mutfak kültürünü ele aldığı çalışmada Yalova iline ait yemek özelliklerini ve çeşitlerini incelemiştir. Bölge mutfağı içerisinde Yalova iline de yer verilmiştir.

Yalova ve Çerkez mutfak kültürünü inceleyen bu çalışmalardan da anlaşılacağı üzere, özel olarak Yalova Çerkez kültürünü inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Buradan hareket ederek hedeflenen bu çalışma Yalova ili Çerkezlerinin mutfak kültürünü ele almayı hedeflemiştir. Çalışmanın literatüre bu yönde katkı sunacağı düşünülmektedir.

2. Yalova Çerkez Köyleri

Kafkasya'dan göç eden Çerkezlerin bir kısmı Bursa İnegöl'e bir kısmı da Yalova ili civarındaki köylere yerleşmişlerdir. Yalova'ya bağlı Çerkez köyleri; Karadere, Soğucak, Çavuş, Tefikiye, Örencik, Aktoprak ve Fevziye'dir. Çerkez, Şapsığ, Bejeduğ, Adıge, Abhaz gibi soyların adları ile anılan aileler yaşamaktadır (Kaplanoğlu ve Kaplanoğlu, 2013: 131-149). Yalova Çerkez nüfusun yaşadığı köylerin sayıca fazla olduğu ifade edilebilir. Çalışmada, bu köylerden zaman ve maliyet unsurları nedeni ile sadece iki Çerkez köyü incelemeye alınmıştır.

2.1. Çavuş Köyü

Yalova ili Altınova ilçesine bağlı Çavuş Köyü, 93 Harbi olarak bilinen 1877-78 Osmanlı-Rus savaşı sonrası Osmanlıya göçe zorlanan Çerkezler tarafından yerleşim yeri haline gelmiştir. Köyün geçim kaynakları, tarım ve hayvancılıktır (<http://www.altinova.gov.tr>). İzmit-Yalova yolu üzerinde yüksek tepeler arasında doğasıyla zengin, Çerkez geleneklerini ve yemek kültürünü geçmişten günümüze kadar devam ettiren bir köydür.

2.2. Soğucak Köyü

Kafkasya’da bulunan Soğucak adlı bir yerleşim yerinden 1864 yılında gelen göçmenler tarafından kurulmuş olan Soğucak Köyü, ilk etapta Paşaköy civarında, daha sonra da bugünkü yerleşim yerinde düzlük alanda kurulmuştur. Yalova merkeze 9 kilometre mesafede ve Yalova –Bursa karayolu üzerinden 1 kilometre iç kısımlarda yer alır (www.yalovagazetesi.com). Çerkezlerin kurduğu köyün geçim kaynağı tarım ve hayvancılıkla sağlanmaktadır.

Yöntem

1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada Çerkezlere ait mutfak kültürünü tanıtmak amaçlanmıştır. Araştırma, Çerkezlerle özdeşleşmiş yemekleri ve yemeklerde kullanılan özellikli ürünleri incelemek için Yalova’ya bağlı Çerkez köylerinden olan Çavuş Köy ve Soğucak Köyü’nde gerçekleştirilmiştir. Araştırma, nitel araştırma yöntemine göre tasarlanmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 39).

2. Veri Toplama Aracı

Nitel araştırma yöntemlerine göre yürütülen araştırmada veriler görüşme (mülakat) tekniğiyle toplanmıştır. Görüşme “en az iki kişi arasında sözlü olarak sürdürülen bir iletişim sürecidir (Büyüköztürk vd., 2019: 158). Görüşme, katılımcıya bir dizi açık uçlu soruların sorularak belirli bir konu üzerindeki düşünceleri hakkında bilginin toplanmasıdır (Kozak, 2015: 89).

Çalışmada kavramsal çerçeveyi oluşturmak ve görüşme sorularını nitelikli hazırlamak amacıyla kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Bu amaçla çalışmanın amacına yönelik üç genel alan (Çerkezlerin mutfaklarına ait özellikler, pişirme yöntemleri ve yemek türleri) belirlenmiştir. Katılımcıların sorulara verdikleri benzer cevaplar temel alınarak cevaplar; mutfağa ait özel ürünler, pişirme yöntemleri, çorbalar, ana yemekler ve hamur işleri şeklinde alt temalar altında toplanmış ve analiz edilmiştir.

Bu doğrultuda araştırmaya gönüllü katılmayı kabul eden Çavuşköy’den 4 kişi, Soğucak Köyü’nden 6 kişi olmak üzere 10 kişi ile 2019 yılı Ekim ayında mülakatlar yapılmıştır. Katılımcılardan gerekli izin alınmasına rağmen, çalışmada katılımcıların isimlerinin kullanılmamasına karar verilmiştir. Bu nedenle, çalışmada katılımcı 1, katılımcı 2, şeklinde belirtilmiştir. Katılımcılara demografik bilgileri dışında, günlük öğün sayısı, öğün için hazırlanan yiyecekler, özel günlerde (doğum, nişan, nikâh, düğün, asker uğurlama, cenaze vb.) hazırlanan yemekler ve yapılaş biçimleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri yemek tariflerine ilişkin alınan malzeme listeleri standart bir ölçü listesine göre yeniden yapılandırılarak düzenlenmiştir. Verilerin analiz edilmesinde özellikle Çerkez mutfağına ve Yalova iline özgü yemek türleri ve niteliklerine ilişkin bir envanter oluşturulması hedeflenmiştir.

Verilerin analiz edilmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz yönteminde veriler, araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 224). Analiz için ilk olarak bir çerçeve

oluşturulmuştur. Elde edilen çerçeveler arasında; mutfakta kullanılan özel ürünler, pişirme yöntemleri, yemek türleri (çorbalar, ana yemekler, hamur işleri) şeklinde ortaya çıkmıştır. Sonra, bu tematik çerçeveye göre veriler işlenmiştir. Bulgular tanımlanarak, yorumlanmıştır.

Bulgular

1. Yalova Çerkezlerinin Mutfakta Kullandıkları Özel Ürünler

Pırpılçık (Acıka): Kırmızı küçük biber, kaya tuzu, kişniş tohumu veya taze kişniş (Houben, akuska), sarımsak ile yapılmaktadır. Pırpılçık, tüm Çerkez yemeklerinde tuz yerine kullanılan bir nevi bol tuzlu salçadır. Çerkezlerde kış hazırlıkları arasında yer almakta ve cam kavanozlarda konserve haline getirilerek gerekli zamanlarda yemeklerde yardımcı malzeme olarak kullanılmaktadır (*Aktaran; Soğucak Köyü sakini katılımcı 1, yaş 65*).

Houben (Akuska, Kişniş Tohumu): Kurutulmuş kişniş tohumu Çerkez et, hamur işi yemeklerinde çokça kullanılan bir tür lezzet verici baharattır. Kişniş tohumu kurtulunca kendine özgü kokusu ve aromasından dolayı genelde et yemeklerinde kullanılmaktadır ve ayrıca fermente etme özelliği bulunduğu sucuk yapımında da kullanılan bir üründür (Aschl, 2010: 109).

Sarımsak: Sarımsak Çerkezler tarafından yapılan yemeklerde oldukça fazla kullanılan lezzet verici üründür.

Çerkez Peyniri: Süt kaynatılır ve peynir altı suyu yeşilimsi bir renk alır ve sonucunda teleme açığa çıkar. Pıhtı miktarı arttıktan sonra söğüt dalından yapılmış hasır sepetlere şekil alması ve pıhtının ara boşlukları olmaması için (sıkışması için) konur. Oluşan peynir ters yüz edilerek kayatuzu ile tuzlanır. Taze tüketildiği gibi birkaç gün bekletilir ve sonrasında köy kuzinesinde meşe ağacı tütsüsünde ızgara üzerinde uzun süre belli sıcaklıkta ters yüz edilerek kırık beyaz rengini alan peynir elde edilir (Onur ve Biber, 2016: 58).

Mısır Unu: Mısır ununu Çerkezler yemeklerinde sıklıkla kullanmaktadırlar. Özellikle etli yemeklerin yanında tüketilecek olan ekmek yapımında ve hamur işlerinin vazgeçilmezi durumundadır. Ayrıca bazı yemeklerin de yardımcı malzemesi olarak kullanılmaktadır (*Aktaran; Çavuş Köyü sakini katılımcı 2, yaş 54*).

Abısta (Çerkez Pastası): Mısır unundan yapılan ve bazı yemeklerin yanında kullanılan ekmek türüdür (*Aktaran; Soğucak Köyü sakini katılımcı 3, yaş 41*).

Şeteş'ou (Ekşi krema): Kaymak ve yoğurdun kaynatılmasıyla yapılan özellikle hamur işlerinde ve bazı yemeklerde ve kahvaltılarda tüketilmek üzere kullanılan Çerkez mutfağına özgü bir üründür (*Aktaran Çavuşköyü sakini katılımcı 4, yaş 55*).

Araşı (Ceviz Yağı): Ceviz içi, pırpılçık ve su karışımından elde edilen ceviz yağı, özellikle şipsi yemeğinde ve diğer yemeklerde sos olarak kullanılan bir üründür (*Aktaran; Çavuş Köyü sakini katılımcı 2, yaş, 54*).

T'hu (Tereyağı): Çerkez yemeklerinin birçoğunda vazgeçilmez olarak tereyağı kullanılmaktadır (Boran Art, 2017: 181).

2. Yalova Çerkez Mutfağında Pişirme Yöntemleri

Yalova Çavuşköy Köy ve Soğucak Köyü'nde Çerkez yemekleri pişirme yöntemlerinde genelde kızartma ve haşlama yöntemi kullanılmaktadır. Yağda kızartma ile pişirme yöntemi genelde hamur işi ürünlerin yapımında kullanılır. Hamurlu yemeklerde maya kullanılır.

3. Yemek Türleri

3.1. Çorbalar

E'guaw (Agova) Çorbası (Sütlü Hamur Çorbası) (Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 5, yaş, 65)

Malzemeler:

- 600 ml. süt
- 70 gr. un
- 2 diş sarımsak
- 4 gr. tuz
- Üzerine dökmek için tereyağlı, toz biberli sos

Yapılışı:

Bir kaba un konur, serpiştirerek unun süt konularak karıştırılır. Sütün hamur içerisinde topraklanması sağlanır, her bir topraklanan hamur parçası mercimek tanesinden daha büyük hale getirilerek, elenir. İşlem eldeki tüm un bitene kadar tekrarlanır.

Kalan sütün üzerine su ilave edilerek, ezilmiş sarımsaklar ve tuz eklenerek oluşturulan karışım kaynamaya bırakılır. Sonrasında hazırlanan hamur toprakları kaynayan karışımın içerisine atılarak 6-7 dakika kadar pişirilir. Üzerine tereyağ ve toz biberden oluşturulan sos dökülerek servis edilir.

Lepsi: (Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 6, yaş 43).

Malzemeler:

- 500 gr. kemiksiz kuzu eti
- 3 diş sarımsak
- 10 ml. sıvıyağ
- 3 gr. toz karabiber
- 8 gr. tuz
- 30 gr. kuru soğan

Yapılışı

Kemiksiz kuzu eti doğandıktan sonra sıvıyağda bir iki dakika kavrulur. Sonra üzerine 1,5 -2 litre kadar su ve sarımsaklar ilave edilerek, kaynatılır. Kısık ateşte 1 saat kaynatılan etler, karabiber ve tuz ilave edilerek 5-10 dakika dinlendirilir. Sonra içerisindeki parça etler alınarak başka yemeklerde kullanılmak üzere saklanır. Sadece et suyu olarak tüketilmesinin yanında etli haliyle de akşam yemeklerinde tüketilebilir.

3.2. Ana Yemekler

Şıpsı-Pasta (Çerkez Tavuk Yemeği)

(Aktaran; Çavuş Köyü sakini katılımcı 2, yaş 54)

Malzemeler:

- 1 adet köy tavuğu (ayıklanmış, temizlenmiş)
- 2 adet soğan
- 2 baş sarımsak
- 800 gr mısır unu (100 gr püre için geri kalan 900 gr Çerkez pastası için)
- 100 gr buğday unu
- 5 gr kişniş tohumu (Houben)
- 40 gr tereyağı
- 3 gr kırmızı toz biber
- 15 gr pırpılçık (Çerkez tuzu, Çerkez salçası)
- Zeytinyağı 10 ml

Not: Sos olarak tereyağı, pırpılçık ve toz biber kullanılması yerine özünde araşı kullanılabilir.

Yapılışı:

Tavuk iyice yıkandıktan sonra derisiyle birlikte pişirilir. Tencerede yarım çay bardağı zeytinyağında küçük doğranan soğanlar kavrulur ve Çerkez salçası ilave edilir. Tavuklar orta ateşte suyunu çekene kadar pişirilir. 6-7 diş sarımsak Çerkez tuzu ve kişnişle havanda dövülüp tavuklara ilave edilir. Ardından sıcak su ilave edilerek tavuklar iyice pişirilir. Tavuklar pişince bir kaba susuz bir şekilde konur. 7-8 diş sarımsak ezilir ve pırpılçık ile birlikte pişen tavukların her yerine sürülür. Tavukların piştiği salçalı suda şıpsı yapılır. Bunun için 100 gr mısır unu, 100 gr buğday unu karıştırılır. Topaklanmaması için biraz suyla, biraz da tenceredeki salçalı suyla sulandırılır. Bu karışım tencerede kaynamakta olan tavukların pişirildiği salçalı suya yavaş yavaş ilave edilir. Koyu boza kıvamında bir püre şeklinde pişirilir. Ardından şıpsı ile yenen mısır pastası yapılır. Bir orta boy tencereye yarısına kadar su konulur. İlyınca kalan 700 gr mısır unu azar azar ilave edilir ve karıştırılarak suyun aldığı kadar mısır unu, tuz ve tereyağı eklenerek, tencerede koyu muhallebi haline gelince altı kapatılır. Tabağa şıpsı sosu koyulup yanına da tavuğunu, bir kaşık da kenarına pastasından konularak da servis yapılır. Bir tavada 30 gr tereyağı eritip, kırmızıbiberi koyup altı kapatılır. Servis edilirken üzerine dökülür. Bu yemeğin bekletmeden sıcak tüketilmesi gerekir.

Şıpsı, genelde geçmişte düğün yemeği olarak yapılırken günümüzde özel tüm günlerde ve davetlerde yapılan Çerkez yemeğidir. Çerkez geleneklerinde sofrada oturma düzeni yaş grubuna göre kurulur ve sofranın merkezinde en yaşlı ve itibarlı kişi oturur. Şıpsı yemeğinde tavuğun but bölümü misafirler içinde en yaşlı kişiye verilir. Bu kendisine duyulan saygıyı ifade etmek için yapılan bir gelenektir (Kalafat, 1997: 27).

Nakuüt Jorma (İşkembe Sucuğu)

(Aktaran Çavuşköy sakini katılımcı 7, yaş 55)

Malzemeler:

- 1 kg işkembe
- 1 kg kıyma eti
- 500 gr iç yağ

- 5-6 baş sarımsak
- Houben (kişniş tohumu)
- Temizlenmiş koyun bağırsağı

Yapılışı:

İşkembe iyice temizlenir ve küçük küçük doğranır. İçine kıyma eti ve iç yağ ilave edilir. Ardından içine ezilmiş bol sarımsak, houben (kişniş) harmanlanır ve tercihen koyun bağırsağına doldurulur. Daha sonra mutfak ipi ile ağız kısımları sıkıca bağlanarak kuzinelerde, kuru ısıda (çok az ateşte uzun sürede) kurutularak pişirilir. Nakuüt Jorma kış hazırlığı olarak yapılırdı. Tüketilmesi sırasında sucuk gibi kesilir ve tüketilir.

Agudırışı (Barbunya Yemeği):

(Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 8, yaş 62)

Malzemeler:

- 500 gr. barbunya
- 2 lt. su
- 120 gr. kuru soğan
- 3-4 diş sarımsak
- 12 gr. acıka
- 5 gr. pul biber
- 3 gr. toz karabiber
- 3-4 tane taze soğan
- 4-5 dal taze kişniş
- 15 ml. zeytinyağı
- 5 gr. şeker

Yapılışı:

Akşamdan ıslatılmış olan barbunyalar süzülerek, şeker ilave edilmiş su ile 60 dk yumuşayana kadar haşlanır. İnce doğranmış soğan ve sarımsaklar yağda pembeleşinceye kadar kavurular, üzerine acıka, pul biber ve karabiber eklenerek birkaç dakika birlikte çevrilir. Ortaya çıkan karışıma barbunyalar ilave edilerek, tencere kapağı yarım kapatılarak barbunyalar pişinceye kadar yaklaşık 45 dk pişirilir. Üzerine ince doğranmış taze kişniş, taze soğan eklenerek karıştırılır.

Agutçapa (Cevizli Taze Fasulye)

(Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 9, yaş 65)

Malzemeler:

- 500 gr. taze yeşil fasulye
- 140 gr. ceviz içi
- 140 gr. abısta
- 4-5 adet taze soğan
- 2-3 diş sarımsak
- Ceviz yağı
- 12 gr. Acıka

Yapılışı:

Tencerede kaynatılmış suyun içerisinde ayıklanarak yıkanmış taze fasulyeler atılarak, 20-25 dakika yumuşayana kadar haşlanır. Suyu süzülerek, fasulyeler ince ince doğranır. Ayıklanmış ve çekilmiş cevizlere abısta ilave edilerek, tekrar çekilir. Oluşan karışım fasulyelere eklenir. Üzerine acıka ve dövülmüş sarımsak eklenerek, iyice karıştırılır. Üzerine taze soğan ve ceviz yağı dökülerek, servis yapılır.

Ahul Çapa Cevizli Karalahana

(Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 5, yaş 65)

- Karalahana turşusu
- 12 gr. acıka
- 140 gr. ceviz içi
- 140 gr. abısta
- 4-5 taze soğan
- 2 diş sarımsak
- Ceviz yağı

Yapılışı:

Yeni kurulmuş 4-5 günlük karalahana turşusu süzülerek, ince ince doğranır. Ayıklanmış ve çekilmiş cevizlere abısta ilave edilerek, tekrar çekilir. Oluşan karışım fasulyelere eklenir. Üzerine acıka ve dövülmüş sarımsak eklenerek, iyice yoğrulur. Üzerine taze soğan ve ceviz yağı dökülerek, servis yapılır. Ayrıca evde lahana turşusu yoksa 1 limon suyuyla lahanalar iyice haşlanarak da hazırlanabilmektedir. İsteğe göre süzme yoğurt eklenerek de tüketilebilmektedir.

Geşigün (Fasulye Ezmesi)

(Aktaran Çavuşköy sakini katılımcı 7, yaş 55)

Malzemeler:

- 100 gr. fasulye
- 30 gr. kuru soğan
- 3 diş sarımsak
- 3 gr. kişniş
- 3 gr. pul biber
- 3 gr. toz biber
- 3 gr. toz karabiber
- 10 ml. sıvı yağ
- 10 gr. biber salçası
- 6 gr. şeker
- 3 tane taze soğan
- 2-3 dal taze kişniş
- 5 gr. tuz

Yapılışı:

Akşamdan ıslatılan fasulyeye şeker ilave edilerek, üzerini kaplayacak kadar su konularak 60 dk haşlanır. Yumuşayan fasulyelerin suyu süzülerek, bir çatal yardımıyla ezilir. Üzerine fasulyelerin haşlandığı sudan 200 ml eklenerek

karıştırılır. Soğanlar ve sarımsaklar ince ince doğranarak, yağda pembeleşinceye kadar kavrulur. İçerisine salça, pul biber, toz biber ve kişniş ilave edilerek, fasulyeler 10 dk karıştırılarak pişirilir. Üzerine taze soğan ve tuz ilave edilerek, ateşten alınır. Kişniş yaprağı ve taze soğanla süslenerek servis edilir.

Gınnış:

(Aktaran Çavuşköy sakini katılımcı 10, yaş 51)

Malzemeler:

- 5 tane piliç but
- 5 gr. tuz
- 1 lt. su

Hamuru İçin:

- 350 gr. un,
- 200 ml. ılık su
- 8 gr. tuz

Sosu İçin:

- 25 gr. tereyağı,
- 5 gr. toz biber.

Yapılışı:

Bir tencereye butlar, su ve tuz ilave edilerek kaynamaya bırakılır. Butlar iyice piştikten sonra soğuması için bekletilir. Soğuyan butlar didiklenir.

Hamurunun hazırlanması için ayrı bir yerde hamur malzemeleri harmanlanarak yoğrulur ve sert bir hamur elde edilir. Tek bezeden oluşan hamur oklava yardımıyla açılır ve 2-3 cm uzunluğunda şeritler kesilir. Kesilen hamurlar butların haşlandığı suda 10. dk pişirilir.

Yuvarlak geniş düz servis kabına kevgir yardımıyla hamurlar alınır. Üzerine didiklenen tavuklar eklenir. Haşlama piliç suyuna sarımsaklar dövülerek içerisine atılır ve yuvarlak bir kaseye bu su alınarak servis kabının ortasına yerleştirilir. Ayrı bir tavada tereyağ kızartılarak içerisinde toz biber ilave edilerek sos hazırlanır. Hazırlanan sos gınnışın üzerine dökülerek tüketilir.

3.3. Hamur İşleri

Şelame Haluj (Düğün Pişisi)

(Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 8, yaş 62).

Malzemeler:

- 280 gr. un
- 110 ml. süt
- İç harç için yeteri kadar ufalanmış Çerkez peyniri
- Kızartılması için sıvıyağ

Yapılışı:

Yoğurma kabına un, tuz konur, süt yavaş yavaş ilave edilerek karıştırılarak sert bir hamur elde edilir. Yaklaşık yarım saat dinlendirilir. Dinlenen hamur bezelere ayrılır. Oklava yardımıyla 15-16 cm çapında yuvarlak hamur açılır, içerisinde ufalanmış Çerkez peyniri konularak yarım daire şeklinde kapatılır. Kızgın yağda kızartılarak sıcak servis yapılır. Genelde düğünlerde, asker uğurlamasında ve bayramlaşma gibi etkinliklerde misafirlere ikram edilir.

Ape Yeşek:

(Aktaran Soğucak Köyü sakini katılımcı 9, yaş 65)

Hamuru İçin:

- 4 adet yumurta
- 400 ml. süt
- 15 gr. tereyağı
- 1 fiske tuz
- Kızartma yağı
- Alabildiği kadar un

Şerbeti İçin:

- 400 ml. su
- 200 gr. şeker
- 1 çorba kaşığı bal

Yapılışı:

Hamur malzemeleri yoğurma kabına konularak sert bir hamur elde edilir ve 30 dk dinlendirilmeye bırakılır. Hamur üç bezeye ayrılır, her beze nişasta yardımıyla oklavayla açılır. Zarf şeklinde katlanarak, ince şerit şeklinde kesilir. Üzerlerine yapışmamaları için nişasta serpilir ve bu şeritler kızgın yağda kızartılır. Daha sonra servis kabına alınan kızarmış hamurların üzerine soğuk şerbet dökülür, üzerlerine Antep fıstığı gibi kuruyemişlerle süslenerek servis edilir. Şerbetin hazırlanmasında kaynayan su ve şekerin içine limon eklenir. Kaynadıktan sonra bal ilave edilerek 1-2 dk. daha kaynatılıp soğumaya bırakılır.

Sonuç ve Tartışma

Gastronomi turizminde yöresel ürünler, destinasyon imajının gelişmesinde önemli bir unsurdur. Bir destinasyonda öne çıkarılabilecek yöresel ürünlerin veya yöresel özelliklerin var olması o destinasyona değer katan bir nitelik haline getirilebilir. Bir kentin mutfak kültüründe sahip olduğu yöresel ürünler, bu ürünlerin sürdürülebilirliğini sağlamaya da katkıda bulunacaktır.

Chhoe ve Kim (2018: 2) başka bir kültürden yemek tüketimi deneyiminin epistemolojik bir değeri olduğunu ifade etmiştir. Araştırmacılar, farklı kültürle ait yemeklerin tadımının, yeni bir deneyim; bu deneyimin bilgiyi ve kültürel sermayeyi genişletmenin bir aracı olduğunu savunduğlarını savunmuşlardır.

Mutfak kültürü ve yemekler, somut olmayan kültürel miras unsurlarından biri kabul edilmektedir (Öter ve Ünal, 2017: 231). Bu değerlerin gelecek nesillere aktarılabilmesi için aslına uygun biçimde kayıtlara geçirilebilmesi önem arz

etmektedir. Yemek kültürü açısından zengin bir kültüre sahip bir topluluk olan Çerkezler, Türkiye'nin çeşitli yerleşim bölgelerine Kafkasya'dan göç etmiş önemli bir etnik kökendir. Çerkezlerin kendine özgü bir mutfak kültürleri vardır ve bu kültürü geçmişten günümüze koruyarak getirmişlerdir. Bu çalışmada Çerkezlerin mutfak kültürlerini tanıtmak amacıyla, Yalova'da bulunan Soğucak ve Çavuşköy sakinleri ile görüşme yapılmıştır. Yalova Çerkezlerinin mutfak kültüründe yer alan; mutfaklarında kullanılan özel ürünler ve yemekleri hakkında bilgiler edinilmiştir. Yalova Çerkezlerinin beslenme kültürleri ve bu kültüre ait mutfak özelliklerinin ortaya konularak, gelecek kuşaklara aktarılması amaçlanmıştır. Araştırma Yalova ili Soğucak ve Çavuş Köy örneğinde ele alınmıştır. Görüşmeler katılımcıların yaşadığı doğal ortamında, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonucunda; Çerkezlerin mutfaklarının kullandıkları özel ürünler ile Türk mutfağına önemli katkılar sağladıkları görülmüştür. Kullanılan özellikli ürünlerin başında; acıka, ceviz yağı, abısta, sarımsak, kişniş, ekşi krema ve Çerkez peynirinin olduğu saptanmıştır. İlhan ve Mesci (2017) çalışmasında da Çerkez restoranlarında en çok tercih edilen ürünler arasında haluj ve abısta olduğu tespit edilmiştir. Sakarya, Ankara, Kayseri, Düzce, Antakya ve İstanbul'da bulunan Çerkez restoranlarında yer alan ve da misafirlerin en çok tercih ettiği ürünler ile Yalova Çerkezlerinin ürünlerinin benzerlikler gösterdiği ifade edilebilir.

Çerkez mutfak kültüründe; hamur işlerinin ve hamurlarla yapılan yemeklerin ön planda olduğu, sebzeden yapılan yemeklere daha az yer verildiği, aynı zamanda yemeklerde bakliyat kullanımının yaygın olduğu görülmüştür. Bu çalışmada Çerkez mutfağına ait bilgiler Yalova'da bulunan Çavuşköy ve Soğucak köyü sakinlerinden elde edilen bilgilerle sınırlıdır. Çünkü Yalova'da bulunan diğer Çerkez köyleriyle iletişim sağlanamamıştır. Benzer kültürel özellikler bu köyler için de geçerli olup, Çerkez mutfağına ilişkin önemli tanıtım eksiklikleri gözlenmiştir. Bu araştırmadan ulaşılan Çerkez mutfağına ilişkin bilgiler Türkiye'de bulunan Çerkezlerin mutfak kültürü hakkında fikir verici olup, genelleme sunmamaktadır. Bunun için Türkiye'nin başka bölgelerine göç etmiş Çerkezler üzerinde daha geniş çaplı araştırmalar yapılarak, Çerkez mutfak kültürüne ilişkin daha genel bilgilere ulaşılabılır.

Görüşme Gerçekleştirilen Kaynak Kişi Listesi:

Soğucak Köyü sakini, katılımcı 1, 65 yaşında.

Çavuş Köyü sakini, katılımcı 2, 54 yaşında.

Soğucak Köyü sakini, katılımcı 3, 41 yaşında.

Çavuş Köyü sakini, katılımcı 4, 55 yaşında

Soğucak Köyü sakini, katılımcı 5, 65 yaşında.

Soğucak Köyü sakini, katılımcı 6, 43 yaşında.

Çavuş Köyü sakini, sakini, katılımcı 7, 55 yaşında.

Soğucak Köyü sakini, katılımcı 8, 62 yaşında.

Soğucak Köyü sakini, katılımcı 9, 65 yaşında

Çavuş Köy sakini, sakini, katılımcı 10, 51 yaşında.

Kaynakça

- Altınova Kaymakamlığı, (2019), <http://www.altinova.gov.tr> (15 Aralık 2019).
- Acar, V. ve Karaosmanoğlu, K. (2019), Çerkes Mutfak Kültürünü Deneyimlemeye Yönelik Bir Tur Önerisi: Düzce İli Örneği, *International Journal of Contemporary Tourism Research* 2, s. 177 – 197.
- Aschl, M. (2011), *Baharat ve Otlarla Şifalı Yemek Tarifleri*,. (Çev. B. Karakoç Çobanoğlu), İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- Aslan, C., Devrim, C., Huvaj, F., Paşu, M., Karaerkek, N., Özbay, Ö., Dağıstan, S. (2005), *Biz Çerkezler*, Ankara: Kafkas Dernekleri Federasyonu Yayınları.
- Aslan, C. (2005), *Doğu Akdeniz'deki Çerkezler*, Adana: Adana Kafkas Kültür Deneği Yayınları.
- Atasoy, İ. (2014), Türkiye Çerkezlerinin Siyasi Tarihi ve Sosyo-Kültürel Yapısı, *Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bayram, A. (2019), Çerkezlerde Aile Yaşam Tarzı (Çerkezlerin Aile İçi ve Aileler Arası İlişkileri), *Yüksek Lisans Tezi*, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Bessière, J., (1998), Local Development and Heritage: and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas, *Sociologia. Ruralis* 38 (1), s. 21–34.
- Boran Art. (2017), *Çerkez Kızından Tarifler*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2019), *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem.
- Chang, R.C.Y., Kivela, J., Mak, A.H.N. (2010), Food Preferences of Chinese Tourists. *Annals of Tourism Research*, 37 (4), s. 989–1011.
- Choe, J. Y. ve Kim, S. S. (2018), Effects of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitude, Food Destination Image, and Behavioral Intention, *International Journal of Hospitality Management*, 71, s. 1-10.
- Çerkez mutfağı—Turkcewiki.org. (t.y.).
http://www.turkcewiki.org/wiki/%C3%87erkes_mutf%C4%9F%C4%B1
(27 Aralık 2019).
- Ersoy, H. ve Kamacı, A. (1992), *Çerkes Tarihi*, İstanbul: Karınca Yayın Dağıtım.
- Güçlü Nergiz, H. (2019), Marmara Bölgesi Mutfağı. İçinde M. Sarıışık ve G. Özbay (Editörler). *Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı: Tarihçe, Hammadde, Rütüeller, Özgün Yemekler ve Reçeteler*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1. Basım, (ss.555-633).
- Henderson, J.C. (2009), Food Tourism Reviewed, *British Food Journal*, 111 (4), s. 317–326.

- İlhan, R. ve Mesci, M. (2018), Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Çerkez Mutfağının İncelenmesi, *ÇOMÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2),s. 293-315.
- Jaimokhua, A. (2004), *Circassian Cuisine*, Sanjalay Press Amman-Jordan
- Kalafat, Y. (1997), Anadolu Türk Halk Sufizminde Çerkezler, *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 109.
- Kaplanoğlu, R. ve Kaplanoğlu, O. (2013), *Bursa'nın Göç Tarihi*, Yılmaz Akkılıç Bursa Araştırmaları Tarihi Ödülü, Nilüfer Belediyesi.
- Kozak, M. (2015), *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Onur, B., B. Biber ve N. A. (2016), *Peynir Aşkına*, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öter, Z. ve Ünal, E. (2017), Somut Olmayan Kültürel Miras ve Turizm Etkileşiminin Beypazarı İlçesinde Yerel Ekonomiye Etkileri, 8. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Ankara, s. 229-246.
- Özgen, N. (2015), Demographic Development and Some Cultural Characteristics of Anatolian Circassians, *İçinde Turkey at the Beginning of 21st Century Past and Present* (Ed. R. Efe, M. Ayışığı, Ö. Düzbakar, M. Arslan), Sofya: St. Kliment Ohridski University Press, ss. 394 -422.
- TDK (2019), Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> (15 Aralık 2019).
- Türker, N. ve Aksu, S. (2017), Çerkes Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Düzce İli Örneği (127-139), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* (Edt: D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlan ve G.K. Girgin), Detay Yayıncılık: Ankara
- Uğurkan, E., Üzümcü, T. ve Alyakut, Ö. (2017), Kocaeli ve Çevresindeki Muhacirlerin Kent Gastronomisine Yapmış Olduğu Katkılar (C. 3, ss. 1821-1835), *Uluslararası Çoban Mustafa Paşa ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu-IV*, Kocaeli.
- www.yalovagazetesi.com. (15 Aralık 2019).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım Saçılık, M., Çevik, S. ve Topbaş, A. (2018), Geçmişin Mutfağından Gelecekteki Sofralara: Bandırma-Erdek Yöresinin Gastronomik Mirası, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), s.300-319.
- Yılmaz, K. (2017), *Çerkez Mutfak Kültürü*, Ankara: Tunç Yayıncılık.

İhracat Performansının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile Değerlendirilmesi: Orta Asya Ülkeleri Örneği

Güçgeldi BASHIMOV*

Özet

Rekabet gücü, uluslararası ticaret literatüründe son yıllarda sıklıkla kullanılan çok boyutlu bir kavramdır. Günümüzde ülkelerin yoğun bir rekabet içerisinde buldukları söylenebilir. Bu çalışmada, Orta Asya ülkelerinin ihracat rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi ile ölçülmektedir. Analiz aşamasında 2008-2018 dönemine ait Uluslararası Ticaret Merkezi'nin ihracat verileri kullanılmıştır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksine göre Orta Asya ülkelerinin daha çok mineral yakıtlar, tarımsal ürünler, tekstil ve hazır giyim ürünleri, kimya sanayii ürünleri ile maden ürünlerinde rekabet gücüne sahip olduğu görülmüştür. Özellikle mineral yakıtlar ile maden ürünlerinde rekabet düzeyinin oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Orta Asya ülkelerinin küresel ticaretteki rekabet gücünün artırılması için ihracatta mal bazında çeşitlendirmeye daha çok önem verilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Orta Asya, Rekabet Gücü

The Evaluation of Export Performance by Using Revealed Comparative Advantages Method: Case Study of Central Asian Countries

Abstract

Competitiveness is a multi-dimensional concept which is used frequently in recent years in the international trade literature. Today, it is possible to say that countries are in an intense competition. In this study, it is aimed to determine the competitive power of Central Asian countries by using Revealed Comparative Advantage index. The study used International Trade Centre statistical data for the period 2008-2018. According to Revealed Comparative Advantage index it has been found that the Central Asian countries have competitive power in fuel oils, agricultural products, textile and garment products, chemical products and mineral commodities. Especially the competitive level is high in fuel oils and mineral commodities. To improve the competitiveness of Central Asian countries in the global trade should pay attention to the diversification in export.

Keywords: Foreign Trade, Central Asia, Competitive Power

Giriş

Küreselleşmenin etkisi ile dünya ekonomisinde yaşanan ekonomik, teknolojik ve politik değişimler ülkelerin rekabet gücünde değişimlere yol açmaktadır. Ülkeler rekabet gücü kazanmak, bu gücü koruyup geliştirmek için her geçen gün daha yoğun çaba sarf etmektedirler. En gelişmiş ülkeler bile dünya ekonomisinden daha çok pay alabilmek, nüfusun refah seviyesini yükseltebilmek

* Dr. İşletme Bilim Uzmanı. e-posta: guyc55@gmail.com

ve ekonomik büyümelerini hızlandırmak için tüm sektörlerde rekabet güçlerini daha da artırmanın yollarını aramaktadırlar.

Uluslararası ticaretin serbestleşmesi ile birlikte ekonomik sınırlar ortadan kalmaktadır. Bu nedenle ülkelerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilirliği oldukça önem taşımaktadır. Dünya piyasalarında yer almak ve bu pazarlarda sürdürülebilir bir rekabet sağlamak Orta Asya ülkeleri açısından da oldukça önemlidir. Sovyetler Birliği'nin dağılması ile birlikte bağımsızlıklarına kavuşan bölge ülkeleri dünya ekonomisi ile entegre olmaya başlamıştır. Ancak, bu süreçte Orta Asya ülkeleri bir takım yapısal, sosyal ve ekonomik sıkıntılar ile karşı karşıya kalmıştır. Bununla birlikte, serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde ekonomide liberalleşme yönünde önemli adımlar atılmış, dış ticaret kademeli olarak serbestleştirilmiş ve ihracata odaklanılmıştır. Orta Asya ülkeleri sahip oldukları hidrokarbon ve maden kaynakları sayesinde ihracatta büyük atılımlar gerçekleştirmiştir. Orta Asya ülkeleri ekonomik kalkınmayı gerçekleştirerek uluslararası ticarete önemli ülkeler olarak yer almak istemektedirler. Bu bağlamda bölge ülkelerinin küresel çapta rekabet edebilir olmaları oldukça önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı son on yıl içerisinde Orta Asya ülkelerinin (Kazakistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Tacikistan ve Özbekistan) ihracat performansındaki gelişmeleri analiz etmektir. Bu amaçla Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi kullanılarak Orta Asya ülkelerinin sektör bazında ihracat potansiyeli belirlenmeye çalışılmıştır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi ülkelerin ihracat potansiyelinin değerlendirilmesinde literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır. Çalışmada Armonize Mal Tanım ve Kodlama Sistemi kullanılmış ve ele alınan zaman aralığı ise 2008-2018 yılları arasındadır.

1. Literatür Araştırması

Ülkelerin rekabet gücünü ölçen, ulusal ve uluslararası düzeyde birçok çalışma yapılmıştır. Literatürde ülkelerin dış ticarete avantajlı oldukları sektörlerin belirlenmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksinin yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bölümde literatürde konu ile ilgili yapılmış çalışmalardan bazıları hakkında kısa bilgilere yer verilmiştir.

Trung (2002). 1995-1998 dönemi için Vietnam'ın rekabet gücü analiz edilmiştir. Çalışmada İhracat Benzerlik indeksi ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda Vietnam'ın su ürünleri, yağlı tohumlar, mineral yakıtlar, hazır giyim eşyaları ve ayakkabı ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Utkulu ve Seymen (2004). 1990-2003 dönemi için Türkiye'nin AB ülkeleri karşısında rekabet gücü analiz edilmiştir. Hesaplanan AKÜ indeks değerine göre Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim, sebze ve meyve, şeker ve şeker ürünleri, tütün, yağlı tohumlar, kauçuk imalatında rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Addison Smyth (2005). İrlanda'nın mal bazında uluslararası rekabet gücü AKÜ indeksi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre, İrlanda canlı

hayvanlar, gıda maddeleri, içkiler, kimya sanayi ürünlerinde rekabet gücüne sahiptir.

Saboniene (2009). Litvanya'nın diğer Baltık ülkeleri karşısındaki rekabet gücü analiz edilmiştir. 2001-2007 yıllarını kapsayan çalışmada AKÜ indeksi kullanılmıştır. AKÜ indeksine göre Litvanya canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler, gıda ürünleri, ağaç ve ahşap eşya, tekstil ve hazır giyim ürünlerinde rekabet gücüne sahiptir.

Karambakuwa ve Mzumara (2013). Svaziland'ın rekabet gücünün incelendiği çalışmada AKÜ indeksi kullanılmıştır. Analiz sonucunda Svaziland'ın meyve konserveleri, şeker, deri ve köseleler, kesme çiçek, hazır giyim ürünlerinde rekabet avantajına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Almas ve Hajiyev (2014). Azerbaycan'ın uluslararası rekabet gücü AKÜ ve Net İhracat indeksi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Azerbaycan'ın tarımsal hammadde, petrol ve petrol ürünleri, kimya sanayii ürünleri, madencilik ürünlerinde rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Sultan (2014). Çalışmada Suudi Arabistan'ın hangi ürünlerde rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. AKÜ indeks değerlerine göre Suudi Arabistan'ın rekabet gücüne sahip olduğu ürünler arasında mineral yakıtlar, organik kimyasallar, plastikler ve gübreler yer almaktadır.

Amirbekova ve Madiyarova (2015). Lafay indeksi kullanılarak Kazakistan'ın ihracat rekabet gücü analiz edilmiştir. Sonuç olarak Kazakistan'ın hayvansal ürünler, bitkisel ürünler ve mineral yakıtlarda rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Bashimov (2017a). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi ve Net Ticaret indeksi kullanılarak 2001-2015 dönemi için Türkmenistan'ın sektörel rekabet gücü analiz edilmiştir. Sonuç olarak, Türkmenistan'ın mineral yakıtlar ve tekstil ürünleri ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Maleskic ve Adıgüzel (2017). AKÜ indeksi kullanılarak 2006-2015 yılları arasında Bosna Hersek ekonomisinin rekabet gücü analiz edilmiştir. Yapılan hesaplamalar sonucunda, Bosna Hersek'in silah ve mühimmat, mobilyalar, metal cevherler, ağaç ve ağaç ürünleri, inorganik kimyasal ürünler, kürkler ve ayakkabı, alüminyum, demir ve çelik gibi ürünlerde rekabet gücünün yüksek olduğu saptanmıştır.

Tuerxun (2017). 2006-2015 yılları arasında Çin'in mal bazında rekabet gücü AKÜ indeksi yardımıyla analiz edilmiştir. Hesaplama sonucunda Çin'in 44 mal grubunda rekabet gücüne sahip olduğu, 33 mal grubunda ise rekabet dezavantajına sahip olduğu belirlenmiştir.

2. Veri ve Yöntem

Bu çalışmada Armonize Mal Tanım ve Kodlama Sistemi (HS Code) kullanılmıştır. Çalışmada 2008-2018 dönemine ait Uluslararası Ticaret Merkezi'nin (International Trade Centre-ITC) veri tabanından sağlanan HS 2 haneli mal gruplarına ait ihracat verileri kullanılmıştır. HS sınıflandırması içinde yer alan mal

gruplarına ait başlıklar Tablo 1’de sunulmaktadır. Bununla birlikte çalışmada konu ile ilgili inceleme, derleme ve araştırmalardan da yararlanılmıştır. Bu çalışmada ele alınan Orta Asya ülkeleri Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Türkmenistan ve Özbekistan’dır.

Tablo 1: HS’ye göre mal grubu sınıflandırma listesi

Fasıl Kodu	Fasıl Adı	Fasıl Kodu	Fasıl Adı
01-05	Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	50-63	Tekstil ve hazır giyim eşyaları
06-15	Bitkisel ürünler	64-67	Ayakkabılar
16-24	Gıda sanayii ürünleri	68-71	Cam ve cam eşya
25-27	Mineral yakıtlar ve yağlar	72-83	Metaller ve mineral maddeler
28-38	Kimya sanayii ürünleri	84-85	Makineler ve elektrik malzemeleri
39-40	Plastikler ve mamulleri	86-89	Araç ve taşıtlar
41-43	Deriler, köseleler, postlar ve kürkleri	90-97	Muhtelif mamul eşya
44-49	Ağaç ve ahşap eşyalar	99	Başka yerde belirtilmeyen ürünler

Kaynak: ITC veri tabanı

Ülkelerin ihracat performansını belirleyebilmek için birçok modeller geliştirilmiştir. Bunlardan en önemlisi de Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksidir. Akü indeksi ülkelerin hangi mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduklarını gerçekleştiren dışsatım rakamlarından hareketle saptamaktadır. Buna göre, ülkede hangi mal veya mal grubunun toplam dışsatım içindeki payı büyükse, ülkenin o alanda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğundan söz etmek mümkündür. Balassa’nın karşılaştırmalı üstünlükleri bu yolla tanımlamasına açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler adı verilmiştir (Yılmaz, 2014: 244). Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımı, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır (Seymen, 2009: 237). AKÜ indeksi, herhangi bir malın ülkenin toplam ihracatındaki payının, söz konusu malın dünyanın toplam ihracatındaki payına oranını ifade etmektedir. Günümüzde bu yöntem dış ticaretin ve karşılaştırmalı üstünlüklerin açıklanmasında ve ölçülmesinde sıkça kullanılmaktadır (Utkulu, 2005: 14; Ekmen Özçelik ve Erlat, 2013: 45). Balassa’nın AKÜ indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$AKÜ_{ij} = (X_{ij}/X_i)/(X_{wj}/X_w) \quad (1)$$

Eşitlik 1’de X: ihracatı, i: ülkeyi, j: sektörü, w: dünyayı ifade etmektedir. AKÜ indeksi sıfır ile sonsuz arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri birden büyükse o ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Eğer indeks değeri birden az ise ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu söylenir (Sultan, 2014: 144; Yasmin ve Altaf, 2014: 123).

3. Bulgular

Bu bölümde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi kullanılarak 10 yıllık dönem için Orta Asya ülkelerinin sektörel rekabet gücü analiz edilmiş ve tablolar halinde sunulmuştur. Tablo 2’de Kazakistan’ın AKÜ indeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. Tablo 2’den görüleceği üzere hesaplama yapılan 16 sektör içinde rekabet gücüne sahip sektör sayısı 4’dür. Bu sektörler; canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler, bitkisel ürünler, mineral yakıtlar, metaller ve mineral maddelerdir. Rekabet gücü düşük olarak belirlenen sektör sayısı ise 12’dir. Ele alınan dönemde rekabet gücü yüksek olan 4 sektörün üçünde rekabet gücü artma eğiliminde iken, birisinde azalma eğilimindedir. Deriler, köseleler ve kürkler mal grubunda 2008-2009 yıllarında rekabet avantajı söz konusu iken, 2010 yılından itibaren dezavantajlılık durumu söz konusudur. Ülkenin tarıma elverişli geniş arazilere sahip olması, çeşitli iklim tiplerinin oluşu, nitelikli işgücünün varlığı ve tarım sektöründe uygulanan başarılı reformlar tarımsal üretimin artmasına ve ihracat potansiyelinin genişletilmesine olanak sağlamıştır (Timor ve ark., 2018: 235). Bunun sonucunda Kazakistan gerek hayvansal ve gerekse bitkisel ürünlerin ihracatında rekabet avantajı yakalamıştır.

Tablo 2: Kazakistan’ın AKÜ indeks değerleri

Mal Grubu	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	1,21	1,62	1,43	0,90	1,19	1,10	1,42	2,10	2,20	2,26	2,34
Bitkisel ürünler	1,34	1,03	0,99	0,55	1,01	0,85	0,84	1,10	1,13	1,10	1,09
Gıda sanayii ürünleri	0,10	0,10	0,11	0,10	0,19	0,15	0,16	0,23	0,25	0,26	0,28
Mineral yakıtlar	3,87	4,76	4,48	3,96	3,85	4,24	4,58	5,80	5,67	5,80	5,91
Kimya sanayii ürünleri	0,39	0,53	0,51	0,41	0,51	0,46	0,44	0,78	0,80	0,79	0,76
Plastikler ve mamulleri	0,02	0,03	0,02	0,03	0,04	0,03	0,04	0,05	0,05	0,04	0,05
Deriler, köseleler, postlar ve kürkler	1,18	1,30	0,17	0,07	0,08	0,07	0,06	0,10	0,11	0,10	0,12
Ağaç ve ahşap eşyalar	0,02	0,02	0,02	0,04	0,30	0,06	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02
Tekstil ve hazır giyim eşyaları	0,08	0,06	0,05	0,04	0,05	0,05	0,04	0,05	0,04	0,03	0,02
Ayakkabılar	0,00	0,01	0,00	0,06	0,08	0,07	0,04	0,18	0,11	0,09	0,12
Cam ve cam eşya	0,39	0,62	0,56	0,44	0,44	0,25	0,21	0,34	0,39	0,55	0,59
Metaller ve mineral maddeler	1,83	1,83	1,70	1,77	1,45	1,40	1,26	1,97	1,98	1,98	2,05
Makineler ve elektrik malzemeleri	0,03	0,03	0,01	0,02	0,05	0,04	0,07	0,03	0,04	0,02	0,03
Araç ve taşıtlar	0,11	0,03	0,02	0,03	0,05	0,06	0,07	0,05	0,05	0,04	0,06
Muhtelif mamul eşya	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,02
Başka yerde belirtilmeyen ürünler	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01

Kaynak: ITC veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 3’de Kırgızistan’ın AKÜ indeksine göre sektörel rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. Yapılan hesaplama sonucu canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler, bitkisel ürünler, gıda sanayii ürünleri, deriler, köseleler, postlar ve kürkler, metaller ve mineral maddeler ile başka yerde belirtilmeyen ürünlerde indeks değerinin birden büyük olduğu dolayısıyla rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir. Mineral yakıtlar mal grubunda 2010 yılına kadar birden büyük olan

indeks değerinin bu yıldan itibaren azaldığı ve rekabet gücünün zayıfladığı görülmektedir. Yine, tekstil ve hazır giyim eşyalarına ait indeks değeri 2015 yılına kadar birin üzerinde değer almışken, bu yıldan itibaren birin altında seyretmiştir. Diğer bir ifade ile 2015 yılından sonra rekabet gücünün azaldığı söylenebilir. AKÜ indeksi sonucuna göre Kırgızistan hayvansal ürünler, metaller ve mineral maddeler ile başka yerde belirtilmeyen ürünlerde oldukça yüksek rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. Kırgızistan zengin yeraltı maden ve mineral kaynaklarına sahip bir ülkedir. Ayrıca hayvancılık tarımsal üretimde önemli yer tutmaktadır. Dolayısıyla bu durum Kırgızistan'ın söz konusu ürünlerde rekabet üstünlüğü elde etmesine olanak sunmaktadır.

Tablo 3: Kırgızistan'ın AKÜ indeks değerleri

Mal Grubu	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	20,37	17,13	23,77	16,66	16,72	14,09	13,54	55,67	14,50	17,98	18,67
Bitkisel ürünler	2,32	2,52	2,41	2,26	2,84	3,04	2,18	2,14	2,09	2,04	2,11
Gıda sanayii ürünleri	0,86	0,95	1,04	0,82	0,87	0,81	1,02	0,85	0,94	1,01	1,06
Mineral yakıtlar	1,48	1,28	0,50	0,56	0,75	0,62	0,57	0,50	0,52	0,48	0,51
Kimya sanayii ürünleri	0,13	0,05	0,05	0,09	0,12	0,10	0,07	0,06	0,07	0,05	0,04
Plastikler ve mamulleri	0,19	0,26	0,14	0,26	0,36	0,70	0,50	0,35	0,31	0,30	0,032
Deriler, köseleler, postlar ve kürkleri	2,11	0,99	0,75	1,00	1,04	0,97	0,72	0,95	0,97	1,01	1,02
Ağaç ve ahşap eşyalar	0,19	0,24	0,16	0,21	0,29	0,26	0,17	0,11	0,10	0,11	0,12
Tekstil ve hazır giyim eşyaları	1,96	1,90	2,50	2,24	2,95	1,77	1,60	0,87	0,82	0,89	0,90
Ayakkabılar	0,79	0,63	0,47	0,49	0,59	0,54	0,65	0,66	0,64	0,59	0,60
Cam ve cam eşya	0,82	0,15	0,18	0,12	0,34	0,48	0,43	0,24	0,22	0,18	0,16
Metaller ve mineral maddeler	3,94	6,67	6,38	7,35	5,45	6,90	6,04	6,39	6,45	6,79	6,97
Makineler ve elektrik malzemeleri	0,07	0,09	0,05	0,06	0,11	0,11	0,09	0,09	0,08	0,10	0,10
Araç ve taşıtlar	0,41	0,50	0,46	0,52	1,04	0,77	0,63	0,77	0,72	0,65	0,61
Muhtelif mamul eşya	0,08	0,11	0,06	0,11	0,12	0,22	0,08	0,07	0,05	0,04	0,04
Başka yerde belirtilmeyen ürünler	2,82	0,00	5,68	1,75	1,86	1,52	7,88	5,75	5,23	5,04	5,12

Kaynak: ITC veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Tacikistan'ın AKÜ indeks değerleri Tablo 4'de verilmiştir. Buna göre, Tacikistan'ın rekabet gücüne sahip olduğu sektörler arasında canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler, bitkisel ürünler, mineral yakıtlar, hayvan derileri, köseleler ve

postlar, tekstil ve hazır giyim eşyaları, cam ve cam eşya, metaller ve mineral maddeler ile başka yerde belirtilmeyen ürünler yer almaktadır. Diğer 8 mal grubunda rekabet dezavantajına sahiptir. Ele alınan dönemde canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler ile cam ve cam eşya mal gruplarının rekabet gücünde ciddi bir artış gözlemlenirken, buna karşılık bitkisel ürünler ile metaller ve mineral maddelerin rekabet gücünde ciddi bir düşüş görülmektedir.

Tablo 4: Tacikistan'ın AKÜ indeks değerleri

Mal Grubu	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler											22,46
Bitkisel ürünler	5,48	9,05	16,06	6,62	2,06	8,98	23,74	21,73	20,90	21,23	1,32
Gıda sanayii ürünleri	0,28	0,24	0,15	0,14	0,14	0,17	0,22	0,11	0,12	0,09	0,10
Mineral yakıtlar	0,06	0,20	0,23	0,56	0,52	0,46	1,20	1,58	1,60	1,71	1,89
Kimya sanayii ürünleri	0,06	0,04	0,05	0,05	0,06	0,04	0,04	0,03	0,04	0,03	0,02
Plastikler ve mamulleri	0,25	0,22	0,09	0,18	0,08	0,07	0,14	0,19	0,15	0,14	0,12
Deriler, köseleler, postlar ve kürkleri	0,94	0,99	1,05	1,34	0,78	1,03	1,23	1,12	1,08	1,02	1,01
Ağaç ve ahşap eşyalar	0,04	0,25	0,15	0,03	0,05	0,06	0,08	0,03	0,05	0,04	0,02
Tekstil ve hazır giyim eşyaları	3,74	2,62	3,60	3,75	3,46	3,21	2,60	2,61	2,77	2,81	2,64
Ayakkabılar	0,02	0,06	0,21	0,56	0,83	0,64	0,58	0,11	0,09	0,22	0,17
Cam ve cam eşya	0,03	0,06	0,05	0,07	0,85	0,84	2,92	3,21	3,56	3,35	3,62
Metaller ve mineral maddeler	7,03	8,14	7,89	7,68	8,10	8,04	4,46	4,78	4,89	4,69	4,54
Makineler ve elektrik malzemeleri	0,03	0,03	0,08	0,07	0,12	0,07	0,13	0,04	0,07	0,10	0,11
Araç ve taşıtlar	0,05	0,05	0,04	0,04	0,13	0,09	0,25	0,09	0,08	0,14	0,12
Muhtelif mamul eşya	0,24	0,04	0,04	0,13	0,08	0,67	0,22	0,77	0,65	0,89	0,91
Başka yerde belirtilmeyen ürünler	0,00	0,41	0,44	1,80	1,35	1,77	1,73	1,01	1,08	1,02	1,09

Kaynak: ITC veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 5'de Türkmenistan'ın AKÜ indeks değerleri yer almaktadır. Türkmenistan mineral yakıtlar ile tekstil ve hazır giyim eşyalarında rekabet gücüne sahiptir. Söz konusu mal gruplarının AKÜ indeks değerlerinde artış görülmektedir. Türkmenistan özellikle mineral yakıtlar ihracatında güçlü bir rekabet gücüne sahiptir. Türkmenistan'ın zengin petrol ve doğal gaz kaynaklarına sahip olması dış ticarete rekabet avantajı elde etmesine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda Türkmenistan pamuk üretimi bakımından dünyada önemli ülkeler arasında yer almaktadır. Üretilen pamuk hammadde ve yarı işlenmiş olarak yurt dışına ihraç edilmektedir. Türkmenistan'da hidrokarbon ürünleri ile pamuk ve tekstil ürünleri

ülke ihracatının yaklaşık %90'ını oluşturmaktadır (Jumayev, 2012: 7-13). AKÜ indeks sonucuna göre Türkmenistan'ın diğer 14 mal grubunda rekabet dezavantajına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Türkmenistan'ın AKÜ indeks değerleri

Mal Grubu	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	0,04	0,13	0,20	0,01	0,00	0,43	0,17	0,23	0,24	0,28	0,26
Bitkisel ürünler	0,09	0,45	0,47	0,13	0,13	0,18	0,23	0,17	0,11	0,06	0,07
Gıda sanayii ürünleri	0,02	0,02	0,20	0,10	0,01	0,02	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01
Mineral yakıtlar	4,34	4,58	4,07	4,60	4,68	4,75	5,20	7,49	7,66	7,41	7,52
Kimya sanayii ürünleri	0,03	0,05	0,09	0,04	0,02	0,03	0,03	0,04	0,02	0,03	0,02
Plastikler ve mamulleri	0,25	0,76	0,85	0,23	0,28	0,21	0,20	0,20	0,22	0,20	0,21
Deriler, köseleler, postlar ve kürkleri	0,07	0,13	0,37	0,16	0,11	0,13	0,12	0,12	0,13	0,12	0,11
Ağaç ve ahşap eşyalar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tekstil ve hazır giyim eşyaları	1,00	2,72	5,04	1,67	1,07	1,35	1,31	1,19	1,25	1,12	1,10
Ayakkabılar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cam ve cam eşya	0,00	0,08	0,03	0,01	0,01	0,40	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
Metaller ve mineral maddeler	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Makineler ve elektrik malzemeleri	0,00	0,05	0,03	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
Araç ve taşıtlar	0,01	0,02	0,05	0,00	0,01	0,00	0,04	0,01	0,01	0,00	0,00
Muhtelif mamul eşya	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01	0,02	0,07	0,02	0,04	0,06	0,03
Başka yerde belirtilmeyen ürünler	4,68	4,47	0,59	0,13	0,09	0,03	0,08	0,04	0,03	0,01	0,01

Kaynak: ITC veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Özbekistan'ın sektörel rekabet gücünün belirlenmesine ilişkin hesaplanan AKÜ indeks değerleri Tablo 6'da sunulmuştur. Buna göre, Özbekistan'ın rekabet gücüne sahip olduğu sektör sayısı 7'dir. Bu sektörler; canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler, bitkisel ürünler, mineral yakıtlar, kimya sanayii ürünleri, tekstil ve hazır giyim eşyaları, cam ve cam eşya ve metaller ve mineral maddelerdir. Rekabet gücünün düşük olduğu sektör sayısı ise 9'dur. Özbekistan'ın özellikle tekstil ve hazır giyim eşya ürünleri ve cam ve cam eşyalarında oldukça güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. Nitekim Özbekistan dünyanın en önemli pamuk üretici ve ihracatçısı iken (Bashimov, 2015: 102), aynı zamanda ülke ihracatının önemli bir kısmını altın, bakır, uranyum, kömür gibi birçok maden ürünleri oluşturmaktadır (Safirova, 2015: 1).

Tablo 6: Özbekistan'ın AKÜ indeks değerleri

Mal Grubu	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	0,82	1,30	1,22	0,98	1,31	1,18	1,08	1,23	1,22	1,26	1,31
Bitkisel ürünler	1,40	2,14	3,19	3,83	3,01	2,52	2,88	2,53	2,47	2,44	2,52
Gıda sanayii ürünleri	0,23	0,24	0,35	0,31	0,45	0,26	0,27	0,22	0,20	0,21	0,20
Mineral yakıtlar	1,65	3,03	1,16	1,18	0,75	1,05	1,19	0,90	0,98	1,01	1,05
Kimya sanayii ürünleri	1,28	0,88	1,40	1,13	1,11	0,97	0,85	1,15	1,26	1,22	1,27
Plastikler ve mamulleri	0,31	0,29	0,31	0,28	0,28	0,16	0,17	0,17	0,15	0,18	0,14
Deriler, köseleler, postlar ve kürkleri	0,14	0,23	0,33	0,30	0,59	0,42	0,42	0,54	0,52	0,55	0,66
Ağaç ve ahşap eşyalar	0,10	0,10	0,08	0,11	0,17	0,10	0,14	0,16	0,17	0,17	0,19
Tekstil ve hazır giyim eşyaları	4,58	3,76	6,23	5,48	5,68	4,07	3,86	3,90	3,98	4,07	3,97
Ayakkabılar	0,01	0,05	0,07	0,16	0,32	0,16	0,17	0,19	0,22	0,26	0,24
Cam ve cam eşya	4,16	0,84	1,21	0,74	2,34	4,10	4,37	6,47	5,98	7,08	7,12
Metaller ve mineral maddeler	1,09	1,23	1,79	1,83	1,81	1,58	1,88	1,99	2,20	2,31	2,47
Makineler ve elektrik malzemeleri	0,05	0,05	0,08	0,09	0,09	0,07	0,06	0,03	0,05	0,03	0,02
Araç ve taşıtlar	0,89	0,42	0,76	1,05	1,28	0,85	0,67	0,08	0,76	0,62	0,66
Muhtelif mamul eşya	0,04	0,05	0,07	0,04	0,09	0,26	0,28	0,32	0,34	0,32	0,30
Başka yerde belirtilmeyen ürünler	0,01	0,28	0,24	0,09	0,11	0,22	0,11	0,28	0,22	0,24	0,21

Kaynak: ITC veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Orta Asya ülkeleri yeraltı kaynakları açısından oldukça zengin ülkelerdir. Bölge ülkeleri başta ham petrol, doğal gaz, altın, bakır, uranyum, alüminyum, demir ve çelik, çinko olmak üzere birçok doğal kaynaklara zengin bir coğrafyadır. Dolayısıyla bölge ülkelerinin ihracatının büyük bir kısmını enerji, madencilik ve tarımsal ürünler oluşturmaktadır (Bashimov, 2017b). Nitekim yapılan analiz sonucunda Orta Asya ülkelerinin daha çok düşük katma değerli ve hammaddeye dayalı malların ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık yoğun olarak sermaye ve teknoloji gerektiren malların ihracatında genel olarak rekabet dezavantajına sahiptirler. Araştırma sonucunda dikkat çeken bir diğer nokta, dünya pamuk üretiminde önemli paya sahip olan Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim eşyalarında ihracat rekabet gücünün zamanla azaldığıdır. Sovyetler Birliği'nin dağılması ile birlikte bölge ülkelerinde uygulanan gıdada kendi kendine yeterli politikası sonucu başta hububat olmak üzere meyve ve sebze üretim alanları pamuk tarımı aleyhine genişlemiş ve dolayısıyla tekstil sektörünün ana hammaddesini oluşturan pamuğun üretim miktarı da önemli derecede azalmıştır. Buna bağlı olarak başta ham pamuk olmak üzere tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatında belirgin düşüşler yaşanmıştır (Bashimov ve Çiçek, 2017). Bu durum bölge ülkelerinin söz konusu sektörde sahip oldukları rekabet gücünün zamanla zayıflamasına ve küresel piyasadaki paylarının azalmasına neden olmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular daha önce yapılmış çalışmalar ile paralellik göstermektedir. Khatibi (2008) çalışmasında Kazakistan'ın AB-27

ülkeleri karşısında hububat, hayvan derisi, ipek, pamuk gibi tarım ürünleri ile petrol ve doğal gaz, demir ve çelik, uranyum, bakır gibi mineral maddelerde rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Bashimov (2017a) tarafından yapılan çalışmada Türkmenistan'ın mineral yakıtlar ve tekstil ürünleri ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bashimov ve Çiçek (2017) tarafından yapılan analiz sonucunda Orta Asya ülkelerinin ham pamuk, yaş meyve ve sebze ürünleri ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Amirbekova ve Madiyarova (2015) çalışmalarında Kazakistan'ın hayvansal ürünler, bitkisel ürünler ve mineral yakıtlarda rekabet gücüne sahip olduğunu tespit etmiştir. Yurttaçkalmaz ve ark. (2018) Özbekistan'ın mineral yakıtlar, kimya sanayi ürünleri, gıda, içki ve çeşitli mamul eşyalarda rekabet avantajına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

2008-2018 dönemi için Orta Asya ülkelerinin ihracat performansının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımı ile analiz edildiği bu çalışmada, söz konusu ülkelerin genel olarak hammaddeye dayalı malların ihracatında rekabet gücüne sahip oldukları belirlenmiştir. Bu durum, söz konusu ülkelerde ihracatın nispi olarak katma değeri düşük mallardan oluştuğunun göstergesidir. Analiz sonuçlarına göre Orta Asya ülkelerinin rekabet gücüne sahip oldukları mallar arasında canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler, bitkisel ürünler, mineral yakıtlar ve yağlar, metaller ve mineral maddeler, tekstil ve hazır giyim eşyaları yer almaktadır.

Orta Asya ülkelerinde doğal kaynaklar ihracatta yüksek rekabet gücü elde etmek için önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bölge ülkelerinin daha çok doğal kaynaklara ve hammaddeye dayalı malların ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. Ancak, rekabet koşullarının yoğunlaştığı günümüzde küresel piyasalarda rekabet edebilmek için yüksek katma değerli ürünlerin ihracatına önem ve destek verilmelidir. Bu bağlamda üretime yönelik üretimde emek ve teknoloji verimliliğine, Ür-Ge ve Ar-Ge yatırımlarına, kalite ve markalaşmaya daha fazla ağırlık verilmesi gerekmektedir. Orta Asya ülkelerinin rekabet gücünün artırılması için devlet teşvik ve desteklerinin görece katma değeri yüksek olan sermaye ve teknoloji yoğun malların ihracatını artıracak şekilde güncellenmesinin bölge ekonomileri için yararlı olacağı düşünülmektedir. Nitekim teknoloji yoğun yeni ürünlerin ihracatına yönelmeden mevcut ihracat artışlarının sürekli olmayacağı açıktır.

Kaynakça

- Addison Smyth, D. (2005). Ireland's Revealed Comparative Advantage. *Quarterly Bulletin*, 1, 101-114.
- Almas, L.K. ve Hajiye, N.U. (2014). Azerbaijan's Current and Potential Comparative Advantage: An Exploratory Study, *Journal of Agricultural Science*, 6 (11), 74-87.
- Amirbekova, A., ve Madiyarova, D. (2015). Assessment of the Competitiveness of Kazakhstan's Exports. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (6), 443-447.
- Bashimov, G. (2015). Özbekistan Pamuk Sektörünün Rekabet Gücünün Belirlenmesi, *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 99-104.
- Bashimov, G. (2017a). Türkmenistan'ın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemiyle Rekabet Gücünün Analizi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (14), 132-144.
- Bashimov, G. (2017b). Dış Ticarete Ürün Bakımından Yoğunlaşma: Orta Asya Ülkeleri Örneği, *Dicle Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7 (12), 37-50.
- Bashimov, G. ve Çiçek, R. (2017). Orta Asya Ülkelerinin Tarım Ürünlerinde Karşılaştırmalı Üstünlüğünün Belirlenmesi, *İktisadi Yenilik Dergisi*, 4 (3), 10-21.
- Ekmen Özçelik, S. ve Erlat, G. (2013). Turkey's Comparative Advantages and Dynamic Market Positioning in the EU Market. *Topics in Middle Eastern and African Economies*, 15 (2), 42-70.
- Jumayev, I. (2012). Foreign Trade of Turkmenistan: Trends, Problems and Prospects, Institute of Public Policy and Administration Working Paper No: 11, University of Central Asia.
- Karambakuwa, R. ve Mzumara, M. (2013). The Revealed Comparative Advantage of Swaziland. *Greener Journal of Economics and Accountancy*, 2 (2), 68-73.
- Khatibi, A. (2008). Kazakhstan's Revealed Comparative Advantage Vis-À-Vis the EU-27, ECIPE Working Paper No 03, Belgium.
- Maleskic, A. ve Adıgüzel, M. (2017). Bosna Hersek ekonomisinin rekabet gücünün incelenmesi ve değerlendirilmesi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü WPS No: 60, İstanbul.
- Saboniene, A. (2009). Lithuanian Export Competitiveness: Comparison with other Baltic States, *Engineering Economics*, 2, 49-57.
- Seymen, D.A. (2009). Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Rekabet Gücü, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Safirova, E. (2019). The Mineral Industry of Uzbekistan, U.S. Geological Survey.

- Sultan, Z.A. (2014). Revealed Comparative Advantage of Saudi's Exports. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5 (6), 142-149.
- Timor, A.N., Bayramlı, G. ve Kapan, K. (2018). Geçmişten Günümüze Kazakistan'da Tarım Faaliyetleri, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 233-255.
- Trung, N.T. (2002). Vietnam's International Trade Regime and Comparative Advantage, CAS Discussion Paper No: 37.
- Tuerxun, A. (2017). Çin'in Küresel Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemine Göre Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Utkulu, U. ve Seymen, D. (2004). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15, European Trade Study Group 6th Annual Conference, ETSG 2004, Nottingham.
- Utkulu, U. (2005). Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Yasmin, B. ve Altaf, S. (2014). Revealed Comparative Advantage of Carpets and Textile Floor Covering Industry in Pakistan, India and China. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 35 (4), 113-134.
- Yılmaz, Ş.E. (2014). Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi, 3. Baskı, Ankara: Efil Yayınevi.
- Yurttañıkmaç, Z.Ç., Sarı, S., Karaköy, Ç. ve Emsen, Ö.S. (2018). Özbekistan Ekonomisinin Dış Ticareti ve Rekabet Gücünde Gelişmeler, International Conference on Eurasian Economies, 211-217.

Siyasi Kampanya Çalışmalarında, Siyasal Reklamcılığın Siyasal Parti Adayları ve Seçmenler Üzerindeki Etkileri

Metin Serhat İLTER*

Özet

Bu araştırmada siyasal reklamcılığın; siyasi parti adayları ve seçmenler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmanın amacı; Türkiye'nin yetmiş üç yıllık çok partili hayatında seçim sisteminde, demokratikleşme sürecinde, siyasi partilerin oylarını arttırmaları ve seçimi kazanmaları için gerekli olan desteği almakta reklamdan nasıl yararlandıkları hakkında bilgi vermek ve siyasi kampanya çalışmalarında reklamın bir etkisinin olup olmadığı sorgulamaktır. Derleme makalesi formunda olan bu çalışma, bu konudaki çeşitli yazar ve akademisyenlerin görüşlerine yer verilerek hazırlanmıştır. Sonuç bölümünde, çıkarımlar 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri de işin içine katılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Siyasal Reklamcılık, Siyasal Partiler, İletişim.

Abstract

In this study political advertising effects political party's candidates and voters were investigated on. The purpose of the study, seventy-third years of multi-party electoral system in Turkey's political parties to increase their votes, provide information about how they can benefit from political advertising's elements and political studies on the effect of these elements is to determine whether. This study, which is in the form of a compilation article, has been prepared by including the opinions of various writers and academicians. In the conclusion section, these views were compared with the 31 March 2019 Local Election.

Keywords: Advertisement, Political Advertising, Political Parties, Communication.

Giriş

Çok partili seçim sistemi demokrasinin en önemli yapı taşlarından biridir. Siyasal partiler, dernekler, sivil toplum kuruluşları söz söyleyebilme yetisine demokrasi sayesinde kavuşur. Bağımsız medya kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları demokrasinin işleyişinde önemli yere sahiptirler. Demokrasinin kurallarının esnek toplum yapılarına uyarlanması sonucunda farklı toplumsal yapılar çağdaşlaşmanın yolunu açarlar.

Yazılım dünyasındaki değişimler ve yenilikler internetin artık sadece bir ağ olmadığını kanıtlamıştır. Birçok medya kuruluşu artık internete taşınmıştır. Haber kaynakları, radyo ve televizyondan önce haberlerini internet üzerinden dünyaya ulaştırmaktadırlar. İnternetin hem ucuz hem de kolay ulaşılabilir olması onun siyasi

* Doktora Öğrencisi, metinserhatilter@posta.mu.edu.tr

arenada da etkin kullanımını gündeme getirmiştir. Özellikle gelişmiş ülkelerde seçim kampanyalarında internet yoğun olarak kullanılmaktadır.

Gelişen ve değişen teknolojiler seçim kampanyalarındaki görsel ve işitsel öğeleri zenginleştirmiştir. Artık seçim kampanyalarında reklamcılığın tüm mecraları kullanılmakta, buna ek olarak müzikten de yararlanılmakta ve özel seçim müzikleri bestelenmekte ve meydanlarda çalınmaktadır.

Siyasete giren çeşitli mesleklerden insanlar, kendilerini imaj ve görüntü değişikliği için profesyonellere bırakmaya başlamışlardır. Fotoğraf çalışmaları profesyonel fotoğrafçılar tarafından en yüksek kalitede hazırlanmaktadır.

Siyasi arenada adayın seçim çalışmalarının en etkin konumda olması için ulaştırmadan, sinemaya, bilgisayar endüstrisinden müzik endüstrisine kadar birçok meslek erbabının bu çalışmalara katıldığı görülmektedir.

Bu araştırmanın kapsamında siyaset sahnesinde; siyasal reklamcılık, negatif siyasal reklam, siyasal reklamın etkileri, siyasal reklamcılıkta liderin rolü, siyasal reklamcılıkta medyanın rolü, siyasi imaj yönetimi, propaganda, demokrasi ve 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimi özelinde siyasal reklamcılık konusu incelenmiştir.

1. Siyasal Reklamcılık

Reklam gerek ulusal gerekse uluslararası pazarlarda satılan veya sunulan mal veya hizmetin hedef kitlelere ulaşımında belki de başlangıç aşamasında en önemli unsurlardan birisidir.

“Reklam bir ürünün, bir hizmetin, bir fikrin ya da bir kurum ve kişinin kimliği belli sorumlusunca tarifesi önceden belirlenmiş bir bedel ödenerek yığınsal iletişim araçları ile kamuoyuna olumlu bir biçimde tanıtılıp benimsetilmesidir.” (İslamoğlu, 2002: 148):

Siyasette kullanıldığında reklamcılık faaliyetleri çoğunlukla propaganda ile karıştırılır. Bu karışıklığın sebebi aslında biraz da seçim kampanyalarındaki söylemlerden kaynaklıdır. Bir kampanyada kullanılan dilin propaganda yoğun olması reklamı geri planda bırakabilir. Burada seçime giren siyasi partinin liderinin de tavrı önemlidir.

Reklamın ve propagandanın siyasi reklam kampanyalarında birbirine karıştırılmasının engellenmesi için ikisi arasındaki farklara dikkat etmek gerekmektedir. *“Reklam propagandadan farklıdır. Propagandada kaynak genellikle gizlidir, mesajın kaynağı kolayca görülmez. Oysa reklamda mesajın kimler tarafından verildiği bilinir. Bu yüzden bireylerin reklam mesajlarına karşı savunmaya geçme eğilimleri propagandaya göre daha yüksektir. Buna rağmen bir siyasi partinin kendisini ve politik ürünlerini pazarlamasında reklamın yerine getirdiği bazı işlevleri vardır* (İslamoğlu, 2002: 148):

1. *Bilgilendirme İşlevi: Ürün, fikir, hizmet, kurum ve kişi hakkında; onların özelliklerini, farklılıklarını, üstünlüklerini ve öteki nitelikleri hakkında bilgi vermek demektir.*

2. *İkna Etme İşlevi:* O siyasi parti ya da adayın ve ürünlerinin neden tercih edilmesi gerektiği konusunda seçmenleri ikna etmeye ve oluşmuş yanlış kanıları ve algılamaları değiştirmeye yönelik mesajlar ikna etmek içindir.
3. *Hatırlatma İşlevi:* Seçmen belleğinde unutulmuş olan imajları, bilgileri yenilemeye, parti ve adayları seçmenlere tanıtmaya yönelik mesajlar hatırlatma işlevinin yerine getirilmesi içindir.
4. *Destekleme İşlevi:* Bu işlev adayları, propagandacıları ve örgütü cesaretlendirmeye ve seçmenlerin o siyasi partiyi tercih etmelerinin doğru bir davranış olacağını anlatmaya yönelik reklamlar bu işlevi görür.
5. *Değer Katma İşlevi:* Siyasi partiye, örgüte, adaylara değer katmak demektir.”

“Reklam; kitle tanıtım araçları vasıtasıyla mal, hizmet veya fikir için tüketici tutumları ve davranış kalıplarının değiştirilmesini sağlayan, ikna edici bir güç işlevini görmektedir. Kitlelere ulaşmadaki başarısı nedeniyle, modern siyasette hissedilebilir etkinlikte rol oynamaktadır. Özellikle hazırlanan reklam kampanyaları vasıtasıyla hedef kitlelere siyasi partinin, adayın ve benimsetilmek istenen fikrin tanıtılmasına çalışılır” (Tan, 2003: 87). Seçim kampanyalarında kullanılan reklam yöntemleri arasında en fazla kitleye ulaşmadaki etkisi sebebiyle televizyon reklamları tercih edilmektedir. Televizyonda reklama girilince kumandayla başka kanala geçme işlemi yapılırken, sinema ortamında verilen reklam filmi mecburen seyredilmektedir. Bu sebeple sinemada verilen siyasal reklam, mesajın izleyici kitlesi açısından daha net anlaşılmasına sebep olacaktır. İnternet ortamı da günümüz bilgi teknolojilerinin gelişimine koşut siyasal reklamların kullanım alanlarından biridir. Özellikle sosyal medya bu konuda arkadaş referans gruplarından oluşan yapılarda etkilidir.

Bir siyasetçi seçime girmeden önce hitap ettiği toplumun tüm değer yargılarına vakıf olmak zorundadır. Onun seçim kampanyasında kullandığı her türlü reklam malzemesi, toplumun gelenek-görenek, örf, adet, anane ve değer yargısıyla örtüşmelidir. “Her şeyden önce bir iletişim süreci olan reklam, belirli bir toplumsal çevre içinde gerçekleşmektedir ve söz konusu toplumsal çevrenin niceliksel ve niteliksel özelliklerinden doğrudan etkilenmektedir. Bir toplumun sahip olduğu kültür, gelenek ve görenekler, toplumsal normlar, roller, bireyler, gruplar ve kurumlar arası ilişki biçimleri gibi sosyolojinin inceleme alanını oluşturan konular reklamcılar açısından da oldukça önemlidir” (Elden, 2013: 172). Toplumsal normlar siyasetçi tarafından doğru yorumlandığı sürece faydalı olur. Yoksa toplumun tüm değer yargıları göz ardı edilerek hazırlanmış siyasi kampanyaların sonunun hüsrarla bittiği çeşitli zamanlarda görülmüştür.

“Reklamın temel amacı, oy hacminin artırılması olduğu için reklamı veren siyasi partiler, reklamın seçim sonuçlarına göre değerlendirilmesini isterler” (Tan, 2003: 93). Reklam veren olarak siyasi partinin reklamcıdan beklediği yaptığı çalışmaların oyunu arttırıp arttıramayacağı değil doğrudan arttırmasıdır. Reklamcı siyasal reklamı iletişim unsuru olarak değerlendirirken, siyasi parti oy hacminin artırılması olarak görür. Bu konu reklamcıyla reklam veren arasında bir çatışma konusu olsa da son sözü reklamcı söyler, çünkü profesyonel bir reklamcı yaptığının doğru olduğunu bilir ve ona göre hareket eder. Reklamcının siyasal reklamlardan beklediği, hedef kitlenin verilen mesajı doğru olarak algılayıp algılamadığı ile ilgilidir. Doğru algılandığında reklamlar hedefine ulaşmış sayılır.

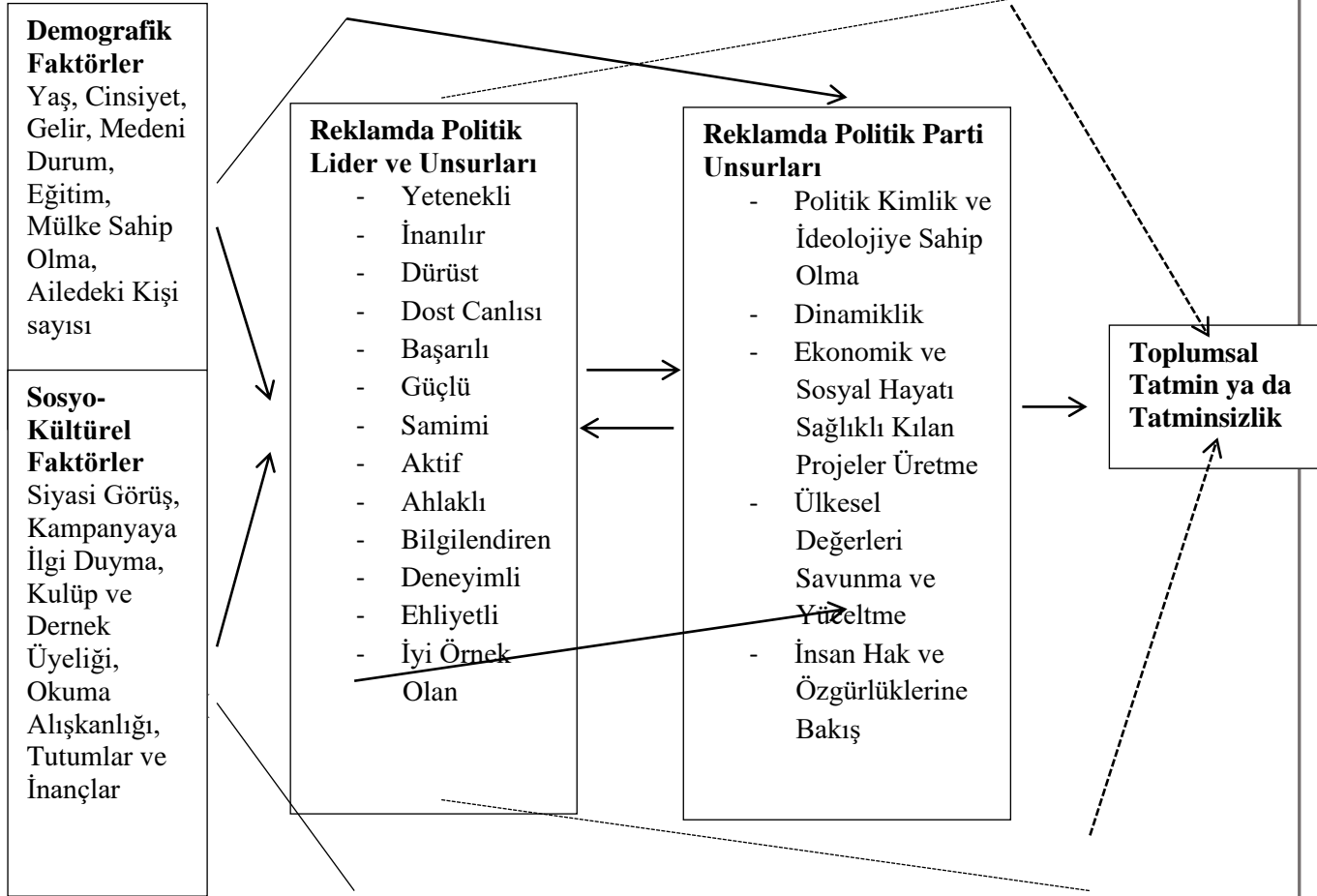
“Siyasal reklam için siyasal iletişim açısından kesin bir tanım bulunmamakla beraber “içeriği siyasal olan reklamcılık” olarak betimlenmektedir. Lynda Lee Kaid’e göre siyasal reklamcılık, “bir siyasal partinin veya adayın kitle iletişim kanallarında zaman ve yer satın alarak, seçmenlerin siyasal inançlarını, tutumlarını veya davranışlarını etkilemek bakımından, siyasal mesajlar vermek için kullanılması süreci” olarak tanımlanmaktadır” (Şeker ve İşliyen, 2012: 331).

“Bir siyasal reklam kampanyası ile ulaşılmak istenen amaçların iyi tanımlanması ve belirlenmesi gerekir. Amaçların açık, kesin ve ölçülebilir olmalarına özen gösterilmelidir. Hedef seçmen kitlesinin veya kamuoyu bölümünün incelenmesi sonucu bu amaçların tespit edileceği unutulmamalıdır. Çünkü siyasi parti yöneticilerini bu anlamda konuşturan hedef kamuoyu bölümüyle ilgili sahip oldukları bilgi düzeyidir” (Tan, 2003: 91).

“Siyasal reklam, seçmenlerin oylarını belli bir aday üzerinde yoğunlaştırmaları için geliştirilen çeşitli stratejilerle seçimlerde kilit rol oynar. Ansolabere ve Iyengar’a göre politik reklamlar; imaj reklamları, sorun reklamları ve negatif reklamlar olmak üzere üçe ayrılır. Günümüzde tüm dünyada adaylar, seçim öncesinde uyguladıkları reklam kampanyalarında genelde ağırlıklı olarak negatif politik reklamları kullanmaktadırlar” (Tosun, 2003: 322). Önemi açısından Negatif Siyasal Reklam ileride ayrı bir bölüm olarak ayrıca anlatılmıştır.

“Günümüzde tüm sanal/güçlül dışavurum yöntemleri reklamcılık tarafından emilerek yutulmuştur. Bir derinlikten yoksun, anlık ve anında unutulma özelliğine sahip olan reklamlar, tüm özgün kültürel biçimlerle tüm özgün dil yetilerini yutmaktadırlar. Buna yüzeysel bir biçimin zaferi, tüm anlamlandırma biçimleri arasındaki en küçük ortak payda, anlamın sıfır derecesi, antropinin tüm olası söz (mecazlar) oyunlarına karşı kazandığı zafer de diyebiliriz. Reklamda göstergenin enerjisi en alt seviyeye inmektedir. Bu bir eklemleme değil görünme özelliğine sahip, bir geçmiş ve gelecekte başka bir şeye dönüşme olasılığı bulunmayan bir biçimdir. Çünkü reklam kendinden önceki biçimleri egemenliği altında tutmaktadır” (Baudrillard, 2011: 129). Reklamın şeyleri en baside indirgeyen yapısı, derinlikten yoksun oluşu, anlık oluşu ve çok çabuk unutulması bilhassa dile ve dilin yetilerine zarar vermektedir. Reklamın tuhaf içeriklerin dönüşümü ve yok oluşu ancak reklam içeriklerinin dolu olmasıyla engellenebilir. Bunun yolu da birbirine eklenen anlamlar üzerinden reklam mesajının kurgulanmasıdır. Bu durum reklamın dönüştürülmesine engel olacaktır.

Şekil 1. Siyasal Reklam Araştırmasının Modeli



Kurtuldu, 2006: 295)

“Politik reklam, politik bir doğanın bütünleyici ve anlamlı objelerinden oluşur. Başarılı bir politik reklam kampanyası için, daha yetenekli, daha inanılır, daha dürüst, daha dost, daha başarılı, daha güçlü, daha az saldırgan, daha samimi, daha aktif olarak sıralanmaktadır” (Kurtuldu, 2006: 294).

Siyasal reklamda vurgulanan ana görüş, partinin ya da liderin politikalarının hedefleri ekseninde olmalıdır. Bu yapılırken reklam filmlerinde halktan gerçek karakterler (reklam oyuncularını ya da yıldızları değil) de yer almalıdır. İfadelerin son derece açık, anlaşılır ve samimi olması gereklidir. Seçmenlerin düşüncelerinde olumlu yer alabilmek için siyasilerin tüm olumsuz tutum ve davranışlardan uzak durmaları elzemdir.

“Politik Reklamın Özellikleri: Özellikle kitle iletişim araçlarından etkilenen seçmenlerin sayı olarak artış göstermesi ve bu araçların birim zaman fiyatlarının artması sonucunda politik reklamda çok önemli değişiklikler olmuştur. Kitle iletişim araçları ile yapılan politik reklamların özellikleri kısaca şu şekillerde özetlenebilir:

- 1. Politik reklamlar kısa, basit, göz ve kulağa iyi hitap edebilecek şekilde düzenlenmiş mesajlardır. Yüksek maliyetli oldukları için kısa vadede seçmeni ikna edebilecek ve genellikle tüm seçmene hitap edebilecek niteliktedirler.*
- 2. Politik reklamlar daha az yayın aracı gerektirirler ve daha az karmaşıktırlar.*
- 3. Politik reklamlar, ticari reklamlarda olduğu gibi, kitle iletişim araçları sahiplerinden süre kiralanmak suretiyle yayınlanabilirler. Bu yolla, geniş izleyici veya dinleyici kitlesine ulaşabilme niteliği kazanmış olurlar.*
- 4. Politik reklamların birçok kitle iletişim araçlarında sık sık tekrar edilmesi, akılda kalmaları ve öğrenilmeleri kolaylaşır. Dolayısıyla siyasi tercihte karar verme sürecinde son derece etkilidirler.*
- 5. Politik reklamların en önemli özelliklerinden birisi de büyük seçmen kitlelerini ikna etme konusunda uzmanlaşmış reklamcılara yaptırılmasıdır.*
- 6. Siyasal reklamlar genellikle seçim tarihine yakın dönemlerde ağırlıklı olarak yayınlanırlar.*
- 7. Politik reklamlarda her ne kadar hedef kitle olarak sınıf, kesim veya gruplar etkilenmeye çalışılsa da asıl hedef bireydir.*
- 8. Siyasal reklamlarda ağırlıklı olarak jest ve mimiklere, özellikle de tatlı tebessümlere yer verilir” (Tan, 2003: 94)*

2. Negatif Siyasal Reklam

Negatif, kelime anlamıyla olumsuz ve değilleme ifadeleri taşır. Negatif siyasal reklam ise, rakibin reklamının yapılması gibi görünmekle birlikte olumsuz öğeler içermesinden dolayı, övmeden çok yerme davranışlarının sergilenmesidir. Negatif unsurların kullanımı akılda daha kalıcı olması ve seçmen kitlesi üzerinde daha etkileyici, uyarıcı ve çarpıcı etkisinin olmasından dolayıdır.

Olumsuz (Negatif) Reklam; Olumsuz reklam ya da kampanyalar, rakip parti, aday ya da liderin zayıf yönleri ya da bazı özellikleri hakkındaki önyargıları vurgulayıp seçmenin dikkatini bu yöne çekmektedir (Bayraktaroğlu, 2002: 73). Negatif siyasal reklam, rakip adayın kendisi ya da partisine veya adayın işlediği konulara saldırıları içermektedir (Şeker ve İşliyen, 2012: 331). Negatif siyasal reklamın adayın seçilmesindeki etkisi ve adayın/liderin fikirlerinin kamuoyu tarafından kabul edilerek sandıkta oyların partilerine verilmesi amacı beklenti teorisi olarak açıklanır (Tosun, 2003: 323).

3. Siyasal Reklamın Etkileri

Muzaffer Şerif'in Otokinetik Etki Deneyi; Tamamen karanlık bir odada izlenen nokta halindeki sabit ışığın, hareket ediyormuş gibi algılama yanılışına

“otokinetik etki” denir. Gerçekte bu ışık hiç hareket etmez, ama insanlar onu hareket ediyormuş gibi algılarlar (Sakallı, 2013: 32). Bu deney; birbirine tamamen yabancı bireylerden oluşan grupların ortak bir görüş sahibi olup uyum içinde olabileceği sonucunu kanıtlamıştır. Otokinetik etki bu sebeple gece yapılan siyasal mitinglerde kullanılabilir.

Otokinetik etki gece yapılan mitinglerde kullanımı, adayın üzerinde bir ışık kaynağıyla sağlanabilir. Aydınlatılan aday hedef kitle tarafından platformda izlenir. Böylece söyledikleri hedef kitlede daha kalıcı etki bırakır.

“Şerif’in bu deneyi sosyal kuralların nasıl oluştuğu üzerine odaklaşmıştır ve yeni grup kurallarının nasıl ortaya çıktığını göstermiştir. Şerif’in çalışmalarının sonucuna göre, belirsiz bir ortamda bulunan kişiler diğer bireylerin etkisinde kalırlar. Bireyler kararlarından, fikirlerinden, belirli bir ortamda ne yapacaklarından emin değilse gruptaki diğer bireylerin görüşlerine, kararlarına ve davranışlarına bakarlar ve onlardan etkilenirler” (Sakallı, 2013: 34). Bu durum kararsız seçmenler üzerinde son derece etkilidir. Mitinge katılan fakat kafasında henüz somut bir fikir olmayan seçmen böylece kararını netleştirebilir.

3.1. Siyasal Reklamcılıkta Liderin Rolü

“İktidara sahip olmanın ve iktidarın kullanımının, doğrudan doğruya güç kullanımıyla özdeşleştirilmemesi gerektiğini vurgulamak özellikle gerekliydi, diyordu Parsons. Ona göre, güç, rıza gösterilmesini sağlamanın çeşitli yollarından sadece biri olarak görülmeliydi. Güç, istikrarlı siyasi sistemlerde yalnızca son çare olarak, diğer yaptırımlar etkisiz kaldığında kullanılıyordu” (Giddens, 2008: 212).

“Politikanın belki de en temel ve kalıcı sorunlarından biri otokratik yönetimi önlemektir. İçinde bulunduğumuz dönem de dahil olmak üzere kayıtlı tarih boyunca megalomanlık, paranoya, duygusallıktan ve dürtülerden etkilenen liderler, devletin zor kullanma ve şiddet uygulama imkanlarını kötüye kullanarak kendi amaçlarına hizmet eder hale getirmişlerdir. Despotluklar yüzünden ölen insan sayısı, hastalık, kutluk ve savaşlardaki kayıplarla boy ölçüyecek durumdadır” (Dahl, 2010: 57).

Üst üste gelen ekonomik krizler insanları çaresizliğe ve ümitsizliğe sürükler. İşte bu noktada beklenen lider; büyük kurtarıcı, süper kahraman olur. Onun söylediği her söz dinlenir ve tasdik edilir. Vaatlerine kanılır. Ta ki gerçekleştiremeyinceye kadar. Gerçekleştirilemeyen vaatler liderin çöküşüdür ve lider gittiği yolda terk edilir.

Büyük İnsan Teorisi: “Bir grupta liderlik rolünü/koltuğunu dolduranın bu rolü/koltuğu doldurma nedenleri nelerdir?” diye sorulduğunda liderliğin büyük insan teorisi kapsamında, liderler kişilik özellikleriyle grup içerisindeki diğer insanlardan farklı olarak insanları etkileme/şaşırtma kabiliyetine sahiptirler. Böylece, örneğin, zeki-becerikli bir insan görüntüsü, hakim/baskın tekil yapıları diğer insanlarca kabul edilip liderlik pozisyonuna uygun görülür. Bunlarla birlikte, onların kişilik özelliklerinin aşırı derecede farklı olduğu ileri sürülür ve liderlik koltuğunda oturan tanınmış insanların hızlı düşünme kabiliyeti olan (pratik zekalı)

insanlar oldukları bilinir. Örneğin, Tony Blair, George Bush ve Nelson Mandela çok farklı kişiliklerdir (Eysenck, 2004: 746).

Stogdill'e göre, liderler biraz fazla zeki, kendine güveni olan, sosyal yönü kuvvetli, hakim/baskın ve onları takip edenlerin üzerinde yöneltme başarısı olan ya da bunlara sahip olmaya meyilli kişilerdir (Eysenck, 2004: 746).

3.2. Siyasal Reklamcılıkta Medyanın Rolü

Siyasal reklamcılık konusunda çalışan reklamcılar medyayı en etkin şekilde kullananlardır. Çünkü kampanya bütçeleri neredeyse sınırsıza yakındır ve harcanan paralar konusunda kimse soru soramaz. Hal böyle olunca gerek görsel gerekse yazınsal medya araçları kampanyanın son noktasına kadar kullanılabilir.

“Seçim kampanyalarında çeşitli medya araçları kullanılarak politik fikirlerin yayılması, politik parti ya da adayın tanıtılması ve imaj oluşturulmasına çalışılır. Kampanyalarda en etkin medya aracı televizyondur. Televizyonun yanı sıra radyodan yaygın şekilde yararlanılmıştır. Radyo, adayın sesli mesajlarla halka ulaşımına olanak sağladığı için oldukça etkili olmuştur. Televizyonun seçmenleri etkileme gücü daha da yüksektir. Adayın dış görünüşü, mimikleri, el ve yüz hareketleri, giyimi ve ses tonu televizyondaki seçim propagandalarında önem taşımaktadır” (Göksel, 2005: 44). *“Televizyon ve filmler ise görsel açıdan avantajlara sahiptirler. Televizyonda fiziksel çekiciliğe sahip bir konuşmacı daha fazla dikkat çekebilir. Mesajlar çeşitli saatlerde veya günlerde tekrar edilerek izlenme şansları yükseltilebilir; yani seyircilerin mesajı algılama ve etkilenme olasılıkları artabilir”* (Sakallı, 2013: 146). *“Artık, günümüzde, siyasal tartışmalar, sadece televizyon stüdyolarında yapılmamaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması, siyasal tartışmaların boyutunu da doğrudan etkilemektedir. Bireyler ve gruplar arasındaki ilişkisel süreçleri hızlandıran medya, vatandaşlar ile çeşitli toplumlar arasındaki iletişimi de kolaylaştırmaktadır. Bu durum ise demokrasi konusunda çok sesliliğe yol açmaktadır”* (Karaçor, 2009: 127).

“Siyasal pazarlama araç ve teknikleri arasında afişler, el ilanları, tanıtıcı broşürler bastırılması, radyo ve televizyonlar için tanıtıcı film hazırlanması, gazetelere ilan verilmesi, siyasal mitingler düzenlenmesi, seçmenlere ya da delegelere yemek verilmesi, bazı tanıtma malzemesinin veya armağanların dağıtılması ya da tanıtma malzemesi ve kitap satılarak partiye gelir sağlanması, seçmenle birebir temas kurmak amacı ile kapı kapı dolaşılması gibi çalışmalar vardır” (Tacar, 1997: 12).

3.3. Siyasi İmaj Yönetimi

Güzel (Temiz) bir insanın söylediği çirkin söz inandırıcıdır. Çirkin (kirli görünümlü) birinin söylediği güzel söz inandırıcılığını kaybeder. Kimi sosyologların televizyon programlarına özentisiz bir görüntüyle katılmaları ‘yağlı ve uzun saç, kirli sakal’ onların halk üzerindeki etkilerini geçersiz kılmakta ve savunduğu fikirler uzaya boşuna atılan bir füze gibi tesirsiz kalmaktadır. Dış görünüm, Nasrettin Hoca'nın ‘Ye kürküm ye!’ deyişi misali, imaj bu nedenle hitabette ve siyasette çok önemli bir yere sahiptir.

“Siyasal kampanyalarda imaj yönetimi açısından adayın kişisel özellikleri, seçmenlerle etkili iletişim kurma kabiliyeti, yönetim becerisi, zeka ve bilgi düzeyi, ahlak anlayışı, yaptırım ve iş bitirme gücü, geçmiş dönemdeki icraatları ve sorunlar karşısında takındığı duruş gibi konular önem taşımaktadır” (Kılıç, 2013: 49).

“Adayın kişiliği, seçmenler üzerinde önemli etkileri vardır. Genel seçimler ve parlamento seçimleri için adayların kişilikleri oldukça önemli rol oynamaktadırlar. Yerel seçimlerde ve belediye seçimlerinde seçmenler adayları daha yakından tanıma ve tercih etme durumundadırlar. Adayların kişiliklerinin politika ile pek ilgilenmeyen ve oyları dalgalı sayılan seçmenler ile kararsız seçmenler üzerinde geniş etkisi vardır” (Dalkıran, 1995: 82).

Çeşitli sesler ve el kol hareketleri, dinleyicilere, konuşmacının ne dediğini yorumlamak için uygun bir çerçeve sunar: konuşmacı mutlu mu, üzgün mü, kızgın mı, hevesli mi, yorgun mu ya da başka bir duygusal durumda mı? Bilgi mi istiyor, bir şeyi inkar mı ediyor, gerçeği mi söylüyor yoksa söyledikleri yalan mı? Bu bilginin çok az bir kısmı yalnızca konuşma diliyle aktarılır. İngilizce’de örneğin duygularla ilgili bilgilerin %90’ı söylenen sözcüklerle değil, beden dili ve ses tonuyla aktarılır (Haviland, Prins, Walrath ve McBride, 2008: 226).

“Batı demokrasilerinde oynaklığın yükselişini açıklamak üzere ileri sürülen teorilerden biri de, sosyal bölünmelerin parti sistemi üzerindeki etkisinin ve buna bağlı olarak parti ile özdeşleşme duygusunun zayıflaması, yüzen (floating) seçmen oranının yükselmesidir. Bu açıklamaya, Türk parti sistemindeki oynaklık konusunda da başvurulmaktadır. Mesela Sabri Sayarı’ya göre, “Türkiye’de seçmenlerin belli partilere karşı oluşturdukları duygusal bağlılıklar, çok-partili hayatın başlangıcından bu yana zayıflamıştır. Seçim siyasetinin ve parti sisteminin normal evriminin sık sık kesintiye uğraması, partilerle seçmenler arasındaki bağların güçlenmesine katkıda bulunmamıştır” (Özbudun, 2011: 68).

3.4. Propaganda

Propaganda, öyle bir fikirdir ki koşulsuz kabul edilip dile getirilir. Çeşitli söylemler, doğruluğu ya da yanlışlığı test edilmeden kitlelere aktarılan sesler propagandanın temelini oluşturur. Kısmen ideolojik bir baskı unsuru olan propaganda kısmen de reklam gibi anlaşılır ya da söylemi sebebiyle reklamla karıştırılır. Fakat propagandayı reklamdan ayıran en temel fark kitleleri bir an önce eyleme geçirmeye olan isteğidir.

“Propaganda; bir fikri, doğruluk veya kesinliği ile bağlantısız olarak yaymak amacıyla kamuoyunun etkin biçimde uyarılması şeklinde tanımlandığı gibi, belirli bir fikir ve davranışın kökenini, bununla ilgili çıkarı, kullandığı yöntemleri, yaymak istediği içeriği ve benimseyenlerin karşılaşacağı sonuçları göz önünde tutarak, bu hususlardan birini, birkaçını ya da hepsini gözetmek suretiyle onu yayma ve kabul ettirme gayreti olarak da ifade edilmektedir” (Özkan, 2007: 161).

“Reklam ve propaganda Ekim Devrimi ve 1929 Ekonomik Bunalımı’yla birlikte önem kazanmışlardır. Her ikisi de kitlesel fikir ya da mal üretimi kökenli olup başlangıçta iki ayrı şeyken zaman içinde birbirine meyletmış olan iki kitlesel dil yetisidirler. Propaganda önce politikacılarla politik partilerin toplum nazarında o ana kadar oluşturmuş oldukları “imaj”dan yararlanarak başvurdukları bir “temel hedeflerini”, kendilerini ve pratiklerini pazarlama ve satma yöntemi olmuştur. Rekabete, yeni mal ve

markaya yaslanmış bir toplumdaysa ileride tek ve hakiki bir büyük itici güç modeline dönüşecek reklama benzemeye başlamıştır” (Baudrillard, 2011: 129).

“Siyasi arenada propagandanın kullanılması, onun ideolojik bir baskı aygıtı olarak görülmesine sebep olmuştur. Bu da propagandanın başarıya ulaşmasını büyük oranda etkilemiştir” (Şeker ve İşliyen, 2012: 330).

“Propaganda etkinliklerinin tarihi çok eski zamanlara uzanmakla beraber propagandanın çağdaş biçimlerinin ortaya çıkışı kitle iletişim araçlarının gelişimine paralellik göstermektedir. Tüm sosyal evrenin farklılaştırma mantığına göre düzenlendiği propagandada; doğru ve yanlış, haklı ve haksız, erdem ve kötülük, hakikat ve yalan, sadakat ve ihanet gibi kavramlar sıklıkla yer almaktadır. Rakipler karşısında izlenecek yolların, yapılacak davranışların gösterdiği, sosyal dünya ve olaylara ilişkin açıklamaların getirildiği, soruların belli bir açıdan cevaplandığı propagandada alıcıları eyleme itmeye yönelik kalıplar yargılar, basitleştirmeler, sloganlar, eylemi aydınlatıcı rehberler ve işaret noktaları kullanılmaktadır” (Elden, 2013: 167).

4. Siyasal Reklamcılığın Olmazsa Olmazı Demokrasi

Demokrasi, demokratik yönetim ya da demokrat kelimleri insanların zihninde hep özgürlüğü çağrıştırmıştır. Diğer rejimlerle karşılaştırıldığında ekonomik özgürlük olmasa da en azından siyasal özgürlük açısından ve insanların söz söyleyebilme yetisine kavuşmasında toplumsal olarak önemlidir. Demokrasinin önemi özgürlükten çok halk tarafından yönetimden gelmektedir. Burada yalnız özgür olan halkların da yönetime katılabileceğini de saf dışı etmemek gerekir. Özgür halkların çeşitliliği sebebiyle de demokrasi toplumsal barışın teminatıdır.

“Demokrasi kelimesinin olası kullanımlarından biri, günümüzde epey yaygın bir tanıma, keyfi siyasi iktidardan kurtulmuş olmaktır. Bu tanıma göre demokrasi bireyci bir liberal siyasi gündemin gerçekleştirilmesidir az çok. Bu anlayışın bir ülkenin ne kadar demokratik olduğuyla ilgili dışsal ölçütleri, söz konusu ülkede birden çok partinin yarıştığı serbest seçimler yapılıp yapılmadığı, doğrudan doğruya hükümetin siyasi kontrolü altında olmayan iletişim araçlarının olup olmadığı, kişinin dinsel inancının gereklerini devletin müdahalesi olmaksızın yerine getirip getiremediği, kısacası, çoğunlukla sivil özgürlükler olarak özetlen bütün her şeyin belli bir devletin sınırları içinde gerçekte ne derecede hayata geçirilebildiği olmuştur” (Wallerstein, 2004: 136).

“Hemen herkes tarafından iyi bir şey olarak görülen ve Bernard Crick’in ifadesiyle kamusal işlerin dünyasında belki de en çok rastgele biçimde kullanılan bir kavram olan demokrasi; kısaca halk tarafından yönetim olarak ifade edilerek, hem katılımı hem de halk yararına yönetimi kapsamakta ve çeşitli biçimler alabilmektedir. Demokrasinin üzerinde uzlaşmış bir tanıma bulunmaması sebebiyle kavramın açıklanmasına demokrasi kriterleri açısından yaklaşmak daha sağlıklı bir yöntemdir. Bu bağlamda, Robert Dahl demokrasi için beş kriter ortaya koymaktadır. Bunlar; etkin katılım, oy kullanma eşitliği, bilgi edinebilme, gündem üzerine son sözü söyleme hakkı ve yetişkinlerin dahil olmasıdır” (Karaçor, 2009: 123).

“Bir yönetimin demokratik olması için kesinlikle gerekli olan hak, özgürlük ve fırsatlara ek olarak, demokratik bir yönetim altında yaşayan vatandaşlar daha geniş özgürlüklere de sahip olurlar. Demokrasinin arzulanırlığı konusundaki bir inanç beraberinde başka inançlar da getirir. Pek çok insan için bu bir inanç grubunun parçasıdır. Bu grup içerisindeki ifade özgürlüğü inancı diğerlerinden

bağımsız olarak da istenen bir inançtır. Değerler ve faydalar evreninde demokrasinin çok önemli bir yeri vardır. Ancak faydalı olan tek şey o değildir. Demokratik süreç için gerekli olan diğer haklar gibi özgür ifadenin de kendi değeri vardır, çünkü özgür ifade, ahlaki özerkliğin, ahlaki yargısı ve iyi bir hayatın aracıdır” (Dahl, 2010: 62).

Demokrasi esas itibariyle iç barışı ve bireysel özgürlüğü korumaya matuf fayda gayesi güden bir aygıt, bir usuldür. Bu bakımdan hatadan salim veya mutlak değildir (Butler, 2001: 177).

“Demokrasi, esas itibariyle yarışmacı bir sistemdir. Çoğunluğun yönetimi pratik bir kuraldır. Bu kuralın kabul edilmesinin çoğunluğun tercihlerine ahlaki bir üstünlük tanınması ile bir ilişkisi yoktur. İktidarı kullanma belirli bir zamanla sınırlıdır. İktidar mevkii, sonsuz olarak hiçbir kimseye bırakılamaz. Bugün çoğunlukta olanlar, yarın azınlık; azınlıkta olanlar ise çoğunluk olabilirler. Fakat bunun gerçekleşmesi ancak azınlıklara çoğunluk olabilme imkânını bahşeden düşünce ve örgütlenme imkânına bağlıdır” (Nişancı, 2013: 278).

“Eğer demokratik rejimler yaygın bir maddi eşitsizlikle yaşıyorlarsa ve demokratik devletler mevcut maddi eşitsizlik biçimlerinin korunmasına yatırım yapıyorlarsa, bu durumda eşitsizliğin olmaması demokrasinin ya da demokratikleşmenin gerekli bir koşulu olamaz. Tam aksine, demokratik başarı kamu politikalarının maddi eşitsizliklerin mevcut olduğu her şeyden yalıtılmasından oluşur. Kamu politikaları eşitsiz kategorilerin sınırlarında keskin bir şekilde bölünmediği müddetçe demokrasi şekillenebilir ve ayakta kalabilir. Öte yandan, kategorik sınırlarda kesin olarak bölünen haklar, yükümlülükler ve müdahaleler demokrasiyi tehdit ederler ve demokratikleşmeye ket vururlar. Demokrasi, gündelik hayatın eşitsizlikleriyle devlet-yurttaş ilişkilerinin eşitsizlikleri arasındaki uyumsuzluk sayesinde gelişir” (Tilly, 2011: 198).

“Eğer devlet halk iradesini doğrudan temsil ediyorsa, o zaman temelinde yatan hayatın kopyasından ibaret olma eğilimindedir. Bireylerin düşündüklerini ve hissettiklerini farklı bir işaretler sistemine çevirmekten öte bir şey yapmaz” (Giddens, 2008: 101).

“Açık, serbest ve dürüst seçimler demokrasinin özü, onun kaçınılmaz, olmazsa olmaz şartıdır. Seçimlerden çıkan hükümetler, beceriksiz, yiyici, dargörüşlü, sorumsuz olabilirler; kişisel menfaatlerin egemenliği altında bulunabilirler; kamu yararının gerektirdiği politikaları kabul etme yeteneğinden yoksun olabilirler. Bu nitelikler o hükümetleri arzu edilmez kılar ama, demokrasiye aykırı olmaz. Demokrasi kamusal erdemlerden biridir, ancak tek kamusal erdem değildir” (Huntington, 2011: 22).

Çok partili seçim sistemi demokrasinin en önemli yapı taşıdır. Siyasal partiler, dernekler, sivil toplum kuruluşları söz söyleyebilme yetisine demokrasi sayesinde kavuşur. Bağımsız medya kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları demokrasinin işleyişinde önemli yere sahiptirler. Demokrasinin kurallarının esnek toplum yapılarına uyarlanması sonucunda farklı toplumsal yapılar çağdaşlaşmanın yolunu açarlar.

5. 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Seçimi Özelinde Siyasal Reklamcılık

Bu seçimler, içinde bulunulan ekonomik kriz ve bunun topluma ve seçmene yansımaları gölgesinde gerçekleşmiştir. İktidar partisi tüm ülke genelinde “Gönül İşi” sloganıyla seçim kampanyalarını yürütürken Ana muhalefet partisi ise “Derman” sloganıyla seçim kampanyalarını yürütmüştür. İktidar partisi propaganda çalışmalarında genelde ve yerelde ülkede yaptığı projeleri anlatmış, ana muhalefet ise artan hayat pahalılığı, enflasyon, yoksulluk ve bunun toplumun çeşitli kesimleri üzerinde oluşturduğu etki üzerinden mesajlar oluşturmuştur. Sonucu ne olursa olsun %90’na varan katılımıyla bu seçimler gerçek bir demokrasi şöleni olmuştur.

Yerel seçimlere yansıyan bir görüntü artan enflasyon ve hayat pahalılığıdır. Yaşam Türkiye’de ekonomik olarak zorlaşmaktadır. Enflasyon artmaktadır, işsizlik artmaktadır, bunlarla bağlantılı olarak yoksulluk artmaktadır. Yoksulluk dünya üzerindeki her toplum ve ülke için bir tehdit ve tehlike olduğu kadar ülkemiz açısından da durum böyledir. Yoksulluk, ILO’nun temel ilkelerinde “Her nerede olursa olsun yoksulluk, herkesin refahı için tehlikedir” şeklinde belirtildiği gibi gerçekte de varlığıyla varsılığı da tehdit etmektedir.

Yerel seçimlerde görülen başka bir görüntü de seçmeni azarlayıcı seçim propagandalarıdır. Bu tür propagandalarda geniş halk kitleleri tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Seçmen, içinde hakaret içeren sert, azarlayıcı ve yıpratıcı siyasal üslubu tasvip etmez, buna karşı tepki oluşturur. Sandıkta da oyunu ona göre kullanır.

Seçimlerde siyasi partilerin vurgularına da değinirsek, İktidar Partisinin ‘Memleket İşi Gönül İşi’ ve ‘Gönül Belediyeciliği’ sloganı yanında kalp şeklinde Türk Bayrağı, Parti Başkanının imzası ve fotoğrafı afişlerde kullanılmıştır. Ana Muhalefet Partisinin ‘Martın Sonu Bahar Dertlere Derman Var’ sloganı ve seçim şarkısında kullanılan Anadolu çalgı motifleri, kemençe, zurna ve davul seçim şarkısının hedef kitlesi tarafından neşeyle karşılanmasına sebep olmuştur.

31 Mart 2019 Seçimleri bir kez daha gösterdi ki hedef kitle tarafından sevilen seçim şarkısı seçim kazandırır. Bu durum müziğin seçim kampanyalarındaki yeri ve önemini bir kez daha teyit etmiştir.

Yüksek Seçim Kurulu (YSK) istatistik verilerinden derlenen ikincil veriler; Tablo 1’de çizelge, Şekil 2 ve 3’de grafik olarak sunulmuştur.

Tablo 1: 31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimleri; Muhtarlık, Belde, Köy Seçmen Sayıları (Yalova İli)

İLÇE ADI	BELDE ADI	MAHALLE SEÇMEN SAYISI	BELDE SEÇMEN SAYISI	KÖY SEÇMEN SAYISI	TOPLAM SEÇMEN SAYISI
ALTINOVA	KAYTAZDERE	0	3.795	0	3.795
ALTINOVA	SUBAŞI	0	5.145	0	5.145
ALTINOVA	TAVŞANLI	0	2.394	0	2.394
ALTINOVA		4.835	0	3.544	8.379
ARMUTLU		5.232	0	2.196	7.428
ÇINARCIK	ESENKÖY	0	2.803	0	2.803
ÇINARCIK	KORU	0	4.805	0	4.805
ÇINARCIK	TEŞVİKİYE	0	2.332	0	2.332
ÇINARCIK		12.671	0	2.450	15.121
ÇİFTLİKKÖY	TAŞKÖPRÜ	0	2.869	0	2.869
ÇİFTLİKKÖY		22.273	0	2.798	25.071
TERMAL		2.773	0	2.342	5.115
MERKEZ	KADIKÖY	0	5.287	0	5.287
MERKEZ		82.931	0	8.804	91.735
TOPLAM		130.715	29.430	22.134	182.279

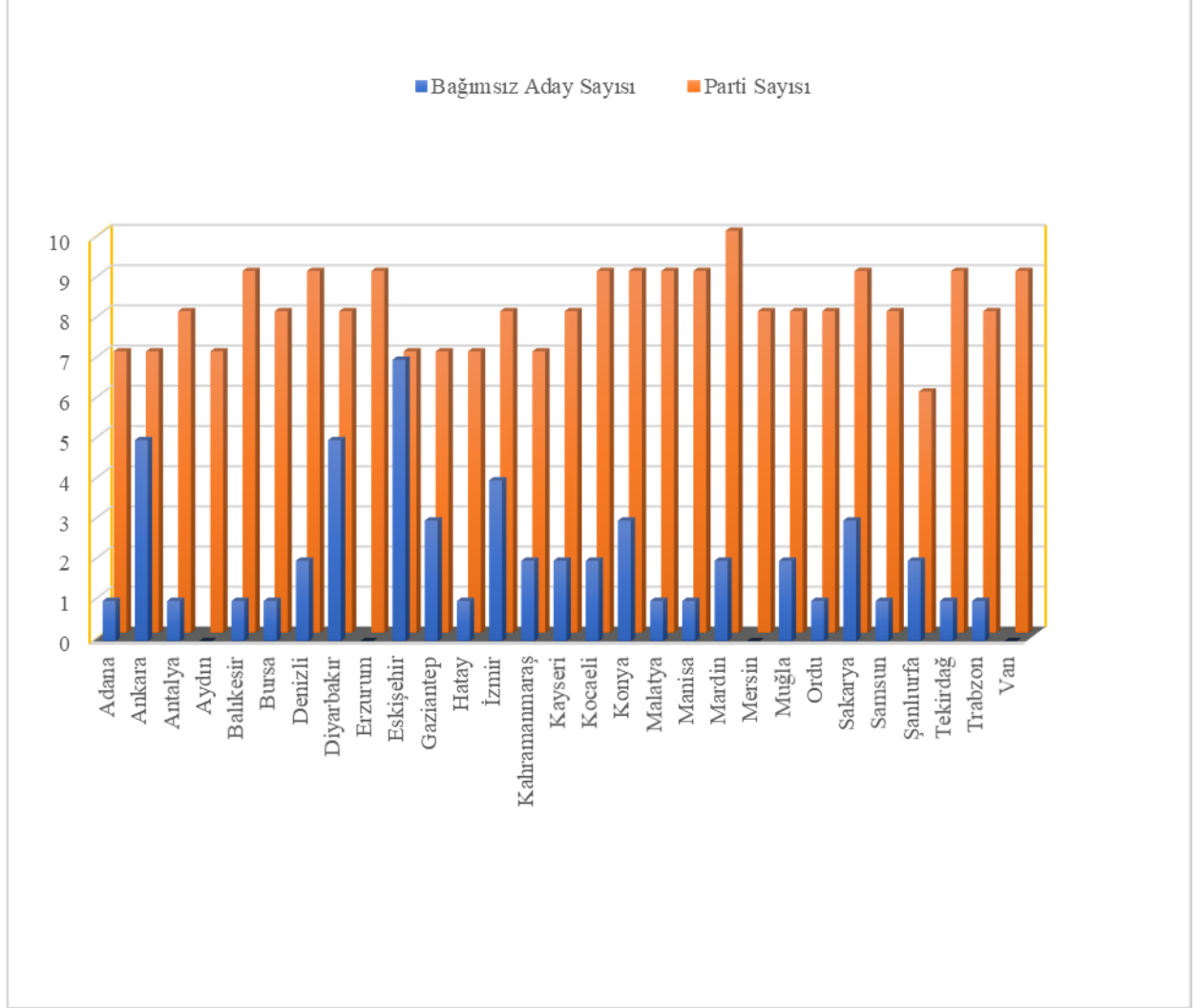
Kaynak: Yüksek Seçim Kurulu (2019)

Şekil 2: 31 Mart 2019 Seçimlerinde Seçmenlerin Cinsiyet Dağılımı

KADIN SEÇMENLER		ERKEK SEÇMENLER		TOPLAM
Sayı	%	Sayı	%	
28.929.732	50,7	28.128.904	49,3	57.058.636

Kaynak: YSK 2019

Şekil 3: 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi Seçime Katılan Siyasi Parti ve Bağımsız Adayları



Kaynak: Yüksek Seçim Kurulu (2019)

İstanbul'da 24 adet bağımsız aday ve 8 adet parti seçime iştirak etmiştir. Grafikte gösterilmemiştir.

Sonuç

Bütün bu tartışmalar ışığında *Siyasal Reklamcılığın Siyasi Parti Adayları ve Seçmenler Üzerinde* olumlu etkileri olduğu görülmektedir. Siyasal Reklamcılık günümüzde siyasetçinin kendini geniş halk kitlelerine tanıtımında en önemli yardımcısı olmaktadır.

ABD eski başkanlarından Nixon'un otomobilinde giderken kameraya dönüp söylediği 'Kimse televizyon için rol yaptırılmayacak bana. Saçma sapan bir şapka giyip küçük numaralar, hünerler göstermek gibi şeylerle uğraşmayacağım' sözü onun bu konuyu ne kadar değersiz gördüğünün kanıtıdır. Girdiği seçimde rakibi Kennedy'nin siyasal reklamcılığı her yönüyle kullanması seçimi kazanmasıyla sonuçlanmıştır.

Siyasette herkesi memnun edemeyeceğiniz gibi herkese de iyi görünme gibi bir durum söz konusudur. Yani siyasetçinin içinde bulunduğu durum itibarıyla herkesle iyi geçinmesi gereği bir zorunluluktur.

Siyasette hiçbir zaman kesin çizgiler bulunmamakla birlikte bu işe soyunanların taraftarları nezdinde her zaman gözde olmaları onların kendilerini geliştirmesine de bağlıdır.

31 Mart 2019 Yerel Seçimleri, tüm Türkiye genelinde İl ve İlçe Belediye Başkanlığı, İl ve İlçe Meclis Üyeliği ve Muhtarlık seçimi sebebiyle yapılmıştır. Mevcut yerel yönetimlerin yenilenmesi gayesiyle yapılan yerel seçimler sonuçları açısından yıllarca tartışılacak bir yapıdadır. Özellikle geçersiz oyların sandıktan çok fazla miktarda çıkması seçimin hazırlık safhasında bazı şeylerin eksik kaldığı sorusunu akla getirmektedir. Televizyon, Sinema ve İnternet ortamında oy kullanımına yönelik tanıtım ve bilgilendirmenin yeterince yapılmamış olması seçimlerde geçersiz oyların sayısındaki artışın en önemli sebebidir. Vatandaş, nasıl oy kullanacağını bilmemektedir ya da oy kullanma kabininde pusulayla karşılaşınca panik yapmaktadır. Böylece mührü ya dışarı vurmakta ya birkaç parti ambleminin altına vurmakta ya da amblemin tam üstüne vurarak oyun kullanılıp kullanılmadığını belirsiz kılmaktadır. Doğrusu mührün parti ambleminin altındaki daireye basılmasıdır. Ayrıca bilerek ya da bilmeyerek yapılan bir diğer yanlış da boş oy pusulasını zarflayıp sandığa atmaktır. Oyların sayımında anlaşılan bu yanlışlardan ötürü sandık başında kavgalar çıkmakta ve itirazlar olmaktadır. Bunu engellemenin yolu daha işin başında vatandaşları oy kullanımı konusunda bilgilendirecek videoların özellikle televizyon ortamında seçimlerden önce tekrar tekrar gösterilmesidir.

Boş oy atma, çift mühür basma, mührü (kaşeyi) ters tutup eline basma, oy pusulasına mühür basarken cep telefonu ile fotoğrafını çekme veya video kaydına alma, oy pusulasını cebine koyup oyu boş atma, oy pusulasını yırtıp cebine koyma, zarfın içine hal dilekçesi koyma (icazette bulunma), oyu yanlış sandığa atma, bir zarfa yedi pusula doldurma, gibi akla hayale gelmeyecek nice davranış, eğitim eksikliği ve oy kullanma konusunda yeterince bilgilendirilmeme, bu konuda bilgi amaçlı-öğretici televizyon programlarının yapılmamasından kaynaklanmaktadır.

Seçimde YSK'nın yaptığı yanlışlar da bulunmaktadır. Bunlardan birisi teknik olarak Muhtar pusulasının başkanlık ve meclis üyeliği pusulasıyla birlikte aynı zarfa konulup aynı sandığa atılmasıdır. Doğrusu Muhtarlık için yapılan

seçimde ayrı zarf ve sandığın bulunmasıdır. Geçmiş yıllarda uygulama böyle olmuştur. Doğrusu budur. Yoksa muhtarın pusulasının aynı zarfa konması geçmiş yıllarda oyun geçersiz sayılması sebeplerinden biridir. Uygulamada bu eksikliğin giderilmesi ve doğru olan yönteme geçilmesi ileride olabilecek yanlışlıkları engelleyecektir.

Genel hatlarıyla özetleyecek olursak siyasi partilerin yapmış olduğu kampanya çalışmalarında radyo, televizyon ve sosyal medya kullanılmış, konserler ve mitingler düzenlenmiş, partililere alışveriş kartı dağıtılmış, hali vakti yerinde partililere ise lüks lokantalarda “vefa yemeği” verilmiştir. Seçim öncesinde kapı kapı dolaşma ve kahve toplantıları yapılmış, bu toplantılarda yazılı olarak aday tanıtıcı broşürler dağıtılmıştır.

İkinci bir husus Muhtarlık seçimlerinin de artık siyasi olarak ciddiye alındığıdır. Muhtar adaylarının da kendi çaplarında eşantyon, broşür, afiş hazırlayarak ve mahalle içi mitingler ve tanıtım toplantıları düzenleyerek seçimde seçilme şanslarını artırma eğilimi içinde oldukları gözlemlenmiştir.

Seçim döneminde siyasi partilerin kampanyalarında çalışan partililer, gönüllü çalışma biçiminde yaşantılarından fedakârlık ederek ve uykusuz uzun saatleri göze alarak üyesi veya bağlı buldukları siyasi partilerin çatısı altında çalışırlar. İçinde buldukları klientalist düzlemde partilerine yakın ve oy potansiyeli yüksek gruplara ilgileri fazladır.

Seçim dönemlerinde siyasi partilerin nakdi yardımdan ziyade, yakacak yardımı ve gıda yardımı yaptığı, fakat bu yardımların amacına ulaşmadığı, kömürü ve gıda kolilerini satarak borçlarını ödeyen yoksul bir kesimin olduğu ve bunların sorunlarının çözülmesi için ciddi anlamda geliştirilmesi gereken sosyal politikaların olduğu çeşitli platformlarda tartışılmaktadır.

Sosyal yardım sorunsalı bir yurttaşlık hakkı olup size başvuran insanlara ikame yollar göstermeniz sosyal devlet olmanın bir gereğidir. Bu ikame yollardan biri; geçerliliği olan sertifikalı mesleki eğitimidir.

31 Mart 2019 Yerel Seçimlerini tutuma yönelik değerlendirdiğimizde ise kullanılan sloganların analizi şu şekildedir. İktidar partisinin kullandığı “*Gönül Belediyeciliği/Belediye İşi Gönül İşi*” sloganı duygusal bileşen. Ana muhalefet partisinin kullandığı “*Martın Sonu Bahar Dertlere Derman Var*” sloganı davranışsal bileşen olarak değerlendirilebilir.

Kaynakça

- BAUDRILLARD, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Doğu Batı Yayınları. Ankara.
- BAYRAKTAROĞLU, G.G. (2002). Geleneksel Pazarlamada Politik Pazarlamanın Yeri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 3, s.58-84*.
- BUTLER, E. (2001). *Hayek*. Liberte Yayınları. Ankara.
- DAHL, R.A. (2010). *Demokrasi Üzerine*. Phoenix Yayınevi. Ankara.
- DALKIRAN, N. (1995). *Siyasal Reklamcılık ve Basının Rolü*. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul.
- ELDEN, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık*. Say Yayınları. İstanbul.
- EYSENCK, M.W. (2004). *Psychology*. Psychology Press Ltd. New York.
- GIDDENS, A. (2008). *Siyaset Sosyolojisi ve Toplumsal Teori*. Metis Yayınları. İstanbul.
- GÖKSEL, N.K. (2005). Politik Pazarlamada Pazarlama Faaliyetleri. *Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 38, Sayı: 3, s.44-15*.
- HAVILAND, W.A., PRINS, H.E.L., WALRATH, D. ve McBRIDE, B. (2008). *Kültürel Antropoloji*. Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- HUNTINGTON, S.P. (2011). *Üçüncü Dalga Geç 20. Yüzyılda Demokratikleşme*. Kilit Yayınları. Ankara.
- İSLAMOĞLU, H. (2002). *Siyaset Pazarlaması*. Beta Basım Yayım. İstanbul.
- KARAÇOR, S. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri; Siyasal Katılım, Demokrasi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt: 16 Sayı: 2, s.121-131*.
- KILIÇ, E.A. (2013). Seçmen Tercihinde İmaj Faktörü: Siyasi Parti ve Aday İmajı Karşılaştırmasına Yönelik Bir Alan Araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 36, s.47-73*.
- KURTULDU, H.S. (2006). Politik Parti ve Politik Lider Reklamları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1, s.292-306*.
- NİŞANCI, Ş. (2013). *Sivil İtaatsizlik*. Etkileşim Yayınları. İstanbul.
- SAKALLI, N. (2013). *Sosyal Etkiler; Kim Kimi Nasıl Etkiler?* İmge Kitapevi. Ankara.
- ŞEKER, T. ve İŞLİYEN, M. (2012). 2011 CHP Seçim Reklamları Bağlamında Siyasal Reklamcılığın İzleyiciler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Alımlama Analizi. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı: 32, s.327-349*.
- ÖZBUDUN, E. (2011). *Türkiye'de Parti ve Seçim Sistemi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.
- ÖZKAN, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. Tasam Yayınları. İstanbul.

- TACAR, P. (1997). *Siyasetin Finansmanı*. Doruk Yayıncılık. Ankara.
- TAN, A. (2003). *Politik Pazarlama*. Papatya Yayınevi. İstanbul.
- TILLY, C. (2011). *Demokrasi*. Phoenix Yayınevi. Ankara.
- TOSUN, N.B. (2003). Negatif Politik Reklamların Etkisinin Değerlendirilmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 3-4, s.321-337*.
- WALLERSTEIN, I. (2004). *Amerikan Gücünün Gerileyişi Kaotik Bir Dünyada ABD*. Metis Yayınları. İstanbul.

[URL-1] <http://www.ysk.gov.tr> (Erişim: 5.2019)

Sosyal Medya Kullanılarak Edinilen Sosyal Sermayenin Ölçümü ve İnternet Kullanım Sıklığının Aracılık Rolü

Hale ALAN*

Özet

Sosyal sermaye kuramı son yıllarda disiplinler arası çalışmalarda kapsamlı olarak araştırılmaktadır. Sosyal sermayeyi ölçme amacıyla geliştirilmiş ve yaygın olarak kullanılan birçok ölçek bulunmaktadır. Bu çalışmada Williams (2006) tarafından geliştirilen internet sosyal sermaye ölçeği (Internet Social Capital Scales) sosyal medya kullanılarak elde edilen sosyal sermayeyi ölçmek için kullanılmıştır. Bu ölçeğin tercih edilme nedeni ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik bakımından doğrulanmış olması ve sosyal medya kullanımıyla edinilen sosyal sermayeyi ölçmek için uygun olmasıdır. Bunun yanı sıra çalışmada sosyal medya kullanımı ve internet kullanım sıklığı ölçekleri de kullanılmış olup, 300 katılımcıya uygulanan anket sonucunda sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinilebileceği ve internet kullanımı sıklığına bağlı olarak sosyal sermaye ediniminin artış göstereceği sonucuna varılmıştır. Çalışma bulgularına göre daha kapsamlı ve anlamlı sonuçlar için farklı değişkenlerinde yer aldığı araştırmaların yapılmasına devam edilmesi gereği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Sermaye, Bağlayan Sosyal Sermaye, Köprüleyen Sosyal Sermaye

The Measurement of Social Capital By Using Social Media and The Mediator Role of Internet Usage

Abstract

The social capital theory has been extensively studied in interdisciplinary studies in recent years. There are several scales developed and widely used for measuring social capital. In this study, Internet Social Capital Scales, developed by Williams (2006), was used to measure the social capital obtained using social media. The reason for choosing this scale is that the scale has validity and reliability and is suitable for measuring social capital acquired through the use of social media. Besides, social media usage and internet usage scales were also used in this research. As a result of the survey applied to 300 participants, it was concluded that social capital could be obtained through the use of social media and the social capital acquisition would increase depending on the frequency of internet usage. According to the findings of the study, it has emerged that researches containing different variables should be continued for more comprehensive and meaningful results.

Keywords: Social Media, Social Capital, Bonding Social Capital, Bridging Social Capital

Giriş

Günümüzde internet teknolojilerinin gelişimi ile insanlar arasında iletişim, haberleşme, bilgi akışı kolay ve hızlı bir hale gelmiştir. İnsanlar arasında bilgisayar ya da cep telefonu ile internet üzerinden kurulan çevrimiçi kurulan ilişkiler yüze ilişkilerin yerini almıştır. Dijital teknolojilerin çok hızlı bir şekilde hayatımızda yer almalarıyla birlikte diğer insanlarla iletişim ve bağlantı kurma, öğrenme, çalışma ve boş vakit geçirme alışkanlıklarımız da oldukça değişmiştir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, halealan@akdeniz.edu.tr

Bu bağlamda, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin hayatımızdaki rolü yadsınamaz boyuta gelmiştir.

Sosyal sermaye ve sosyal ağ ilişkileri kuramları ile sosyal medya kavramı ilişkisine odaklanan çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Günümüzde sosyal medya kullanımı bireysel ve toplumsal açıdan engellenemez ve göz ardı edilemez bir hal almıştır. Artık sosyal sermaye edinimini ve sosyal ağ özelliklerini tespit etmenin en önemli ölçütlerinden birisi de sosyal medya kullanımınıdır. Sosyal medya gibi yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte insanların hem bireysel hem de toplumsal olarak daha fazla birbirine bağlandıkları ve işbirliğine yöneldikleri vurgulanmaktadır (Valenzuela vd., 2009:879). Sosyal medyayı en çok kullanan gruplar arasında yer alan öğrenciler üzerinde yapılmış ve Facebook kullanım yoğunluğunun öğrenciler üzerine olumlu yöndeki etkilerini ortaya çıkartmış çalışmaların sayısı da gün geçtikçe artmaktadır (Valenzuela vd., 2009:880).

Sosyal sermaye statü kazanımından psikolojik iyi oluşa kadar insan davranışlarının tüm sosyal unsurlarına ışık tuttuğundan dolayı sosyal sermaye, sosyal medyanın toplum üzerindeki etkileri hakkındaki tartışmalarında da önemli bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkileri sosyal medyanın sosyal sermayeyi güçlendirici, tamamlayıcı ya da azaltıcı rolü bağlamında yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Bununla birlikte sosyal ayrımcılık ve insanların kendine yabancılaşma korkuları sürekli olarak yeni teknolojilerin ortaya çıkması ve sosyal medya ile ilişkilendirilmiştir.

Putnam (2000:18) internet teknolojileri ile çevrimiçi etkileşimde bulunan sosyal medya platformlarının sosyal sermayeyi köprüleyen ve birleştiren türünü inceleyerek sosyal medya kanallarının sosyal sermayeyi geliştirmediğini belirtmiştir. Sosyal sermaye kuramı üzerine kapsamlı tartışmalar yapan sosyal sermayenin, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini çeşitli yollarla (cep telefonu ve sosyal paylaşım hizmetleri de dâhil olmak üzere) kullanımına sevk eden ve sosyal medya kullanımının bir nedeni veya sonucu olduğunu ifade etmiştir (Putnam, 2000:35). Son yıllarda, internet teknolojileri ve sosyal medya kullanımı ile edinilen sosyal sermayenin ölçülmesiyle ilgili fikir ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Bu ayrılıklar birçok sosyal sermaye ve sosyal medya çalışmalarının geçerliliği hakkında önemli sorunları gündeme getirmektedir. Sosyal sermayenin ölçüm sorunu güncelliğini ve önemini sürdürürken sosyal medya kullanarak edinilen sosyal sermayenin nasıl ölçüleceği halen merak konusudur. Bu çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkiler ve internet kullanım sıklığının bu ilişkideki aracı rolü öne sürülen beş hipotez ile ortaya çıkartılması amaçlanmıştır.

1. Yazın Taraması

1.1. Sosyal Sermaye

Sosyal sermayenin geniş ve kapsamlı bir çalışma alanına sahip olması kavramsal, kuramsal ve işlevsel belirsizlikleri beraberinde getirmiştir. Her disiplin sosyal sermayenin belirli bir yönüne odaklanmakta olup, disiplinler arasında sınırlı bir etkileşim bulunmaktadır. Bu nedenle sosyal ağ kuramcıları sosyal sermayeyi uygulamada sosyal ağlarla eşit olduğunu (Glanville ve Bienenstock, 2009), diğerleri sosyal sermayenin güven, normlar ve kaynakları kapsadığını (Coleman,

1990:334; Putnam, 2000:296; Halpern, 2005; Lin, 2001; Bourdieu, 1980) savunmaktadır. Ayrıca, sosyal sermayenin bir neden ya da sonuç mu olduğu yani sosyal sermaye sosyal ağların sebebi midir? yoksa sosyal sermaye, bu sosyal ağların sonucu mudur? hususunda (Williams, 2006:1) devam etmekte olan tartışmalar vardır. Sosyal sermaye bilinçli ya da bilinçsiz, bireysel ya da kolektif sosyal ilişkilerin kurulmasını amaçlayan kısa ya da uzun vadede doğrudan kullanılabilir sosyal ve stratejik yatırımların sonucudur denilebilir. Bu sosyal kurum, üyeleri arasında karşılıklı bilgi ve tanınırlık sağlayan sembolik ve maddi değişimler üretir, böylelikle ortak bir kimliğe ve grup homojenliğine yönlendirir.

Sosyal sermayenin giderek artan öneminin nedenleri yazında sıkça dile getirilmektedir. Bu artışın nedenlerinden ilki, sosyal sermaye, diğerleri arasında sosyal destek, dayanışma, sosyal uyum, topluluklaşma gibi diğer önemli sosyolojik kavramlarla yakından ilişkili bir kavramdır. Bourdieu'nun (1980:2) da belirttiği gibi sosyal sermaye kendisini sosyal etkileri belirleyen tek araç olarak benimsemekte bu da ona geniş bir uygulama alanı sunmaktadır. Diğer bir neden sosyal sermayenin disiplinler arası bir kavram oluşu ve artık günümüzde bu tür çalışmaların öneminin farkına varılmasıdır. Her bir disiplin bu kavramı yeniden kendine göre tanımlamaktadır. Bir diğer neden ise, Dünya Bankası ve OECD gibi kurumlar ve hükümetlerin, bu kavramdan faydalanarak kavramın politika yapımcılar arasında bir ölçüde meşruiyet kazanmasını sağlamasıdır. Sosyal sermaye insan bağlantılarına ve kaynaklarına bütünsel bir yaklaşıma dayandığından, sosyal ilişkilerin mikro, mezo ve makro düzeylerini incelemek için uygulanabilir (Field, 2008). Son olarak bu kavram her zaman iş almak veya daha iyi işler almak, daha iyi başa çıkma stratejileri ve engellerin azaltılması, daha iyi kamu sağlığı, daha düşük suç oranları, daha etkin finansal piyasalar, sosyal bütünleşme, ortak kaynakların daha iyi yönetimi ve yoksulluğun azaltılması gibi olumlu sonuçlarla ilişkilendirilmiştir.

Putnam (2000:288) sosyal sermayeyi toplu problemlerin daha kolay çözümlenmesini sağlaması, toplulukların etkin bir şekilde ilerlemelerine olanak tanınması ve insanları sosyal ve duygusal destek yoluyla iyileştirmesi nedeniyle önemli olduğunu vurgular. Hatta yüksek sosyal sermaye seviyesine sahip insanların travmalarla ve hastalıklarla daha iyi baş ettiklerini vurgulamıştır. Sosyal sermayenin iletişim ile ilişkisine ilk kez değinen Putnam, telefon örneğini kullanarak kişisel iletişimin güçlendirilmesini sağladığını vurgulamıştır. Telefon uzaktaki arkadaşları ve akrabaları yakın mesafeye getirmekte ve daha uzaktaki bağlardan daha fazla fayda sağlamaya imkân vermektedir. İnternetin sosyal sermayenin azalmasına neden olduğu veya bir sıkıntı ya da bir sorun olarak görüldüğü söylenemez. Bu durumun sosyal etkilerini değerlendirmek için henüz yeterince araştırma ve çalışma yapılmadığı için bunu söylemek için henüz çok erken olabilir. Şu ana kadar ki yazın incelendiğinde sosyal sermayenin çok farklı tanımlara sahip olduğu ve farklı bileşenlerden oluştuğu görülmektedir. Bu çalışma kapsamında sosyal sermayenin bağlayan ve köprüleyen boyutlarının önemi vurgulanmıştır.

1.2. Bağlayan ve Köprüleyen Sosyal Sermaye

Bazı ağlar ve bazı etkileşimler diğerlerinden niteliksel olarak farklıdır, yani sosyal sermayenin farklı türlerinin ve düzeylerinin ortaya çıkacağı anlamına

gelmektedir. Sosyal medya kullanımının sosyal sermaye üzerindeki etkisi hakkındaki görüşler, hem veri azlığı hem de ortak bir ölçek eksikliği nedeniyle devamlı değişmektedir. Araştırmacılar medya açısından sosyal sermaye kavramını farklı şekillerde kullanmıştır. Sosyal medya bağlamında sosyal sermaye üreten ağları genişletmeye ve güçlendirmeye yardım eden ağ biçimi olarak döngüsel bir süreç olması genel olarak kullanılan tanımıdır (Resnick, 2001:4).

Putnam sosyal sermayeyi “Yalnız Başına Bowling Oynamak” (Bowling Alone (2000)) adlı kitabında 2. Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri’ndeki sosyal sermaye seviyelerinde genel bir düşüş tespit etmiş ve yüksek sosyal sermaye seviyeleri ile düşük suç oranları, yüksek ekonomik kalkınma ve eğitimden alınan daha iyi sonuçlar gibi birtakım arzu edilen toplumsal şartlar arasında anlamlı ilişkiler bulmuştur. Putnam daha sonraki çalışmalarında (2002), sosyal sermayenin farklı ağlar arasında köprü oluşturup köprüleyen (bridging) ve benzer bireyleri bağlayan (bonding) tipleri arasındaki farkı vurgulamış ve heterojen aktörleri birbirlerine birleştirici güven ağları kurmanın olumlu toplumsal sonuçlar elde edilmesinde daha etkili olduğunu öne sürmüştür. Putnam’ın (2000) bağlayan ve köprüleyen sosyal sermaye sınıflandırmasında, köprüleyen sosyal sermayenin farklı geçmişlerden gelen kişiler sosyal paylaşım ağları arasında bağlantı kurduklarında ortaya çıkmaktadır. Bu bireyler çoğu zaman zayıf ilişkilere sahiptir. Köprüleyen sosyal sermaye sosyal ufukları veya dünya görüşlerini genişletebilir veya bilgi veya yeni kaynaklar için fırsatlar yaratabilir. Bununla birlikte, duygusal destek yönünden çok az katkı sağlar. Buna karşılık, bağlayan sosyal sermaye özeldir. Aileler ve yakın arkadaşlar gibi güçlü bağlarla bağlı kişilerin birbirlerine duygusal ya da maddi destek sağlaması durumunda ortaya çıkar. Bu kişiler genellikle arka planlarında çok az çeşitlilik gösterir, ancak daha güçlü kişisel bağlantılara sahiptir. Toplumsal sermayeyi bağdaştırmada devam eden karşılıklı güçlü duygusal ve maddi destek sağlamaktadır.

Bağlayan sosyal sermayenin aile ya da yakın arkadaşlar gibi homojen ve yakın gruplarla ilgili oluşu, bireyin güçlü bağları veya yoğun ağlarda bulunan kaynaklarla ilişkilendirilir. Güçlü bağlar, bir kişinin hayatında önemli olarak algılanan olma eğilimindedir: onlar, güven ve birincil kişisel etkileşim, destek ve yardım kaynağı olarak görülmektedir. Dolayısıyla, sosyal sermayenin bağlanması, sosyal kimlik açısından benzer bir ağın üyeleri arasındaki güven ve işbirlikçi ilişkilere işaret etmektedir. Güçlü bağlar, aile üyeleri ve yakın arkadaşlar gibi bir bireye yakın insanlardan oluşmaktadır. Bu bakımdan, bağlayan sosyal sermayeyi ölçmek için yakın ve güçlü ilişkileri ölçmek zorundayız.

Zayıf bağlar olarak bilinen sadece tanıdıklık ve samimi olmayan ilişkiler olarak ifade edilen ve heterojen gruplarla bağ, ilişki ve temasların tümünden oluşan köprüleyen sosyal sermaye boyutu Mark Granovetter’in (1973) zayıf bağların önemini kanıtladığı “Zayıf Bağların Gücü” çalışmasına kadar faydasız hatta zarar verici olarak değerlendirildiği söylenebilir. Bu çalışmasında Mark Granovetter zayıf bağ ve ilişkiler kullanılarak yeni bir iş bulunabildiğini ve zayıf bağların önemini kanıtlamıştır. Granovetter, araştırmasında yeni iş arayanlara ne kadar sıklıkla bu kişiyi gördüklerini sormuş ve önemli sayıda vakada, kişi çok yakın olmayan, eski bir kolej arkadaşı ya da eski bir çalışma arkadaşı gibi sadece düzensiz ve rastgele bir şekilde iletişim halindeki tanıdıkları aracılığıyla iş bulduklarını belirtmiştir. Bu nedenle, iş bulmak için zayıf bağlar yakın ilişkilerden

daha verimli olmaktadır. Çünkü tanıdıkların, bireyin yakın ağlarının eriştiği bilgilere göre farklılık gösteren bilgilere ve kaynaklara erişimi vardır (Granovetter, 1973:1360-1361). Benzer şekilde, zayıf bağlarla daha fazla insana ulaşılabilir. Granovetter'in makalesi, bu alan için önemli sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Birincisi, daha az zayıf bağları olan bireylerin, sosyal sistemin uzaktaki kısımlarından, yakın sosyal ağlarının bilgileri ve görüşleri ile sınırlı olmaktan yoksun bırakılacağını göstermiştir. Bu açık, onları işgücü piyasasında dezavantajlı konuma getirebilir. İkincisi, sosyal aktörlerin bireysel deneyimlerinin sosyal yapının daha geniş ölçekli yönleriyle yakından bağlantılı olduğunu belirten mikro ve makro düzeylerini birleştirmiştir (Granovetter, 1973). Böylelikle, zayıf bağların önemli olduğu öne sürülmüştür, çünkü köprüleyen sosyal sermaye olma olasılıkları, sayılarından daha büyük (ve güçlü bağlarıkinden daha az) beklenebilir. (Granovetter, 1973:1365). Granovetter'in bulguları yakın tarihli çalışmalarla desteklenmiştir (Brown ve Alison, 2001; Levin ve Rob, 2004). Sosyal sermayeyi köprülemek temel olarak zayıf bağlara dayanır: güçlü bağlara göre daha fazla köprü görevi gören bağlar güçlü bağlarla kıyaslandığında daha düşük düzeyde olan bağlardır. Bu bağların bilgi gibi farklı kaynaklara erişimi vardır. Sosyal sermayeyi köprü kurarak edinmek, bireylerin yakın sosyal ağda bulunmayan veya mevcut olmayan, kaynak elde etmek için yararlı olan, yani araçsal eylemler için erişilebilir olan kaynaklara erişmesini sağlamaktadır (Lin, 2001:151).

1.3. Sosyal Sermayenin Ölçüm Sorunu

Sosyal sermayenin nasıl ölçüleceği hakkında birçok farklı sorun olduğu konusunda çok sayıda tartışma vardır. Bunlardan en önemlisi, sosyal sermayenin geniş alanına giren farklı düzeylerde rol oynayan çok sayıda ilgili kuramın nasıl düzenleneceğidir. Bireyin sosyal sermayesi ne kadar fazla olursa o kadar amaçlarına ulaşmak için şansı yüksektir (Chen vd., 2015:680). Sosyal sermayenin kavramlaştırılması ve işlevselleştirilmesi kadar ölçüm hususu da tartışılmaktadır (Agampodi vd., 2015; Hällsten vd., 2015; Sabatini, 2009) Sosyal sermayenin ölçümü günümüzde metodolojik belirsizlik yaşamaktadır (Neves, 2013:600). Sosyal bilim çalışmaları, sosyal sermayeyi nasıl ölçmek gerektiği konusundaki görüş birliğinin olmaması nedeniyle eleştirilmektedirler (Murphy, 2013; Ferri vd., 2009). Yapıya hitap eden uygun ölçeklerin eksikliği, sosyal sermayenin doğasını, değerini ve etkisini anlamayı engellemektedir. Bu nedenle, araştırmacıların, araştırmalarının doğasını, bağlamını ve amacını (Veerle vd., 2012) bilerek ölçüm yöntemini kullanmadan önce her önlemin avantaj ve dezavantajlarını dikkatlice tartmaları gerekir. Lin ve Erickson (2008:255) sosyal sermayenin gelişmesinde bir araç olabilmesi için gerçek doğasını temsil edecek uygun ölçeklerin ve araştırma modellerinin oluşturulmasına ihtiyaç olduğunu savunmuştur. Ancak, kavramın çok boyutluluğu ve sürekli değişen doğası, (tüm düzeyler ve bağlamlar üzerinde) doğru ve tekdüzen ölçeklerin olması gereğini doğurmuştur.

Sosyal sermaye araştırmalarını geliştirmek için, birçok kuramcı, sosyal sermayenin ölçülmesinde, gelişmiş ülkelerden (Agampodi ve diğerleri, 2015) çoğunun grup ve bireysel düzeyde (Veerle vd., 2012) ölçekleri doğruladığını savunmuştur. Her ne kadar en iyi ölçüm yöntemi üzerinde fikir birliğine varılmış olmasa da, hangi ölçümün en iyi olduğu konusunda kapsamlı ve uzun bir liste ortaya çıkmıştır. Sosyal sermayenin ne olduğu veya ne demek olduğu konusunda epistemolojik şüpheler kuramın ilk ortaya çıktığı zamanlardan itibaren

bulunmaktadır. Aşağıda sunulan Tablo 1’de şu ana kadar yapılmış olan sosyal sermaye ölçekleri belirtilmiştir.

Tablo 1: Sosyal Sermaye Ölçekleri

No	Araştırmacılar ve Yıl	Ölçek
1	Chen ve arkadaşları, 2015	Sosyal sermaye yatırım ölçeği
2	Story, Taleb, Ahasan ve Ali, 2015	Uyarlanmış sosyal sermaye değerlendirme anketinin kısa hali
3	Muskett, 2014	WRSCI (Williams Religious Social Capital Index)
4	Weng, Chen, Gong ve Jacques-Tiura, 2014	Kişisel sosyal sermaye ölçeği 16 ve kişisel sosyal sermaye ölçeği 8 maddelik
5	Thuy ve Berry, 2013	Avustralya topluluk katılım anketi
6	Friche ve arkadaşları, 2013	Komşuluk ölçeği
7	Carr, Cole, Ring ve Blettner, 2011	Aile şirketlerinde içsel sosyal sermaye ölçeği
8	Borges, Campos, Vargas, Ferreira ve Kawachi, 2010	Bütünleşik sosyal sermaye ölçeği
9	Zimet, Dahlem, Zimet ve Farley, 1988	Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği
10	Moscardino ve arkadaşları, 2010	Topluluk duygusu indeksi
11	Modie-Moroka, 2009; Borges ve arkadaşları, 2010	Algılanan sosyal sermaye ölçeği
12	Looman ve Farrag, 2009	Arap sosyal sermaye ölçeği
13	Chen ve diğerleri, 2009	Kişisel sosyal sermaye ölçeği
14	Mattoo ve diğerleri, 2008	Sosyal destek anketi
15	De silva ve Harpham, 2007; De silva ve arkadaşları, 2006	SASCAT (Shortened and adapted Social Capital Assessment Tool)
16	Williams, 2006	İnternet sosyal medya sermayesi ölçeği
17	Inclan, C. Hjar, M. Tovar, V. 2005; Krishna ve Shrader, 2000	Sosyal sermaye değerlendirme aracı
18	Harpham, Grant ve Thomas, 2002	Uyarlanmış sosyal sermaye değerlendirme aracı
19	Grootaert, Narayan, Jones ve Woolcock, 2003	Bütünleşik sosyal sermaye ölçme anketi
20	Narayan ve Cassidy, 2001	Sosyal sermaye envanteri
21	Webber ve Huxley, 2007; Van Der Gaag ve Snijders, 2005	Kaynak jeneratörü (resource generator)

22	Van Der Gaag ve Webber, 2008; Lin ve Fu, 2001; Lin ve Dumin	Pozisyon jeneratörü (position generator)
23	Mc Callister ve Fischer, 1978	İsim jeneratörü (name generator)

Kaynak: Salisu ve Hashim, 2017:35

Bireysel düzeyde sosyal sermayenin kavramsallaştırılmasından çok işlevselleştirilmesinin ölçümü karmaşık bir sorun olarak görülmektedir. Heterojen kaynaklardan edinilen sosyal sermayenin ölçümü daha zordur. Sosyal sermayenin doğası heterojen kaynaklardır. Sermayenin heterojen doğasının bir sonucu olarak, onun ölçümü ekonomik düşünce tarihinde birçok tartışmanın da kaynağı olmuştur (Hennings, 1987:345).

Sosyal sermayeyi ölçmek için pek çok araştırmacı tarafından yapılan çalışmalarda tek bir boyut incelenmiştir (Borgatti, 1998). Sosyal sermayenin çeşitli unsurları kuramsal düzeyde (değişikler, kaynaklar, ilişkiler, normlar ve güven ölçüleri) yapıldığı için tek boyutta yapılan araştırmaların gerçeği yansıtmaması, çok boyutlu ölçümler yapılması gereğini gündeme getirmiştir. Tek bir anketin sosyal sermaye göstergesi olması genellikle düşük güvenilirlik ve geçerlilik gibi ciddi sorunlara neden olabilmektedir (Glass, Mendes, Seeman ve Berkman, 1997:1510). Bu nedenle bu çalışmada sosyal sermayenin ölçüm sorunu göz önünde bulundurularak sosyal medya kullanımının etkileri ve sosyal sermaye edinimi ilişkisini doğru ve gerçeğe yakın olarak ortaya çıkartabilecek bir araştırma modeli öne sürülmüştür.

1.4. Sosyal Medya Kullanılarak Sosyal Sermaye Edinimi

Sosyal medyanın çok fazla kullanılmasının başlıca nedenlerine bakıldığında sosyal medya kullanıcılarının diğer insanlarla istedikleri zaman ve istedikleri yerde iletişime geçme kolaylığını sağlaması ve sosyal medyayı insan ilişkilerini kolaylaştırıcı ve geliştirici olarak görülmesi gösterilebilir. Sosyal medya ortamlarından elde edinilen sosyal sermayenin göreceli olarak yeni bir araştırma konusu olduğu söylenebilir. Konuyla ilgili araştırmalar sosyolojik alana daha uygun olabilir. Bu çeşit araştırmalarda araştırma birimi örgütler değildir fakat toplumdaki diğer grupları ilgilendiren sosyal ilişkiler, etkileşimler ve etkileşim için sebepler boş zaman faaliyetleri ve çalışma yaşamında aynı olmamasına rağmen, toplumun diğer bölgelerindeki araştırma bulgularının doğrudan kurumsal hayata uygulanıp uygulanamayacağı da kesin olmayabilir.

Genel olarak web ve mobil teknolojilerinin düşük maliyetli ve erişimin hızlı olması ve her yerde kullanabilir olması açısından sosyal sermayenin oluşumu, edinimi ve devamlılığına faydalı olduğu söylenebilir. Sosyal medya, coğrafi kısıtlamalar olmadan kişisel bağların geliştirilmesi, daha büyük, daha akışkan gruplar ve birbiriyle ilgisi olmayan, sınırlı ve seyrek bir ağa bağlı olan gruplara izin vererek sosyal sermayeyi artırmaktadır (Wellman, 2001:248). Yazında bulunan akademik dergilerden ve google akademik veri tabanlarından edinilen çalışmalarda bu iki terimin disiplinler arası alanlara ait olduğu sanılsa da Ellison ve diğerleri (2007) ile Johnston ve arkadaşlarının (2013) çalışmalarının ilk çalışmalar olduğu söylenebilir. Sosyal medyanın kişilerarası ilişkilerin doğasını nasıl etkilediğini ve sonuç olarak sosyal sermayenin etkilerini, yani insanların (çevrimiçi veya

çevrimdışı) sosyal ağlarından aldığı bilgi ve duygusal desteği nasıl etkilediği merak konusu olmuştur. Williams (2006) sosyal sermayenin ölçümü ile ilgili sistematik bir görüş açısı ile internet kullanımı ile elde edilen köprüleyen ve birleştiren sosyal sermayenin ölçümü için internet sosyal sermaye ölçme (ISCS) anketini geliştirmiştir. Son yıllarda hayatımızın bir parçası haline geldiği için yoğun etkileşim ve iletişimin içinde bulunan bireyin sosyal medya kullanımı ile edindiği sosyal sermaye düzeyi değişmektedir. Putnam'ın (2000:171) belirttiği gibi sosyal sermaye sadece ağlarla ilgilidir ve internet tüm ağ ilişkilerinin sonucudur. Bu bağlamda bu çalışmanın araştırma sorusu Putnam'ın da vurguladığı gibi, internet teknolojilerinin gelişimiyle hayatımızın parçası haline gelen sosyal medya kullanımı sosyal sermaye edinimini nasıl etkilemektedir olarak ifade edilmiştir.

2. Veri ve Yöntem

2.1. Araştırmanın Evreni ve Yöntemi

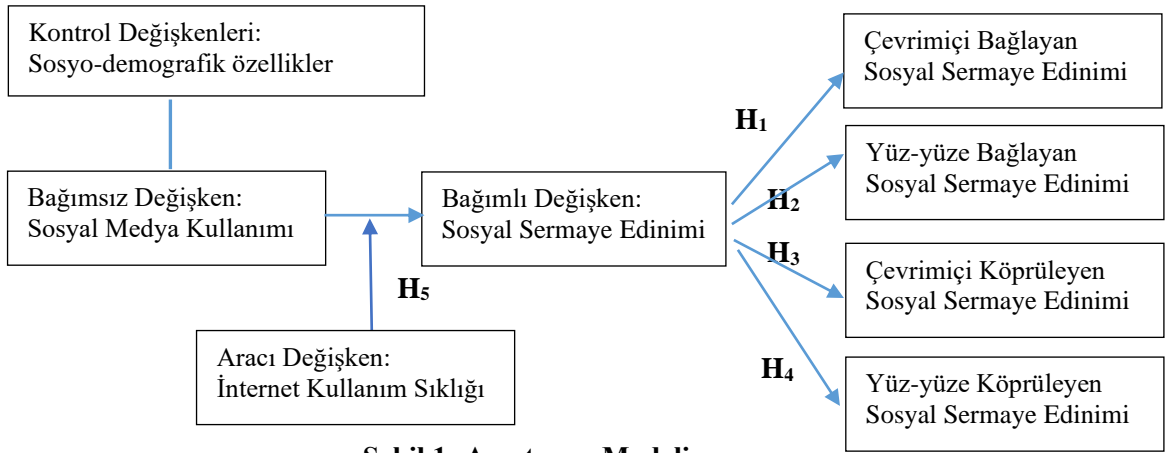
Klasik tanımlar sosyal sermayenin bireysel düzeyde mikro bağlamda ele alınması gerektiğini savunmaktadır (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988). Sosyal sermaye genellikle bireysel düzeyde değerlendirilmesine rağmen sosyal sermayenin toplumun bir parçası olduğu ve makro bağlamda da değerlendirilmesi gereği göz önünde bulundurulmalıdır. Mikro düzeyde sosyal sermayenin makro düzeyde sosyal sermayeye katkı sağlaması gibi genel bir düşünce de bulunmaktadır, ancak makro düzeydeki sosyal sermaye mikro düzeyde edinilen sosyal sermayeyi belirlemektedir (Glanville ve Bienenstock, 2009:1508). Coleman'ın belirttiği gibi, sosyal sermayenin bireysel eylemler seviyesinde farklı çıktılarının değerlendirilmesinde hem bir yardım unsuru oluşturduğu hem de bunun sonucunda ortaya çıkan toplumsal yapının detaylandırmasında mikro-makro geçişleri yapmaya katkı sağladığı belirtilmektedir (Coleman, 1988:101). Bu nedenle, bu çalışma temel olarak mikro düzeyde yapılmakta olup, katılımcıların bireysel düzeyde sosyal medya kullanarak edindikleri (algılanan) sosyal sermayeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bir devlet üniversitesinde çalışan 300 katılımcıdan anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Williams (2006) tarafından bireylerin günlük yaşamlarında tercih ettikleri sosyal sermaye edinim biçimi olarak sosyal medya kullanımını ölçmek için geliştirilen sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek hem sanal ortamda hem de gerçek hayattaki sosyal sermaye edinimini ayrı ayrı ölçmek için tasarlanmıştır. Toplamda 40 maddeden ve dört boyuttan oluşan ve 5'li likert tipi kullanılarak oluşturulan ölçekte dikey ve yatay sosyal bağlar olarak adlandırılan bağlayan ve köprüleyen sosyal sermaye düzeyleri ölçülmüştür. Çalışmada katılımcıların internet kullanım sıklıklarını belirlemek amacıyla internet kullanmayanlar, az kullananlar (ayda bir veya daha az kullananlar), düzenli kullananlar (haftada üç dört gün veya daha az kullananlar) ve yoğun kullananlar (interneti günlük kullananlar) olarak dört kategori oluşturulmuştur ve katılımcıların kendilerine uygun olanı derecelendirerek seçmeleri istenmiştir. Sosyal medya kullanımı için yazından derlenerek oluşturulmuş (Otrar ve Argın, 2015; Şahin ve Yağcı, 2017) 20 maddeden oluşan sosyal medya kullanım ölçeği kullanılmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda bazı maddeler ölçekten çıkarılmış, bazı maddeler de tekrar kontrol edilmiştir. Bu anket ile sosyal sermaye düzeyi ile internet ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkilerin ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel analizler (sayı, yüzde, ortalama ve

standart sapma), güvenilirlik analizleri, korelasyon ve regresyon analizleri SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı güncel versiyonu kullanılarak analiz edilmiştir.

2.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli hiyerarşik regresyon analizi modeli olup, model Baron ve Kenny (1986) tarafından belirlenen ara değişken şartlarına göre analiz edilmiştir. Bu bakımdan bu çalışmada sosyal medya kullanılarak sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak ve sosyal sermayenin ölçümüne katkı sağlamak amaçlanmıştır. Williams (2006) tarafından geliştirilmiş ve geçerliliği ve güvenilirliği doğrulanmış olduğu için bu çalışmada kullanılması sorunun çözümüne fayda sağlayacağı düşünüldüğü için kullanılan ölçeğin Türkçe uyarlaması yapılmıştır. İki değişken belirlenmiştir. Birincisi, bağlayan sosyal sermaye, ikincisi ise köprüleyen sosyal sermayedir.

Bu çalışmada ortaya çıkan araştırma sorusu şudur: Putnam'ın vurguladığı gibi, iletişimin akışı yani internet teknolojilerinin gelişimiyle hayatımızın parçası olan sosyal medya kullanımı sosyal sermaye edinimi sağlamakta mıdır ya da sosyal sermayeye herhangi bir etkisi var mıdır? Bu anlatılanlar kapsamında bu çalışmada toplamda beş hipotez geliştirilmiştir. Yukarıda açıklanan literatür doğrultusunda, aşağıda Şekil 1'de gösterilen araştırma modeli oluşturulmuştur. Hipotezlere ilişkin önerilen araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Çalışmanın hipotezleri şu şekildedir;

H₁: Sosyal medya kullanımı ile çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Sosyal medya kullanımı ile çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkide internet teknolojileri kullanım sıklığının aracı rolü vardır.

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini göstermek amacıyla tanımlayıcı analizlerle başlanmıştır. Tablo 1'e göre katılımcıların 75'i (%25) 22-30 yaş arası, 30'u (%10) 31-40 yaş arası, 120'si (%40) 41-50 yaş arası, 75'i (%25) 51-60 yaş arası olarak dağılım göstermektedir. Katılımcıların cinsiyete göre 180'i (%60) kadın, 120'si (%40) erkektir. Katılımcıların medeni duruma göre 190'ı (%63) evli, 110'u (%37) bekâr olarak dağılmaktadır. Katılımcıların iş deneyimine göre 150'si (%50) 10 yıl ve altı, 60'ı (%20) 11-20 yıl, 30'u (%10) 21-30 yıl, 30'u (%10) 31-40 yıl, 30'u (%10) 41-50 yıl olarak belirlenmiştir. Katılımcıların unvana göre dağılımı 120'si (%40) akademik personel, 100'ü (%30) idari personel ve 80'i (%30) yardımcı personel olarak dağılmıştır. Örneklem dâhil edilen katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2: Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Tablolar	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
	22-30 yaş arası	75	25
Yaş	31-40 yaş arası	30	10
	41-50 yaş arası	120	40
	51-60 yaş arası	75	25
	Toplam	300	100
Cinsiyet	Kadın	180	60
	Erkek	120	40
	Toplam	300	100
Medeni Durum	Evli	190	63
	Bekâr	110	37
	Toplam	300	100
İş Deneyimi	10 yıl ve altı	150	50
	11-20 yıl	60	20
	21-30 yıl	30	10
	31-40 yıl	30	10
	41-50 yıl	30	10
	Toplam	300	100
Unvan	Akademik Personel	120	40

	İdari Personel	100	30
	Yardımcı Personel	80	30
	Toplam	300	100

3.2. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçeklerin güvenilirlik analizi ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye güvenilirlik değeri (Cronbach's alpha) .880, (orijinal ölçeğin güvenilirlik değeri .884), yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye güvenilirlik değeri (Cronbach's alpha) .860, (orijinal ölçeğin güvenilirlik değeri .890), çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye güvenilirlik değeri .900 (orijinal ölçeği güvenilirlik değeri .896) yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye güvenilirlik değeri .787 (orijinal ölçeği güvenilirlik değeri .856) olarak bulunmuş olup ölçeğin orijinal değerlerine yakın sonuçlar ortaya çıkmış olması nedeniyle ölçeğin Türkçe hali güvenilir bulunmuştur. Sosyal medya kullanım ölçeğinin güvenilirlik değeri .787 (Cronbach's alpha) ve internet kullanım sıklığı ölçeğinin güvenilirlik değeri ise .890 (Cronbach's alpha) olduğu görülmüştür.

Bu çalışma aynı zamanda bir anket uyarlama çalışması olup ilk kez anketin Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye arasındaki ilişkinin ortaya çıkartılması hedeflenmiştir. Bu amaçla bir devlet üniversitesi bünyesinde görev yapan 307 katılımcıya ulaşılmıştır. Williams (2006) sosyal sermaye anketi geçerliği ve güvenilirliği doğrulanmış orijinal hali yazardan izin alınarak çeviri konusunda iki uzman hakemin kontrolünde İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Çevirisi tamamlanan ölçek, farklı çevirmenlerce ölçeğin orijinal diline çevrilmiştir. Ölçeğin çevirisi yapıldıktan sonra geçerlilik ve güvenilirlik analizleri için Açıklayıcı Faktör Analizi ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçeğin Açıklayıcı Faktör Analizi kapsamında yapı geçerliliğine tabi tutulmuştur. Faktör Analizi kapsamında yapı geçerliliğini belirlemeye yönelik yapılan faktör analizi sonucunda hiçbir soru ifadesinin değerlerinin, Anti-Image Korelasyon Matrisinde "Measures of Sampling Adequacy" (MSA) 0,50'nin altında kalmadığı ve faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Ölçeğin tüm boyutlarının ortalamaları 3.1 ile 4.9 değerleri arasında ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Daha sonra ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Doğrulayıcı faktör analizi belirlenmiş bir modelin veri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek ve genellikle gözlemlenen bazı değişkenlerin bir gizil değişkeni oluşturup oluşturmadığını ya da birçok gizil değişken arasında tanımlanan ilişkilerin var olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Açıklayıcı faktör analiziyle doğrulayıcı faktör analizi birbirinden farklıdır. Açıklayıcı faktör analizinde, değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle faktör bulmaya yönelik işlemler yapılırken; doğrulayıcı faktör analizinde, değişkenler arasındaki ilişki saptanan bir modelin ya da hipotezin test edilmesinde kullanılır. Açıklayıcı faktör analizi yeni bir ölçeğin yapı geçerliliğini test etmeye yönelik olarak ölçekte gözlenemeyen yapıların ortaya konulmasına yöneliktir. Doğrulayıcı faktör analizi ise, daha önce açıklanan ve daha az faktör altında birleşmiş ölçeklerin araştırma yapılan örneklemden benzer olup olmadığını test

etmek amaçlanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ki kare değeri $X^2(186) = 379.906$, $p < 0.05$ den büyük olmasıdır. Örneklem büyüklüğünden dolayı genellikle anlamlı çıkan değerlerde bir sakınca olmadığı (Hair, Black, Babin ve Anderson 2010), böyle bir durumla karşılaşıldığında X^2 /sd 127 derecesine bakılarak değer üçten küçükse iyi uyum üç ile beş arasında bir değer kabul edilebilir bir uyum olduğu belirtilmektedir (Şimşek, 2007:86).

3.3. Korelasyon ve Regresyon Analizi ve Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırma modelinde geliştirilmiş hipotezlerin test edilmesi amacıyla korelasyon, regresyon ve aracılık analizleri yapılmıştır. Ankette hem çevrimiçi hem de yüz-yüze etkileşimler için olmak üzere toplam 40 (20+20) madde ile toplanan verilerden oluşan iki gruplu veri seti için iki faktör arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu ve köprüleyen ve bağlayan sosyal sermaye faktörlerinin analiz sonucunun güçlü iç tutarlılık gösterdiği görülmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi amacıyla temel kullanım aracı olan Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Buna göre sosyal medya kullanımı, sosyal sermaye ölçeği ve internet kullanım sıklığı değişkenleri arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanımının çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye edinimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,668$, $p < 0.05$); sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,350$, $p < 0.05$); sosyal medya kullanımı ile çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,218$, $p < 0.05$); sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,366$, $p < 0.05$) mevcuttur. Bu bulgular sonucunda H_1 , H_2 , H_3 ve H_4 kabul edilmiştir.

Sosyal medya kullanımı, sosyal sermaye ölçeği ve internet kullanım sıklığı ölçeklerinin her bir boyutunu bir arada değerlendirilerek, aralarındaki ilişki düzeyleri analiz edilmiştir. Bu amaçla yapılan güvenilirlik ve korelasyon analizlerinin sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3: Korelasyon ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Çevrimiçi Bağlayan	Yüz-Yüze Bağlayan	Çevrimiçi Köprüleyen	Yüz-yüze Köprüleyen	Sosyal Medya Kullanımı	İnternet Kullanım Sıklığı
Çevrimiçi Bağlayan Sosyal Sermaye						
r	(0,880)	(0,860)	(0,900)	(0,827)	(0,787)	(0,890)
p	1,000 0,000	0,602** 0,002	0,418** 0,003	0,318** 0,008	0,668** 0,008	0,718** 0,008
Yüz-yüze Bağlayan Sosyal Sermaye						
r						
p	0,602** 0,008	1,000 0,000	0,218** 0,008	0,470** 0,008	0,350** 0,008	0,600** 0,002
Çevrimiçi Köprüleyen Sosyal						

Sermaye						
r	0,418**	0,308**	1,000	0,708**	0,218**	0,420**
p	0,008	0,008	0,000	0,008	0,008	0,005
Yüz-yüze Köprüleyen Sosyal Sermaye						
r	0,318**	0,470**	0,708**	1,000	0,366**	0,260**
p	0,008	0,008	0,008	0,000	0,003	0,008
Sosyal Medya Kullanımı						
r	0,668**	0,350**	0,218**	0,366**	1,000	0,118**
p	0,008	0,008	0,008	0,003	0,000	0,008
İnternet Kullanım Sıklığı						
r	0,718**	0,600**	0,420**	0,260**	0,118**	1,000
p	0,008	0,002	0,005	0,008	0,008	0,000

* <0,05; *Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

**<0,01

Parantez içindeki değerler Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayılarıdır. Hipotez testlerinde iki bağımsız veri seti ile hem korelasyon hem de doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. İstatistiksel analizler sonucunda sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasında güçlü bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin yoğun internet kullanan katılımcılara bağlı olarak etkilendiği regresyon analizi sonucunda ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda istatistiksel analizlerde hem bağlayan hem de köprüleyen sosyal sermaye edinimini çevrimiçi ve yüz-yüze olmak üzere iki şekilde toplanan verilere bağımlı örneklem t-testi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye ediniminin çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye ediniminden farklı olduğu, yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye edinimi ile çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye ediniminin farklı olduğu görülmüştür.

Çalışmanın altıncı hipotezi (H₅) olan aracılık rolü hipotezini test etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Baron ve Kenny'e göre bir değişkenin ara değişken olabilmesi için;

- Bağımsız değişkenin ara değişken üzerinde bir etkiye sahip olması,
- Bağımsız değişkenin bağımlı değişkende bir etkiye sahip olması,
- Ara değişkenin bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması ve ara değişken modele eklendiğinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini kaybetmesi (tam ara değişken) veya etkisinde azalma olması (kısmi ara değişken) şartları aranır (Baron ve Kenny, 1986: 1176). Bağımsız değişken (sosyal medya kullanımı), bağımlı değişkene (sosyal sermaye) etkisi ve bu ilişki de aracı (internet kullanım sıklığı) ilişkiyi test etmek amaçlamıştır.

Tablo 4: Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Sermaye Edinimi Arasında İnternet Kullanım Sıklığının Aracılık Rolüne İlişkin Hiyerarşik Regresyon Modelleri

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	P	F	Model (p)	R ²
Sosyal Sermaye Edinimi (Genel) (Model 1)	Sabit	4,512	40,280	0,000	340,105	0,000	0,407
	Sosyal Medya Kullanımı	1,017	18,073	0,005			
Sosyal Medya Kullanımı (Model 2)	Sabit	3,609	33,637	0,000	144,110	0,000	0,470
	İnternet Kullanım Sıklığı	0,641	21,700	0,006			
Sosyal Sermaye Edinimi (Genel) (Model 3)	Sabit	1,183	7,185	0,000	347,396	0,000	0,410
	İnternet Kullanım Sıklığı	0,825	18,044	0,001			
Sosyal Sermaye Edinimi (Genel) (Model 4)	Sabit	4,736	17,484	0,000	364,647	0,000	0,565
	Sosyal Medya Kullanımı	1,607	12,700	0,002			
	İnternet Kullanım Sıklığı	0,487	6,370	0,000			

Aracı değişken, bağımsız değişkenle birlikte regresyon analizine dâhil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde regresyon katsayısı düşerken aracı değişkeninde bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisi sürmelidir. Model 1’de sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=340,105; p=0,000<0.05). İnternet kullanım sıklığı düzeyinin belirleyicisi olarak sosyal medya kullanımı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür (R²=0,407). Katılımcıların sosyal medya kullanımı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini artırmaktadır (β=1,017). Model 2’de sosyal medya kullanımı ile internet kullanımı arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=144,110; p=0,000<0.05). Sosyal medya kullanımı düzeyinin belirleyicisi olarak internet kullanım sıklığı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) güçlü olduğu görülmüştür (R²=0,4700). Katılımcıların internet kullanım sıklığı düzeyi sosyal medya kullanımı düzeyini artırmaktadır (β=0,641). Model 3’de sosyal sermaye edinimi ile internet kullanım sıklığı arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=347,396; p=0,000<0.05). Sosyal sermaye edinimi düzeyinin belirleyicisi olarak internet kullanım sıklığı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür (R²=0,410). Katılımcıların internet kullanım sıklığı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini arttırmaktadır (β=0,825). Model 4’te sosyal sermaye edinimi, sosyal medya kullanımı ile internet

kullanım sıklığı arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=364,647$; $p=0,000<0.05$). Sosyal sermaye edinimi düzeyinin belirleyicisi olarak sosyal medya kullanımı, internet kullanım sıklığı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür ($R^2=0,565$). Katılımcıların sosyal medya kullanımı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini arttırmaktadır ($\beta=1,607$). Katılımcıların internet kullanım sıklığı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,487$).

Aracılık testine sosyal medya kullanımının sosyal sermaye edinimi üzerinde etkisinde internet kullanım sıklığının aracılığını test etmek amacıyla yapılan üç aşamalı hiyerarşik regresyon analizi sonucunda H1, H2, H3 ve H4 hipotezleri doğrulandığı için aracılık testine ilişkin ilk iki aşama doğrulanmıştır. Son adımda aracılık rolüne ilişkin tamamlayıcı olarak Sobel testi uygulanmıştır. Bu sonuçlara ve ilgili sobel testi sonuçlarına göre; sosyal medya kullanımı ve aracılığı araştırılan internet kullanım sıklığı değeri ile birlikte analize sokulmasıyla R^2 artmış ($\Delta R^2= 0,565$) ve ilk aşamada var olan sosyal medya kullanımının sosyal sermaye edinimi üzerindeki etkisi ortadan kaybolmuştur ($\beta= 1,017$; $p<0,000 \rightarrow \beta= 1,607$; $p<0,000$). Bu bulgular, sosyal medya kullanımının sosyal sermaye edinimine etkisinde internet kullanım sıklığının tam aracılık rolünü göstermekte olup ve H5 kabul edilmiştir.

Sonuç

Sosyal sermaye olumlu olarak kullanılırsa birçok faydası bulunmaktadır. Sosyal sermaye yeni iş bulma, ekonomik kalkınma, gelişmişlik, eğitim düzeyinin artırılması ve daha düşük suç oranlarının olması gibi çeşitli sosyal sonuçlarla bağlantılı olmaktadır. Sosyal sermaye faydaları, bireyin diğer bireylerle iletişim halinde olmasıyla oluşan sosyal ağlara birçok yarar sağlarken bu faydalar paylaşılarak gerçekleştirilir.

Toplum içinde sosyal sermaye ne kadar düşükse, sosyal bozukluk, bireyler arasındaki güvensizlik ve düşük sivil katılımı ne kadar büyüktür (Helliwell ve Putnam, 2004). Bununla birlikte, bir topluluğun veya bir sosyal ağın içindeki sosyal sermayenin artması, üyelerin olumlu bir eyleme yönelik ortak bir taahhüdü ile birlikte gelir. Sosyal sermaye insanların etkileşimi üzerinde olumlu bir etki yaratır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Bireyler için, daha büyük bir sosyal sermaye, bireyin daha becerikli olmasına ve bireyin ait olduğu bir sosyal ağ içindeki diğer üyelerden kaynak almasına izin verir. Bu kaynaklar kişisel ilişkiler, bilgi paylaşımı, grupların oluşması, kapasitesi veya iş olanakları bağlantıları biçiminde ortaya çıktığı söylenebilir.

Sosyal sermaye edinimi ile ilgili çalışmaların sonucu incelendiğinde kavramın disiplinler arası olması ve birçok kuramcı tarafından farklı tanımlanması nedeniyle bireysel düzeyde ölçüm sorunu olduğu söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medya kanallarının kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya odaklı çalışmaların az olması henüz bir yazının oluşmamasına neden olduğu değerlendirilebilir. Bu çalışma ile hem çevrimiçi hem de yüz yüze ilişki ve iletişim ortamlarında bağlayan ve köprüleyen sosyal sermaye ediniminin ölçümü sağlanmış olup sosyal sermayenin ölçümü için güvenilir bir ölçek kullanılmıştır.

Sonuç olarak, sosyal medya kullanımı ile bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında olumlu yönde ilişki olduğu, fakat köprüleyen sosyal sermaye ile sosyal medya kullanımı arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın odaklandığı araştırmanın temel sorusu olan sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinilebilir mi sorusuna cevap bulunmuş olup, bu çalışmanın sosyal sermayenin ölçüm sorununa ilişkin ileride yapılacak çalışmalara yol gösterici olarak katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Agampodi, T. C., Agampodi, S. B., Glozier, N., ve Siribaddana, S. (2015). Measurement of social capital in relation to health in Low and Middle Income Countries (LMIC); a systematic review. *Social Science and Medicine*. 128, 95-104.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinctionin Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182.
- Borgatti, S. P. (1998). A SOcNET discussion on the origins of the term Social Capital. *Connections* 21:37-46.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research of the sociology of education* (s. 241-258). New York: Greenwood.
- Chen, X., Wang, P., Wegner, R., Gong, J., Fang, X., ve Kaljee, L. (2015). Measuring social capital investment: Scale development and examination of links to social capital and perceived stress. *Social indicators research*, 120(3), 669-687.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology Supplement*, 94:93-120.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4).
- Ferri, P. J., Deakins, D., ve Whittam, G. (2009). The measurement of social capital in the entrepreneurial context. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 3(2), 138-151.
- Field, J. (2008). Sosyal sermaye (B. Bilgen ve B. Şen, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi
- Glanville, J., ve Bienenstock, E. (2009). A Typology for Understanding the Connections Among Different Forms of Social Capital. *American Behavioral Scientist* (52), 1507-1530.
- Glass, T.A., Mendes de Leon C.F., Seeman, T.E. ve Berkman, L.F. (1997) Beyond single indicators of social networks: a LISREL analysis of social ties among the elderly. *Social Science and Medicine*. 44:1503–1517.

- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C, Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hällsten, M., Edling, C., ve Rydgren, J. (2015). The effects of specific occupations in position generator measures of social capital. *Social Networks*, 40, 55-63.
- Halpern, D. (2005). *Social Capital*. Polity Press.
- Helliwell, J. F., ve Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 22(3), 1435-1446.
- Hennings, K. H. (1987). Capital as a factor of production. pp:327-333 in: Eatwell, J.; Newman, P.; Ilgate, M. (eds.) *"The new Palgrave. A dictionary of economics; Vol.1"*. London etc.: MacMillan.
- Johnston, K., Tanner, M., Lalla, N., ve Kawalski, D. (2013). Social capital: The benefit of Facebook "friends." *Behaviour & Information Technology*, 32 (1), 24–36. doi:10.1080/0144929X.2010.550063
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Lin, N. ve Erickson, B.H. (2008). Theory, measurement, and the research enterprise on social capital. In Lin, N. & Erickson, B.H., Eds., *Social capital. An international research program*. Oxford University Press Inc., New York. doi:10.1093/acprof:oso/9780199234387.003.0010
- Murphy, L. (2013). The relationship between social capital and the director's duty to promote the success of the company. *International Journal of Law and Management*, 55(2), 86-102
- Nahapiet, J., ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23:242-266.
- Neves, B. B. (2013). Social capital and Internet use: the irrelevant, the bad, and the good. *Sociology Compass*, 7(8), 599-611.
- Otrar, M. ve Arğın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. 7. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu. Erzurum, Atatürk Üniversitesi.
- Resnick, P. (2001). *Beyond bowling together: Socio-technical capital*. In J. Carroll (Ed.), *HCI in the New Millennium* (pp. 647-672). New York: Addison-Wesley.

- Petersen, C., ve Johnston, K. A. (2015). The impact of social media usage on the cognitive social capital of university students. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 18, 1-30.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. (2002). Democracies in Flux. Introduction. In R. P. (ed.), *Democracies in Flux. The evolution of social capital in contemporary society* (s. 3-19). Oxford: Oxford University Press.
- Sabatini, F. (2005). Social capital as social networks. A new framework for measurement. Working Papers 83, University of Rome La Sapienza, Department of Public Economics.
- Salisu, I.ve Hashim, N. (2017). A Critical Review of Scales Used in Social Capital Research, *IOSR Journal of Business and Management*, 19(4),34-40
- Şahin, C., ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği- Yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538
- Şimşek, Ö. F. (2007). Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları. Ankara: Ekinoks.
- Valenzuela S., Park N., Kee K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *J. Comput. Mediat. Commun.* 14, 875-901.
- Veerle, V., Wim, P., Jan De, M., ve Sara, W. (2012). Measuring the immeasurable? Operationalising social capital in health research. *Health*
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberspace: The rise of personalized networks. *International Urban and Regional Research*, 25 (2), 227-252.
- Williams, D. (2006). On and off the 'net: Scales for social capital in an online era, *Journal of Computer- Mediated Communication*, 11, (2).

Zamanın ve Mekânın Sanallaşması (Felsefe ve Bilimin Nesnel Gerçekliğinden, Dijital Çağın Sanallığına: Zaman ve Mekânın Yapısal ve İşlevsel Değişimi)

Saniye Vatandaş*

Özet

İnternet teknolojisi “çok şeyi değiştirdi ve değiştirmeye devam ediyor. İnternet teknolojisinin oluşturduğu veya etkide bulunduğu önemli durumlardan birisi, öncelikle ve en önemli kısmıyla zamanın ve mekânın anlamında gözlenmektedir. İnternet, zaman ve mekân anlayışında köklü değişikliklere yol açtı. İnternet teknolojisi sayesinde zamandaki ardışık olma durumu yok olurken, mekân ise tarihsel, coğrafi anlamlarından koparıldı. Geçmişin, şimdinin ve geleceğin aynı iletide birbiriyle etkileşim içinde olacak şekilde programlanabildiği yeni iletişim sisteminde ‘zaman’ silinip yok olmaktadır. Zaman sıfırlanmıştır. Zamanın süreyle ilgili bir karşılığı neredeyse kalmamıştır. ‘Mekân’ da sanallaşmıştır. Mekân yapısal ve işlevsel açıdan köklü bir değişime uğramıştır. Mekân, ağlar üzerinden görüntü kolajları halinde yeniden inşa edilmekte, fiziksel ve sabit yerlere özgü mekânın yerine geçen son derece akışkan mekân anlayışı devreye girmektedir. Akışkan mekân ve sıfırlanmış zaman, kronolojik olarak aktarılan sunum dizgelerinin çeşitliliğini aşan farklı ve yeni bir kültürün maddi temellerini oluşturmaktadır. Bu çalışma, ‘zaman’ ve ‘mekân’ ile ilgili algı ve anlayışlarının geçmişten bugüne uzanan sürecini ve bugün itibarıyla söz konusu iki sözcüğe eklenen ‘sanal’ olma durumunun anlam ve niteliğini irdelemek” amacındadır.

Anahtar Kelimeler: Zaman, Mekân, Sanallaşma, İnternet, Sosyal Medya.

Virtualization of Time And Space

(From Objective Reality of Philosophy and Science to Virtuality of the Digital Age: Structural and Functional Change of Time and Space)

Abstract

Internet technology has changed many things and continues to do so. One of the important things formed or influenced by internet technology is observed in the meaning of time and space first and foremost. The internet has led to fundamental changes in the understanding of time and space. Thanks to the internet technology, the succession of time has disappeared and space has been separated from its historical and geographical meanings. In the new communication system, in which the past, present and future can be programmed to interact with each other in the same message, ‘time’ has been erased and destroyed. Time has been reset. There is almost no equivalent of time left related to duration. ‘Space’ has become virtual too. Space has undergone a fundamental change in terms of structure and function. Space is being rebuilt in the form of image collages over networks; and a highly fluid space concept is replacing space specific to physical and fixed locations. Fluid space and reset time has constituted the material foundations of a new and different culture that exceeds the diversity of chronologically conveyed presentation systems. This study aims to examine the process of perception and understandings related to ‘time’ and ‘space’ reaching from the past to the present and the meaning and quality of being ‘virtual’, which has been added to these two words.

Keywords: Time, Place, Virtualization, Internet, Social Media.

* Dr. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, saniyevatandas@isparta.edu.tr,

Giriş

Teknolojik gelişmeler “yaşam biçimlerini, yaşam biçimlerindeki değişimler ise kullanılan araç-gereçlerin gelişim seyrini doğrudan etkilemekte; yenilerine ihtiyaç oluşturmaktadır. Yine bu bağlamda olmak üzere, üretim ilişkileri toplumsal değişimlerde, toplumsal değişimler ise üretim ilişkilerinde belirleyici faktör olarak işlev görmektedir. Bu ve benzeri durumlardaki ilişkiler karşılıklı olup, birbirlerini inşa eder niteliktedirler. Dolayısıyla günümüzün en önemli teknolojilerinden birisi olan internet önemli bir konumda yer almaktadır. İnternet teknolojisi, ekonomik faaliyetlerin işleyişinde radikal düzeyde değişikliklere yol açtığı gibi, kültürel ve siyasal süreçlerde, eğitim faaliyetlerinde, bireysel gündelik yaşamda, serbest zamanı değerlendirme faaliyetlerinde vb. daha pek çok alanda her geçen gün büyüyen ve derinleşen bir etkiye sahip olmaktadır. İnternet teknolojisinin getirdiği değişim son derece hızlı ve derinlikli oldu ve olmaya da devam ediyor. Üstelik birkaç on yıllık bir geçmişin teknolojisi olmasına rağmen internetsiz yaşamın nasıl yürütüldüğünün hayalini kurmanın bile zorlaştığı bir döneme girildi. İnternet teknolojisi, bugün itibarıyla bireysel ve toplumsal hayatın her yerinde ve her anındadır. Elbette ki bu ise insanın bireysel ve toplumsal yaşamında, tutum ve davranışlarında, zihin dünyasında, alışkanlıklarında önemli değişikliklerin gerçekleşmesine ve oldukça yeni ve farklı durumların açığa çıkmasına neden olmaktadır. Bu itibarla internetin şu ana kadar yol açtığı doğrudan veya dolaylı değişim ve dönüşümlerin yanı sıra, yol açması muhtemel durumların neler olabileceği başta psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, sosyal psikoloji, iktisat, iletişim gibi birçok bireysel ve toplumsal bilimin önemli araştırma konuları haline gelmiş” bulunuyor.

İnternet “teknolojisinin doğrudan veya dolaylı etkileriyle bireysel ve toplumsal yaşam birçok açıdan değişime ve dönüşüme uğrarken, aynı zamanda insan bireyselliğini ve toplumsallığını doğrudan ilgilendiren birçok yeni durumlar ve bu durumlara bağlı olarak yeni kavramlaştırmalar gündeme gelmektedir. ‘Sanal’ sözcüğü bu kavramlaştırmalar içerisinde en popülerlerinden birisi durumundadır. Artık ‘sanal gerçeklik’, ‘sanal mekân’, ‘sanal cemaat’ ‘sanal kimlik’, ‘sanal cinsellik’... bireysel ve toplumsal araştırmaların öncelikli ve yoğun ilgi duyulan konuları arasında yer almaktadır. Burada ‘zaman’ ve ‘mekân’ın sanallaşmaya uzanan süreci incelenecek, ‘sanal zaman’ ile ‘sanal mekân’ denen olgunun niteliği” sorgulanacaktır.

1.Felsefenin Konusu Olarak Zaman ve Mekân

Dinlerde ve birçok bilimde önemli konu başlıklarından birisi olan ‘zaman’ ve ‘mekân’, özellikle felsefenin temel problemlerinden birisidir. Fakat bu, zaman ve mekân probleminin sadece din, bilim ve felsefenin uzman ve/veya öncü şahsiyetlerinin ilgi duydukları bir konu olduğu anlamına gelmemektedir. Esasen hemen herkesin zihin dünyasında karşılıklı olan zaman ve mekân ikilisinden mekânın nitelikleri kolaylıkla ifade edilebilmesine karşılık, zaman kolaylıkla açıklanamamaktadır. Zamanın ne olduğunu açıklamada zihin büyük oranda yetersiz kalmaktadır. Zihin, zamanın ne olduğuna ilişkin bir şeyler yakalasa bile dil bunları ifade edecek bir karşılık bulmakta zorlanabilmektedir. Fakat bu zorluk ilginçtir sadece gündelik yaşam içerisinde herhangi bir kişinin karşı karşıya olduğu bir problem değildir. Kapsamlı ve derinlikli, hatta oldukça soyut ve çetrefil

konularla uğraşma konusunda oldukça mahir teologların veya filozofların da yeri geldiğinde zaman ile ilgili düşüncelerini ifade etmekte zorlandıkları, ortalama bir insaninkine göre düzeyi çok farklı olmakla birlikte onların da benzer zorluklarla karşılaştıkları sözlerinde ve yazılarından yer bulmuştur. Bu açıdan teolog Augustinus (354-430) önemli bir örnektir. Birçok teolojik problemi kolaylıkla açıklayan ve hatta çözüm getiren Augustinus, konu ‘zaman’ olunca farklı bir tutum sergilemiştir. ‘*İtiraflar*’ adlı ünlü eserinde zamanın ne olduğunu anlatamamanın çaresizliğini itiraf etmekten kendisini alamamıştır: ‘Peki o halde zaman ne? Hiç kimse bana sormazsa biliyorum da biri sorup da ona açıklama yapmam gerektiğinde, bilmiyorum’ (Augustinus, 2010: 733). Her ne kadar felsefe sözlüklerinde ‘*oluş, gelip-geçiş, değişme ve süreklilik biçimi, dönüşü olmayan bir doğrultuda birbiri ardından gitme veya tüm var olanların birbirlerinin yerini alarak zincirlendikleri sonsuz süre*’ (Akarsu, 1984: 202) olarak tanımlanıyorsa da ‘zaman’ kesintisiz denebilecek bir şekilde felsefenin en önemli konu başlıklarından, üzerinde yoğun olarak durulan temel problemlerinden birisi olmuştur. Detayda var olan tüm farklılıklara rağmen ‘zaman’ ve bu bağlamda olmak üzere ‘mekân’ konusundaki anlayış ve yaklaşımların öncüsü sayılabilecek filozof, birçok konuda olduğu gibi zaman konusunda da Aristoteles (MÖ. 384-322)’tir. ‘Nesnel zaman’ anlayışının temsilcisi olan Aristoteles’in zaman hakkındaki görüşleri katılma veya eleştirme açısından sonraki filozofların konuyla ilgili tartışmalarının felsefi zeminini teşkil etmiştir.

Aristoteles zamana ilişkin düşüncelerini ‘Fizik’ adlı kitabının dördüncü kısmında ele almış ve yoğun bir şekilde tartışmıştır. Aristoteles’in zaman konusunu ‘Fizik’ kitabında ele almış olması oldukça önemlidir; zira ‘zaman’ı fizik evren bağlamında anlamlandırmıştır. Yani zamanı; fizik evrenin temel unsurları olan mekân/cisim ve devinim/değişim ile birlikte ele almıştır. Aristoteles, zaman ile mekân/cisim, devinim/değişim arasında kopmaz bir bağ bulmuştur. Dolayısıyla ona göre zaman, bunlardan birisi olduğu takdirde var olan, söz konusu unsurlardan birisinin olmaması durumunda ise olmayan bir şeydir. Aristoteles zamana ilişkin tespitlerinde devinime özel ve öncelikli bir önem vermiştir. Israrla zaman ile devinim arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Zamanın doğrudan devinim ile ilgili olduğunu; devinimden bağımsız bir zamanın olmadığını ve olamayacağını ifade etmiştir. Ancak aralarında bir farklılık tespit etmiştir. Devinen şeyin hızlı veya yavaş olabileceğini, fakat zaman için hızlı ve yavaş olma durumundan bahsedilemeyeceğini belirtmiştir. Ona göre, devinimin fark edilmemesi durumunda zamanın yavaş geçmesinin sebebi, zamanın kendisinden değil fark edilmeyen devinimden kaynaklanmaktadır. Uyku sırasında gerçekleşen ise fark edilmeyen devinim sebebiyle zamanın hızlı geçmesi şeklindedir. Esasen yavaş veya hızlı olan devinimdir, yoksa zaman değil. Yani zaman, devinime bağlı olmakla birlikte devinim değildir. Zaman ve devinim aynı değil, farklı şeylerdir. Zaman, devinenin hızlı veya yavaş olma durumunu ölçen şeyin ismidir. Tüm bu görüşlerinin özeti sayılabilecek tespiti şöyledir: ‘[Z]aman daha önce ile daha sonraya göre bir devinim [ölçme] sayısı ve sürekli (çünkü sürekli olan bir şeye [devinime] ait) olma halidir’ (Aristoteles, 2005: 220-24).

Aristoteles’in zaman anlayışı ile varlık anlayışı arasında güçlü bir ilişki vardır. Aristoteles’e göre zamanda olmak ile onun ölçülmesi aynı şeydir. Bu konuda şöyle demiştir: ‘Öteki nesnelere için de ‘zaman içinde olmak’ ile onların varlığının ölçülmesi aynı şeydir’ (Aristoteles, 2005: 220-25). Aristoteles, zaman ile varlık arasında kurduğu bağ

üzerinden zamanı, varlık olma durumunun bir sonucu olarak görmüştür: ‘...zaman içinde olan bir nesne için o nesne var olduğu sürece bir zaman var, devinim içinde olan bir nesne için de o nesne devinim içinde olduğu sürece bir devinim var’ (Aristoteles, 2005: 220-24). Bu esas itibarıyla zaman ile var olmak/nesne arasında zorunlu bir bağın var olduğu anlamına gelmektedir. Bu bağ zamanla ilgilenenlerin büyük çoğunluğunun sürekli başvuracakları bir bağ olmuştur. Bu bağ sebebiyle nesnel oluşu ifade eden mekân, zaman ile birlikte, karşılıklı birbirlerine referans olacak şekilde tanımlanmıştır. Böylelikle bir kavram ikilisi oluşmuştur. Bu durumun sebebi, mekân ve zamanın madde (cisim) ve devinim ile olan ilintisinden (bağlılığından) kaynaklanmaktadır. Bu bağ gelenekselleşen zaman anlayışının önemli bir özelliğidir. Ancak bu bağ ilk kez Aristoteles tarafından kurulmamıştır. Aristoteles öncesi filozoflar tarafından da kurulmuş bir bağdır. Bu bakımdan örnek olarak Herakleitos (MÖ. 532-475) dikkate alınabilir. Herakleitos, her şeyin sürekli bir oluş halinde bulunduğunu, kesintisiz bir akış içerisinde bulunduğunu, akıp giden zaman ve olduğu yerde kalmayan mekân içerisinde sürekli bir değişimin yaşandığını belirtmiştir (Skirbekk ve Gilje, 2003: 29).

Her ne kadar Aristoteles’in zaman anlayışı, Orta çağ Hristiyan teolojisinin zaman anlayışına büyük oranda temel olmuşsa da Augustinus konuya yeni bir boyut kazandırmıştır. Augustinus’a göre zaman Tanrı’nın yarattığı bir şeydir. Tanrı onu yaratmadan ‘önce’ o yoktur. Dolayısıyla yaratılma durumunun öncesinden bahsedilemez. Çünkü zamanın ölçeceği cisim yoktur. Ona göre bir nesne hareket ettiğinde, onun bu hareketinin süresini, yani hareketin başlangıcından bitişine kadarki süreci ölçmeyi sağlayan şey zamandır. Hareket ile cisim birbirine karıştırmamak gerekmektedir. Bir cismin hareketi başka bir şeydir, cismin hareketinin süresini ölçmeyi sağlayan araç ise başka bir şeydir. Bizim yaptığımız zamanı araç olarak kullanarak cismin sahip olduğu hareketin hızını hesaplamaktan ibarettir. Bu sebeple cismin hareketi zaman değildir; zaman, cismin hareketini ölçmeye yarayan bir araçtır (Augustinus, 2010: 386). Cisim/mekân ise zamanın ölçerken referans aldığı nesnel zemindir. Zaman, cisimdeki hareketin öncesini veya sonrasını değil, şimdisini ölçer. Geçmiş veya gelecek reel olarak var olmayan şeydir. Var olmayan ise ölçülemez. Augustinus bu görüşleriyle geçmiş ve geleceği ‘şimdi’ bağlamında ele almıştır; ‘şimdi’nin dışında zaman olmadığını ifade etmiştir. Onun ‘geçmiş’ ve ‘gelecek’ ile ilgili bu düşüncesi ancak şöyle ifade edilebilir: Geçmiş, şimdinin geçmişte yaşanmışını; gelecek şimdinin gelecekte yaşanacak halini ifade eder. Geçmiş-şimdi-gelecek, ancak zihnimiz/ruhumuz tarafından anlaşılabilir (Augustinus, 2010: 381). Bu görüşü sebebiyle Augustinus’un zaman anlayışı ‘zihinsel zaman’ olarak nitelenmiştir. Augustinus cisim/mekân ile zaman arasında bir bağ kurmuş, bunu yaparken Tanrı’nın varlığının başlangıçsızlığı (ezeliliği) problemini de çözmeyi amaçlamıştır.

Orta çağ sonrası bilim anlayışı önemli değişikliklere uğramış ve bilimdeki yeni anlayışlar zaman ve mekân anlayışlarını etkilemiştir. Bunu sonraki sayfalarda detaylı olarak inceleyeceğiz. Ancak burada şunu ifade etmek gerekiyor ki, zaman ve mekân fizik ve kozmoloji bağlamında mutlak bir boyut kazanmıştır. Burada öncü isim Isaac Newton (1643-1727)’dur. Onun ‘mutlak zaman’ anlayışına göre, nesnel evrenden bağımsız ve kesintisiz bir şekilde akıp duran bir zaman olgusu vardır; evren ise bu zamanın içinde varlığını sürdürmektedir. Newton’un bu mutlak mekân ve zaman anlayışı Gottfried Leibniz (1646-1716) tarafından eleştirilmiştir. Leibniz’e göre ‘mekân, metafizik bir gerçek değil, bir görünüştür (fenomen); başlı başına bir gerçek olmayıp, monadların tasarımlarını düzenleyen bir formdur. Yani mekân, birlikte varoluşun düzeni ya da düzenleri sonucu ortaya çıkan bağıntıdır’ (Koç, 1984: 5, 120). Mekân gibi zaman da başlı başına bir gerçek değildir; o da monadlardaki tasarımların dizilişinden, bu tasarımların birbiri ardından gelmelerinden meydana gelir. Mekân ‘bir arada bulunuşun’, zaman ise ‘art arda gelişin’ formudur’. İşte bu art arda gelme durumu düzeni, yani zamansal düzeni oluşturur. O halde Leibniz’de ‘zaman, bu düzen içerisindeki bağıntılar sistemine dayanır’ (Turetzky, 1999: 89). Dönemin filozoflarından John Locke (1632-1704) ise, ampirik verilerle elde ettiğimizi

ileri sürdüğü zaman ve mekân hakkında şunları ifade etmiştir: ‘Mekân tasarımı biz görme ve dokunma duyularıyla elde ederiz’ (Locke, 1995: 226). Mekân ve zaman tasarımlarını ise ‘idelerin görünüşlerini duyumsayarak, tasarımların art arda oluşunu bize yaşatan iç deneyim (reflection) yardımlarıyla meydana getiririz’ (Locke, 1995: 245, 246) şeklinde açıklamıştır. Böylelikle ‘mekân ve zaman’ metafiziğin ya da Aristoteles merkezli erekçi fiziğin ‘nitelik’ problemleri olmaktan çıkmış, modern fizik ve matematik biliminin en önemli ‘nicelik’ ve epistemolojik problemleri haline gelmiştir. Yani cismin içine düştüğü mekânı, düşmenin zamanını ve düşen cismin her bir andaki hızını (ivmesini) ölçmek, yeni doğmakta olan modern bilimin temel görev alanı durumuna gelmiştir.

Felsefi bir problem olarak zaman ve mekân/cisim konusunun ele alındığı yerde Immanuel Kant (1724-1804)’ın zaman anlayışına değinmemek konu açısından büyük bir eksiklik olur. Kant’a göre insan nesnel olduğu kadar, tarihsel bir varlıktır. Tarihsel bir varlık olduğu için geçmiş-şimdi-gelecek ekseninde var olur ve tüm bu boyutları algılar. Hâlbuki hayvanlar sadece şimdikiyi yaşarlar. Kant’a göre zaman ve mekân, içinde yaşadığımız ve parçası olduğumuz varlık evreninin algılanmasının temel şartı olan yalın görülerdir. Kant için zaman ve mekân apriori şeylerdir. Yani deneyimden bağımsız, zorunlu kavramlardır. Ona göre, ‘zaman herhangi bir deneyimden türetilmiş bir kavram değildir. Çünkü eğer zaman tasarımı kendisi temelde *a priori* yatmıyor olsaydı ne eş zamanlılığın ne de zamansal ardışıklığın kendileri algıda bulunabilirdi’ (Kant, 2008: 87). Kant bu görüşüyle zamanı fiziki dünyadan ayırarak, aşkın felsefi bir düzleme konuşturur. Zamanı ve mekânın gerçek olup-olmadığı ile değil, bilgimize temel olan nesnel anlamını belirlemeye çalışır. Zaman ve mekânı, bilginin kaynakları arasına dâhil eder. Ona göre zaman ve mekân, hem algısal olanın birbirleriyle olan ilişkilerini, hem de bunların bireyle olan ilişkilerini belirler. Yani eğer bireyde zaman ve mekân algısı bulunmuyorsa bu insanın algılarla dolu olan dünyayı, bizzat kendisini ve gerçekleşen olayları tutarlı bir şekilde konumlandırması ve diğer olay ve kişilerle bağlantılarını kurması mümkün olmayacaktır. Zira insan bizzat kendini ve diğer bireyleri ve gerçekleşen olayları hep bir mekân üzerinde ve bir zaman bağlamında algılar. Dolayısıyla bu zaman ve mekânın olmaması durumunda dünyaya ilişkin tanımlamalar ve nitelermeler imkânsızlaşır.

Zaman ve mekân olgularının/kavramlarının felsefi bağlamda kazandığı anlamları tartışırken görüşleri hatırlanmayı hak eden daha birçok filozof var. Friedrich Hegel (1770-1831), Henri Bergson (1859-1941), Edmund Husserl (1859-1938) ve Martin Heidegger (1889-1976) bunlar içerisinde özellikle zamana ilişkin görüşleriyle özel bir öneme sahipler. Tüm bu şahsiyetlerin konuya ilişkin tespit ve düşünceleri dikkate alındığında, detayda var olan tüm farklılıklara rağmen, zaman anlayışlarının iki farklı yönde seyrettiği söylenebilir. Bir yaklaşıma göre zaman, nesnel dünyada deneyimlenebilen bir şey olup, bu sebeple hiçbir şekilde nesnel dünyadan bağımsız ele alınmayacak bir şeydir. Diğer yaklaşıma göre zaman, tamamen zihinle ilgilidir. Bu ikinci görüşü ifade edenlere göre zaman, dış dünyada deneyimlenen nesnel gerçeklikten ziyade, insan *zihninin* oluşturduğu bir şeydir. Dolayısıyla bunlara göre zihinden bağımsız bir zaman yoktur. Bu sebeple de zamanın ne olduğunu anlayabilmek için insan zihnini dikkate almak gerekmektedir.

2. Fizik ve Kozmolojinin Konusu Olarak Zaman ve Mekân

Orta çağ sonrası dönem biliminde gerçekleşen gelişmelerin hem başlangıcı sayılabilecek 16. ve 17. yüzyılda ve hem de sürecin devam eden kısmında bilim insanlarının ilgilendikleri temel konuyu, içinde yaşanan ve nesnel anlamda parçası olunan dünyanın ve evrenin işleyişini anlamak oluşturmuştur. Fizik biliminin kapsamında anlam ifade eden bazı sorular cevaplanmaya, kozmolojiyle ilgili merak edilen bazı konular açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bakımdan Galileo Galilei (1564-1642) önemli ve öncü şahsiyetlerden birisidir. Onun gözlem ve deneye dayanan çalışmaları Newton’da zirveye ulaşmış, Aristoteles’ten beri kabul edilemeyen ve deneye (tümevarım) değil daha çok genel kabule ve matematiksel öngörülere (tümdengelim) dayanan düşünce ve anlayışlar, bilimsel

bir yöntemle yeni baştan ele alınıp incelenmiştir. Zaman ve mekân da bu bağlamda önemli konu başlıkları arasında yer almıştır. Süreç içerisinde Newton önemli bir eşiktir. Onunla birlikte zaman ve mekân problemi tamamen mekanik bağlamında ele alınmaya başlanmıştır. Newton, Aristoteles'in savunageldiği nesnel zaman anlayışını reddedip, 'mutlak zaman' anlayışını ileri sürmüştür. Newton'a göre mekân, sonsuz ya da uçsuz bucaksız bir kaptır, haznedir; aynı şekilde, doğal olayların ardışıklığını içeren zaman da insandan bağımsız olarak var olan sonsuz bir süredir (Cevizci, 1999: 585). Bunu şöyle ifade etmiştir: *'Mutlak, gerçek ve matematiksel zaman, kendiliğinden ve kendi doğasından, dışsal herhangi bir şey ile ilişkisi olmaksızın eşitlikte akar ve bir başka adla süre olarak adlandırılır. Göreli, görünürde ve sıradan zaman ise sürenin devim aracılığıyla duyulur ve dışsal bir ölçüsüdür ki, genellikle gerçek zamanın yerine kullanılır; örneğin bir saat, bir gün, bir ay, bir yıl gibi'* (Newton, 1998: 72).

Newton fiziğinde zaman ve mekân, mutlak ve gerçektir. Zaman ve mekânın mutlak olması demek, bunların başka bir şeye bağımlı/dayalı olmaksızın var olması demektir. Kendi başlarına var olmaları demektir. Örneğin zamanın var olmak için cisim ve devinime ihtiyacı yoktur. Cisim ve devinim olmasa da zaman vardır. Zamanın ve mekânın/cismin mutlak olması demek, zamanın ve cismin tabi olduğu yasaların ve işleyiş tarzının evrenin her bir noktasında aynı şekilde var olması demektir. Dolayısıyla ağaçtaki elmanın düşüşünü sağlayan ve düşme sürecini yöneten fizik yasa ile gezegenlerin ilişkilerini sağlayan ve yöneten fizik yasa aynı yasadır. Yine aynı şey, aynı hızda olmak üzere evrenin her bir noktasında mesafeyi aynı zamanda kat eder demektir. Aristoteles'in iddia ve kanaatinin aksine zaman ve devinim ilişkisiz olduğu için hareketin yavaşlaması ve hızlanması zamanın akışında bir değişikliğe yol açmaz; zaman sabittir. Newton'un kuramındaki zaman ve uzay (mekân), nesnel olayların gerçekleştiği fakat söz konusu nesnel olaylar tarafından etkilenmeyen bir temeli oluşturmaktadır. Zaman uzaydan ayrı olup, geçmişten geleceğe uzanan sonsuzluk içerisinde tek bir doğru biçiminde gitmekte olan bir şeydir.

Newton'un mutlak zaman anlayışı başta Leibniz olmak üzere birçok filozof tarafından eleştirilmiş ise de bilim çevrelerinde 20. yüzyılın başlarına kadar kabul görmeye devam etmiştir. Newton'un mutlak zaman ve mekân görüşü 20.yüzyılın başlarında Albert Einstein (1879-1955) tarafından radikal sayılabilecek bir tarzda eleştirilmiş ve bu eleştirilere referans olan 'İzafiyet Kuramı' ile terk edilmiştir. Einstein 1905 yılında Özel İzafiyet Kuramını, 1915 yılında da Genel İzafiyet Kuramını ileri sürmüştür. İki kuramın arasında detayda kalan bazı farklılıklar vardır. Bu farklılardan birisi zaman ile ilgilidir. Genel İzafiyet Kuramındaki zaman, yerçekiminden etkilenmektedir. Buna göre yerçekiminin artmasıyla zaman yavaşlar. Özel İzafiyet Kuramına göre zaman, hızdan etkilenmektedir. Yani hızın artmasıyla zaman yavaşlamaktadır. Bu detay farklılıkları bir yana bırakıp genel olarak ifade etmek gerekirse; İzafiyet Kuramı, uzayın (mekân) ve zamanın ayrı ve mutlak oldukları anlayışının 'yanlışığını' ortaya koyarken, evren düzleminde geçerli olanın ne olduğunu da göstermek istemiştir. İzafiyet kuramına göre uzay ve zamanın niteliği, cisimlerin hareketini ve cisimdeki kuvvetin işleyişini etkilemektedir. Üstelik bu etkilenmeyle kalmayıp, evrende olup biten diğer pek çok şeyden de doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir. Bunu zaman üzerinde örneklemek gerekirse; Dünyada bizim için 'şimdi', evrenin bir başka köşesinde 'şimdi' değil, binlerce yıl 'önce'dir. Dünyanın burasında ve içinde bulunan zaman kesitinde 'şimdi' şeklinde bildirilen 'an' sadece o mekân de 'şimdiki an'dır. Örneğin Dünya'ya 26,5 ışık yılı uzaklığındaki Vega yıldızdaki 'şimdi' bizim gezegenimizdeki 26,5 yıl sonraki andır. Şu anda Vega yıldızına baktığımızda gördüğümüz de 26,5 yıl öncesine aittir. Dünyadan uzaydaki iki ayrı gezegene veya

yıldızın bakan ve her ikisinde de ‘şimdi’ gözlenen olay, esasen farklı zamanlarda ve üstelik birisi geçmişte gerçekleşmiştir. Bu sebeple o iki olayı iki ayrı gezegenden izleyen iki kişinin ‘şimdiki an’ları birbirinden farklıdır. Dolayısıyla tüm evren esas alınarak sabit ‘geçmiş’, ‘şimdi’ ve ‘gelecek’ anlardan bahsedemeyiz. Bu durum açık bir şekilde zamanın mutlak olmadığını göstermektedir. Einstein, izafiyet kuramıyla zaman ile uzayın birbirleriyle irtibatlı olduğunu ve uzaydaki işleyişin zaman olmaksızın açıklanamayacağını göstermiştir. Bu nedenle de zamanın bir şekli vardır; buna ‘uzay-zaman’ demiştir. Einstein’a göre nesnel gerçekliğe sahip olan ‘uzay-zaman’, uzayın üç boyutuna eklenen dördüncü bir boyuttur (Hawking, 2002: 34-35).

İzafiyet kuramı fizik biliminde ve kozmoloji anlayışında radikal değişikliklere yol açmıştır. Zaman ve mekân anlayışı yeni baştan kurgulanmıştır. Fakat fizik ve kozmolojide zaman ve mekân eksenli yaşanan değişiklikler ve oluşumlar İzafiyet kuramı ile sınırlı kalmamıştır. Kuantum kuramı de benzer etkiye sahip olmuştur. İki kuramın konu bağlamında temel farkları şöyledir: İzafiyet kuramı makro düzenle ilgili olmasına karşılık, Kuantum kuramı fizik evrenin mikro düzeniyle ilgilidir. Kuantum kuramı fizik evrende ve küçük ölçekteki boyutlarla meydana gelen fenomenlerle, bir başka söyleyişle atom altı dünyayla ilgilenir. Bu ise ‘olasılık’ durumunu temel bir özellik olarak gündeme getirmiştir. Zira atom altı bunu zorunlu kılmaktadır. Bu durumu Werner Heisenberg (1901-1976)’in açıklamaları üzerinden takip etmek gerekirse; Heisenberg’in ‘Belirsizlik İlkesine’ göre, atom düzeyindeki parçacıkların hız ve konumunu tam olarak hesaplamak mümkün değildir. Çünkü atom altı dünya kaos ve bilinmezliklerle doludur. Beş duyumuzun algıladığı nesnel düzlemdeki düzen ile atom altı düzlemdeki düzen birbirinden çok farklıdır. Örneğin elektron, hiçbir zaman net bir şekilde gözlenebilen bir yörüngede hareket etmez. Yeri sabit değildir. Bir an için burada bulunurken, bir başka anda hiç tahmin edilemeyecek yerde bulunur. Üstelik bu sadece elektronlar için söz konusu değildir; bilinen bütün atom altı parçacıklar belirli bir harekete hiçbir şekilde mecbur edilemezler. İşte bundan dolayı Kuantumda ‘belirsizlik’, doğanın bir realitesidir; ‘kesinsizlik’ ve ‘belirlenimsizlik’ ise söz konusu belirsizliğin iki temel sebebidir.

3. Psişik Bilimlerin Konusu Olarak Zaman ve Mekân

Zaman ve mekân, insan yaşamının gerekli kıldığı duyum ve duyguların şekillenmesini ve belleğe kaydedilmesini sağlayan iki temel faktörleri oluşturmaktadır. Bu özellikleriyle de başta psikoloji olmak üzere psişik bilimlerin temel araştırma konularını teşkil ederler. Bu bağlamda zamanı dikkate almak gerekirse; gelecekte gerçekleşmesini kuvvetle muhtemel gördüğümüz durum ile şimdiki durumumuz ve kararlarımız arasında kolaylıkla bir sebep-sonuç ilişkisi kurabiliriz. Çünkü gelecekte yaşayacağımızın bazı bakımlardan şimdiki durum ve kararlarımızın sonucu olduğunu veya etkisini taşıyacağını düşünürüz. Geçmişteki bazı durum veya kararlarımızın şimdiki durumumuz üzerindeki etkisini yaşayarak deneyimlemiş olmamız, şimdi ile gelecek arasında irtibat kurmamızı sağlar. Daha da önemlisi eğer gelecekte yaşayacağımızı düşündüğümüz şey olumsuz olacağı kanaatinde isek o durumu belirleyecek olan şimdiki durum ve kararlarımız üzerinde değişikliğe gitme ihtiyacı hissederiz. Esasen pek farkına varmasak da bunu sürekli yaparız. Sürekli denecek sıklıkta olmak üzere geçmiş ile şimdi arasında kurduğumuz irtibattan hareketle şimdi ile gelecek arasında da irtibat kurabiliriz.

ve geleceği istediğimiz şekilde inşa edebilmek için şimdiki durum ve kararlarımızı gözden geçiririz. Bu durum psikolojide ‘gelecek yönelimli düşünme’ olarak isimlendirilmektedir. Zihin yapısı ve işleyişi üzerine yapılan araştırmalara göre geleceği dikkate alarak şimdi hakkında tespitlerde bulunma ve gerekli bulunuyorsa şimdi ile ilgili bazı değişikliklere gitme durumu; yani ‘gelecek yönelimli düşünme’ genellikle dört yaşından itibaren görülmeye başlamakta (Atance & Jackson, 2009) ve takiben tüm hayat boyunca devam etmektedir. Ancak bir karışıklığa yol açmadan ifade etmek gerekirse; ‘gelecek yönelimli düşünme’, döngüsel olarak tekrarlanan faaliyetlerin bir sonraki tekrarının kurgulanması şeklinde değil, belirsiz geleceğe dair birçok muhtemel durumun kurgulanması şeklinde işlemektedir.

‘Gelecek yönelimli düşünme’, doğası gereği son derece dinamikdir. Şimdinin biraz sonrasından başlayarak belirsiz bir süreklilik üzerinde tüm bireysel gelecek hakkında kesintisiz sayılabilecek bir şekilde değerlendirmelerde bulunur. Değerlendirmeye dâhil edilen muhtemel durumları gözden geçirir, istenmeyenlerin gerçekleşmemesi için o istenmeyen durum ile şimdiki durum ve kararlar arasındaki muhtemel ilişkileri tespit eder ve şimdiki durum ve kararda değişikliğe gider. Eğer gelecekte yaşanacak durum istendik bir durumu ifade ediyorsa bu sefer de onun gerçekleşmesini sağlayan şimdiki durum ve kararı titiz bir şekilde uygulamaya veya devamını gerçekleştirmeye çalışır. Tüm bunlar yapılırken sürekli geçmiş deneyimler göz önünde bulundurulur. Ve tüm bu süreci kontrol edenin ise ‘otobiyografik bellek’ olduğu düşünülmektedir. Kişisel deyimlerin depolandığı yer olan otobiyografik bellek, bireyin geçmişte yaşadığı bazı olayların kendi bakış açısıyla olmak üzere bizzat kendisiyle ve diğer insanlarla ilişkili olarak kayıt altına alındığı bellek olarak tanımlanmaktadır (Nelson & Fivush, 2004: 488). Otobiyografik anıların hatırlanması ve bildirilmesi iki süreçte gerçekleşmektedir. İlki, birey belirli bir olayı hatırlarken detaylı bir ‘yeniden yaşama’ ya da ‘yaşıyormuş gibi olma’ duygusu içerisindedir. Geçmişte yaşanmış ve hafızaya kaydedilmiş öznel olayların hatırlanması bu sayede mümkün olmaktadır. Bir diğer önemli özellik ise, hafızaya kayıtlı anıların doğruluğuna ilişkin inançtır. Hatırlanan olayın gerçekten yaşanmış olduğu düşünülür; hatırlanan olayın bir imgeleme, hayal veya rüya olmadığına ilişkin bir farkındalık vardır (Rubin & Greenberg, 2003: 887).

Otobiyografik belleğin başlangıcı yaşamın ilk yıllarına dayanmaktadır. Yaşantı deneyimleri bebeklik yaşlarından itibaren belleğe kaydedilmeye başlanmakta, bellekte kayıt altına alınan anılar giderek birikmekte ve anı kümeleri oluşturmaktadır. Yaşantı deneyimlerinin bebeklik yıllarında belleğe kaydedilmesi süreci tüm yaşam boyunca tekdüze bir seyir takip etmemektedir. “Otobiyografik anıların yaşam süresince dağılım seyri ve yoğunluğu farklı yaşam dönemlerine özgü karakteristik özelliklere sahiptir. Örneğin, yetişkinler yaşamlarının bebeklik ve erken çocukluk dönemlerine ait pek bir şey hatırlamazlar. Konuya ilişkin yapılmış çalışmalarda dikkat çeken önemli bulgu, yetişkinlerin ve büyük çocukların genellikle yaşamın ilk iki yılına ait hiçbir şey hatırlamadıkları, üç ile yedi yaşları arasında gerçekleşen olayları ise genel hatlarıyla, parçalı, izole ve dağınık bir biçimde hatırladıklarıdır. Söz konusu hatıralarda kişisel detaylar yoktur. Daha çok yaşantıya ilişkin bilgi vardır. Bu durum psikoloji literatüründe ‘çocukluk/bebeklik amnezisi’ olarak isimlendirilmektedir (Jack & Hayne, 2007: 647). Genel olarak 10–30 yaş arası dönem, özellikle de 15–25 yaş arasına ilişkin

hatırlanan anılar yaşamın diğer dönemlerine oranla fazla sayıda ve daha canlıdır. Tüm yaşam çizgisi içerisinde hatırlanan anıların oranına bakıldığında 15-25 yaş arası dönem bir tümsek görüntüsü sergiler. Bu görünümü sebebiyle de ‘hatırlama tümseği’ olarak adlandırılmıştır. Yaşam deneyimlerine ilişkin hatıraların üçüncü dönemi ise bireyin mevcut yaşam sürecinin son yıllarında yaşadığı olaylara ilişkindir. Yakın dönemde gerçekleşen olaylar diğer dönemlerdekine oranla daha çok hatırlanmaktadır. Bu olgu, bellek ile ilgili literatürde ‘bellekte tutma fonksiyonu’ ismini almaktadır. ‘Hatırlama tümseği’ ve yaşamın son dönemlerine ait olaylar oldukça belirgin fenomenolojik nitelikler gösterirlerken, yaşamın ilk yıllarına ait otobiyografik anılar duygu, mekân, bağlam, renk gibi farklı kategoriler açısından daha az bilgi ve detay” içermektedir (West & Bauer, 1999: 257).

Fenomenolojik (duyuşsal) açıdan “bireyin tamamıyla kişisel tarihini teşkil eden, bireyin yaşamındaki kişisel bilgileri ve özel olayların anılarını kapsayan ve hem kökeni hem de amacı açısından diğer bellek türlerinden ayrılan (Nelson & Jacson, 1993: 8) ‘otobiyografik bellek’ ‘epizodik’ ve ‘semantik’ olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Konunun uzmanları arasındaki yaygın bir kabule göre epizodik bellek hatırlamakla, semantik bellek ise bilmekle ilgilidir. Hatırlanan anının kaynağı kişisel yaşantı, bilinen anının kaynağı ise dış kaynaktır. Fakat birey dış kaynağa dayanan semantik anıyı, bizzat yaşadığı ve tamamıyla kendisine ait anı gibi algılayabilir. Konumuz açısından gerekli bulunduğu için bu iki belleğin özelliklerini biraz daha detaylı incelemek gerekirse; otobiyografik bir anı görsel, işitsel, dilsel, anlatı yapısı, kişiler ve mekânlarla ilgili uzaysal imgelem ve duygu süreçleri gibi farklı modaliteleri bir arada barındırır (Rubin & Greenberg, 2005: 79). Tüm bu anılar, ‘sözel’ ve ‘sözel olmayan’ şeklinde olmak üzere iki farklı tarzda belleğe kaydolurlar. Yaşantının sözel olmayan kısmını sesler, görüntüler, duygular, kokular, tatlar, hisler... oluşturur. Bunlar epizodik belleğin unsurlarıdır. Epizodik bellek, bireyin geçmiş duyuşsal ve duygusal deneyimlerini içerir. Epizodik bellekte kişisel ve duygusal olaylar detaylı olmak üzere yer ve kişileri de kapsayacak şekilde ve ‘kendilik farkındalığı’ ile ilişkili bir halde hatırlanır. Epizodik bellek kısa-uzun süreli hedeflere ulaşılmasında detaylı kayıtlar sunar. Kişi mevcut kaydın kendisine ait olduğunu bilir. Epizodik belleğin içeriği, uzun süreli bellekte muhafaza edilir. Epizodik bellek, geçmişte yaşanmış olayları birbirinden ayırabilmeye imkân sağlar. Geçmişteki olayların bazıları arasında ileri düzeyde benzerlikler olabilir. Ancak olayın bağlamsal ipuçları, hatırlanan olayın hangisi olduğunu ayırt etmeye katkı sağlar. Kısaca ifade edecek olursak; ‘epizodik bellek’, olay ve olgulara ait temel nitelikteki ‘kim’, ‘ne’, ‘nerede’, ‘ne zaman’, ‘nasıl’ sorularına cevap olabilecek içeriğin kayıt altına alındığı bellektir. Dinamik bir yapıdadır. Gerekli olduğunda hem mevcut bilgilerin tekrar inşasını mümkün kılarken, hem de geçmiş ve gelecek yönelimli düşünmeye kaynaklık eder. ‘Semantik bellek’ ise bilgiyle ve olgularla irtibatlıdır. Semantik bellekte duygu, zaman, yer ve kendilik atfı bulunmaz. Yeni deneyimler ile içeriği sürekli yeni baştan şekillenir ve yeni duruma, muhtemel gelişmelere kolaylıkla uyum sağlar.

Epizodik belleğin ‘gelecek yönelimli düşünme’ye kaynaklık yapmasının nasıl gerçekleştiği sorusu, cevabı aranan önemli sorulardan birisidir. İlgili soruya verilen ve yaygın kabul görmüş cevap ‘zihinde zaman yolculuğu’ kavramlaştırmasının yapılmasına yol açmıştır. Zihinde zaman yolculuğu, bireyin zihinsel olarak, geçmişte yaşanmışları tekrar deneyimlemesi ve bunun üzerinden

geleceği kurgulaması olarak tanımlanmaktadır. Conway'e göre, gelecekteki olayların zihinde canlandırılması, bireyin epizodik belleğinde bulunan içeriğe ulaşarak onu tekrar inşa etmesiyle mümkün olmaktadır. Zihinde zaman yolculuğu, doğrusal bir düzlem üzerinde ve mekânsal bir devamlılık temelinde gerçekleşmektedir. Zihinde zaman yolculuğunun geçmişe yönelik yapılmasını sağlayan epizodik ve semantik bellektir. Geleceğe doğru yapılan zihinde zaman yolculuğu ise 'prospektif bellek' ile yapılmakta ve prospektif belleğin çalışma biçimi planlama, hazzı erteleme ve öngörü olarak ifade edilmiştir (Kantarcıoğlu, 2017: 2). Bu bağlamda önemli bir işlev üstlenen prospektif bellek, tasarlanmış bir faaliyetin, gelecekteki belli bir zamanda ya da durumda gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Prospektif bellek, zihinde zaman yolculuğu becerisi ile ilgili olan ve 3 yaş öncesinde gözlenebilen tek bellektir. Bununla birlikte sorumluluk algısının sonuçları etkilediği görülmektedir. Sorumluluk algısı eğer ödül almakla irtibatlıysa prospektif belleğin şekillendirdiği geleceğe yönelik zihinde zaman yolculuğunun başarıyla yaş 2'ye kadar inebilmektedir (Kantarcıoğlu, 2017).

4.Toplumsal Bilimlerin Konusu Olarak Zaman ve Mekân

Toplumla ilgili bilimler ve özellikle Sosyoloji için zaman ve mekân önemli bir konu başlığıdır. Mekân açıkça ve yaygın bir şekilde işlenen bir konu başlığı olurken, zaman ise çoğu zaman dolaylı bir şekilde ve değer yüklü işleyişlerin ismi olarak sosyolojik söylemlerde kendine yer bulmuştur. Zaman algısı değişim olgusu temelinde ilerlemeci bir anlayışın zihin dünyasını yansıtırken, mekân ise özellikle kır-kent bağlamında olmak üzere hiyerarşik bir konumlanmanın ürünü olan yaşam tarzlarını ve toplumsal ilişkileri dile getirirken gündeme gelmiştir. Tarihten antropolojiye kadar tüm toplumsal bilimlerde ve özellikle de Sosyolojide uzun bir zaman egemen olan zaman anlayışı, ilerlemeci bir zaman anlayışıdır. Bu anlayış Aydınlanma çağının düşünsel açıdan oldukça mümbit ortamında gelişip, serpilmiştir. İlerleme anlayışı Aydınlanma çağını takip eden dönemlerde ise farklı toplumsal bilimlerin bünyesinde şekillenen farklı yorumlara tanıklık etmiştir. Bu sebeple ilerleme anlayışının karakteristik özelliklerini ve düşünsel temellerini en doğru tarzda tespit edebilmek için bilhassa Aydınlanma çağının zihniyetini ve bu zihniyetin ürünü olan Aydınlanmacı felsefeyi dikkate almak gerekmektedir. Aydınlanma olarak isimlendirilen dönemin temelleri 17. yüzyılda atılmış olmakla birlikte ete-kemiğe büründüğü dönem 18. yüzyıla karşılık gelmektedir. Aydınlanmacı zihniyetin karakteristik yapısını oluşturan özellikler arasında 'değişim' önemli bir konumda durmaktadır. Fakat bu ilkesel olarak her yöne olabilecek bir değişim değil, sadece ve ancak 'ileriye' doğru olan bir değişimdir. Aydınlanma düşünürlerinin değişimden anladıkları yalnızca 'ilerleme'dir. Onlara göre eşyanın ve insanın tüm niteliklerinin ve görünümünün temelini oluşturan değişim, ilerleme şeklinde işlemektedir. Bu ise geçmişi eleştirel, geleceği ise iyimserliğin egemen olduğu bir ruh haliyle yorumlamaya yol açmıştır. Aydınlanmacı zihniyet açısından yanlış, kötü, ilkel, vahşi, kaba, olan her şey 'geçmiş'tedir ve 'gelecek' doğrunun, iyinin, gelişmişliğin, uygarlığın, nezaketin egemen olacağı bir süreci temsil edecektir. Onlara göre bu durum kaçınılmazdır, çünkü ilerleme eşyanın ve insanın ontolojik gerçeğinin tek işleyiş tarzıdır. Bu sebeple dönem düşünürlerinin ele alıp tartıştıkları hiçbir konu, ilerlemeye duydukları güven kadar açık ve kesin olmamıştır (Lipson, 2003: 187). Ontolojik gerçeğin temelinde var olduğuna kesin bir güvenle inandıkları 'değişim'

gerçekte her yöne olabileceken, bunu sadece insan zihninin ürettiği bir faraziye kabul etmişler, değişimin yönünün nesnel olarak sadece ileriye doğru olduğunu dillendirmişlerdir. Bu ise modern öncesi veya dışı anlayış, kabul ve yaşayırları aşağı ve değersiz görüp yok etmeyi meşrulaştıran bir ilkenin oluşumuna imkân sağlamıştır. Ve bu ilke, süreç içerisinde şekillenecek bütün modern dönem anlayış ve yaklaşımlarında her şeyi ‘ilerlemeci’ bir yaklaşımla çözümlene zihniyetinin oluşmasını sağlamıştır.

Söz konusu ilke en açık biçimiyle ve öncelikle tarih felsefesindeki yaklaşımlarda açığa çıkmıştır. Sonra sosyoloji ve antropolojide temellenmiştir. Bugün itibarıyla detaylı şekilde bilinen modern zamanlara özgü farklı tarih yaklaşımları arasında bazı karşıtlıklar görünse de temelde hepsi ilerlemeci inanca sahip oldukları gibi, bu inanca kuşku duyulmaz bir güvende de birleşmektedirler. Tarihin gidişatının yöneldiği amaç, çeşitli özellikler ve yöntemler gösterse de modern zamanda oluşmuş tüm tarih yaklaşımları tarihte değişimin ilerleme yönünde olduğunu öngörmektedir. Bu konuda hem öncü ve hem de sonraki düşüncelerin önemli referanslarından birisi olan Marquis de Condorcet (1743–1794)’nin düşünceleri örnek olarak dikkate alınabilir. Modern zamanların egemen anlayışını temsil eden ilerleme düşüncesi, Condorcet’in yazılarında Aydınlanmacı tavrını açıkça ortaya koymaktadır. Condorcet’ye göre insanlık genel manada karanlıktan aydınlığa, vahşilikten uygarlığa, geri kalmışlıktan gelişmişliğe yönelmiş bir ilerleme süreci içindedir. Bu süreçte açığa çıkan çatışmalar, sürecin ileriye doğru olan değişimine hizmet etmekten başka bir şey sağlamazlar (Copleston, 2004: 215). Çünkü ilerlemeyi durdurmak veya tersine çevirmek olanaksızdır; eşyanın ve insanın doğasına aykırıdır. Condorcet, ‘*İnsan Tininin İlerlemeleri Üzerine Bir Tablo Taslağı*’ adlı eserinde ilerlemeci tarih anlayışının gereğine uygun olarak uygarlık tarihini on döneme ayırmış ve onuncu dönemi ise gelecekte bulmuştur. Bu on dönemin her biri öncekine göre ilerlemenin nesnel tezahürü olarak anlam kazanmaktadır. Bu yaklaşım ona, mevcut dönemi ve felsefelerini olumlayıp yüceltmeye, bu olumlama ve yüceltmenin karşıtı olarak konumlandığı geçmişi ise her şeyi ile olumsuzlamasına ve aşağılamasına yol açmıştır. Ona göre yaşadığı zamanın mevcut durumunda bazı olumsuzluklar olabilir, bunlar ilerlemenin gelecekteki aşamasında yok olacak ve insan mükemmelleşme idealini gerçek kılacaktır. Condorcet’in inşa ve temsil ettiği tarih anlayışında değişimin temel dinamiği siyasi oluşumlar değil, bilgideki gelişmelerdir. Buna göre bilginin ilerlediği anlayışı toplumun ilerlemesi kabulünün de temelini oluşturmaktadır. Condorcet’ye göre, uygarlaşmanın tarihi ilerlemenin ve dolayısıyla uygarlığın tarihi Aydınlanmanın tarihidir (Bury 1987: 209). İlerleme bilim tarafından güdülmektedir (Olwig 2002: 42).

Condorcet’ye göre mükemmele doğru değişim insanın doğasında vardır. Bu sebeple insanlık kesintisiz bir süreçte değişmekte ve bu değişim ilerleme biçimindedir. İnsanlık eninde sonunda mutlak yetkinliğe ulaşacaktır. ‘İlerlemenin sınırları ilerlemenin kendisidir’ diyen Condorcet, insanlığın ilerlemesinin hem yatay ve hem de dikey anlamda bir sınırın olmadığını, ilerlemenin kesintisiz ve sınırsız olarak devam edeceğine inanmıştır. Ona göre, insan, ilerleme sürecinde sadece kendi imkân ve potansiyeli ile hareket etmemekte, doğanın sınırsız denebilecek bir şekilde sahip olduğu tüm imkânları insanın hizmetine sunmaktadır. Bu durum insanın doğayı tanımasını gerektirmektedir. Zira doğa ne kadar iyi

tanınırsa ondan o kadar çok yararlanır. Bu ise modern dönem bilim anlayışının amacını belirlemede referans bir ölçüt olarak sürece dâhil olmuştur. Bu aynı zamanda Francis Bacon (1561-1626)'da '*bilgi güçtür*' şeklinde formülüne kavuşmuş anlayışın Condorcet'de açığa çıkan formunu ifade etmektedir. Condorcet'nin yanı sıra, Fransız Aydınlanmasının önemli şahsiyetlerinden birisi olan Jacques Turgot (1727-1781) da insanın yetkinleşebileceğine olan inançlarını temellendirirlerken, bilimi ve aklı ilerlemeyi gerçekleştiren güçler olarak görmüşler ve 'bilimin ilerlemesi ile aydınlanmanın ve insanlığın birliği duygusunun da el ele geliştiğini varsaymışlardır' (Gökberk 1997: 106). Bu sebeptir Condorcet, 'bugüne kadar bilimlerin geçirdiği ilerlemeleri inceleyerek, insan zekâsıyla yetilerinin gelişmesini çözerek, umutlarımızın karşısına tabiatın asla sınır koymadığına bizi inandıracak çok kuvvetli sebepler bulacağız' (Condorcet, 1990: II/68) demektedir. Condorcet'nin tarih yorumu, pozitivist bir felsefenin temellerini inşa etmesinde Auguste Comte (1798-1857)'a gerekli fikri temeli sunmuştur. Dolayısıyla Condorcet'nin ve Aydınlanma'nın değişimle ilgili beklentilerini devam ettirme çabasına sahip Comte'un Pozitivist tarih anlayışına göre insanlık, mitolojiden teolojiye, teolojiden metafiziğe, metafizikten de pozitif düşünceye yönelmiş doğrusal bir hat üzerinde ilerlemektedir. Bu ilerlemenin ekseninde zihinsel evrim vardır. Pozitif dönem, ilerlemenin aşamaları içerisinde, aklın ve bilim tarafından aydınlatılan son aşama olup, bu dönemin zorunlu gereği olan özgürlük düşüncesi ile insanlık daha eşitlikçi bir dünyaya doğru ilerlemektedir.

17. yüzyılda temelleri atılan, 18. yüzyılda sistematik hale gelen, 19. yüzyılda bireysel ve toplumsal hayatın görünümüne ve işleyişine egemen olan, günümüzde ise etkilerini bazı alanlarda hala sürdüren Aydınlanma felsefesinin temel kabulleri modernleşme projelerinin teorik zeminini oluşturmuştur. Aydınlanma felsefesinde gelişen ve sistemleşen ilerleme düşüncesi, insanlığın kesintisiz bir şekilde gelişeceği anlayışının neredeyse tüm zihniyetlere ve yaşam tarzlarına hâkim olmasını sağlamıştır. Modern zihniyetin temsilcisi olan insan, bireysel ve toplumsal, zihinsel ve yaşamsal açıdan bütün olarak insanlığın tam bir ilerleme içinde olduğu inancını paylaşmaktadır. Bilimlerin, zihniyetlerin, toplumların, ulusların kesintisiz bir şekilde değiştiğine ve bu değişimin mutlak manada ileriye doğru olduğuna duyulan güven, bir bütün olarak tüm insanlık tarihinin tam bir ilerleme içinde olduğu görüşünü ortaya koymuştur. Dolayısıyla Batı kültürünün toplumsal ve tarihsel şartlarının ürünü olan moderniteyi veya modernizmi, Aydınlanma ile tesis edilen kültürel ölçütlerin, teknikte ve bilimde gerçekleşen gelişmelerin yanı sıra bireysel ve toplumsal boyutuyla tüm insani ilişkileri belirlediği görüşünün tamamen benimsendiği bir dünya görüşü olarak görmek mümkün ve hatta gereklidir. Bu durumda modernizmin yol açtığı sorunlarda Aydınlanma felsefesinin ilerlemeci inancının payı da göz ardı edilmemelidir. Göz ardı etmeyenler vardır ve sosyolog Leslie Lipson (1912-2000) bunlardan birisidir. Lipson, 20. yüzyılın, insanlığın ilerlemesinde şaşkınlık uyandıran olumlu gelişmelerin yaşandığı bir dönem olduğunu, fakat insanlığın yaşadığı felaketler de dikkate alındığında ilerleme biçiminde gerçekleşen olumlu gelişmelerin kayda değer bir önemi olmadığını ifade etmiştir. Çünkü ona göre bilimsel icatlar hem hayat kurtarmak hem de onu yok etmek için kullanılmıştır. Bilim ve teknolojiyi kullanacak zihniyetlerin sadece doğru, iyi ve güzel olana meyiletmesini sağlayacak bir kültür inşa edilememiştir. Bu sebeple bilim ve teknoloji sadece olumlu anlamdaki ilerlemenin aracı olmamıştır; yanlış şeylerin de

aracı olmuştur. Bu sebeple, modern zamanları her şeyi ile olumlamaya çalışanlar insanların bilgi birikimlerinin hiç durmaksızın derinleşmesine ve gelişmesine dikkat çekerlerken, hayatı katleden gerçekleri sistematik bir şekilde ve son derece sofistike bir yöntemle gizlemekte veya çarpıtmaktadırlar (Lipson, 2003: 209). Bu bağlamda Aydınlanma felsefesini ve aydınlanmanın temel ilkelerine dayanan modern iktisat anlayışını isabetli çözümleriyle gözler önüne seren Max Weber (1864–1920)’i de hatırlamakta fayda var. Ona göre hem kapitalizm ve hem de bürokrasi, modern zihniyetin ve yaşam tarzının temeli olan rasyonalizasyon süreçlerinin somut ürünleridirler. Söz konusu rasyonalizasyon sürecinin anlamı ve amacı ise hep daha fazla ilerleme ve gelişmedir. Bilimdeki ilerleme üzerinden insan aklının kesintisiz bir şekilde geliştiği inancı iktisat hayatında ve başta devlet olmak üzere toplumsal kurumların birçoğunda yenileşmenin eleştiri kabul etmeyen bir kararlılıkla gerçekleşmesine katkı sağlamıştır. Örneğin rasyonalize olma süreci yazılı kurallara dayalı ilişkileri toplumsal hayatın temelini yerleştirmiştir. Bu da insanlar arasındaki duygusal boyutun egemen olduğu geleneksel bir niteliğe sahip samimi ve yüz yüze gerçekleşen tüm ilişkileri bitirme noktasına getirmiştir. Çünkü ilerleme anlayışı, günümüz modern toplumun üyesi olan bireyde vazgeçilmez amaç olarak kabul görmüş, bu da toplumsal yapıda acımasız bir tarzda işleyen rekabete dayalı ilişkilerin birbirlerine basarak yükselmeye çalışan insanlar yaratmıştır (Weber, 1993).

Aydınlanma çağı ve bu çağı takip eden dönem dikkate alındığında oluşan resim, köklü bir değişim içerisinde olunması gerektiği düşüncesini empoze etmektedir. Aydınlanmacı ilerleme anlayışının yol açtığı etkilerin en açık ve önemli işlevinin toplumsal ilişkilerde açığa çıktığı rahatlıkla söylenebilir. ‘Aydınlanma, gelişen düşünmenin en geniş anlamda, başlangıçtan bu yana insanlardan korkuyu kaldırmak ve onları kendilerinin efendisi durumuna getirmek amacını gütmüştür. Ne var ki, tamamen aydınlatılmış yeryüzü bugün muzaffer bir felaketin belirtilerini taşıyor’ (Horkheimer, & Adorno, 1995: 19). Bugün itibarıyla birçok düşünürün seslerini yükselterek dile getirdikleri ve ısrarlı bir şekilde vurguladıkları gerçek şudur: ‘Sosyal bilimler açısından on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllar, aslında hiç de düşünüldüğü gibi bir Aydınlanma değil, o dönemin insanın artık sosyal bilimler alternatif bir köke bağlanmalı mıydı sorusunu sormayacağı, böylesi bir şeyi göremeyeceği kadar kendine özgü apayrı bir karanlık dönemdir’ (Maclyntre, 2001: 142).

Toplumsal bilimlerin bünyesinde zaman ‘ilerleme’ olarak tezahür ederek gelişimci bir sürecin zeminini temsil etmiştir. Mekâna gelince, mekân, bilhassa sosyolojik söylemin baskın konu başlıklarından birisidir. Zira geleneksel zihniyet ve yaşam tarzlarından modern zihniyet ve yaşam tarzlarına geçişte mekânın payı son derece önemli olmuştur. Mekân olarak değişimin temelinde kır-kent ayrışması ve kentin değiştirici-dönüştürücü özelliği vardır. Bundan dolayı kentleşme ve kentleşme süreci modernleşmenin önemli faktörlerinden birisi kabul edilmiştir. Modernite ile mekân arasındaki ilişki, geleneksel mekân anlayışlarının radikal düzeyde yapıbozuma uğratılmış örneğini sunmaktadır. Geleneksel yaşamda büyük oranda örtük ve saklı bir konumda olan mekânın, modern zamanlarla birlikte toplumsal sahnede görünmeye başlaması radikal düzeyde gerçekleşen bir değişimin gereği olmuş, modernitenin ilk aşamalarında ve Aydınlanma çağında zamana atfedilen merkezi değer, önemli bir boyutuyla sonraki dönemlerde mekâna

kaymıştır. Modernlik her şey gibi mekânı da kendi anlayış ve kabulleri dâhilinde belirli kalıpların içine sokmuş, mekânı güç hiyerarşilerinin referanslarından birisi kılmıştır. Bildik/geleneksel mekân algısını tersyüz ederek, mekânın kapitalist amaçların aracı haline getirmiş, mekân da diğer her şey gibi ticari bir metaya dönüşmüştür.

Modernite öncesi veya dışı toplumlarda mekânın niteliğini yerel faktörler belirlerdi. Mekân ve yer birbirinden ayrı değil, özdeşti. Mekânın kavranmasında, yerel faktörler belirleyici rol oynuyordu. Oysa modern zamanlarda ve toplumlarda mekân yerel faktörlerden sıyrılıp ayrıldı. Bu sıyrılmada erişilebilirliğin oluşması, teknolojik gelişmenin hızlanması, sınırların ortadan kalkması ve bilginin hızlı bir yayılım göstermesi etkili oldu. Modern dönemin mekânı, geleneksel dönemin mekânı gibi durağan, kolay kolay değişmez bir olgu olarak değil, oldukça dinamik, hızla değişen ve de iktidar hiyerarşileri inşa eden bir güç olarak vücut bulmuştur. Zira modern zihniyet zamana ve mekâna hükmetmeyi hedeflemektedir. Zamanı ve mekânı hükmü altına alıp onları istediği gibi yeniden inşa etmeyi, istediği gibi değiştirip-dönüştürmeyi arzulamaktadır. Bu sebeple mekân üzerinden hem iktidar ve hem de güç hiyerarşileri oluşturarak, mekânı ele geçirmenin zihinsel temellerini inşa etmiştir. Bu noktada David Harvey (D. 1935) (Harvey, 2002; Harvey, 2003; Harvey, 2008) ve Manuel Castells (D. 1942)'in (Castells, 1997; Castells, 1983; Castells, 1977) tespitleri dikkat çekicidir. Bu ikisi modern dönemin mekânlarının tamamıyla kapitalizm tarafından inşa edildiğini, kapitalizmin sadece modernitenin beşiği olan kentlerin karakterini değil, kentte yaşayanların zihin dünyalarını ve yaşayış biçimlerini de değişime uğrattığını ileri sürmüşlerdir. Fakat şu var ki tüm bunlar beklendik şeylerdir. Çünkü modernlik insanın zaman-mekân anlayış ve yaşayışında gerçekleşen radikal değişime karşılık gelmektedir. Fakat şunu da göz ardı etmemek gerekmektedir: modern dönemde zaman-mekân ikilisi bağlamında gerçekleşen değişim düalist bir niteliğe sahiptir. Söz konusu düalist karakter değer yüklü olup kendini bazı sosyologların tespit ve görüşlerinde ele vermektedir. Örnek vermek gerekirse Karl Marx (1818-1883), Emile Durkheim (1858-1917), Max Weber (1864-1920) ve Talcott Parsons (1902-1979) gibi özellikle de klasik dönem sosyologları, zaman-mekân arasındaki oluşan düalizmi dinamizm, değişim, evrim ve gelişme gibi kavramlaştırmalar üzerinden zamanın lehine, durgunlukla denk tutulan mekânın aleyhine tesis etmişlerdir. Bu ilişkinin kuruluşunda modernliğin diğer bazı değerleri eşliğinde ve özellikle de evrimci söylemi belirleyici olmuştur. Yakın dönem David Harvey (D. 1935), Manuel Castells (D. 1942), Richard Sennett (D. 1943), Zygmunt Bauman (1925-2017), Anthony Giddens (D. 1938) gibi sosyologlar ise zaman-mekân arasındaki oluşan düalizmde mekânı ön plana çıkarmışlardır.

5. Postmodern Dönem: Mekân ve Zaman Tasavvurunda Gerçekleşen Radikal Değişim

Aydınlanma'nın ve dolayısıyla modernitenin mimarlarından Condorcet Fransız devrimi sırasında yazdığı *İnsan Tininin İlerlemeleri Üzerine Bir Tablo Taslağı* adlı eserinde 'tiranlarla kölelerin, rahiplerle alıkların ortadan kalkacağı ve insanların yaşam ve özgürlük tadıyla, mutluluk arayışıyla ussal bir biçimde davranacağı ütopyalı bir gelecek umudunu' (Collingwood, 1996: 114) dile getirir. Voltaire (1694-1778) ise aklın ve teknolojinin ilerlemesiyle sanatların gelişip daha da ileriye gideceğini, insana acı yaşatan tüm önyargıların ve kötülüklerin

azalacağını umar (Gökberk, 1997: 107; Batuhan, 1997: 46). Aklın tüm bu engelleri nasıl aştığını tarih araştırmalarının ortaya koyduğunu iddia eder (Gökberk 1997: 107). Geleceğe, hep ilerleyen tarihin gelecekte inşa edeceği dünyaya ilişkin umutlar, sarsılmaz bir imana dönüşmüş halde dönemin aydınlarının ortak yönünü oluşturur. Dinlerin öte dünyasındaki cenneti, insanın eliyle bu dünyada inşa etmeyi vadeden Modernitenin 19. yüzyılı takiben yol açtığı hayal kırıklıkları, Birinci Dünya Savaşı yıllarında ve sonrasında moderniteye ilişkin ciddi eleştirilerin değişmeyen referansı olur. Dile getirilen eleştirilerin bir kısmı modern mekân tasavvurunun, muktedir birey anlayışını oluşturacağı vaadi ile ilgilidir. Bu vaat gerçekleştirmediği gibi, muktedir olması beklenen modern bireyin yalnızlığa sürüklenmesine yol açmıştır. Karl Marx (1818-1883)'ın daha çok kapitalist zihniyet bağlamında ifade ettiği bildik tespitle söylemek gerekirse, modernlik 'katı olan her şeyi buharlaştırdı', insanı insani özüne yabancılaştırdı. Max Weber (1864-1920)'in bildik tespitiyle 'insanın ve evrenin büyümesini bozdu', insanı 'demir kafese' mahkûm etti. Max Horkheimer (1895-1973)'in tespitiyle insanı 'akıl tutulmasına' uğrattı. Zygmunt Bauman (1925-2017)'in tespitiyle insanlığı 'Holocaust cehennemine' itekleri. Jean Baudrillard (1929-2007)'a göre uygarlığı 'çöp uygarlığına' dönüştürdü. Tüm bunlar ve daha birçokları bağlamında ifade etmek gerekirse, modernliğe ve onun mekân anlayışına ve inşasına yönelik tasarrufları ile ilgili hoşnutsuzluklar büyüdü ve derinleşti. Modernitenin ölçüt ve kalıplarına karşılıklı, aykırı ve farklı olan şeyler itibar kazanmaya başladı. Modernliğin detaylarına kadar işlenmiş ve standardize edilmiş mekân tasavvurunun yerine, her bakımdan yeni, birçok bakımdan aykırı ve dolayısıyla her bakımdan bildik şeylerden ve durumlardan farklılık içeren görünümlere bırakmaya başladı. Postmodernite olarak isimlendirilen bu süreçte, çoğulcu anlayışın kapısı sonuna kadar açıldı; renk, gelenek, tarih, konvansiyon, heykel, retorik, ikonografi gibi süsleme metaları mekânın standart unsurları haline getirildi. Modernliğin sabit, kurallı, öngörülebilir uygulama ve ideallerine bir tepki olarak, Feyerabend'in bilimsel akılcılığa karşı dile getirdiği 'anything goes' sloganında anlam kazanan serbestliğe ve eklektizme apansız bir şekilde geçiş yapıldı. 'Ya o ya da bu' anlayış ve uygulamasından 'hem o hem de bu' anlayış ve uygulamasına geçildi. Bauman'ın özgün ve yerinde tanımlamasıyla her şey akışkan hale gelip, sabit ve standart bir şey kalmadı (Bauman, 2000:167). Tüm bunlar modern zihniyet açısından düşünüldüğünde bildik ve alışıldık biçimlerin ve sembollerin bulanıklaşması, belirsizleşmesi, ilkesizleşmesi ve karmaşa anlamına gelmektedir. postmoderniteye göre ise, gerçekleşen kurallarla oynayarak farklılıkları içeri alarak zenginleşmeyi sağlamaktan ibarettir. İnşa edilmeye çalışılan ve büyük oranda da başarılı zihniyete göre çelişik unsurlar yan yana konularak haz veren bir şaşırtıcılık elde edilmektedir. Böylelikle rutin olandan, karışıklıktan ve hatta hemen her zaman eleştirilmiş kitschden hiçbir şekilde korku duymayan bir duyarsızlık ve rahatlık oluşturulmaktadır.

Postmodern dönüşümün temelinde özellikle modern deneyimlerde yaşanan kriz vardır. İnşa olunan hipermekânlara karşılık algılamalar geleneksel mekâna göre gerçekleşmekte ve bu da krize yol açmaktadır. Hipermekân çağında mevcut tüm toplumsal ve kültürel 'bütünlükler' artık büyük oranda aşınmış ve zayıflamış bulunuyor. Her biri hızla arkeolojik bir kalıntıya dönüşmekte, hızla işlevlerini kaybediyorlar. Bu durumun oluşmasında hızlı ulaşım araçlarının ve sınır tanımayan iletişim araçlarının kullanıma sunulmasının önem ve işlevi büyüktür. Ulaşım ve

iletişim teknolojilerinin kullanımının her geçen gün daha da ucuzlaması ise değişimin yaygınlaşmasını hızlandırmaktadır. Böylelikle oldukça kısa bir zaman diliminde imgelerin, değerlerin değiş-tokuşu gerçekleşmiş; tüm inanç, değer, anlayış ve ölçütler iç içe girerken, hepsi özgünlüklerini ve işlevlerini yitirme sürecine girmiştir. Küresel bir köye dönmüş olan yeni dünyada bilginin, paranın, değerlerin, kültürel unsurların sıkışıp iyice küçülmüş mekânlar arasında herhangi bir engellemeye karşılaşmadan dolaşımı gerçekleşmektedir. Hareketin hızı baş döndürücü bir tarzda artmış, farklılıklar bir arada bulunurken aynılık sanallaşmış, sabit ve istikrarlı olana dair bildik kavrayışlar altüst olmuştur. Bu sebeple Bauman'un tespitleriyle söylemek gerekirse; “Şimdilerde biz, zamanın, mekânın ve bunları bir biçime sokan araçların yaşamımızda oynadığı rolü her zamankinden daha açık bir biçimde görüyor, toplumsal/kültürel ve politik bütünlüklerin ölümüne tanık oluyoruz” (Bauman, 2006: 22-23).

Yaygın olarak bilindiği ve yukarıda kısaca belirtildiği üzere, son 30-40 yılı kapsayan süre içerisinde insanın, eşyanın, paranın, metanın, bilgi ve imgelerin dolaşımı eskiye oranla bir hayli hızlandı. Buna bağlı olarak yer, mekân ve yerel özellikler, kendilerinden çok uzaktaki unsurların etkileriyle yeniden şekillenme, küresel bir bağlamda yeniden organize olma sürecine girdiler. Bu durum, Castells'in 'akışların mekânı' (Castells, 2005) nitelemesine göndermede bulunmaktadır. Akışların mekânı, her türden mobilitenin zaman ve mekândan ayrılarak özerk bir akışlar sistematığıne boyun eğmesi anlamına gelmektedir. Castells'e göre akışların mekânı günümüzün postmodern toplumlarında gücün ve işlevin mekân üzerinden yansımalarıdır. Postmodern dönemin toplumlarında toplumsallıktan sermayeye, bilgiden metalara, değerlerden düşüncelere her şey küresel akış kulvarlarında oldukça uçucu ve kolaylıkla kırılabilir yeni anlamlar kazanıyor. Tüm bunlar bağlamında oluşan ise 'küresel bir köyden' başkası değildir. Küresel köy özü itibarıyla, “düzenleyici geleneği olan seçkin mekânların, anlam yüklü sürelerin ve sonuçların çözülmekte olduğu, çevrelerin kişisizleştirildiği, karşılıklı bağımlılıkların eritildiği, elektronik devreler ve entegral parçalarıyla doldurulmuş çevrelerin dünyasında... zaman ile mekânın sonsuz deneysel konfigürasyonlarının bir alanı olarak yeniden tasarlanmasıdır” (Robins, 1999:76-77). David Harvey'in tespitleriyle söylemek gerekirse zaman ve mekân 'sıkışmış'tır (Harvey, 1999). Bu kavramlaştırmanın referansı olan Michel Foucault (1926-1984) söz konusu duruma 'büyük kapatılma' (Foucault, 2006) ismini uygun bulmuştur. Foucault'nun anlayışında söz konusu 'kapatılma' bilinen anlamın çok dışındadır. Herkes tarafından bilinen anlamıyla kapatılma 'içeriye' yöneliktir; içerişi dışarıya kapatılır. Foucault'un ifadesiyle söylemek gerekirse bugünün dünyasında kapatılma 'dışarıya' yöneliktir. İnsan dışarıya kapatılmıştır; içeriye girmesinin önü kesilmiştir. Yani, günümüz bireyi, fiziksel olarak 'dışarıdadır' ve bir 'güç' tarafından denetlenip içeriye karşı dışarıya 'kapatılmıştır'. Bu, zamanın süreçteki ana durakları olan 'önce-şimdi-sonra' aşamaları arasındaki 'an' farklılıklarının kapsadığı 'eylem'lerin mekânsal genişliği ile darlığı arasında büyük ayrışmaların söz konusu olduğu anlamına gelmektedir. Mekân ne kadar büyük olursa olsun, mekândaki herhangi bir eylem, 'öznel özgürlüğü' ve dolayısıyla öznenin hareketlerini kısıtlıyorsa, bu 'mekânın sıkışması' demektir. Bir yanda 'an'ların aritmetik toplamı olan zaman 'ilerlerken', bireyin özgür hareket alanının 'sıkışması' ve bunun sonucu olarak hareketin bireyin 'kontrolünün' dışına çıkmış olması, özne ile hareket arasındaki uyum açısından gerekli olan

'hareketin/eylemin' niteliğini de belirlemektedir. Dolayısıyla özne, kendisinin dışında ilerlemekte olan zamanda, yine kendinin dışında kalan harekete 'yetişmek' için çabalarırken 'an' yani 'zaman kısıtı' ile karşılaşmakta, eş-anlı olarak 'zaman-mekân sıkışmasına' kapılmaktadır.

6. İnternet Teknolojisi ve Zaman-Mekân Sanallaşması

Son birkaç yüzyıl içinde baş döndürücü hızda ve son derece yoğun şekilde gerçekleşen bilim ve teknolojideki icat ve gelişmeler, bireysel ve toplumsal hayatları radikal düzeyde değişime uğrattı. Ve uğratmaya da devam ediyor. Bilim ve teknolojideki icat ve gelişmelerin bireysel ve toplumsal hayatın süregelen zorluklarını azalttığı; insanların yaşamlarını sürdürmek için gereken çalışma koşullarını kolaylaştırdığı, dinlenme ve eğlenceye daha çok vakit ayırmalarına imkân sağladığı; insanın tabiat karşısında köle-hizmetçi rolünden çıkıp efendi haline geldiği görüş ve tespitleri özellikle 20. yüzyılın ilk yarısında çokça söylendi ve yazıldı. Buna göre, örneğin, tahıl üretimi yapmak için tarlasını kendi gücüne eklediği hayvanının gücüyle ve karasabanla büyük zorluklarla ekim işlemine hazır hale getirmek zorunda olan çiftçi, şimdi artık klimalı traktöründe, müzik dinleyerek ve hiç yorulmadan tarlasını sürebilir hale gelmiş bulunuyor ve buna bilim ve teknoloji sayesinde erişti. Bahçedeki ocağında su ısıtıp, sabahtan akşama uzanan süre içerisinde ellerinin ve kollarının gücü ile aile bireylerinin çamaşırını yıkamak zorunda kalan kadın, bilim ve teknoloji sayesinde komşusuyla sohbet edip kahvesini yudumlarken tüm o çamaşırını hiç yorulmadan yıkama imkânına erişti. Aylarca süren yolculuklar son derece konforlu şartlarda geçen birkaç saatlik süreye, haftalar sonra haberdar olunan olay ve durumlar anında haberdar olunan ve hatta birebir izlenen bir duruma, hayat bitiren veya sakat bırakan hastalıkların sadece isimleriyle bilinen hale gelmeleri bilim ve teknoloji sayesinde mümkün oldu. Örnekleri sayısız denecek kadar çoğaltmak mümkün ve tüm bunlar doğru. Bilim ve teknolojinin sayısız unsurlarından birisi ve hatta aynı anda birkaçı bireysel ve toplumsal hayatın her bir anına her an eşlik eder hale geldi. Birkaç on yıl öncesine kadar bu da doğrudu. Bilim ve teknoloji insan yaşamının unsurlarından birisi haline gelmiş ve zorlukları kolaylığa, yorgunlukları eğlenceye dönüştürmüştü. Elbette ki bunlar şimdi de devam ediyor ancak son birkaç on yıl içinde önemli bir değişim gerçekleşti. Özellikle teknoloji, bireysel ve toplumsal hayatın bir unsuru olmaktan, bireysel ve toplumsal hayatın temel belirleyicisi haline geldi. Bilim ve teknoloji artık bireysel ve toplumsal hayatlara eşlik edip zorlukları kolaylığa dönüştürmüyor; bilim ve teknoloji kendi kontrollerinde bireysel ve toplumsal hayatlar inşa ediyor. Bilim ve teknoloji özellikle bireysel yaşamın nesnesi olmaktan çıkıp öznesi oldu; birey ise kendi yaşamının öznesi olmaktan uzaklaşıp, nesnesine dönüştü. Artık hayatın şekline, niteliğine insan karar vermiyor, teknoloji karar veriyor ve insan ona tabi oluyor. Bunun beklendik sonucu olarak da bilim ve teknoloji olmadan bireysel ve toplumsal hayatlar sürdürülemez hale gelindi.

Bilim ve teknolojinin gelişmesinin bireysel ve toplumsal hayatlarda radikal değişiklikler gerçekleştirmesinin en somut ve insan hayatına doğrudan dokunan kısmı ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşandı. Ulaşım ve özellikle de iletişim teknolojilerindeki gelişme ve yenilikler insanın iletişim ekseninde yer alan özellik ve yönlerini etkilemekte kalmadı; insanın daha önce bilmediği, kullanmadığı, ihtiyaç hissetmediği özellikleri insan için gerekli, zorunlu birer ihtiyaç haline

getirdi. Artık bireyler iletişim teknolojileriyle iletişimlerini hızlı, kolay ve ucuz maliyetli yapmanın ötesinde, iletişim teknolojilerine göre bir hayat yaşar ve bu hayatın yine iletişim teknolojileri tarafından belirlenen tarzlarında iletişim tekniklerini uygular hale geldiler. İletişim teknolojileri hayata ve hayat tarzlarına eklenmedi, bireysel ve toplumsal hayatlar iletişim teknolojilerine göre inşa edilir hale geldi. İletişim teknolojilerinin bu düzeyde radikal değiştirme gücünün önemli unsurlarından birisini zaman ve mekânı ‘sanallaştırması’ şeklinde gerçekleştirdi. Bireysel ve toplumsal hayatın iki temel boyutu olan zaman ve mekân, iletişim teknolojileri ile sanallaşmış insanlığın yeryüzüne ilk adım attığı günden 20-30 yıl öncesine kadar yaşamında temel belirleyici olan zaman ve mekân olgusu ve algısı iletişim teknolojileri ile buharlaşıp yok oldu. Tüm bunlar ise genel anlamda dijital iletişim teknolojileri, özellikle de internet teknoloji ile gerçekleşti. Postmodernizmin her şeyi onaylayan, ‘her şey olur’, ‘ne olsa geçer’, ‘hem o hem de bu’ anlayışı, buharlaştırılmış zaman ve mekânın yerine ikame edilen sanal zaman ve mekânı kolaylıkla ‘olması gereken’ olarak takdim etti ve kabulünü de sağladı.

Her yeni teknoloji bireysel ve toplumsal hayatta bazı değişikliklere yol açar, bu bildik ve beklendik bir durumdur. İnternet teknolojisi, daha önce benzeri olmayan ve özellikle iletişim alanında son derece önemli işlevler üstlenebilecek bir teknoloji olarak icat edildi. Ancak internet teknolojisinin iletişimi hızlandırması, kolaylaştırması ve ucuzlatması gibi beklenen özelliklerinin yanı sıra, daha önce hiç öngörülmemiş diğer bazı etkilere de sahip olduğu birkaç on yıllık süreçte bizzat yaşanarak görüldü. İnternet teknolojisi sadece iletişim tekniklerini etkilemedi, insanın bildiği, yaşadığı, algıladığı, inandığı ontolojik, epistemolojik, moral durum ve ilkeleri de değiştirdi. İnsanlık daha önce hiç bilmediği, duyumsamadığı tüm bilinenlerden farklı bir ontolojik, epistemolojik ve moral boyutla karşılaştı. Sanallık ise tüm bunların ekseninde yer alıyor.

İnternet teknolojisinin “çok sayıda, oldukça kapsamlı ve derinlikli etkilerinden birisi, mekânın anlamında gerçekleştirdiği köklü değişiklik oldu. Mekân yapısal ve işlevsel açıdan son derece köklü bir değişime uğradı. Mekân sanallaştı. Mekân, ağlar üzerinden görüntü kolajları halinde yeniden kurgulanabilen, fiziksel yere özgü uzamın yerine geçen akışkan bir uzam olarak devreye girdi. Sabiteleri ve elle tutulur nesnellığı bulunmayan akışkan uzam, tarihsel olarak aktarılan sunum dizgelerinin çeşitliliğinin ötesinde yeni bir kültürün temellerini oluşturmaya başladı. Artık bireyler fiziksel olarak tek bir adım dahi atmadan, mekânsal bir değişim gerçekleştirilmeden içinde buldukları yerden, odadan, evden, sokaktan, şehirden, ülkeden dünyanın herhangi bir yerindeki diğer birey (ler)e erişebiliyor ve onlarla interaktif bir iletişim sürecine girebiliyorlar. İnsanlar Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi sosyal medya ortamlarında birbirleriyle ilişkiler kurarak; ilgilerine, inançlarına, eğilimlerine, anlayışlarına göre gruplar oluşturarak; taraftarı oldukları spor kulübü, siyasal parti, ideolojik kesim adına taraftar siteleri kurarak toplumsallığın yeni şekillerini mekâna bağlı olmaksızın inşa edebiliyorlar. Deneme kabinine girmeden, mağazaya adım atmadan almak istedikleri ürünleri karşılaştırıyor, istedikleri ürünü birkaç dakikayı geçmeyen işlem sonrasında satın alabiliyorlar. Mekânsal olarak yerlerinden kıpırdamadan başka ülkelerdeki üniversitelerin kütüphane rafları arasında gezinip, istedikleri kitabı inceleyebiliyorlar. Aynı anda birçok kişiyle, oturdukları yerden

sesli ve görüntülü görüşme gerçekleştirebiliyorlar. Bireylerin belirli zaman aralıklarında bir araya gelerek düşüncelerini paylaşmalarını, arkadaşlık kurup sohbet etmelerini, eğlenip oyun oynamalarını mümkün kılan internet ortamında postmodern dönemin temel özellikleri arasında yer alan ‘sanal gerçeklik’ ya da ‘sanal mekân’ inşa ediliyor. İnşa edilen sanal mekân, hızla gerçek/fiziksel mekânın yerini alıyor. Artık durum ve davranışlar fiziksel mekân tarafından belirlenmiyor; bunu sağlayan ise internet. Fiziksel olarak yalnız olmak, sosyal olarak yalnız olmakla eş anlamlı değil. Birey tek başına olduğu evinden veya ofisinden birçok kişiyle üstelik interaktif ilişkiler kurabiliyor, iletişim gerçekleştirebiliyor. Bunu yaparlarken bireyler olarak aynı zaman dilimi içinde aynı elektronik ortamda olmaları yetiyor. Böylelikle sanal ortamda bir araya gelme durumu” gerçekleşiyor.

Mekânın sanallaşması, nesnel mekânı aynı anda nesnel olarak sahip olamayacağı çelişik/paradoksal durumlara sahip olmasını sağlamıştır. Bu açıdan internet teknolojisi dolayımında vücut bulmuş olan sanal mekân bir ‘kamusal alan’ olduğu kadar, aynı zamanda bir ‘özel alan’dır. Elektronik posta yahut chat olarak isimlendirilen laflamalar aracılığıyla kimlikleri birbirleri için soru işaretleri barındıran iki ayrı kullanıcının tartıştıkları, ya da en mahrem durum ve bilgilerini paylaştıkları ya da çok sayıda farklı kullanıcının bir araya geldiği bir alandır (Timisi, 2005: 89).

Mekân sanal “olunca o mekânda yer alan bedenler de sanallaşmak durumundadır. Bu mekânlarda ki insanlar, bedenlerini devreden çıkararak, mekânları aşarak biçimiyle, niteliğiyle ve ortamıyla yeni bir iletişim gerçekleştiriyorlar. Hâlbuki bedenin gündelik hayatın içinde şekillenen iletişim ve etkileşimlerin içinde yer alması tutarlı bir bireysel kimlik duygusunu sürdürmenin temel faktörlerinden birisiydi (Giddens, 2014: 132). Bedenin bu şekilde devrede olması bedensel farkındalığı gerekli kılmaktadır. Giddens’in deyimi ile ifade etmek gerekirse; bedensel farkındalık ‘anın bütünlüğünü kavramak’ açısından da büyük önem taşımaktadır. Çünkü beden pasif ve edilgen bir nesne değil, eylem düzeneğinin aktif ve önemli bir parçasıdır. Örneğin soluk alıp verme gibi bedensel davranışların dikkate alınması, failin bizzat kendi davranışlarına gösterdiği refleksif dikkatin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu nedenle benliğin refleksivitesi bedeni kapsamaktadır. Bedensel farkındalık, benliğin çözülmesinin değil, farklılaşmış bir benlik inşa etmenin aracıdır (Giddens, 2014: 105, 106). Tüm bunlar geleneksel iletişim biçiminin özellikleri bağlamında anlam ifade etmektedir. İnternet ise yine tüm bunları değişikliğe uğrattı; artık bedenlerin geride bırakıldığı bir sosyal mekânda ilişkiler kuruluyor. İlişki sırasında nesnel niteliğiyle beden ortada olmadığı için, beden sadece tahayyül edilen bir şeye dönüşüyor; kişiler kendilerini bedensel olarak yeniden kurguluyor ve karşı tarafa bu kurguyu eğer ihtiyaç hissederlerse, aktarıyorlar. Bu arada ihtiyaç hissederlerse cinsiyetlerini, yaşlarını bile değiştirebiliyorlar. Her şey zihinlerde, tahayyüllerde olup-bitiyor.

İnternet, herhangi “bir gerçek zamanda bir arada bulunmayan, bir arada bulunması mümkün dahi olmayan karşılaşmaların alanı olup çıkmıştır. İnternetin tekil zaman noktaları bir ‘an’a tekabül etmemektedir; zaman akışı insanların yaşam öykülerine eşlik etmemektedir. Zamanın çizgisel anlamı hızla ortadan kalkıyor ve hatta büyük oranda da kalkmış durumdadır (Kır, 2008: 73). Bunun yanı sıra geleneksel iletişim araçlarının özelliklerinden en önemli farklarından birisi olan karşılıklı etkileşim imkânı, iletişim sürecindeki herkesin hem alıcı hem de yayıcı

olabilmesini mümkün kılmakta, mektuptan gazeteye, radyodan televizyon iletişimine kadar neredeyse tüm geleneksel iletişim araçlarının yerine ikame edilebilir olması, ayrıca görünür bir sansür ve kontrol mekanizmasının bulunmaması internete kültürel alanda devrimci bir araç niteliği sağlamaktadır (Kır, 2008: 66). İnternet ile inşa edilmiş bulunan ve tüm diğer sanallıkların zeminini teşkil eden ‘sanal ortam’, sibernetik geri-besleme (feedback) ve kontrol sistemlerinin, gerçek nesnelere etkileşimi taklit ettiği, kendisi gerçekmiş gibi görünen ve gerçekmiş gibi de kullanılan bir ortam olarak” işlev görmektedir (Robins, 1999: 84).

İnsanlık tarihinin “bilinen evreleri dikkate alındığında, internet ekseninde gerçekleşen değişim ve dönüşümlerin süresi zaman itibarıyla ‘yok’ hükmünde olacak kadar kısadır. Binlerce yıla uzanan tarihin içerisinde yarım yüzyıllık bir kesiti kapsamaktadır. Hatta asıl işleyişi ve işleviyle son 20 yılı kapsamaktadır. İnsanlık birçok bakımdan köklü bir değişime uğramış, daha önce bilmediği yeni zaman, mekân, ilişki anlayışını yaşar hale gelmiştir. Her geçen gün de yeni durumlar, yapılar, anlayışlar adeta hücum edencesine insanın bireysel ve toplumsal yaşamda, insanın zihin dünyasında ve davranışlarda yerini almaktadır. Michael Hauben (1973-2001) tarafından oluşturulan ve kullanıma sokulan ‘netizen’ terimi bu sürecin bir gereği olarak açığa çıkmıştır. ‘Netizen’ yeni birey ve toplumsallığı işaret ettiği gibi, yeni mekâna da işaret etmektedir. Netizen’in bireysel mensupları Net’in gelişmesi için çabalayan, neredeyse hayatlarını bunun için adanmış bilinçli ve sorumlu ‘netyurttaş’lardır. Onların da hayata, zamana ve mekâna ilişkin endişeleri ve umutları vardır. Ancak bu endişeler sanal mekânda, sanal ilişkilerin inşa ettiği ilişki ağları arasında vücut bulmaktadır. Bireyler internetin mümkün kıldığı küresel iletişim ağları sayesinde net dünyasının yurttaşına dönüşmektedirler. Fakat oluşan tüm bu şeyler, bildik/alışık şeylerin çok ötesindedir. Hat bağlantısıyla bir araya gelmiş bir topluluk vardır, ama bu alanın yerleşik sakinleri yoktur. İnternette ve internet aracılığıyla oluşan bu yapı tamamıyla sentetik bir dünya tasarımının unsurudur. Ve burada zaman dondurulmuş olarak vardır. Eski dayanışma ve cemaat biçimlerinin benzetim yoluyla korunmasından bahsedilebilir. Bu da alternatif bir toplum tasarısı olmaktan çok topluma alternatif olma yolunda bir çaba olarak ortaya” çıkmaktadır (Robins, 1999: 164, 165).

Birlikte yaşanan “halüsinasyon tarzında bir akışkanlık içinde zihnin ve bilincin buharlaştığı kurgusal bir mekân yahut bireyler ile zihinsel ürünleri arasındaki etkileşim şebekesinin oluşturduğu düşünsel bir boyut olarak siber-uzay, fiziksel giriş araçlarının oluşturduğu ağ sistemi üzerinden birbirine bağlanılan ve dilin sayısal örneklerinin ve duyuşal deneyimlerin paylaşıldığı bir zihin düzlemi olarak tanımlanabilir. Coğrafi alanın sömürgeleştirilip, kapitalist mübadele sistemi içinde bir üretim ve tüketim bölgesine dönüştürüldüğü yerde siber-uzay, kapitalizm bağlamında geliştirilmiş enformasyon teknolojilerinin bir ürünü olarak kendini ortaya koymaktadır. Siber-uzay içinde zamanın ve mekânın kişilere bağlı olarak görece ortadan kalkmasıyla, doğal çevrelerinden koparak 'bedensiz enformasyona' dönüşen bireyler, panoptik karakteristikler taşıyan 'kapalı' ve 'gözetime tâbi' bir sanal dünya içinde etkileşime giriyorlar. Bireylerin tercihleri, düşünceleri ve eylemleri gittikçe şeffaflaşırken; egemen güçlerin varlıkları da bu teknolojiler” sonrasında alabildiğine gizli kalmaktadır (Akkaş, 2015: 49).

Sonuç

Zaman ve mekân insanın varlığının, yaşamının ve ilişkilerinin iki önemli ve hatta temel unsuru olarak anlam kazanmıştır. Bu tüm insanlık tarihi boyunca hep böyledir. Başta filozoflar ve teologlar, bu iki kesime göre yakın zamanlarda da bilim insanları zamanı ve mekânı anlamaya çalıştılar. Zaman ve mekânın insanının ontolojik epistemolojik ve moral boyutlarındaki işlev ve önemini tespit etmenin çabasını yürüttüler. Bazen zaman ve mekân anlayışı bireysel ve toplumsal hayatının şekillenmesinde, bazen de yürütülmekte olan bireysel ve toplumsal hayatlar zaman ve mekânın anlam, önem ve işlevini belirlemede referans oldu. Bu sebeple de konuya ilişkin çok farklı görüşler ileri sürüldü, zaman ve mekâna ilişkin çok farklı tespitlerde bulunuldu. Fakat hiç kimse zamansız ve mekânsız bir evren, insan ve insan ilişkileri düşünmedi. Zaman ve mekân her zaman var olan ve anlamaya çalışılan iki temel olguydu. Bu elektronik ve dijital ulaşım ve iletişim araçlarının icadına, icat edilen söz konusu teknolojinin gelişmesine, hızlanmasına kadar böyle devam etti. Elektronik ve takiben dijital ulaşım ve iletişim araçlarının icadını takiben zaman ve mekân hızla değişmeye başladı. Yaşanan bireysel ve toplumsal süreçler bağlamında zaman ve mekânın sıkışıp/daralıp küçülmesinden ve hatta yok olmasından bahsedilmeye başlandı. Bunlar nesnel dünyada kısmen karşılığı olan birer iddia idi. Fakat internet teknolojisinin icadı ve gelişmesiyle, internetin bireysel hayatın her anına ve toplumsal ilişkilerin her birimine dâhil olmaya başlamasıyla birlikte söz konusu görüşler birer iddia olmaktan çıkıp, nesnel gerçekliğe dönüştü.

İnternet toplumsallığın işleyişini birçok bakımdan ve üstelik kapsamlı bir şekilde etkilediği gibi ve toplumsallığın mekânını da radikal düzeyde değiştirdi. İnternet, çoğu zaman düşünüldüğü ve zannedildiği gibi, sadece haber ve bilgi taşıyan bir araç işlevi görmüyor; bireysel ve toplumsal ilişkilerin niteliğinde ve bu ilişkilerin zaman-mekân boyutlarında köklü değişikliklere yol açacak etkiler de gerçekleştirdi ve gerçekleştirmeye de devam ediyor. Bireyin sanal toplumsal ilişkiler kurma, geliştirme ve sürdürme amacı ile dâhil olduğu bilgisayar dolayimli iletişim mekânları, o bireyin ağlaşmış ve büyük oranda sanal kamular içinde yer almasını mümkün kılmakta. Eş zamansız bir iletişimi imkân sağlayan ve bireyin çevrimdışı iletişim biçimlerinden ciddi düzeyde farklılaşan, bireye iletişim tarzını kurgulama imkânı veren bilgisayar dolayimli iletişim; mekândan tamamen bağımsız halde olması özelliğiyle bugünün bireyinin vazgeçilmezlerinden birisi olup-çıkışmış durumda. Bireyler gündelik anlarının her bir parçasını bilgisayarla, bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirdikleri faaliyetlerle geçirmekteler. Bedensel olarak değilse bile zihinsel olarak, kesintisiz denebilecek şekilde, sanal mekânların mensubu olma durumunu sürdürüyorlar. Söz konusu sanal mekânlarda çevrimdışı dünyadaki gerçek varlığının unsurlarını profil sayfasına aktarabildiği gibi, kurguladığı özellikler ve görünümler üzerinden profiller oluşturabilmekteler. Bunlardan hangisini tercih edilirse edilsin gelenekselin aksine daha parçalı ve gevşek yapılu topluluklara dâhil olunuyor. Fiziksel bedenlerle fiziksel mekânda yaşanan gerçek hayatta yalnız olan bir kişi sanal bedeniyle, sanal mekânda üyesi haline geldiği sanal cemaatinde yüzlerce arkadaşı ile vakit geçirebiliyor. Birey gerçek/fiziksel dünyadaki arkadaşlıklarını sanal mekâna taşıyabildiği gibi, geleneksel ilişkinin en önemli özelliklerinden birisi olan yüz yüze ilişkide bulunmaksızın yeni arkadaşlıklar tesis edebilmekte, yeni ilişkiler kurabilmekte.

Bunlardan ilki ulaşım kolaylığının, ikincisi ise iletişim ortamı oluşturmanın” bir sonucudur.

Kaynakça

- Akarsu, B. (1984). Felsefe terimleri sözlüğü. Ankara: Savaş Yayınları.
- Akkaş, İ. (2015). Sanal cemaatler. İstanbul: Doğu Kütüphanesi.
- Aristoteles. (2005). Fizik. (Çev: S. Babür). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Atance, C. & Jackson, M. (2009). The development and coherence of future oriented behaviours during the preschool years. *Journal of experimental child psychology*.
- Augustinus. (2010). İtiraf. (Çev: Ç. Dürüşken). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Aytaç, Ö. (2017). Kent, metropol ve değişen yer/mekân imajları. *Mukaddime*, 8(1), (1-23).
- Batuhan, H. (1997). Aydınlanma kavramı üzerine bazı düşünceler. Türkiye’de aydınlanma hareketi. Strasbourg Sempozyumu. İstanbul: Adam Yayınları.
- Bauman, Z. (2000b). Siyaset arayışı. (Çev: T. Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bury, J. B. (1987). The idea of progress: An inquiry into its origin and growth. New York: Dover Publications.
- Castells, M. (1977). The urban question, (Trans: A. Sheridan). London: Edward Arnold.
- Castells, M. (1983). The city and the grassroots. A cross-cultural theory of urban social movement. London: Edward Arnold.
- Castells, M. (1997). Kent, sınıf, iktidar. (Çev: A. Erendil). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Castells, M. (2005). Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, ağ toplumunun yükselişi. (Çev: E. Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cevizci, A. (1999). Felsefe sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Collingwood, R. (1996). Tarih tasarımı. (Çev: K. Dinçer), Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Condorcet, M. (1990). İnsan zekâsının ilerlemeleri üzerinde tarihi bir tablo taslağı (Çev: O. Peltek), İstanbul: Milli Eğitim Yayınları.
- Copleston, F. (2004). Aydınlanma. (Çev: A. Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.
- Foucault, M. (2006), Büyük kapatılma. (Çev: F. Keskin & I. Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2014). Modernite ve bireysel kimlik geç modern çağda benlik ve toplum. (Çev: Ü. Tatlıcan). Ankara: Say Yayınları.
- Gökberk, M. (1997). Kant ile Herder’in tarih anlayışları. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Harvey, D. (2008). Umut mekânlar. (Çev: Z. Gambetti). İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D. (1999). Postmodernliğin durumu. (Çev: S. Savran). İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2002). Sınıfsal yapı ve mekânsal farklılaşma kuramı. (Der) A. Alkan & B. Duru. 20. yüzyıl kenti. Ankara: İmge Yayınevi.
- Harvey, D. (2003). Sosyal adalet ve şehir (Çev: M. Moral). İstanbul: Metis Yayınlar.

- Hawking, S. (2002). Ceviz kabuğundaki evren. (Çev: K. Çömlekçi). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1995). Aydınlanmanın diyalektiği (Felsefi Fragmanları I), (Çev: O. Özügül). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Kant, I. (2008). Arı usun eleştirisi. (Çev: A. Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Kantarcioğlu, A. Ç. (2017). Küçük çocuklarda zaman kavrayışı ve öngörü arasındaki bağlantılar. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kır, G. (2008). İnternet ve gençlik. İzmir: Şenocak Yayınları.
- Koç, Y. (1984). Determinizm ve mekân. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Lipson, L. (2003). Uygarlığın ahlaki bunalımları (Manevi bir erime mi? Yoksa ilerleme mi?). (Çev: J. Ç. Yeşiltaş). İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Locke, J. (1995). İnsanın anlama yetisi üzerine bir deneme. (Çev: M. Delikara). Ankara: Öteki Yayınları.
- Maclyntre, A. (2001) Erdem peşinde. (Çev: M. Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Nelson, K. & Fivush, R. (2004). The emergence of autobiographical memory: A social cultural developmental theory. *Psychological Review*. 111(2), (486-511).
- Newton, I. (1998) Doğal felsefenin matematiksel ilkeleri, (Çev: A. Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.
- Olwig, K. R. (2002). Landscape, place, and the state of progress. Baltimore : Johns Hopkins University Press.
- Özkan, C. İ. (2010). 19. yüzyıl tarih felsefelerinde akıl ve ilerleme arasında kurulan ilişki: Hegel-Marx-Comte, (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Robins, K. (1999). İmaj: görmenin kültür ve politikası, (Çev: N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rubin, S. & Greenberg, W. (2003). Belief and recollection of autobiographical memories. *Memory & Cognition*. (31), (887-901).
- Sarp, N. & Tosun, A. (2011). Duygu ve otobiyografik bellek. *Psikiyatride güncel yaklaşımlar*. 3(3), (446-465).
- Skirbekk, G. & Gilje, N. (2003). Antik Yunan'dan modern döneme felsefe tarihi. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın gerçekliği: internetin kimlik ve topluluk alanlarına girişi. *İnternet toplum kültür*, (Der. M. Binark, B. Kılıçbay). Ankara: Epos Yayınları.
- Turetzky, P. (1999). Mutlak ve ideal zaman. (Çev: N. Yılmaz). *Teori ve politika dergisi*. Bahar 99. (14). Ankara: Burçak matbaası.
- Uyanık, N. (2006). Aydınlanma felsefesinde ilerleme düşüncesi ve etkileri. (Yüksek Lisans Tezi), Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Weber, M. (1993), *Sosyoloji yazıları*, (Çev. T. Parla), İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- West, T. & Bauer, B. (1999). Assumptions of infantile amnesia: Are there differences between early and later memories?. *Memory*. (7), (257-278).

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Algısına Yönelik Bir Araştırma

Mehmet Zafer DANIŞ¹
Beyza ERKOÇ²
Esmâ GÜÇ ÇINAR³
Şeyda USTA⁴

Özet

Cinsiyet hem biyolojik özelliklere göre hem de toplumsal açıdan tanımlanan bir kavramdır. Cinsiyetçilik bireylerin cinsiyetlerine göre yapılan ayrımcılıktır. Cinsiyetçilikte vurgu genellikle kadınlara yapılan negatif tutum ve davranışlara yöneliktir. Çelişik duygulu cinsiyetçilik kadınlara yönelik negatif tutum ve davranışların yanında pozitif tutum ve davranışların da olduğunu ortaya koyan bir bakış açısıdır. Negatif tutumlar ve davranışları düşmanca cinsiyetçilik ile pozitif tutumlar ve davranışları ise korumacı cinsiyetçilik ile ele alır. Bu çalışma ile katılımcıların çelişik duygulu cinsiyetçilik düşünce düzeylerinin ve bu düşünce düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığının aynı zamanda düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma Kasım 2018’de Türkiye geneli Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfında (SYDV) görev yapan 378 kişi ile anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Verilerin istatistiksel analizi için SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır. Analizler sonucunda; katılımcıların çelişik duygulu cinsiyetçiliğe (3,51±1,14), düşmanca cinsiyetçiliğe (3,32±1,34) ve korumacı cinsiyetçiliğe ilişkin (3,69±1,27) düşünce puanlarının ortalamasının üzerinde olduğu ve cinsiyetçilik ile korumacı cinsiyetçilik arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişkinin olduğu ($p<0,05$; $r= 0,48$) belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Cinsiyet, Cinsiyetçilik, Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik, Düşmanca Cinsiyetçilik, Korumacı Cinsiyetçilik

A Study On The Perception of Ambivalent Sexism

Abstract

Sex is a concept defined both from biological and social aspects. Sexism is discrimination based on the sex of the individuals. The focus of the sexism is generally the negative attitude and behaviors towards women. Ambivalent sexism is a perspective suggesting that there are positive attitudes and towards women beside the negative attitudes and behaviors. Ambivalent sexism discussed the negative attitudes and behaviors with the “hostile sexism” concept while the positive attitudes and behaviors with the “protective sexism” concept. This study aims to reveal the ambivalent sexism thinking levels of participants and the differentiation of these levels according to the demographic characteristics of participants. Besides, the study aims to present the relationship between hostile

¹ Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, zdanis@sakarya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-6214-2643

² Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, beyzahatipoglu@windowslive.com, ORCID ID: 0000-0002- 0035- 6782

³ Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Hizmet Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, esmaguc59@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6414-4722

⁴ Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Hizmet Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, seydausta00@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3769-5611

sexism and protective sexism subscales. The research was conducted with the participation of 378 people working in Social Assistance and Solidarity Foundation, a nation-wide foundation in Turkey, in November 2018. The interview method was employed for the data collection. SPSS 23.0 statistical package program was used for the analysis of data. It was found that the thinking levels of the participants related to the ambivalent sexism (3,51±1,14), hostile sexism (3,32±1,34) and protective sexism (3,69±1,27) were above the average. Besides, a statistically significant, positive and moderate relationship ($p<0,05$; $r= 0,48$) was found between sexism and protective sexism. Negative attitudes and behaviors explain hostile sexism and positive attitudes and behaviors with protectionist sexism.

Key Words: Sex, Sexism, Ambivalent Sexism, Hostile Sexism, Protective Sexism

1.Giriş

Cinsiyet, kadın ve erkeklerin doğuştan getirdiği üreme, anatomi ve fizyolojik özellikleri; toplumsal cinsiyet ise biyolojik farklılıklardan ziyade iki cinsin de yaşadıkları çevrenin ve kültürün o cinsle yüklediği görev, anlam ve beklenen davranış biçimleri olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2011, s. 18; Giddens, 2012, s. 505). Cinsiyetçilik ise bir cinsiyetin diğerinden üstün veya aşağıda tutulması, cinsiyetler arası ayrımcılık yapılması olarak tanımlanırken, sosyal psikologlar ezilen ve olumsuz davranışlara maruz kalan tarafın kadınlar olduğu görüşünde birleşmektedirler (Sakallı Uğurlu, 2003). Zamanla cinsiyetçiliğe dair yapılan negatif tutum ve davranışların yanında pozitif duygularında olması gerektiğini söyleyen bir bakış açısı gelişmiştir. Çelişik duygulu cinsiyetçilik bu bakış açısından hareket etmektedir. Glick ve Fiske (1996), kadının dyadic gücü ile erkeğin yapısal gücünün bir arada olmasının, çelişik duygulu cinsiyetçiliği oluşturacağını ifade etmektedir.

Cinsiyetçiliğin birçok boyutu olsa da çelişik duygulu cinsiyetçilik iki boyuttan oluşmaktadır; korumacı ve düşmanca cinsiyetçilik. Düşmanca cinsiyetçilik, kadının erkeğe nazaran daha düşük seviyede görülmesi, bağımlı ve zayıf olarak algılanmasını içeren olumsuz tutumlardır. Korumacı cinsiyetçilik ise kadının saf, güçsüz olmasından dolayı korunmasını ve yüceltilmesi içeren olumlu tutumlar olarak görülmesine rağmen aslında erkek egemenliğini meşrulaştırmaya çalışan, kadının erkeğe kıyasla bir alt seviyede olduğunu ispatlamaya uğraşan bir cinsiyetçilik türüdür (Glick ve Fiske, 1996). Bu çalışma ile katılımcıların çelişik duygulu cinsiyetçilik düşünce düzeylerinin ve bu düşünce düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının aynı zamanda düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

2. Literatür İncelemesi

2.1. Cinsiyet

Cinsiyet kavramı, biyolojik açıdan kadınların ve erkeklerin doğuştan getirdiği, anatomi, fizyoloji ve üreme özelliklerine göre genetik temelli farklılıklarıdır (Baron ve Bryne, 2000; Ayan, 2014). Yani cinsiyetine göre rahim, vajina, penis, testis hormonlar gibi biyolojik özellikler değişkenlik göstermektedir. 1968 yılında Robert Stoller tarafından biyolojik cinsiyeti kültür ve toplumun yüklediği anlamlardan ayırmak için kullandığı toplumsal cinsiyet (Segal, 1992) ise kadın veya erkek olarak biyolojik rollerden ziyade toplumun bizi gördüğü,

düşündüğü, bize dikte ettiği, yapmamızı ve yerine getirmemizi beklediği görevler ve manalar olarak tanımlanmaktadır (Giddens, 2012, s. 505; Sayer, 2011, s. 10).

Batılı toplumlar biyolojik ve anatomik özellikleri “sex”, sosyo-kültürel rolleri “gender” ile tanımlamaktadır (Newman, 2002, s. 353). Yani kadından çocuk doğurması biyolojik cinsiyeti olarak beklenen bir durumken, ev işlerini yapmasını beklemek toplumsal cinsiyetin yüklediği roldür. Bu durum iki cinsiyete de toplumsal ve kültürel olarak farklı görevler yüklemesi nedeniyle eşitsizlik yaratmakta ve ayrıştırmaktadır (Marshall, 1998, s. 98).

2.2. Cinsiyetçilik

Toplumların genelinde erkekler maddi ve manevi anlamda güçlü, korkusuz, gerçekçi, özgür ve aktif olarak kadınlar ise daha çok maddi ve manevi anlamda zayıf, güçsüz, pasif, saf ve duygusal olarak tanımlanmaktadır (Deaux, 1984, s.39). Bireyler doğdukları günden itibaren cinsiyetlerine göre farklı toplumsal cinsiyet (gender) tanımlamalarına maruz kalır ve yüklenen bu cinsiyet rollerini yaşanmaları beklenir. Bu durum beklenen toplumsal cinsiyet rollerine göre erkeklerin her alanda daha egemen olmasına, kadının psiko-sosyal, kültürel, ekonomik vb. alanlarda pasif konumda tutularak olumsuz duygular yüklenmesine sebep olmaktadır (Briffault, 1990; Badinter, 1991). Bu noktada erkek cinsiyetinin kadın cinsiyetine üstün tutulması gerektiği inancına dayanan cinsiyetçilik kavramı ön plana çıkmaktadır.

Cinsiyetçilik (seksizim) bir cinsiyeti diğerinden üstün tutmak, cinsiyet ayrımcılığı yapmak olarak tanımlanmaktadır (Ecevit, 2011, s. 7). Genellikle sosyal psikologlar ve sosyologlar tarafından kadınlara ilişkin olumsuz tutumlar içeren bir sistem olarak eleştirilmektedir. (Sakalı Uğurlu, 2003). İki cinse yönelik uygulanan kalıp yargılar çalışma hayatlarını, ilgi ve eğitim alanlarını, karşı cinsten beklentilerini etkilemekte (Malik, 2017, s. 18) ve bu o toplumun doğrusu olarak algılanmaktadır.

Ancak burada önemli olan bu tutum ve davranışların her zaman olumsuz yargılar içermediğidir. Nitekim Glick ve Fiske (1996, s. 491) olumlu tutum ve davranışların da cinsiyetçiliğe neden olabileceğini dile getirmişlerdir. Kadına yönelik toplumsal davranışların sadece olumsuz boyutlarının değil olumlu tutum ve davranışların da cinsiyetçiliğe sebep olduğuna yönelik çalışmalar devam etmektedir (Eagly, 1989, s. 543). Bu konuda en belirgin çalışmalardan birisi “Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği”dir.

Cinsiyetçilik türlerine yönelik farklı bakış açıları olsa da en çok üzerinde durulan iki boyutunun düşmanca ve korumacı cinsiyetçilik (Glick ve Fiske, 1996,1997) olduğu görülmektedir.

2.3. Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik

Gruplar arası ilişkilerde genellikle üst grupta olanlar alt konumda bulunan gruba karşı düşmanca davranış ve tutum sergilemektedir (Yağmurcu, 2015, s. 43). Ancak cinsiyet konusunda bu durum daha farklı işlemektedir. Bu farklılığın temel sebebini Glick ve Fiske (1996, s. 492) erkeğin yapısal gücüne karşı kadının dyadic gücünün olması olarak açıklamaktadır. Yapısal güç; dini, politik ve ekonomik

açılardan üstün ve ayrıcalıklı olunması durumu olarak ifade edilirken, dyadic güç başkasının ihtiyaçlarını karşılayabilecek durumda olmak ve kendisinin varlığına gereksinim duyulan konumda olmak şeklinde açıklanabilmektedir (Yağmurcu, 2015, s. 43). Erkeğin yapısal gücü, onu kadın karşısında politik, sosyal ve ekonomik açılardan daha güçlü kılarken, kadının dyadic gücü erkek kadın arasındaki romantik cinsel ilişkilerde kadını erkek karşısında güçlendirir ve erkeği kadına bağımlı kılar (Ayan, 2014, s. 149).

Glick ve Fiske (1996, s. 492) erkeğin yapısal gücünü korumak için kadınlara karşı olumsuz tutumlar sergilediğini, ancak öte yandan kadınların dyadic gücünden faydalanmak için onları korumaya çalıştığını savunmuştur. Dolayısıyla erkeklerin kadınlara karşı hem olumlu hem olumsuz tutumlar takınması çelişik duygular yaşamalarına neden olmaktadır. Glick ve arkadaşları (1999) toplumsal cinsiyetçiliğin kadın cinsiyetine karşı karmaşık çelişiklerle bezenen kendine has bir önyargı durumu olduğunu belirtmiştir. Çelişik duygulu cinsiyetçilik iki ana boyuttan oluşmaktadır. Bunlar korumacı cinsiyetçilik ve düşmanca cinsiyetçiliktir (Glick ve Fiske, 1996; Ayhan, 2015, s. 27).

2.3.1. Düşmanca Cinsiyetçilik ve Korumacı Cinsiyetçilik

Düşmanca cinsiyetçilik, kadına karşı olumsuz tutum ve davranışların açıkça sergilendiği, kadının ikinciliğini ve zayıflığını vurgulayan, ayrımcılığın şiddetli olduğu boyuttur (Sakallı Uğurlu, 2002, s. 48). Düşmanca cinsiyetçilikte kadın erkekten daha düşük düzeyde, aciz ve zayıf olarak algılanır (Erkurt, 2015, s. 23). Düşmanca cinsiyetçilik boyutunda kadının erkek karşısında alt konumda olmasının vurgulanması geleneksel cinsiyet rollerini pekiştirdiği gibi kadınların cinsel nesnelere olarak görülmesini meşrulaştırmakta ve erkeğin yapısal gücünü haklılaştırmaktadır (Ayan, 2014, s. 149). Düşmanca cinsiyetçilikte erkekler, kadınların kendilerini kontrol altına almak istediğini ve ayrıcalık kazanmaya çalıştığını, bu yüzden tehdit oluşturduklarını öne sürerek kendi egemenliklerini ve ayrıcalıklarını meşrulaştırmaya çalışırlar (Üzümçeker ve Akfırat, 2018, s. 8).

Korumacı cinsiyetçilik boyutu ise cinsiyetçiliğin üstü kapalı şekilde ifade edilmiş biçimindedir (Uysal Çelik, 2018, s. 9). Korumacı cinsiyetçilik kadının sevilmesi ve korunması gerektiğinden hareketle kadına karşı olumlu tutum ve davranışları içeren boyuttur (Sakallı Uğurlu, 2002, s. 48). Bu cinsiyetçilik boyutunda kadına sıcak, duygusal, empatik gibi olumlu özellikler atfedilir (Yağmurcu, 2015, s. 44). Bu durum kadınların narin ve duygusal olduğunu yansıtırken aynı zamanda erkeklerin üstünlüğünü de kabul ettirir (Üzümçeker ve Akfırat, 2018, s. 8). Diğer bir ifade ile erkek egemenliği daha nazik bir şekilde haklılaştırılır (Ayan, 2014, s. 149). Dolayısıyla korumacı cinsiyetçilik, kadının korunmaya ve desteklenmeye muhtaç olduğunun altını çizerek kadının güçsüz olduğunu ve geleneksel rollere göre hareket etmesi gerektiğini ifade eder (Yağmurcu, 2015, s. 44).

Korumacı cinsiyetçilik sevgi ve şefkat duygularını barındırdığı için ve düşmanca cinsiyetçilikte olduğu gibi açıkça olumsuz tutum sergilemediği için genellikle kadınlar tarafından olumlu olarak algılanır (Connelly ve Heesacker, 2012, s. 433). Korumacı cinsiyetçilik ile ilgili yapılan bir araştırmada erkeklerin ve kadınların korumacı tutum ve davranışları ayrımcı cinsiyetçilik olarak görmedikleri ortaya çıkmıştır (Barreto ve Ellemers, 2005, s. 638). Konuyla ilgili yapılan diğer bir araştırmada kadınların korumacı tutum sergileyen erkekleri düşmanca tutum

sergileyenlerden daha istenir buldukları sonucuna ulaşılmıştır (Kilianski ve Rudman, 1998, s. 343-344).

Düşmanca ve korumacı cinsiyetçilik boyutlarında farklı tutum ve davranışlar etkili olsa da temelde iki boyut arasında korelasyon mevcuttur ve her iki boyut da cinsiyet eşitsizliğini meşrulaştırmaktadır (Üzümçeker ve Akfırat, 2018, s. 8). Düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçiliğin ikisi de toplumsal cinsiyetçiliğin devamını sağlamaya yönelikken düşmanca boyut bunu açık bir şekilde, korumacı boyut ise maske altında sürdürmektedir (Sakallı Uğurlu, 2002, s. 48).

Çelişik duygulu cinsiyetçilik, ataerkillik ve cinsiyetler arası farklılaştırma ile heteroseksüellik olmak üzere üç temel unsur üzerine kurulmuştur (Glick ve Fiske, 1996). Ataerkillik erkeğin politik, hukuki ve ekonomik üstünlüğünü ifade etmek için kullanılmaktadır (Alptekin, 2014, s. 205). Ataerkillik düşmanca ve korumacı cinsiyetçilik boyutlarında baskıcı ve korumacı şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Ayhan, 2015, s. 28). Baskıcı şekliyle erkek egemenliğini pekiştirirken; korumacı şekilde kadının zayıflığından dolayı korunması, desteklenmesi, yardım edilmesi gerektiği halinde kendini göstermektedir (Ayhan, 2015, s. 28). Her iki türlü de kadının erkek karşısında daha zayıf ve korunmaya muhtaç olduğunu belirtmektedir (Sakallı Uğurlu, 2002, s. 48). Cinsiyetler arası farklılaştırma ise erkek ve kadına verilen sosyal rolleri temsil etmekle birlikte kadın ve erkek hakkındaki kalıp yargılardır (Ayan, 2014, s. 149). Kadınları ev işi gibi düşük statülü rollerde, erkeği ise yüksek statülü işlerde konumlandırmaktadır (Ayhan, 2015, s. 28). Cinsiyetler arası farklılaştırma düşmanca cinsiyetçilik boyutunda cinsiyetler arası yarışmacı farklılaştırma, korumacı cinsiyetçilik boyutunda cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma şeklindedir (Sakallı Uğurlu, 2002, s. 49). Cinsiyetler arası yarışmacı farklılaştırma, karşı cins olarak kadın cinsiyetini ele alıp, karşılaştırmalar yapıp erkeklerin üstün olduğunu belirterek, bu durumu kendi şahsi duygularını tatmin etmek için kullanmayı kapsar (Ayhan, 2015, s. 28). Korumacı boyutta yer alan cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma, kadın ve erkek bireylerin karşılıklı birbirlerini tamamladığını, birbirine bağımlı olduğunu öne sürerek kadının ev içerisinde erkeğin ev dışında çalışması gerektiği mantığı ile hareket etmektedir (Alptekin, 2014, s. 205). Son olarak heteroseksüel cinsiyetçiliğin en önemli parçasını oluşturmaktadır. Heteroseksüellik önemini, hayatta mutlu olmanın en önemli yolu olan karşı cinsle kurulacak romantik ilişkiden almaktadır (Alptekin, 2014, s. 205). Heteroseksüellik, erkek ve kadın arasındaki yakınlığın artmasını sağlamaktadır (Sakallı Uğurlu, 2002, s. 48). Heteroseksüelliğin düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik boyutlarındaki halleri heteroseksüel yakınlık ve heteroseksüel düşmanlık olarak ayrılmıştır (Uysal Çelik, 2018, s. 10). Heteroseksüel yakınlık, üreme ve cinsellik ihtiyaçlarından dolayı erkeğin kadına bağımlılığı şeklinde tasvir edilmekte iken heteroseksüel düşmanlık, kadının seks objesi olarak görülmesini ve kadının cinselliğini erkekleri etkisi altına almak ve yönlendirmek için kullanması korkusunu içermektedir (Glick ve Fiske, 1996; Yağmurcu, 2015, s. 47).

3. Yöntem

Araştırma, Kasım 2018'de Türkiye geneli Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'nda görev alan bireyler ile gerçekleştirilmiştir. Veri toplamak

için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 385 bireye ulaşılmıştır, fakat eksik ya da yanlış veri girişi nedeni ile 378 anket analiz edilebilmiştir.

3.1. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada verileri toplamak için anket yöntemi uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm araştırmaya katılan bireylerin yaş, cinsiyet, eğitim durumları, SYDV'deki görevleri ve kaç yıldır SYDV'de görev yaptıklarına dair bilgileri içeren demografik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise Glick ve Fiske (1996) tarafından geliştirilen ve Sakallı Uğurlu (2002) tarafından Türkçeye uyarlanan “Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik” ölçeği kullanılmıştır. Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği Düşmanca Cinsiyetçilik (11 madde) ve Korumacı Cinsiyetçilik (11 madde) olmak üzere iki alt boyuttan ve 22 maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki ifadeler, 6 lı Likert tipi ölçekle “Tamamen Karşıyım”, “Biraz Karşıyım”, “Karşıyım”, “Katılıyorum”, “Biraz Katılıyorum”, “Tamamen Katılıyorum” seçenekleri ile ölçülmüştür.

Ölçeğin düşmanca cinsiyetçilik boyutuna ilişkin Cronbach's Alpha katsayısı 0,94, korumacı cinsiyetçilik boyutuna ilişkin Cronbach's Alpha katsayısı 0,91, ölçeğin tamamı için de Cronbach's Alpha katsayısı 0,94 bulunmuştur. Bu sonuçlara göre; ölçeğin genel olarak ta, alt boyutlar bazında da güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Verilerin Analizi

Verilerin istatistikî analizi için SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır. Analiz kapsamında, çelişik duygulu cinsiyetçiliğe ilişkin tanımlayıcı istatistikler hesaplanmıştır. Çelişik duygulu cinsiyetçiliğe ilişkin katılımcı düşüncelerinin demografik özelliklere göre istatistiksel olarak farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde, Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmış, analiz sonucunda verilerin normal dağılımdan gelmediği belirlenmiştir ($p < 0,05$). Bu yüzden iki bağımsız grubu karşılaştırırken Mann Whitney-U testi, ikiden daha fazla bağımsız grubu karşılaştırırken ise Kruskal Wallis-H testinden yararlanılmıştır. Kruskal Wallis-H testi sonucunda farklılıklar ortaya çıkmış, ortaya çıkan bu farklılıkların tespiti için de Mann Whitney-U testinden yeniden yararlanılmıştır. Düşmanca cinsiyetçilik ile korumacı cinsiyetçilik arasındaki ilişkiyi belirlemek için Spearman's korelasyon analizi yapılmıştır. Bulgular %95 güven aralığında ve aynı zamanda %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, görev, çalışma süresi) bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1: Demografik Özelliklerin Dağılımı (n=378)

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Erkek	240	63,5
	Kadın	138	36,5
Yaş	≤ 35	242	64,0
	≥ 36	136	36,0

Eğitim Durumu	Önlisans ve Altı	70	18,5
	Lisans	147	38,9
	Lisansüstü	161	42,6
Görev	Sosyal Yardım ve İnceleme Görevlisi	222	58,7
	Vakıf Müdürü	46	12,2
	Diğer Personel	110	29,1
Çalışma Süresi	≤ 5 Yıl	120	31,7
	6-10 Yıl	158	41,8
	≥ 11 Yıl	100	26,5

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir. Tabloya göre katılımcıların 240 kişisi (%63,5) erkek, 138 kişisi (%36,5) ise kadındır. Katılımcılardan 242 kişinin (%64,0) 35 yaş ve altı grupta, 136 kişinin ise (%36,0) 36 yaş ve üzeri grupta olduğu hesaplanmıştır. Katılımcılardan 70 kişinin (%18,5) önlisans ve altı, 147 kişinin (%38,9) lisans, 161 kişinin de (%42,6) lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Katılımcılardan 222 kişinin (%58,7) sosyal yardım ve inceleme görevlisi, 46 kişinin (%12,2) vakıf müdürü, 110 kişinin de (%29,1) diğer personel (büro görevlisi, vakıf muhasebecisi, yardımcı hizmetli gibi) olduğu belirlenmiştir. Katılımcılardan 120 kişinin (%31,7) 5 yıl ve daha az süredir, 158 kişinin (% 41,8) 6-10 yıl aralığında, 100 kişinin de (%26,5) 11 yıl ve üzeri sürede SYDV’lerde çalıştığı tespit edilmiştir.

4.2. Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe Dair Tanımlayıcı İstatistikler

Bu başlık altında çelişik duygulu cinsiyetçiliğe ve alt boyutları olan düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçiliğe dair tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 2: Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Boyutlar	n	Ort.	Std. Sapma
Düşmanca Cinsiyetçilik	378	3,32	1,34
Korumacı Cinsiyetçilik	378	3,69	1,27
Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik	378	3,51	1,14

Tablo 2’de çelişik duygulu cinsiyetçiliğe ilişkin tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların çelişik duygulu cinsiyetçiliğe (3,51±1,14), düşmanca cinsiyetçiliğe (3,32±1,34) ve korumacı cinsiyetçiliğe ilişkin (3,69±1,27) düşünce puanlarının ortalamasının üzerinde olduğu belirlenmiştir.

4.3. Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Bu başlık altında çelişik duygulu cinsiyetçiliğin alt boyutları olan düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçiliğin, katılımcıların demografik özelliklerine göre (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, görev, çalışma süresi) karşılaştırılmasına yer verilmiştir.

Tablo 3: Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe İlişkin Düşüncenin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	U	p
Düşmanca Cinsiyetçilik	Erkek	240	3,85	1,17	231,56	6.465,00	0,00
	Kadın	138	2,41	1,13	116,35		
Korumacı Cinsiyetçilik	Erkek	240	3,94	1,12	208,56	11.984,50	0,00
	Kadın	138	3,25	1,39	156,34		

Tablo 3'e göre katılımcıların cinsiyetine göre hem düşmanca cinsiyetçilik hem de korumacı cinsiyetçilik düşüncelerinin istatistikî açıdan farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Farklılık nedenleri ele alınacak olur ise her iki boyuta da erkek katılımcıların daha fazla katılım sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 4: Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe İlişkin Düşüncenin Yaşa Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Yaş	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	U	p
Düşmanca Cinsiyetçilik	≤ 35	242	3,27	1,36	184,82	15.324,00	0,27
	≥ 36	136	3,42	1,30	197,82		
Korumacı Cinsiyetçilik	≤ 35	242	3,65	1,27	186,66	15.769,00	0,50
	≥ 36	136	3,75	1,26	194,55		

Tablo 4'e göre katılımcıların yaşına göre hem düşmanca cinsiyetçilik hem de korumacı cinsiyetçilik düşüncelerinin istatistikî açıdan farklılık göstermediği hesaplanmıştır ($p > 0,05$). Tabloya göre her iki boyuta da 36 ve üzeri yaş aralığında yer alan katılımcıların daha fazla katılım sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 5: Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe İlişkin Düşüncenin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	X ²	p
Düşmanca Cinsiyetçilik	Önlisans ve Altı	70	3,27	1,28	186,11	5,29	0,07
	Lisans	147	3,14	1,37	175,41		
	Lisansüstü	161	3,51	1,33	203,84		
Korumacı Cinsiyetçilik	Önlisans ve Altı	70	3,89	1,35	209,76	3,16	0,21
	Lisans	147	3,59	1,27	181,97		
	Lisansüstü	161	3,69	1,22	187,57		

Tablo 5'e göre katılımcıların eğitim durumuna göre hem düşmanca cinsiyetçilik hem de korumacı cinsiyetçilik düşüncelerinin istatistikî açıdan farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Tabloya göre düşmanca cinsiyetçilik boyutuna lisansüstü eğitim durumuna sahip katılımcıların diğer eğitim durumuna sahip katılımcılara göre daha fazla katılım sağladığı belirlenmiştir. Korumacı cinsiyetçilik boyutunda ise ön lisans ve altı eğitim durumuna sahip katılımcıların diğer eğitim durumuna sahip katılımcılara göre daha fazla katılım sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 6: Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe İlişkin Düşüncenin Göreve Göre Karşılaştırılması

Boyut	Görev	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	X ²	p
Düşmanca Cinsiyetçilik	Sosyal Yardım ve İnceleme Görevlisi	222	3,31	1,32	188,50	0,19	0,91
	Vakıf Müdürü	46	3,40	1,22	196,08		
	Diğer Personel	110	3,31	1,45	188,76		
Korumacı Cinsiyetçilik	Sosyal Yardım ve İnceleme Görevlisi	222	3,71	1,24	190,55	5,88	0,053
	Vakıf Müdürü	46	4,04	1,06	220,66		
	Diğer Personel	110	3,49	1,38	174,34		

Tablo 6'ya göre katılımcıların görevine göre hem düşmanca cinsiyetçilik hem de korumacı cinsiyetçilik düşüncelerinin istatistikî açıdan farklılık göstermediği sonucu bulunmuştur ($p>0,05$). Tabloya göre her iki boyuta da vakıf müdürlerinin daha fazla katılım sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 7: Çelişik Duygulu Cinsiyetçiliğe İlişkin Düşüncenin Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Çalışma Süresi	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	X ²	p	Farklar
Düşmanca Cinsiyetçilik	≤ 5 Yıl	120	3,09	1,38	170,52	5,63	0,06	
	6-10 Yıl	158	3,46	1,32	201,40			
	≥ 11 Yıl	100	3,38	1,32	193,49			
Korumacı	≤ 5 Yıl (1)	120	3,43	1,35	167,29	7,27	0,03	2>1

Cinsiyetçilik	6-10 Yıl (2)	158	3,80	1,20	199,75		3>1
	≥ 11 Yıl (3)	100	3,82	1,24	199,97		

Tablo 7'ye göre katılımcıların çalışma süresine göre düşmanca cinsiyetçilik boyutuna ilişkin düşüncelerinin istatistikî açıdan farklılık göstermediği ($p>0,05$); ancak korumacı cinsiyetçilik boyutuna ilişkin düşüncelerinin istatistikî açıdan farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Farklılık sebebi incelendiğinde farklılığın, çalışma süresi 5 ve altı yıl olan katılımcıların korumacı cinsiyetçilik boyutuna katılım düzeyinin diğer katılımcılara göre daha düşük olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir.

4.4. Korelasyon Analizi Bulgusu

Bu başlık altında çelişik duygulu cinsiyetçiliğin alt boyutları olan düşmanca cinsiyetçilik ile korumacı cinsiyetçiliğe ilişkin korelasyon bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 8: Boyutlara İlişkin Korelasyon Analizi

		Korumacı Cinsiyetçilik
Düşmanca Cinsiyetçilik	r	0,48
	p	0,00
	n	378

Tablo 8'e göre düşmanca cinsiyetçilik ile korumacı cinsiyetçilik arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır ($p<0,05$; $r= 0,48$).

5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma ile katılımcıların çelişik duygulu cinsiyetçilik düşünce düzeylerinin ve bu düşünce düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığının aynı zamanda düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Belirlenen amaçlar çerçevesinde elde edilen verilerde korumacı cinsiyetçilik düşüncesi düşmanca cinsiyetçilik düşüncesine göre yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca erkek katılımcıların düşmanca cinsiyetçilik ile korumacı cinsiyetçilik eğilimlerinin kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre korumacı cinsiyetçilik düşüncesi düşmanca cinsiyetçilik düşüncesine göre yüksek çıkmıştır. Turan'ın (2018, s. 22) erkek sporcularla yaptığı araştırmada düşmanca cinsiyetçilik düşüncesi korumacı cinsiyetçilik düşüncesinden daha yüksek çıkmıştır. Yapılan araştırma verilerinin çalışma sonuçlarımız ile benzer olmaması çalışmaların yapıldığı hedef kitlenin farklılığından kaynaklandığını düşündürmektedir. Ayrıca araştırmada düşmanca

cinsiyetçilik ile korumacı cinsiyetçilik arasında pozitif yönlü ilişki bulunması Glick ve arkadaşları (2000) tarafından yapılan araştırma ile benzer nitelik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre erkeklerin, kadınların özünde korunmaya ve desteklenmeye muhtaç olduğunun vurgusunu yapan korumacı cinsiyetçilik düşüncesinin, karşı cinsin ötekileştirildiği ve ikinciliğinin ön plana atıldığı düşmanca cinsiyetçilik düşüncesinden daha yüksek çıkmakla beraber aralarındaki farkın çok az olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Ayan'ın (2014, s. 147-156) yaptığı araştırmada da erkek öğrencilerin kadınlara karşı hem korumacı hem de düşmanca tutumlar sergiledikleri sonucunu desteklemektedir.

Bu araştırmada elde edilen verilere göre; kadınların, korumacı cinsiyetçilik düşüncesinin düşmanca cinsiyetçilik düşüncesinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Alptekin'in (2014, s. 203-211) çalışmasında kız öğrencilerin korumacı cinsiyetçilik kategorisindeki ifadelerle düşmanca cinsiyetçilik kategorisindeki ifadelerle göre daha yüksek katılım sağladıkları tespit edilmiştir. Bu bulgular çalışmamızı destekler niteliktedir.

Araştırma verilerinde katılımcıların yaşları ile düşmanca ve korumacı cinsiyetçilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Araştırmanın verilerine göre katılımcıların eğitim durumu ile düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu durum Turan'ın (2018, s. 22) yaptığı çalışma ile benzer sonuçlar göstermektedir. Çalışmada lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların diğer eğitim düzeylerine sahip katılımcılara göre düşmanca cinsiyetçilik boyutuna daha fazla katılım sağladığı tespit edilmiştir. Korumacı cinsiyetçilikte ise ön lisans ve altı eğitim düzeyine sahip katılımcıların diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara göre korumacı cinsiyetçilik boyutuna daha fazla katılım sağladıkları görülmüştür.

Bu araştırmada Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı personellerinin görevleri ile düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Buna karşın vakıf müdürlerinin her iki cinsiyetçilik düşüncesine de daha fazla katılım sağladığı ortaya çıkmıştır. Vakıf personellerinin unvanlarına yönelik daha önce yapılmış cinsiyetçilik konusunda çalışma olmaması sebebiyle bu sonuç benzer çalışmalarla karşılaştırılamamış olup bu alanda çalışma yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı personellerinin çalışma yılları ile düşmanca cinsiyetçilik boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamasına rağmen korumacı cinsiyetçilik boyutu ile anlamlı bir fark gösterdiği ortaya çıkmıştır. Korumacı cinsiyetçilik boyutuna bakıldığında 5 yıl ve altı süre vakıfta çalışanların daha uzun sürelerde çalışanlara göre daha düşük düzeyde korumacı oldukları tespit edilmiştir.

6. Öneriler

Ulusal alan yazında katılımcıların demografik özelliklerine göre cinsiyetçilik algılamalarını ortaya koyan çalışmaların yeterli sayıda olmadığı görülmüştür. Bu bağlamda buna yönelik araştırmalar çoğaltılabilir.

Katılımcıların cinsiyetçilik algılamalarının ortaya konmasında bireylerin kişilik özelliklerinin etkili olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda kişilik özellikleri ile cinsiyetçilik algısını karşılaştıran çalışmalar yapılabilir.

Çelişik duygulu cinsiyetçiliğin oluşumunda siyaset, medya ve eğitim kurumları gibi birçok faktör etkili olmaktadır. Bu kurumların toplumsal cinsiyet bağlamında çeşitli çalışmalar yapması gerekmektedir.

Toplumsal cinsiyet konusunda toplumu yetiştiren kadınların öncelikle kendilerinin farkında olması, özgüvenlerinin geliştirilmesi, kendilerinde var olan gücü keşfetmelerinin sağlanması hususlarında kamusal ve tüzel kişi ve kurumlarca gerekli hassasiyetin gösterilerek ilgili çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Toplumsal cinsiyet eğitimlerinin artırılması, sivil toplum kuruluşları, kamu kurum ve kuruluşları, medya ve çeşitli meslek grupları işbirliği içerisinde kadın erkek eşitliğini pekiştirici projelerin yapılması bu konuda politikaların geliştirilmesi ve düzenlenmesi toplumdaki çelişik duygulu cinsiyetçilik algısının minimize edilmesi için gereklidir.

Bu araştırma Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfında çalışan personeller ile kısıtlıdır. İlerleyen zamanda daha geniş örneklem ve farklı meslek dallarının çelişik duygulu cinsiyetçilik kapsamında araştırılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Alptekin, D. (2014). Çelişik Duygularda Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığı Sorgusu: Üniversite Gençliğinin Cinsiyet Algısına Dair Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.32: 203-211.

Ayan, S. (2014). Cinsiyetçilik: Çelişik duygulu cinsiyetçilik. *Cumhuriyet Medical Journal, CMJ*, 36(2): 147-156.

Ayhan, H. (2015). *Cinsel Tacize İlişkin Tutumları Yordayan Faktörler: Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik, Kontrol Odağı Ve Empati*. (Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi.

Badinter E. (1991). *Biri ötekidir*. Şirin Tekeli (Çev.). İstanbul, Afa Yayınları.

Baron, R. A., Bryne, D. (2000). *Social Psychology* (Ninth Edition). USA: Allyn And Bacon.

Barreto, M. Ellemers, N.(2005). The Burden of Benevolent Sexism: How It Contributes To the Maintenance of Gender Inequalities, *European Journal of Social Psychology*, 35: 633-642.

Benokraitis, N. V., Feagin, J. R. (1995). Modern sexism: Blatant, subtle andcovert discrimination (2nd ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Briffault R. (1990). *Analar*. Şemsa Yeğin (Çev.). İstanbul: Payel Yayınları.

Connelly, K. Heesacker M. (2012). Why Is Benevolent Sexism Appealing? Associations with System Justification and Life Satisfaction, *Psychology of Women Quarterly*, 36(4):432-443.

- Deaux, K. (1984). From Individual Differences to Social categories: Analysis of a decades's research on gender. *American Psychologist*, 39(2): 105–116.
- Eagly A H, Mladinic A. (1989). Gender Stereotypes and Attitudes toward Women and Men. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15: 543.
- Ecevit, Y. (2011). Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç, *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*, Ed.: Yıldız Ecevit & Nadide Karkıner, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir: 2-29.
- Erkurt, A. (2015). *Kadına Yönelik Şiddet: Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik, Yetkecilik ve Sosyal Baskınlık Yönelimi Açısından Bir İnceleme*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. İsmail Yılmaz (Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Glick, P., Fiske, S. T. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (3): 491-512.
- Glick, P., Fiske, S. T., Mladinic, A., Saiz, J. L., Abrams, D., Masser, B., ... ve Annetje, B. (2000). Beyond prejudice as simple antipathy: hostile and benevolent sexism across cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5): 763.
- Glick, P., Fiske, T. S. (1997). Hostile and benevolent sexism: Measuring ambivalent sexist attitudes toward women, *Psychology of Women Quarterly*, 21: 119-135.
- Kilianski, S. E., Rudman, L.A. (1998). Wanting It Both Ways: Do Women Approve of Benevolent Sexism, *Sex Roles*, 39: 333-352.
- Malik, D. (2017). *Evli Bireylerin Değer Yönelimleri ile Cinsiyetçilik Düzeylerinin Evlilik Uyumlarıyla Olan İlişkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Marshall, G. (1998). *Sosyoloji Sözlüğü*. Osman Akınhay, Derya Kömürcü (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Newman, L. K. (2002). *Sex, Gender and Culture: Issues in the Definition, Assesment and Treatment of Gender Identity Disorder*, *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, V.7: 358-367
- Öztürk, E. (2011). *Feminist Teori ve Tarihsel Süreçte Türk Kadını*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Sakallı Uğurlu, N. (2002). Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması (AmbivalentSexismInventory: A Study of ReliabilityandValidity). *Türk Psikoloji Dergisi (Journal of TurkishPsychology)*. 17: 47-58.
- Sakallı Uğurlu, N. (2003). Cinsiyetçilik: Kadınlara ve Erkeklerle İlişkin Tutumlar ve Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Kuramı. *Türk Psikoloji Yazıları*, 6: 1-20.
- Sayer, H. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Erkeklerin Katılımı*. Uzmanlık Tezi Ankara, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Segal, L. (1992). *Ağır Çekim Değişen Erkeklikler Değişen Erkekler*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Turan, E. B. (2018). *Erkek Sporcularda Sporcu Kimliğinin Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik ile İlişkisinin İncelenmesi*. (Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Uysal Çelik, Z. (2018). *Üniversite Öğrencilerinin Romantik İlişkilerde Sosyal İlgil Düzeyleri İle Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Düzeyleri Arasındaki İlişki*. (Yüksek Lisans Tezi). On Dokuz Mayıs Üniversitesi.

Üzümçeker, E., Akfırat S.(2018). Kadın Cinayetlerine Yönelik Atıfların Cinsiyet Grubuyla Özdeşleşme, Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik ve Siyasi İdeolojilerle İlişkisi. *Psikoloji Çalışmaları*. 38 (1):1-32.

Yağmurcu, Y. (2015). *Nesneleştirme Kuramı, Sistemi Meşrulaştırma Kuramı Ve Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Perspektiflerinden Kendini Nesneleştirmenin İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi.

İslam Medeniyetinin Büyük Tanığı Fuat Sezgin

Prof.Dr. Fethi GÜNGÖR*

Özet

Doksan beş yıllık ömrünü örnek derecede verimli kullanarak 30 Haziran 2018'de İstanbul'da vefat eden Fuat Sezgin, ardında muazzam bir ilmî miras bırakmıştır. 65 yıl boyunca yaklaşık 300 bin yazma eseri yerinde inceleyerek telif etmiş olduğu 18 ciltlik *Geschichte des Arabischen Schrifttums (Târihu't-Turâsi'l-Arabî)* adlı eseriyle bilim tarihine emsalsiz bir katkı yapmış olan Sezgin, onlarca diğer başyapıta da imza atmıştır. 45 bin ciltlik kitap ve 10 bin mikrofilm ihtiva eden Frankfurt Bilimler Tarihi Kütüphanesi ile İstanbul İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, onun medeniyet tarihine armağan ettiği onlarca kurumdan en ünlü ikisidir.

Anahtar Kelimeler: 2019 Prof.Dr. Fuat Sezgin İslam Bilim Tarihi Yılı, İslam Bilim Tarihi, Frankfurt Bilimler Tarihi Kütüphanesi, İstanbul İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi.

The Great Witness of The Islamic Civilization
Fuat Sezgin

Abstract

Fuat Sezgin, who passed away in Istanbul on June 30, 2018, having lived his 95 years of life with exemplary efficiency, left behind an enormous scientific heritage. Sezgin has made an unprecedented contribution to the history of science with his 18-volume work *Geschichte des Arabischen Schrifttums (Târihu't-Turâsi'l-Arabî / Arab Science History)*, which he wrote after studying about 300 thousand manuscripts on site for 65 years. He has also written dozens of other masterpieces. Frankfurt History of Sciences Library, which contains 45,000 volumes of books and 10,000 microfilms, and the Istanbul Museum of the History of Science and Technology in Islam, are two of the most famous among tens of institutions he gifted to the history of civilization.

Keywords: 2019 Prof.Dr. Fuat Sezgin Year of Islamic Science History, Islamic History of Science, Frankfurt History of Sciences Library, Istanbul Museum of the History of Science and Technology in Islam.

* Yalova Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dekan V. ,Dean of Yalova University Faculty of Law
fethi.gungor@yalova.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2581-0205

1. Giriş

Türkiye’de 2019 yılının “Prof.Dr. Fuat Sezgin Yılı” ilan edilmesi ve yıl boyunca yüzlerce etkinlik organize edilmesi, Fuat Hoca hakkında yazılar ve makaleler yazılması, başkaca bilimsel yayınlar yapılmış olması son derece önemlidir. Bu bağlamda İslam medeniyetinin büyük şahidi Prof.Dr. Fuat Sezgin’in Arap Dünyasında daha yakından tanınmasına katkı yapmayı vecibe addederek önceki iki çalışmamı genişletmek suretiyle şahitlik görevimi yapmak istedim (1-2).

Çağın önemli tanıklarından Prof.Dr. Fuat Sezgin, 1 Temmuz 2018 tarihinde asırlık ömrünün hasılası İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi’nin ve binbir emekle oluşturduğu kütüphanesinin yanı başına defnedildi. İstanbul’da Fatih Camii’nde kılınan cenaze namazına yüksek düzeyde katılım gösteren devlet erkânı, Gülhane Parkı’ndaki defin merasimine de iştirak etti. İslam bilim ve teknoloji tarihinde zirveyi temsil eden Fuat Sezgin’in na’sının Gülhane Parkı’nda defnedilmesi kararına imza koyan Bakanlar Kurulu üyelerinin birçoğuyla Sayın Başkan Recep Tayyip Erdoğan başta olmak üzere cenaze namazına ve defin merasimine iştirak eden devlet erkânı, ilmin ve âlimin kıymetinin takdir edildiğini gösteren bu davranışlarıyla takdire şayan bir kadirşinaslık örneği göstermiş oldular.

2. Fuat Sezgin’e İlişkin Tanıklıklar

Merhum Fuat Sezgin’in sağlam şahsiyetine ve ilmî ciddiyetine ilişkin tanıklıkları tüm bilim adamlarına örnek teşkil etmesi temennisiyle, vefatından hemen sonra hakkında yazılanlardan bir buket derlemekte yarar görüyorum:

Prof.Dr. Özcan Hıdır: “Yaklaşık 300 bin yazma eseri yerinde inceleyerek oluşturduğu 18 ciltlik Geschichte des Arabischen Schrifttums (*Târîhu’t-Turâsi’l-Arabî: Arap-İslâm Bilim Tarihi*) adlı eseriyle Sezgin’in en önemli tezi ve ispatı, modern/post-modern paradigmanın ürettiği pozitivist anlayışla Türkiye’de de sıkça dillendirilen “Müslümanların bilime katkılarının olmadığı” postülasını yıkmış olmasıdır.” (3). Bu eserde Kur’an, hadis, fıkıh, tarih, edebiyat, tıp, farmakoloji, kimya, matematik, astronomi, astroloji, meteoroloji, coğrafya gibi değişik bilim dallarının tarihî gelişim süreci anlatılmıştır.

Doğubeyazıt eski müftüsü olan babası Mirza Mehmet Efendi ile hocası Ritter’den kazandığı dil öğrenme aşkı, ‘rîhle’ geleneğini canlandıran ilmî seyahatleri, hayatını adadığı merkezî bir konuyu, “bilimlerin temelini İslam bilimleri” olduğu tezini başarıyla ispat etmesi, dünya zevklerine tamah etmeden ‘sabr-ı cemîl’ ile engelleri aşarak vatan evladına özgüven aşılması, Almanya’da kendisine tevdi edilen “yazarlar ödülü”nü, Filistin karşıtı tutumlarıyla öne çıkan Yahudi cemaatinin başkanının da ödüle ortak gösterilmesinden dolayı reddetmesi, haksızlık karşısında

mazlumların yanında durması, “ilm-i siyaset” sahibi olmakla beraber günlük politikadan, polemik ve demogojiden uzak durması, uzun süre başkanlığını yürüttüğü vakıftan ilave ücret almadan emekli maaşıyla yetinmesi, kendisini ilme adanmış gerçek bir “zahit” olarak vaktini gösterişli toplantılarda zayi etmeyip bereketli çalışmalara imza atması, metodik düşünceyi öncelemesi onu örnek bir bilim adamı yapan özellikleridir (3).

Prof.Dr. Yasin Aktay: Kendi âlemini, dünyanın içinden geçmekte olduğu, bizzat kendisinin de yaşamak durumunda kaldığı olaylardan koruyarak örme konusunda inanılmaz bir irade ortaya koyan Fuat Sezgin, insanına küsmeden kendi âleminin sınırlarını genişletmeye, kalitesini artırmaya, güzelliğini özenle işlemeye devam etmiştir. İlerleyen yaşına rağmen, ömrünün son demine kadar ısrarla sürdürdüğü **çalışma azmi, heyecanı ve disiplini** dolayısıyla akademik dünyamıza bir rol model olmak üzere sürekli gündemde tutulması gereken bir âlimdir (4).

Hilal Sezgin: “Babam hayatını bilime, özellikle de Garp ile Şark kültürleri arasındaki çok yönlü tarihî ilişkilerin araştırılmasına adanmıştı. Birçok kez Arap ülkelerine, İran, Hindistan, Malezya ve Rusya’ya gitmiş ve bu ülkelerde el yazması eski eserlerin bulunduğu kütüphanelerde haftalarca zaman geçirmişti. Son yıllarında Frankfurt ile İstanbul arasında adeta mekik dokumuştur. 92 yaşında bile hafta sonları dahil olmak üzere her gün bu enstitüdeki çalışma yerine gitmiştir.” (5).

Yıldırım Oğur: 27 Mayıs 1960 ihtilalinde Milli Birlik Komitesi’nin ‘zararlı’ görerek üniversiteden uzaklaştırdığı ve yurtdışına gidip bir daha dönmeyenlerden biri de 37 yaşındaki Doç.Dr. Fuat Sezgin’dir. Türkiye insanlarını, değerlerini çok kolay harcıyor. Harcarken de gözünün yaşına bakmıyor. Çünkü muhakkak devrin şartlarına göre asla affedilmeyecek bir suç bulunuyor. “Ahlakî, ilmî ideolojisi yönünden yüz kızartıcı notlara sahip olan, bilhassa çoğu komünist, mason, kifayetsiz, cinsî sapık, Kürt devleti kurmak isteyen” gibi suçlamalara maruz kalan 147’likler listesine Fuat Sezgin, Demokrat Parti Çanakkale milletvekili olan ağabeyi Servet Sezgin yüzünden girmişti... (6).

Fuat Sezgin’in 1960 darbesinde yaşadığı haksız ‘dışlanma’nın bir benzerini ahir ömründe yüksek itibar kazandırdığı Almanya’da ‘Recep Tayyip Erdoğan’ın yakın arkadaşı’ olduğu gerekçesiyle yeniden yaşaması ne kadar da üzüntü ve ibret vericidir!

Hilal Sezgin: “12 Mayıs 2017 tarihinde babamın çalışma masasına ve kitaplarına ulaşımı kasıtlı olarak engellendi. Kendi el yazısıyla üzerinde çalıştığı ‘Ortaçağ’da Arap Felsefesi Tarihi’ konulu kitap çalışmasıyla ilgili tüm notları ve ön çalışmaları elinden alındı ve bu güne kadar da iade edilmedi. Onlarca yıldır yazmış olduğu

kitapların kendisine ait olduğu bile açıkça inkâr edildi. Ailemiz, vakfin ve Alman yetkili makamlarının bu anlayamadığımız tutumundan dolayı, hâlâ sürmekte olan hukuk davalarıyla uğraşmak zorunda bırakıldı.” (5).

Prof.Dr. Abdülkerim Kar: “2006 yılında ziyaretine gittiğimizde, Frankfurt’a gelip misafir öğretim üyesi olarak çalışmaya başladığında, bir gün üzüntülü bir durumdayken, aklına birdenbire bir fikir geldiğini söyledi. “Bu benim başıma gelenlerde mutlaka Allah’ın bana söylemek istediği bir şey var. Onun için beni buraya sürgün etti. Belki de ben buraya görevlendirildim, diyerek bütün gücümle çalışmaya başladım.” dedi. Hatta, son 17 yıldır Frankfurt’a yakın bir kasabada oturduğunu, ama eşinin sabahları kendisini enstitüye getirip akşam aldığını ve bu süre içinde kasabayı hiç gündüz gözüyle görmediğini söyledi. Öyle bir yoğun çalışma temposu vardı... Hoca İstanbul’da kurulacak müzeyi, ilkokullardan başlayarak tüm çocukların görmesini istiyordu. “Çocuklar hangi medeniyetin üyesi olduklarını, Ortaçağ’ın karanlık olmadığını bilmeleri lazım. Bunun aracı ise müzede görerek öğrenmeleri olacak.” diye seviniyordu.” (7).

Prof.Dr. Akif Eylar: “21 Aralık 2006 tarihinde Fuat Sezgin ile Frankfurt’ta tanıştık. O sabah Prof.Dr. A. Kerim Kar ile yola çıktık, 11:30’da enstitüye vardık. Fuat Hoca bizi çok iyi karşıladı, yarım saat konuştuk, çay içtik. 4-5 saat hiç oturmadan ve ara vermeden bize müzesinin 14 odasını gezdirdi ve bilgi verdi...

Bir toplantı sonrasında Galata Köprüsü’nden geçerken arabayı durdurmamı rica etti. Arabadan indi ve balık tutanların arasında birkaç dakika durup manzarayı seyretti. Döndüğünde gözleri dolmuştu, bana şunları söyledi: “Akif Bey, 1961 başında buradan Boğaz’a bakıyordum. Üniversiteden atılmıştım, ertesi gün Almanya’ya gidecektim. Bu manzarayı bir daha görebileceğimi hiç sanmıyordum.” Hakikaten, Türkiye’ye gelebilmesi için çok uzun yıllar geçmesi gerekiyordu...

Fuat Sezgin, Avrupalı ilmî gelenekle; ilmî usullerle mücadele yolunu seçmiş ve büyük bir geleneği bize miras bırakmıştır. Ama ben Fuat Hoca’nın bıraktığı mirasın, yorumlanarak geliştirilmesi yerine saygı adına putlaştırılarak hayatın dışına itilmesinden endişe duymaktayım.” (7).

Yücel Aşıkoğlu: “Müslüman bilim adamlarının başarılarından bahsetmek en iyi ihtimalle istihza ve küçümseme ile muamele görüyordu. Fuat Sezgin uzun yıllar bu şartlar karşısında mücadele verdi. Onun İslâm Bilimlerine dair büyük hizmeti sadece metinler düzeyinde kalmadı. Aynı zamanda çalışılan metinlerde karşısına çıkan bilimsel âletlerin ve makinelerin tekrar hayata geçirilmesi için de çalıştı.” (7).

Yusuf Kaplan: “Genç kuşağı kimliksiz, idealsiz, ruhsuz bir çıkmaz sokağın eşğine sürükleyen sömürgeci eğitim zihniyetinden, metamorfoz yemiş,

mankurtlaştırıcı, ruhsuzlaştırıcı medya ve kültür rejiminin zihinsel katliamından, köleleştirici dünyasından kurtarmak için Fuat Sezgin Hocamızın fikirlerinden, eserlerinden ve hayatından öğreneceğimiz çok şey var çünkü. Fuat Sezgin Hoca, pergelin sâbit ayağını bizim medeniyetimize sâbitledi ve keşfedilmeyi bekleyen devâsâ bir külliyyat bırakıp gitti bu dünyadan...” (8).

Dr. Serdar Efeoğlu: “Yıllar sonra dönemin Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Sezgin’i Almanya’da çalıştığı enstitüde ziyaret etti ve devlet bir nevi kendisinden özür diledi. Sezgin’in başarısının altında Almanya’da bulunduğu mükemmel akademik ortamın yanında kendi kişiliğinin de önemli bir payı olduğu muhakkaktır. Zamanın kıymetini çok iyi bilen Sezgin, hayatında sadece üç randevuya vaktinde yetişemediğini ve bunları hiç unutmadığını anlatmaktadır.” (9).

Merhum Fuat Sezgin’in sağlam şahsiyeti ve ilmî ciddiyeti hakkında seçtiğimiz güzel şahitlikleri, Yalova Üniversitesi öğretim üyelerinden mühendis bir edibin mersiyesiyle noktalayalım:

**Fuat Sezgin Hoca’mız Hakk’a Yürüdü Bugün
(rahmetullahi aleyh)**

Ulûm-ı İslamiyye’nin son mümtaz mümessili,
O gayûr mücahidin, nümûneydi bu hâli,
Garba karşı İslam’ın, velûd, müessir dili...
Doksan dört yıllık ömür, zaferlerle dolmuştu!
Haykırmak en gür sesle, ona nasip olmuştu;
Mefâhirlle bezenmiş bir mâzînin temsîli,
Garba karşı İslam’ın, velûd, müessir dili...
Milyonlarca ahfâdı, veda ediyor üzgün!
Fuat Sezgin Hoca’mız Hakk’a yürüdü bugün...

Hikmet Erbyık, 30.06.2018, İstanbul.

3. Fuat Sezgin Hakkında Yapılan İlmî Çalışmalar

İSAM Kütüphanesi’ni taradığımızda Fuat Sezgin’in editörü ya da müellifi olduğu **1450 cilt eser** sıralanmaktadır. Bu kadar büyük bir ilmî üretim gerçekleştirmiş olan “hocaların hocası” Fuat Sezgin hakkında **vefatından önce** yapılan akademik çalışmalar ise ne yazık ki sınırlı sayıda kalmış olup bu kısımda birkaç örnek vermekle yetinebiliriz:

1. Özcan Hıdır; “*Oryantalizme Karşı Oksidentalizm: Hadis Oksidentalizmi -M. Fuat Sezgin ve M. Mustafa el-A'zamî Örneği*”, Hadis Tetkikleri Dergisi, 2007, cilt: V, sayı: 1, s.7-31.
2. Tayfur Korkmaz; *20. Yy. İslam Bilim Tarihi Çalışmaları: George Sarton ve Fuat Sezgin Örneği*, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul 2009.
3. Ahmet Hamdi Furat; “*Fuat Sezgin'in GAS İsimli Eseri Bağlamında Hicri Beşinci Asrın Ortalarına Kadarki İslam Hukuku Literatürü Hakkında Değerlendirmeler*”, yayımlanmamış tebliğ, VII. İslam Hukuku Anabilim Dalı Koordinasyon Toplantısı, Erzurum 01-03 Haziran 2010.
4. Seyfi Kenan; “*İslâm Dünyası'nın Duraklama Sebepleri Üzerine Ünlü İlimler Tarihcisi Fuat Sezgin'i Dinlemek*”, Değerler Eğitimi Dergisi, 2003, cilt: I, sayı: 4, s.73-98.
5. Nevzat Bayhan, *Bilimler Tarihi'nde Zirve İsim Prof.Dr. Fuat Sezgin*, Yafa Yayınları, İstanbul 2013.
6. Ali Karakaş; *Hadis Oksidentalizmi ve Fuat Sezgin*, Ensar Neşriyat, 2. Baskı, İstanbul 2018. (20. Yüzyıl Hadis Eksenli Oksidentalizm Çalışmaları: Fuat Sezgin Örneği, doktora tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana 2015).
7. Hüseyin Hansu; “*Fuat Sezgin Arap İslâm Bilimleri Tarihi-I*”, İstanbul Üniversitesi İlahiyat Dergisi, 2016.
8. Ali Albayrak; “*Fuat Sezgin'in “Buhâr'i'nin Kaynakları” Kitabı Üzerine Değerlendirmeler*”, Usûl: İslam Araştırmaları, 2016, sayı: 26, s.51-100.
9. İhsan Fazlıoğlu; “*Fuat Sezgin ile “Bilim Tarihi” Üzerine Söyleşi*”, Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, Cilt 2, Sayı: 4, 2004, s.355-370. <http://fazlioglu.blogspot.com/2018/06/prof-dr-ihsan-fazlioglu-prof-dr-fuat-sezgin-ile-bilim-tarihi-uzerine-soylesi-pdf.html>, 19.06.2018.

Bilim tarihi alanında çığır açmış olan Prof.Dr. Fuat Sezgin hakkında yapılan akademik çalışmaların vefatından sonra artış göstermesi gecikmiş bir vefa örneği arz etmektedir. “2019 Prof.Dr. Fuat Sezgin İslam Bilim Tarihi Yılı”nda gözlemlenen hissedilir artış, tüm bilim dallarını ilgilendiren bilim tarihi alanında üniversitelerde yeni lisans ve lisansüstü programlarının açılmasına ve bu alanda eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerinin artmasına vesile olursa Fuat Sezgin'in

büyük mirasına sahip çıkmış olacaktır. Bu kısımda Fuat Sezgin hakkında vefatının ardından yapılan bilimsel çalışmalara birkaç örnek vermekle yetinelim:

1. ***Fuat Sezgin ve Temel İslam Bilimleri: Güncel Tartışmalar - Teorik Teklifler.*** (2019). Editörler: İ. Özcoşar, A. Karakaş, M. Öztürk, S. Aslan, *Uluslararası Fuat Sezgin Sempozyumu Kitabı*, c.1, Divan Kitap, İstanbul 2019, 600 s.
2. ***Keşf-i Kadîmden Vaz’-ı Cedîde İslâm Bilim Tarihi ve Felsefesi.*** (2019). Editörler: İ. Özcoşar, A. Karakaş, M. Öztürk, S. Aslan, *Uluslararası Fuat Sezgin Sempozyumu Kitabı*, c.2, Divan Kitap, İstanbul 664 s. <https://iyc.org.tr/uluslararasi-islam-bilim-tarihi-ve-fuat-sezgin-sempozyumu>, 15.02.2019.
3. ***Uluslararası Prof.Dr. Fuat Sezgin Bilim Tarihi Sempozyumu Kitabı.*** (2019). Editör: Prof.Dr. Zeki Taştan, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Yayınları, Hiper Yayın, İstanbul 2019, 272 s. https://www.kitapyurdu.com/kitap/uluslararasi-prof-dr-fuat-sezgin-bilim-tarihi-sempozyumu--sempozyum-kitabi/522677.html&filter_name=fuat%20sezgin, 22.11.2019.
4. ***Fuat Sezgin Özel Sayısı***, TEMAŞA (Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi). Hakemli bilimsel dergi, 6 makale, Ocak 2019, 113 s. <https://dergipark.org.tr/tr/download/issue-file/17268>, 30.01.2019.
5. Cumali Sever; ***Bilim Tarihine Adanan Ömür: Kırk Derste Fuat Sezgin***, Ensar Neşriyat, İstanbul 2019.
6. Ali Dere; “*Mehmet Fuat Sezgin Hoca’nın Ankara İlahiyat Yılları: Sezgin ve Fakültenin Müşterek Tarihinden Bir Kesit*”, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi [AÜİFD], 2018, cilt: LIX, sayı: 2, s.221-250.
7. Taha Yasin Arslan; “*İslam Araştırmalarına Adanan Bir Asırlık Hayat: Fuat Sezgin (1924-2018)*”, İslâm Araştırmaları Dergisi, 2019, sayı: 41, s.201-205.
8. Hüseyin Hansu; “*Mehmet Fuat Sezgin’in Aile Çevresi ve Türkiye’deki Akademik Serüveni*”, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi [AÜİFD], 2019, cilt: LX, sayı: 1, s.185-205.
9. Süleyman Dönmez; “*İslam Medeniyet Tarihi Esasında Fuat Sezgin Hakkında Bir Değerlendirme*”, Antakiyat: Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2019, sayı: 1, s.1-16.

10. Hakan Can ve Abdalbaki Kinsün; “*Fuat Sezgin’in İslam Medeniyetinin Gerileme Sebeplerine Yönelik Yaklaşımları Üzerine Eleştirel Bir Yaklaşım*”, Fuat Sezgin ve Temel İslam Bilimleri: Güncel Tartışmalar-Teorik Teklifler, 2019, s.395-410.
11. Müfit Selim Saruhan; “*Prof.Dr. Fuat Sezgin’in Ufku ve Mirasının Neresindeyiz? Geri Kalmışlığımıza Dair Kadim Soruna Sezgin’in Yaklaşımı*”, *Fuat Sezgin ve İslam Medeniyetinde Bilim-Teknik Sempozyumu (24-26 Ekim 2019)* içinde, Dokuz Eylül Üniversitesi Yay., İzmir 2019, s.21-37.
12. Nurullah Agitoğlu; “*Fuat Sezgin’in Bazı Hadis Meselelerine Dair Görüşleri Üzerine Bir Değerlendirme*”, *Asos Journal: The Journal of Academic Social Science*, 2018, cilt: VI, sayı: 85, s.298-312.
13. Hüseyin Hansu; “*Fuat Sezgin’in Modern Dönem Hadis Tartışmalarına Katkısı: Yazılı Rivayet Teorisi ve Etkileri*”, *Hadis ve Siyer Araştırmaları dergisi*, 2019, cilt: V, sayı: 1, s.67-89.
14. Bayram Kanarya; “*Hadis Arkeolojisi, Fuat Sezgin Örneği: Buhârî’nin Kaynaklarının Kaynakları*”, *Fuat Sezgin ve Temel İslam Bilimleri: Güncel Tartışmalar-Teorik Teklifler*, 2019, s.169-191
15. Abdullah Çelik; “*Hadis Usûlü İliminin Doğuşuna Dair Fuat Sezgin’in Görüşleri*”, *Fuat Sezgin ve Temel İslam Bilimleri: Güncel Tartışmalar-Teorik Teklifler*, 2019, s. 121-141.
16. Osman Bilen; “*Oryantalist Hellmut Ritter’in Prof.Dr. Fuat Sezgin’e Etkisi*”, I. Ulusal Genç Akademisyenler Sempozyumu: Prof.Dr. Fuat Sezgin ve İslami İlimler, 2019, s.222-244.
17. İbrahim Barca; “*Fuat Sezgin’in GAS Adlı Eseri: Tahlil ve Tanıtım*”, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019, cilt: VIII, sayı: 1, s.148-158.
18. Vefa Taşdelen; “*Reddiye Geleneğinin Çağdaş Temsilcisi: Fuat Sezgin*”, *Uluslararası Sempozyum: Orta Asya Alimlerinin İslam Medeniyetine Katkıları*, 10-12 Ekim 2018, Bışkek/Kırgızistan. (International Symposium: The Contributions of Muslim Scholars of Central Asia to the Islamic Civilization, 10-12 October 2018, Bishkek/Kyrgyzstan). 2019, s.999-1008.

Fuat Sezgin hakkında yapılmış başkaca yayınlar, sempozyum, panel, konferans vb. bilimsel etkinlikler, sergiler, belgeseller, televizyon programları, dergi özel sayıları vd. çalışmalar da mevcut olup büyük bilim insanını adı birçok araştırma merkezine de verilmiştir. Çoğunluğu “2019 Prof.Dr. Fuat Sezgin İslam Bilim Tarihi Yılı”nda gerçekleştirilen bu çalışmaları konu edinen bir de sempozyum tebliği mevcuttur (10).

4. Sonuç

Doksan beş yıllık ömrünü örnek derecede verimli kullanarak 30 Haziran 2018’de İstanbul’da vefat eden Fuat Sezgin, ardında muazzam bir ilmî miras bırakmıştır.

65 yıl boyunca yaklaşık 300 bin yazma eseri yerinde inceleyerek telif etmiş olduğu 18 ciltlik Geschichte des Arabischen Schrifttums (Târîhu’t-Turâsi’l-Arabî) adlı eseriyle bilim tarihine emsalsiz bir katkı yapmış olan Sezgin, onlarca diğer başyapıtta da imza atmıştır. 45 bin ciltlik kitap ve 10 bin mikrofilm ihtiva eden Frankfurt Bilimler Tarihi Kütüphanesi ile İstanbul İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, onun medeniyet tarihine armağan ettiği onlarca kurumdan en ünlü ikisidir.

“2019 Prof.Dr. Fuat Sezgin İslam Bilim Tarihi Yılı”nda büyük âlim Fuat Sezgin hakkında gerçekleştirilen bilimsel çabaların, onun İslam medeniyetini yeniden inşa etme azim ve kararlılığını ilelebet yaşatacak nitelikte, adına kurulan vakıf ve araştırma merkezinin de katkılarıyla sürdürülebilir somut projelere dönüştürülmesi temennisiyle...

Kaynakça

Fethi Güngör; “**Fuat Sezgin Hoca’nın İlmî Mirasına Sahip Çıkabilmek**”.
<https://www.dirilispostasi.com/makale/fuat-sezginin-ilm-mirasina-sahip-cikabilmek-5b3a5476e54d4433863926d2>, 03.07.2018.

Fethi Güngör; “**Yükseliş Asırlarımızın Şahidi Fuat Sezgin’e Şahitlik Etmek**”.
<https://www.dirilispostasi.com/makale/asirlarin-sahidi-fuat-hocaya-sahitlik-etmek-5b4cd9ef8ca7803ff955b8b2>, 17.07.2018.

Özcan Hıdır; “**İslam Bilim Tarihine Adanmış Ömür: Fuat Sezgin**”, AA, Analiz,
<https://www.aa.com.tr/tr/analiz-haber/islam-bilim-tarihine-adanmis-omur-fuat-sezgin/1192694>, 02.07.2018.

Yasin Aktay; “**Âlimin Ölümü: Fuat Sezgin Hoca’nın Ardından**”, Yeni Şafak,
<https://www.yenisafak.com/yazarlar/yasinaktay/alimin-olumu-fuat-sezgin-hocanin-ardindan-2046298>, 02.07.2018.

Evren Aydemir; “**Prof.Dr. Fuat Sezgin’in Kızı Hilal Sezgin Babasını Anlattı**”,
<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/prof-dr-fuat-sezginin-kizi-hilal-sezgin-babasini-anlatti/1192444>, 01.07.2018.

Yıldıray Oğur; “**Üniversiteden Atılmış Genç Bir Doçente Veda Ederken...**”,
<http://www.karar.com/yazarlar/yildiray-ogur/universiteden-atilmis-genc-bir-docente-veda-ederken-7364>, 01.07.2018.

İbrahim Ethem Gören; “**Fuat Sezgin Hoca’nın ardından...**”, Dünya Bülteni,
<https://www.dunyabulteni.net/kultur-sanat/fuat-sezgin-hocanin-ardindan-h425606.html>,
13.07.2018., 01.07.2018.

Yusuf Kaplan; “**Fuat Sezgin Hoca, pergeli medeniyetimize sâbitledi, gitti...**”, Yeni Şafak,
<https://www.yenisafak.com/yazarlar/yusufkaplan/fuat-sezgin-hoca-pergeli-medeniyetimize-sbitledi-gitti-2046284>, 01.07.2018.

Serdar Efeoğlu; “**Bir Türkiye klasiği: Önce ihraç sonra sürgün, ölünce de kahraman**”,
<https://medium.com/tr724/bir-t%C3%BCrkiye-klasi%C4%9Fi-%C3%B6nce-ihra%C3%A7-sonra-s%C3%BCrg%C3%BCn-%C3%B6l%C3%BCnce-de-kahraman-3516b56a6a24>, 04.07.2018.

İdris Tekelek; “**Türkiye’de Prof.Dr. Fuat Sezgin İle İlgili Yapılan Çalışmalar**”, *I. Ulusal Genç Akademisyenler Sempozyumu: Prof.Dr. Fuat Sezgin ve İslâmî İlimler* içinde, 978-975-6497-30-2, KSÜ SAMER Yay., Kahramanmaraş 2019, s.381-394.

Kitap Tanıtımı

Mehmet Deri**

Özet

Hayatını İslam İlimler Tarihine vakfeden Prof. Dr. Fuat Sezgin, 30 Haziran 2018 tarihinde vefat etmiştir. Bu büyük âlim ve bilim insanı için Cumhurbaşkanlığı tarafından 2019 yılı “Fuat Sezgin Yılı” ilan edilmiştir. Bu bağlamda 2019 yılında Fuat Sezgin’i anmak amacıyla çok sayıda bilimsel etkinlik düzenlenmiştir. Bunlardan ilki 15-17 Şubat 2019 tarihleri arasında Diyarbakır’da yapılmıştır.

Diyarbakır Kayapınar Belediyesi, Kadim Akademi, Diyarbakır İlim Yayma Cemiyeti ortaklığıyla düzenlenen “Uluslararası İslam Bilim Tarihi ve Fuat Sezgin Sempozyumu”na ülkemizden ve yurt dışından alanında yetkin 120’ye yakın bilim insanı, tebliğleriyle katkı sağladılar. Söz konusu sempozyumun ilk bilimsel etkinlik olması nedeniyle kayda değer olduğu düşünülmektedir.

Bu yazıda, sempozyum sonrasında yayınlanan iki akademik eserin tanıtımı yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Fuat Sezgin, İslam Bilim Tarihi, Sempozyum, Bilimsel Etkinlikler, Akademik Eser.

Book Presentation

Abstract

Prof. Dr. Fuat Sezgin who devotes his life to Islamic Science History, passed away on June 30, 2018. The year 2019 was declared as “The Year of Fuat Sezgin” by the Presidency for this great scholar and scientist. In this context, many scientific events were organized in 2019 to commemorate Fuat Sezgin. The first of these scientific events was held in Diyarbakır between 15-17 February 2019.

Nearly 120 competent scientists from our country and abroad contributed to the "International History of Islamic Science and Fuat Sezgin Symposium" organized in partnership with Diyarbakır Kayapınar Municipality, Kadim Academy and Diyarbakır Dissemination Society. The symposium is considered to be significant, since it is the first scientific event.

In this article, two academic works published after the symposium will be introduced.

Keywords: Fuat Sezgin, History of Islamic Science, Symposium, Scientific Activities, Academic Book.

* Uzm. Mehmet Deri, Uluslararası Hakemli İslamî Araştırmalar Dergisi Ed. Yrd., mehmet.deri@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2287-9330>

** Tanıtımda emeği geçen Prof. Dr. Fethi Güngör ve Dr. Öğretim Üyesi Ali Karakaş Hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Giriş

Bilindiği gibi ömrünü İslam İlimler Tarihine vakfeden çok kıymetli Prof. Dr. Fuat Sezgin Hocamız, 30 Haziran 2018 tarihinde vefat etmiştir. Büyük âlim ve bilim insanı için Cumhurbaşkanlığı tarafından 2019 yılı “Fuat Sezgin Yılı” ilan edilmiştir. Bu bağlamda 2019 yılında merhum Fuat Sezgin Hocamızı anmak amacıyla çok sayıda bilimsel etkinlik düzenlenmiştir. Bu düzenlenen bilimsel etkinliklerden ilki 15-17 Şubat 2019 tarihleri arasında Diyarbakır’da düzenlenmiştir.

Diyarbakır Kayapınar Belediyesi, Kadim Akademi, Diyarbakır İlim Yayma Cemiyeti ortaklığıyla düzenlenen “*Uluslararası İslam Bilim Tarihi ve Fuat Sezgin Sempozyumu*”na ülkemizden ve yurt dışından her biri alanında yetkin 120’ye yakın bilim insanı, tebliğleriyle katkı sağladılar.

Sempozyum tebliğlerinin titiz bir editöryal süzgeçten geçirilmesiyle oluşturulan eser; Fuat Sezgin’in fazla anılmayan yönlerini irdelemek, özellikle de onun vefatından sonra hakkında medya gibi bazı çevrelerde yer alan çelişkili bilgileri tashih etmek, yine onunla ilgili bilgi boşluklarını telafi etmek bakımından önemli bir kaynaktır.

Yine eser; Fuat Sezgin’in bıraktığı mirası devam ettirmek ve ileriye taşımak, onun hayatı boyunca yapmak istediklerini hatırlatmak ve devam ettirmek amacıyla olanlar için önemli bir ipucu niteliğinde bir eserdir.

Eser; *2019 Yılı Fuat Sezgin’i Anma Etkinlikleri* bağlamında alanında telif edilen ilk ciddi akademik bir eser olup eserin girişi merhum Fuat Sezgin’in eşi Dr. Ursula Sezgin’in 15-17 Şubat 2019’da Diyarbakır’da düzenlenen “*Uluslararası İslam Bilim Tarihi ve Fuat Sezgin Sempozyumu*”na gönderdiği mesajla başlamaktadır. Ursula Sezgin, bu mesajında sempozyum vesilesiyle duyduğu memnuniyeti, bu sempozyumun onun çalışmalarının ilgi uyandırması ve devam ettirilmesi açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Eserin 1. Cildinde en başta Fuat Sezgin’in hanımı Ursula Sezgin’in bu sempozyumun düzenlenmesine dair bir tebrik mesajına yer verilmektedir. Bu ciltte toplamda otuz bir tebliğ yer almakta olup; bu tebliğlerin konusu daha çok İslam tarihine, hadis, tefsir, kelam, mantık, filoloji, belagat, şiir ve benzeri konulara yöneliktir. Ayrıca Arapların İslâm’dan önceki ve sonraki şiir, dil ve kültürleri işlenmektedir. Bütün bu konularda, ağırlıklı bir şekilde Fuat Sezgin’in görüşlerine yer verilmektedir. Bununla beraber bu ciltte, oryantalizm ve oksidentalizm tanıtılmakta, Fuat Sezgin’in oryantalistlere bakışı ve onun bir oksidentalist olup olmadığı tartışılmaktadır. Özellikle bu ciltte, Fuat Sezgin’in de önemle üzerinde durduğu gibi İslâm dünyasının gerileme nedenleri ve bu gerilemeyi aşma yollarının neler olabileceği konusu izah edilmektedir. Hocası Hellmut Ritter’in Fuat Sezgin’in ilmi hayatındaki rolü ve önemi, bu ciltte yer alan önemli bir konudur. Bütün bunlara ilaveten bazı ilim adamlarının Fuat Sezgin hakkındaki hatıraları da bu ciltte önemli bir yer almaktadır.

Hassaten hadis konusu, bu ciltte öne çıkan konuların başında gelmektedir. Çünkü Fuat Sezgin, “*Buhârî’nin Kaynakları Hakkında Araştırmalar*” adlı eserinde, hadislerin şifahi yollardan ziyade yazılı kaynaklara dayanarak yazıldığını çeşitli örneklerle ispatlamaya çalışmıştır. Onun iddia ettiğine göre hadis senedinde yer alan her bir ravi, aslında bir dipnot hükmünde olup yazılı bir kaynağa işaret etmektedir. Ayrıca o, bu eserinde Buhârî’nin “*el-Câmiu’s-Sahîh*” adlı eserini de çeşitli yönlerden tenkit etmiştir. İşte bu eserde bu ve benzeri konular, çeşitli açılardan tartışma konusu yapılmaktadır. Bu ciltte yer alan tebliğler Türkçe, Arapça ve İngilizce olarak sunulmuştur.

Eserin 2. Cildinde ise toplamda otuz iki tebliğ yer almakta olup, bu tebliğlerin ise konusu daha çok İslâm Bilim Tarihi ve Felsefesi ile ilgilidir. Bu ciltte, özellikle orta çağda İslâm dünyasında bilimsel gelişim süreci, safhalar ve Batıya etkileri ön plana çıkmaktadır. Bu dönemde İslâm âleminde öne çıkan birçok bilim adamının hayatı ve çeşitli bilim dallarındaki katkıları tartışılmaktadır. Örneğin Farabî, Birûnî, Fahrüddin er-Râzî ve benzeri bilim adamları, bunlardan bazılarıdır. Bunlardan anlaşıldığına göre o dönemlerde İslâm âleminde matematik, astronomi, coğrafya, felsefe, mantık, kelam, psikoloji, tarih yazıcılığı, sözlük bilimi ve benzeri ilim dallarında Müslüman ilim adamları tarafından çeşitli çalışmalar yapılmış ve Batı dünyası da bu çalışmalardan ciddi bir şekilde etkilenmiştir. Fuat Sezgin’in bu konulara dair düşünce ve yaklaşımları, bu ciltte geniş bir şekilde anlatılmaktadır.

Ayrıca İslâm bilim tarihi boyunca İslâm âleminde ve özellikle Diyarbakır yöresinde Medreselerdeki eğitim ve öğretim, bu çalışmada yer alan tebliğler arasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu tebliğlerde, söz konusu medreselerin mukayesesi üzerinde de durulmaktadır. Birinci ciltte olduğu gibi bu ciltte de tebliğler Türkçe, Arapça ve İngilizce sunulmuştur.

Arzu edenler kitaba şu adresten ücretsiz ulaşabilirler:

[https://www.academia.edu/39108510/FUAT_SEZGIN_VE_TEMEL_%C4%B0SLAM_B%C4%B0L%C4%B0MLER_%C4%B0_ \(cilt 1\)](https://www.academia.edu/39108510/FUAT_SEZGIN_VE_TEMEL_%C4%B0SLAM_B%C4%B0L%C4%B0MLER_%C4%B0_ (cilt 1))

[https://www.academia.edu/39395900/Ke%C5%9Ff-i_Kad%C3%AEmden_Vaz-%C4%B1_Ced%C3%AEdede_%C4%B0slam_Bilim_Tarihi_Ve_Felsefesi \(cilt 2\)](https://www.academia.edu/39395900/Ke%C5%9Ff-i_Kad%C3%AEmden_Vaz-%C4%B1_Ced%C3%AEdede_%C4%B0slam_Bilim_Tarihi_Ve_Felsefesi (cilt 2))

Fuat Sezgin Kimdir?

Dünyanın önde gelen bilim tarihçilerinden Prof. Dr. Fuat Sezgin, 24 Ocak 1924’te Bitlis’te doğdu. 1943-1951 yılları arasında İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Şarkiyat Enstitüsü’nde, “İslami Bilimler ve Oryantalizm” alanında çalışan Alman bilim insanı Hellmut Ritter’in yanında öğrenim gördü.

Fuat Sezgin’in İslam Bilim Tarihi’ne ilgisi ise şu şekilde olmuştur:

1943-1951 yılları arasında İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Şarkiyat Enstitüsü’nde İslâmî Bilimler ve Orientalistik alanında öncü bir yere sahip olan Alman Oryantalist Hellmut Ritter’in (1892-1971) yanında öğrenim gördü. Fuat Sezgin’in öğrenciliği döneminde İstanbul Üniversitesi’nde bilim tarihi yoktu. Hocası Ritter’in ‘Matematığı bırakma’ tavsiyesi üzerine matematik bölümüne girerek ders aldı. Sonrasında yine hocasının, bilimlerin temelini İslâm bilimlerine dayandığını söylemesiyle bu alana yöneldi. Ritter’in Harizmî, Ebu’l-Vefâ el-

Bûzcânî, İbn Heysem, Bîrûnî gibi ünlü âlimlerin isimlerini sayması üzerine Fuat Sezgin oldukça etkilenmişti. “Bu isimler benim hiç bilmediğim, hatta duymadığım isimlerdi. Dehşete düştüm. Hocam hâlimi görünce: ‘Bunlar ve daha pek çok isim büyük âlimlerdi ve daha sonraki Avrupalı âlimlerle aynı seviyedeydiler, hatta bazı yönlerden onlardan da üstündüler’ diye açıkladı. O gün eve gittim. Çok zor ve uykusuz bir gece geçirdim. Bir taraftan genç hafızamda eve götürdüm dört isimden başka çok şey bilmek aşkı, öbür taraftan, ilkokula başladığım zamanlarda bir öğretmenimden duyduğum: “İslâm Bilginlerinin dünyanın bir öküzü boynuzu üzerine oturduğuna inandıkları” sözü benim için dönüm noktası oldu. Sabahın olmasını, hocama çok şeyler sorma saadetine kavuşma anını sabırsızlıkla bekledim.”

Ritter’in “Bilimlerin temelinin, İslam Bilimleri’ne dayandığı” söylemi Sezgin’i bu alana yönelten temel faktör oldu. 1951’de İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi’ni bitirdikten sonra, Arap Dili ve Edebiyatı üzerinde doktora yaptı. 1954’te Arap Dili ve Edebiyatı bölümünde, “Buhârî’nin Kaynakları” adlı doktora tezini tamamlayarak doktor unvanını aldı. Bu teziyle, hadis kaynağı olarak İslam kültüründe önemli yere sahip olan Buhârî’nin, bilinenin aksine sözlü kaynaklara değil, yazılı kaynaklara dayandığı görüşünü savundu ve bu yazılı kaynakların, İslam’ın erken dönemine; hatta 7. yüzyıla kadar gittiğini ortaya koydu. Fuat Sezgin, Doğu Bilimi ve Türkoloji üzerine çalışmalar yapan bilim adamı Alman Carl Brockelmann’ın; “Arap Edebiyatı Tarihi” ve “İslam Milletleri ve Devletleri Tarihi” gibi çalışmalarındaki eksiklikleri fark etmiş ve bunları tamamlamak maksadıyla, 1954 yılında İslam Bilim Tarihi ile ilgilenmeye başlamıştır.

Bilimsel çalışmalarda önemli başarılarla imza atan Fuat Sezgin, 1960 askerî darbesiyle iktidara gelen cunta tarafından, “Zararlı Profesörler” listesine alınmış ve üniversiteden uzaklaştırılmıştır. Üniversiteden uzaklaştırmasını takip eden 15 gün içerisinde, Berkeley, Yale gibi Amerika’nın önemli üniversitelerinden davet alan Sezgin kaynaklardan uzak kalma endişesiyle bu gibi teklifleri geri çevirmiş; 1961 yılında, 36 yaşındayken Almanya’ya gitmiş ve çalışmalarına Frankfurt’ta devam etmiştir. “Eğer arkanızda inancınız varsa, o sizi yapıcı olmaya itiyorsa çok şeyler başarırız. Benim hayatımın sırrı budur” diyen Sezgin, altmışın üzerinde ülkede çalışmalar yapmıştır, çeşitli dillerde yazılmış toplam 600.000 el yazmasını tek tek incelemiş, İslam coğrafyasında inceleme yapmadığı kütüphane kalmamıştır.

Türkçe, Süryanice, İbranice, Latince, Arapça ve Almanca da dâhil 27 dil bilen ve bu dillerin dokuzu ile akademik eserler yazan Fuat Sezgin, Devlet başkanlarının, kralların ve dünyanın en önemli akademisyen ve işadamlarının saygı ve desteklerini kazanmıştır. Yaklaşık 1400 kitapta emeği olan Sezgin, 1978 yılında Kral Faysal Ödülüne layık görülmüş, bu vesileyle Arap dünyasının devlet adamlarıyla tanışmış ve aklından geçen büyük projeyi onlara aktarma imkânı bulmuştur. Düşüncelerinin destek görmesiyle, Fuat Sezgin, 1982 yılında, Johann Wolfgang Goethe Üniversitesi’ne bağlı Arap-İslam Bilimleri Tarihi Enstitüsü’nü ve 1983’de de buranın müzesini kurmuştur. Sezgin, dünyanın neresinde olursa olsun, “İslam Bilim Tarihi” adına; fizik, kimya, biyoloji, hayvancılık, veterinerlik, ziraat, tıp, astronomi, coğrafya gibi bilim dallarına ait eserleri araştırmış, Enstitü’ye bağlı olarak kurduğu müzede, Müslüman bilginler tarafından yapılmış aletleri,

bilimsel araç ve gereçleri, yazılı kaynaklara dayanarak yaptırdığı numuneleri sergilemiştir. Enstitü’de yapılan çalışmaları; “Geschichtedes Arabischen Schrifttums” (Arap-İslam İlimleri Mecmuası)nda yayımlamıştır. Böylece bu dergi-ansiklopedi, kısa sürede, dünya çapında bir kaynak haline gelmiştir. Bilim tarihçilerinin temel müracaat kaynağı olan eserin 17 cildi yayınlanmış, 18. cildi ise tamamlanma aşamasındadır. Bir bibliyografya olarak görülen bu eser, en sahih kaynaklarla yazılmış bir “İslam Bilim Tarihi”dir.

İstanbul Gülhane Parkı içindeki Has Ahırlar Binası’nda, Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan tarafından açılan “İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi” ile, ülkemiz insanı merhum Fuat Sezgin Hocamızı yeniden tanıma fırsatı bulmuştur. Sezgin tarafından bir araya getirilen Müslüman bilim adamlarının buluşları, hâlihazırda Gülhane Parkı’ndaki “İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi”nde sergilenmektedir. Bir asra yakın sürdürdüğü yaşamında İslam Medeniyetine ait ürünleri büyük bir titizlikle incelemiş ve geriye birçok kıymetli eserler bırakmıştır.

Kaynakça

1. *Fuat Sezgin ve Temel İslam Bilimleri: Güncel Tartışmalar - Teorik Teklifler*, (editörler: İbrahim Özcoşar, Ali Karakaş, Mustafa Öztürk, Sıracettin Aslan) **Uluslararası İslam Bilim Tarihi ve Fuat Sezgin Sempozyumu**, Cilt: 1, Divan Kitap, İstanbul 2019, 600 s.
2. *Keşf-i Kadîmden Vaz’-ı Cedîde İslâm Bilim Tarihi ve Felsefesi*, (editörler: İbrahim Özcoşar, Ali Karakaş, Mustafa Öztürk, Sıracettin Aslan), **Uluslararası İslam Bilim Tarihi ve Fuat Sezgin Sempozyumu**, Cilt: 2, Divan Kitap, İstanbul 2019, 664 s.

İslam Kültür Tarihinde Müzik Kitabının Değerlendirilmesi

Talha YİĞİT*

İslam'a ait bir kısım hükümlerin helallığı, bir kısımların haramlığı konusunda şüphe yoktur. Bir kısım hükümlerin ise ilk asırdan beri ihtilafı sürmektedir. Müzik bu konulardan biri olup onunla ilişkili olan konularda da hiçbir zaman ittifak edilmemiştir. Kimileri müziğe eldeki delillerden yola çıkarak haram, kimileri mübah, kimileri mekruh, kimileri de bazı şartlarla helal olabileceğini savunmuştur. Bu konudaki ihtilaf da biteceğe benzemiyor. Müellifin amacı da bu konudaki tartışmaları bitirmek de değildir. Eser, müziğin tarihiyle, felsefesiyle, dini tartışmasıyla ve makaleleriyle ele alan çok yönlü bir çalışmadır. Kitap okunduğunda Pehlül Düzenli'nin kendisinden sonraki araştırmacının önünü açan bir çalışma yaptığı görülecektir.

Kitabın giriş bölümünde, İslam kültür müzik tarihinde müzikle ilgili tartışmalara kaynak olarak kısa bir literatür oluşturulmuştur. Müziğin hükmünün üzerinde yoğunlaşılacak sureler ve ayet numaraları, müzikle ilgili hadislerin bir kısmının yer aldığı hadis kitapları, bâbları ve numaraları, fıkıh kaynaklarında geçen başlıkları, müzikle ilgili yazılmış ahlak ve fetva kitapları, müstakil olarak ele alınmış müzik risaleleri ve musikiyle ilgili Osmanlı zamanında yazılmış eserlerin isimleri oluşturulmuştur.

Birinci bölümde üç başlık incelenmiştir. Kavram, tarih ve felsefe. Yazar, okuyucunun zihnine vermek istediği mesajın zeminini bu üç kelimeyle oluşturmuştur. Kavram kısmında müzik kelimesinin lügat manası olarak "ölçülü ve zevkli nağmeler" terim olarak "ritimli veya ritimsiz olarak estetik bir şekilde bir araya getirme sanatı" olarak tarif etmiştir.(s. 23-24) Müziğin bulunduğu yere göre aldığı isimleri konu edinerek şehir çevreleri, saray ve konaklarda müziğe kâr, kâr-ı nâtık, kârçe, beste, ağır sema, yürük semâî; küçük kasaba çevrelerinde müziğe şarkı, türkü; câmi mûsikisine ilâhî, nefes, münâcaât; kışlada mehter; sınır boylarında marş olarak listeyi uzatmıştır. (s. 28)

Kitabın öne çıkan özelliklerinden birisi Hz. Peygamber'in hadisleri ve İslam kaynaklarındaki müzik terimlerini tespit etmesidir. Bunların her birerlerine alfabetik sırayla özel başlık açarak tek tek bilgi vermiştir. Örneğin, gınâ, inşâd, hıdâ, nasb, niyâhe, meâzif, mezâmîr ve melâhî gibi müzik kelimelerinin bir kısmıdır. (s. 28-37) Hadislerde yer alan müzisyenlerle ilgili tabirler vardır. Bunlar, câriye, cüveyriye, kayne, muğanniye, mürinne, muğannî, nâiha ve zemmâre olup bunların tamamı kadındır. (s. 40-42) İslam tarihinin doğup geliştiği hicaz yarım adasında geçen hadis ve tarih kaynaklarında geçen çalgı aletleri de berbât, celâcîl, ceres, def, gırbâl, gubeyrâ, halhâl, kennârât, kinnîn, kîr, kûbe, meâzif,

* İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Temel İslami Bilimler Hadis Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, etalhayigit@hotmail.com.

mezâmîr, melâhî, mizher, sanc, tabl, urtube, zemmâre hakkında bilgiler vermiştir. Bu bilgilerin kaynak eserlerden bir araya getirilerek buluşturulmuş olması okuyucu için büyük bir avantajdır. (s. 42-50)

Düzenli, müzik konusunu tarih açısından incelemeye eski medeniyetlerden başlayarak Sümer, Mısır, Türk, Çin, Hindistan, Tibet, Eski Yunan ve Eski Roma'da müzikle ilgili vermiştir. Yazar aynı çizgide Yahudilik ve Hristiyanlığın müziğe bakışına da yer vermiştir. (s. 52-62)

Müellif, müziğin felsefe boyutunu da incelemiştir. Yazdıklarından anlaşıldığına göre felsefeden maksadı müziğin yapılmasındaki arka planıdır. Bu nedenle de müziğin felsefesinde kaynağı ve insan üzerindeki etkileri olmak üzere iki kısma ayırmıştır. Müziği, insanların tutku ve ilgi sebeplerini iddialar paralelinde, iletişim ihtiyacı, Allah tarafından özel bir öğreti, bezm-i elest hatırası, kâinattaki âhengın sezgisi, yaratılıştan var olması, fiziksel bir olay, filozofların buluşu, efsundan doğması, yakarış ihtiyacından kaynaklanması, zevk ve eğlence ihtiyacından doğması olarak ifade etmiştir.(s. 63-74) İnsan üzerindeki psikolojik, sağlık ve dini etkilerini de ayrıca ele almıştır. (s. 74-82)

Kitapta, Kur'an'da müzik konusu incelenmiştir. Müellif bunun için öncelikle Kur'an'da geçen ses kelimelerini tespit etmiş ve açıklamasını yapmıştır. Verdiği bilgilere göre Kur'an'da geçen ses lafızları savt, rikz (gizli çıkan ses), hems (insan hareketinden çıkan ses), sayha (sesin yüksek çıkması), sarh (musibet ve sıkıntı anında yüksek sesle bağırma), nak' (musibet ve sıkıntı anında daha yüksek sesle bağırma), na'ak (çobanın koyunlarına seslenirken çıkarttığı ses ve karga sesi), sadîd (çok yüksek ses, feryad etmek), zefîr (derinden soluma, şiddetli ses çıkarma), şehîk (inleme esnasında nefesin içeriye çekilip bir anda bırakılması), dabh (atların hücum esnasında çıkardıkları ses, kişneme), huvâr ((inek sesi, böğürme), sarsar (tiz ve yüksek ses, uğultu), hasîs (ateş sesi, çıtırdama), vesvese (nefis ve şeytan fısıldaması), mükâ (ıslık), tasdiye (alkış) olarak geçmektedir. (s.83-88) Kur'an-ı Kerim'de ritimle ilgili, İsrâ sûresinin 64. ayetinden yola çıkarak sesin durgun insanı hareketlendirecek kadar etkili olduğunu vurgulamış ve ritmin gücünü anlatmıştır.(s.93) Kur'an'da ahenk ve estetik kelimelerinin karşılığını "cemil, tayyib ve zinet" kelimelerinde bulmuştur. Bu minvalde zinetin hem tabii yaratılış hem de insanların kendi yaptıkları süslemeleri kapsadığı sonucuna ulaşmıştır. Müellif, Kur'an üzerinden güzel sanatları üç başlıkta ele almıştır. Birincisi, estetiğin nimet boyutu olan güzel sanatların, insanların faydası için yaratılmış olması*; ikincisi, güzel sanatların fitne unsuru olması; üçüncüsü, güzel sanatlardan yararlanma şartlarıdır.(s.94-98)

* Sâffât 37/6.

Yazar, Kur'an'da müzikle ilgili dolaylı delalet eden on ayeti tespit etmiştir.* Bu tespitinde ayetlerin direk kendisinden değil de sahabe ve tâbiinden gelen rivâyetlerden yola çıkılmıştır. Araştırmaya göre ayetlerin müzik konusuna dolaylı ve ihtimalli delalet ettiği ve ayetler üzerine getirilen yorumlar üzerinde durulan gerekçelerin özel tabirler olmaktan çok genel kuralı ifade ettiği, bu nedenle de illet olma özelliklerini taşımadığı sonucuna ulaşılmıştır.(s.97-105)

Müellif, müzik icrasının mübahlık içermesi için şartlar sıralamıştır. Bunlar, müziğin insanları Allah yoluna engel olmaması, İslam'ın mukaddes saydığı değerlerin alay ve eğlence konusu yapmaması, dini sorumluluk ve görevleri ihmal edecek seviyeden uzak olması, dini değerlere aykırı propaganda olmaması, söz ve icrasında yalan, iftira, zinaya teşvik gibi dinimizce yasaklanan hususların yer almaması, müziğin ibadet gibi algılanmaması, Kur'an okuma ve dinleme kültürünün önüne geçilmemesi, insanları nefsanî arzularına esir edecek bir şekil, muhteva ve seviyede olmaması, insanları dini veya uhrevî faydalardan tamamen uzak bir şekilde faydasız işlerle meşgul etmemesi şeklinde sıralanmıştır. (s.108)

Kitabın başka bir bölümünde, Hz. Peygamber'in müzikle ilgili tutum ve davranışları ele alınmıştır. Müellif bu konuda müzikle ilgili yüz on altı (116) rivâyeti bir araya getirmiş, hadislerin tahrir ve sıhhatini ele aldıktan sonra değerlendirme yapmayı unutmamıştır.

Bu konudaki hadisler geliş güzel verilmemiş dikkat çeken başlıklar üzerinden incelenmiştir. Örneğin, Hz. Peygamber'in şarkı dinlemesi başlığı altında bayram günü, düğün, karşılama merasimi, yolculuk ve normal zamanlarda şarkı söyleme konuları yer almaktadır ki, bu kitabın ahkâm yönünün ağırlık merkezidir.

Hz. Peygamber'in bayram günlerinde şarkı dinlemesi başlığı altında fikhî yorumları mübah, haram ve mekruh olanı zikrettikten sonra Gazzâlî'den şu nakille konuyu bitirmiştir:” *Fitne olmaması şartıyla, köle olmasalar da kız çocuklarının şarkılarını dinlemek caizdir.*”(s. 127)

Hz. Peygamber'in düğünlerde şarkı dinlemesiyle ilgili başlıkta rivayetlerden sonra İbn-i Hacer'den nakil yaparak,” *düğünlerin def ve mübah olan şarkılarla ilanının caiz olduğunu ayrıca önder kimselerin mübahlık sınırı aşılmadığı sürece bu tür eğlenceli düğünlere katılmasının caiz*” olduğunu ifade etmiştir.(s. 129)

Hz. Peygamber'in karşılama merasimlerinde şarkı dinlemesiyle ilgili derlemiştir olduğu hadisin yorumunda Şevkânî'den naklederek,” *Müziği*

* Bkz. Lokmân 31/6, Necm 53/59-61, Furkân 25/72, Kasas 28/55, İsrâ 17/81, 64, Nâziât 79/ 40-41, Enfâl 8/35, Zümer 39/23, Rûm 30/15.

haram görenler Hz. Peygamber’i karşılamada söylenen şarkıyı bir istisna olarak değerlendirmiş, mübah görenler de kendilerine dayanak olarak zikrettiğini” ifade etmiştir.(s. 132-133)*

Hz. Peygamber’in yolculuk esnasında şarkı dinlemesiyle ilgili rivayetleri† derledikten sonra da İmam Şâfi’den naklederek yolculuk türkülerinin caiz olduğunu nakletmiştir.(s. 135)

Hadislerde yer alan tüm rivâyetlerde geçen şarkı söyleyenlerin kız çocuğu ve köle kadın olduğu ayrı bir dikkat konusudur.(s. 137)

Diğer taraftan Hz. Peygamber’in şarkıyı yerdığı hadislerde mevcuttur. Düzenli, bu konuda şarkı dinlemenin yanında şarkı dinleyenlere beddua ettiğine dair rivâyetler bulunduğunu ancak bu konuda sahih hadise rastlamadığını ifade etmiştir.(s. 137-142)

Kitapta, Hz. Peygamber’in şarkı yerine Kur’an’ı güzel sesle ve makamla okumayı tavsiye içeren hadisler yer almaktadır. Müellif, değerlendirme sadedinde müzikle ilginin Kur’an ile olan ilişkiyi ezmemesi, Kur’an zevk ve kültürünü köreltecek seviyede olmaması şartıyla caiz olduğunu söylemiştir.(s. 150) Aynı şekilde, hadislerde geçen çalgı aletlerine de yer vermiştir. Bu konuda çalgı aletlerini yeren ve müsaade eden hadisler verilmiştir. Kitapta verdiği bilgilere göre def ve gırbâl çalınmasında sakınca olmayıp, o dönemdeki, berbat, celâcil, ceres, gubeyrâ, halhâl, kennârât, kinnîn, kîr, kûbe, meâzif, sanç, zemmâre, davul, tambur, zil, ud, mizmâr çalgı aletlerini yerdığı görülmektedir. Bazı hadislerde de çalgı aletleri yerilirken “telli, üflemeli ve vurmali” çalgı aletleri ifadesiyle daha genel bir çerçeve çizilmiştir. (s. 162-178) Ayrıca bir kısım âlimlerin İbn-i Ömer’in zurna sesini işittiğinde kulaklarını tıkaması ve Hz. Peygamber’den böyle gördüğünü söylemesiyle ilgili hadisi, ” *Bu konudaki hadis münkerdir. Ayrıca bu haram olsaydı Hz. Peygamber sadece kendisi kulaklarını tıkamaz İbn-i Ömer’e de böyle yapmasını emrederdi*” şeklinde alıntı yaparak yorumlamıştır.(s. 166) Gazzâli, Remlî, İbn-i Hacer, Sübkî, Aynî, Beğavî, İbn-i Kudâme, Şevkânî, Zeylaî, Haskefi gibi âlimler de hadislerden yola çıkarak düğün, bayram, ve karşılama gibi meşru sevinçlerin def, şarkı gibi meşru eğlencelerle kutlamanın caiz olduğunu söylemişlerdir.(s.201)

Kitapta incelenen farklı bir başlık da hadislerde Hz. Peygamber ve ağıttır. Bu konudaki hadislere bakıldığında cenaze için gözyaşı dökülmesinde sakınca olmayıp Allah’ın takdirine isyan anlamı taşıyan yüz tırmalamak, yersiz sözler söylenmesi gibi davranışlar haram kılınmıştır.(s.179-183)

* Tirmizî, Menâkıb, 17; Ebû Dâvud, Eymân, 27.

† Buhârî, Meğâzî, 38; Edeb, 90; Müslim, Cihad ve Siyer 123.

Kitabın başka bir bölümünde mezhep imam ve âlimlerin müzikle ilgili görüş ve yorumları ele alınmıştır. Aynı şekilde fakihlerin müzikle ilgili fetvalarının illetleri üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Hanefi mezhebi uleması, müziği değerlendirirken, şarkı, şarkıcılık, çalgı aletleri, eğlence, zinaya düşme tehlikesi, kazanç sağlama, karşı cinse özentisi, kadın sesi, insan üzerindeki etkileri başlıkları altında incelendiği görülmüştür. Temel hareket noktası olarak Lokmân suresi 31/6 ve En'âm suresinin 6/68 ayetlerini referans alınmıştır. Genel olarak Hanefi kaynakları “levh ve adalet” kavramlarından hareketle hükme varmaya çalışmışlardır. *Levh, düşünce ve gayreti, kullanılması hoş olmayan yerlerde kullanm; faydalı ve öncelikle yapılması gereken şeyleri engelleyen, nefساني ve shevi duyguları kısa zamanda harekete geçiren her şey* olarak tanımlanmıştır. *Adalet, kişiyi dini yasaklar ve toplumsal itibarı zedeleyen yakışıksız davranışlardan sakındıran alışkanlık* tanımlanmış müzisyenlerin (haram sayılması durumunda) şahitliklerinin kabul edilmeyeceğini ifade etmişlerdir.

Müellif, genel olarak mezheplerin (Hanefi, Mâlikî, Şâfi, Hanbelî) farklı açılardan müziği ele aldıklarını fakat “*dini görev ve sorumlulukları engellememesi, söz veya icrâsında haramlara teşvik veya tahrik olmaması, toplumsal güven itibarı zedelememesi, ahlaksızlık, karşı cinse ve dinlere özentisi olmadığı sürece bir sakınca görmediği*” şeklinde ortak bakış açılarını özetlemiştir. (s. 238-242) Zâhirîler ise müziğin mutlak olarak caiz olduğunu müziğin yasaklığıyla ilgili hadislerin ya zayıf, ya da uydurma olduğunu ve kişilerin müziği yapmadaki niyetlerine göre hükmün de değişeceğini savunmuştur. (s. 243)

Düzenli, tasavvuf musikisi ile ortaya atılan iddialar ve cevaplarını kitabında yer vermiştir. Bu iddialar bugün de sorula gelmekte cevapları da tazeliğini korumaktadır. Şöyle ki, bir iddia ve cevabı “*Vecde tutulanlar neden Allah kelamı olan Kur'an-ı dinlerken aynı vecdi hissetmiyorlar? Cevap: Esasen Kur'an dinlenirken de vecd meydana gelir. Ancak gelmiyorsa mahlûkata duyulan aşk ve vecdden ileri gelir.*” şeklindedir.(s.255-256) Musikinin meşruiyetinin Osmanlı dönemi fetva kitaplarında hararetle tartışıldığını kitabın verdiği örneklerden anlaşılmaktadır. Bu konudaki tartışmalar fukahâ ve tasavvufçular olmak üzere iki grup arasında gerçekleşmiştir.(260-266)

Müellif, kitabında şarkı kelimesini örfümüzde kullanılan şarkı anlayışından irak ve daha geniş anlamda kullanmıştır. Kitabının “*şarkı söyleyen ve çalgı aleti kullanan sahabiler*” başlığını okuyan sahabenin örfümüzdeki gibi şarkı söylediği düşüncesine kapılabilir. Hâlbuki içerikte sahabenin yolculuk esnasında söylenen ve kişinin sessizce kendi duyabilecek şekilde mırıldandığı sözler, gurbet türküleri ve beyitleri bu başlıkta incelenmiştir. Sıhhatine değinmeyerek yaptığı rivâyetler arasında Abdullah b. Zübeyr'in ud çalan cariyelerinin olmasıdır.(s. 268)

Düzenli, kitabını müziğin tarihi ile ilgili bilgi verirken İslam öncesi ve sonrası olarak incelediği görülmektedir. İslam sonrasında Hulefa-i Râşidîn, Emeviler, Abbâsiler, Endülüs Emevileri, Selçuklu ve Osmanlı Devleti'nin müzikle ilişkileri anlatılmış ve bu dönemlerde yapılan müzikler ve bakış açıları çözülmeye çalışılmıştır. Bu meyanda içerdiği bilgilerle İslam müzik tarihi bilgisi sunulmuştur. (s. 273-) Özellikle Osmanlı döneminde uygulanan kına gecesi, sünnet merasimi ve beşik alayı* günümüzde gelenek/örf olarak devam etmektedir.

Müellif, kitabının son kısmında müzikle ilgili makaleleri toplamıştır. Osmanlı ulemasından İzmirli İsmail Hakkı ve Mustafa Sabri Efendi'den Karadâvî, Muhammed Gazzâlî ve Muhammed Hamidullah gibi yerli ve yabancı on üç makaleyi bir araya getirmiştir. Bu makalelerin ortak noktasına bakıldığında (Mustafa Sabri Efendi hariç) müziğin meşru' çerçevede yapılmasında sakınca olmadığıdır.(s.333-398)

Yazar, ilgili konuyu kendi içinde tarafsız tartışırken sonuca bağlamaktan çoğu kez kaçındığı görülmektedir. Konunun ağırlığı ve daha farklı bir çalışmaya havale etme çabasından olabilir. Çünkü kitabında "doktora düzeyinde çalışmayı gerektirir", farklı bir çalışmayı gerektirir, çalışma sınırlarımızı aşar" gibi ifadelerle karşılaşılmaktadır. Zaten kendisi de bunu açıkça çalışmasının giriş mahiyeti taşıdığını ifade etmektedir. Bu nedenle de bazen konunun değerlendirmesini göremeden bitmesine şahit olunabilir.

Çalışmanın bir ağırlıkta olması kitabı daha verimli hale getirebilirdi. Yani, İslam hukuku açısından müzik konusu incelenip, içeriğinde mukayeseli bir fıkıh tartışması yapılsaydı ve konu hakkındaki içtihadı çalışması yapan birisi olarak kanaati ortaya koysaydı daha iyi olabilirdi.

Yazarımız kitabı hazırlarken çok emek verdiği okurken kendini hissettiriyor. Örneğin müzikle ilgili kavramlar, hadislerin tamamının zikredilmesi, ulemadan yaptığı zengin rivâyetler bunu belgeler niteliktedir. Eser, müzik konusunda mezhep taassubundan uzak, doğrunun bulunması için objektiflik sunan, içeriğinde konuyu tartışan mukayeseli bir fıkıh kitabıdır.

Düzenli, bu eserinde müzikle ilgili her bir konuyu etraflı ele aldığından İslam ve müzik kavramlarıyla çalışma yapan kimseyi eserine muhtaç bırakmıştır. Kitapta müziğin tarihi, fıkıhı, hadisi, felsefesi, müzikle ilgili yerli ve yabancı makalelere yer vermesiyle kitaba âdeti mini bir ansiklopedik hüviyet kazandırmıştır. Bu durum kitabın dağınık olduğu görüntüsüne rağmen yeni çalışma üretmek isteyen alıntı yapmadan eserini takdim edemeyeceği ve ülkemizde muadili olmayan orijinal bir çalışmadır.

* Yeni doğan çocuklar için yapılan merasim ki, günümüzde mevlüd olarak uygulanıyor.

Kitabın adı: İslam Kültür Tarihinde Musiki

Yazar: Pehlül Düzenli

Yayınevi: Kayıhan

Sayfa: 416

Baskı: 2

Yayın Yılı: 2014