



İSTANBUL KENT
ÜNİVERSİTESİ

İstanbul Kent
Üniversitesi
İnsan ve
Toplum
Bilimleri
Dergisi

Cilt: 4 Sayı: 2 Yıl:2023

e-ISSN 2717-9737

İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ
İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ DERGİSİ

Cilt/Volume: 4
Sayı/Issue: 2

Sahibi / Owner:

İstanbul Kent Üniversitesi adına Prof. Dr. Necmettin ATSÜ
Prof. Dr. Necmettin ATSÜ on behalf of İstanbul Kent University

Editör/Editor:

Fatma Nezihe Gümüş, iisbf.editor@kent.edu.tr
İstanbul Kent Üniversitesi

Yayın Sekreteri /Journal Secretary

Merve Şengüler, merve.senguler@kent.edu.tr
İstanbul Kent Üniversitesi

İnternet Adresi/Website: <https://dergipark.org.tr/itbfkent>

Editör Kurulu / Editorial Board

İbrahim Anıl, ibrahim.anil@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Öcal Usta, ocal.usta@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Hasret Çomak, hasret.comak@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Ahmet İlkay Ceyhan, ilkay.cejhan@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Bülent Demir, bulent.demir@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Doğın Şafak Polat, dogansafak.polat@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Herbert Reginbogin, hreginbogin@gmail.com, THE CATHOLIC UNIVERSITY OF
AMERICA, US

İbrahim Sirkeci, sirkecii@gmail.com, SALFORD BUSINESS SCHOOL, UK

Ruken Özgül Kılanç, ruken.ozgulkilanc@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Danışma Kurulu / Advisory Board

Hugh Lauder, H.Lauder@bath.ac.uk, UNIVERSITY OF BATH

Ali Yıldırım, ali.yildirim@gu.se, UNIVERSITY OF GOTHENBURG

Özlem Ünlühisarcıklı, unluhisa@boun.edu.tr, BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ

Susan Robertson, slr69@cam.ac.uk, UNIVERSITY OF CAMBRIDGE

Erol Yıldız, erol.yildiz@uibk.ac.at, INNSBRUCK UNIVERSITY

Susanne Spindler, susanne.spindler@hs-dusseldorf.de, HOSCHSCHULE DÜSSELDORF

Erika Schulze, erika.schulze@fh-bielefeld.de, FACHHOCHSCHULE BIELEFELD

Markus Ottersbach, markus.ottersbach@th-koeln.de, TECHNISCHE HOCHSCHULE KÖLN

Arzu Kihtir, kihtir@istanbul.edu.tr, İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ

Hatice Yaprak Civelek, haticeyaprakcivelek@anadolu.edu.tr, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Yayın Kurulu / Publishing Board

İbrahim Anıl, ibrahim.anil@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Bülent Demir, bulent.demir@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Elif Çağlı, elif.cagli@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Duygu Aydın Aslaner, duygu.aydinaslaner@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Serkan Akgün, serkan.akgun@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Zafer Çeler, zafer.celer@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Ruken Özgül Kılanç, ruken.ozgulkilanc@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Tanju Özdeniz, tanju.ozdeniz@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Esra Bal Külahi, esra.balkulahi@kent.edu.tr, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Mesut Özel, mesgam@gmail.com, İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ

Hakem Kurulu / Reviewer Board

- Prof. Dr. Arzu Kihtir, İstanbul Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Yaşar Onay, İstanbul Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Susan Robertson, University of Cambridge, İNGİLTERE
Prof. Dr. Nilgün Tatal Cheviron, Galatasaray Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Öcal Usta, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Özlem Ünlühisarcıklı, Boğaziçi Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali Yıldırım, University of Gothenburg, İSVEÇ
Prof. Dr. Erol Yıldız, Innsbruck Üniversitesi, AVUSTURYA
Prof. Dr. İbrahim Anıl, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Uğur Tekin, TÜRKİYE
Doç. Dr. Ayça Kırğız, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Güliz Kolburan, Aydın Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Lale Levin Basut, Yeditepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Melih Görgün, Yeditepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Şakir Dinçşahin, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Ahu Özmen Akalın, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Caner Sancaktar, Kocaeli Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Ozan Örmeci, İstanbul Aydın Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Hande Sert, Boğaziçi Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Umut Uzer, İstanbul Teknik Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Filiz Keser Aschenberger, Danube University Krems, AVUSTURYA
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Caner, Boğaziçi Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Bülent Demir, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Gül Arıkan Akdağ, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Furkan Kaya, Yeditepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Duygu Aydın Aslaner, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Esra Saniye Tuncer, Dicle Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Fahimeh Hosseinezhad Hendvari, İstanbul Aydın Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Melek İpek, İstanbul Aydın Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Melike Durmaz, Yeditepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Deniz Tansi, Yeditepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Orhun Karsavuran, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Reyhan Başaran, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Gözde Kurt, Beykent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Figen Sabırcan, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Hatice Karaman, Yeditepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi, Dilaram Billur Örnek, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Fatoş Bulut Ateş, Çukurova Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi, Esra Bal, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi, Tanju Özdeniz, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Meltem Aslan Gördesli, Medipol Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Asude Malkoç, Medipol Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Sinan Kısacık, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Kübra Koç, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Rukiye Köroğlu, İstanbul Kent Üniversitesi, TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi İrem Çoban, İstanbul Bilgi Üniversitesi, TÜRKİYE

İçindekiler

1. Kötülüğün Sıradanlaşması (Derleme) -F. *Serra Arslan*.....1
2. Kayseri İlinin Sağlık Turizmi Potansiyelinin Tespitine Yönelik Nitel Bir Araştırma (Araştırma Makalesi) - *Aylin Koç*.....15
3. Neoliberal Tüketim İdeolojisi Ve Değişen/Dönüşen Müslüman Kimliği (Tartışma)- *Osman Şimşek, Orhan Orhun*.....29
4. How To Select The Most Sustainable Supplier Conforming To Your Purchasing Needs: A Multi-Criteria-Decision-Making Model For Sustainable Procurement (İnceleme Makalesi) - *Halim Yurdakul, Murat Sağbaş, Fahri Alp Erdoğan*.....45
5. The Effect Of Technological Transformation On The Management Of Security Strategies (İnceleme Makalesi) -*Mehmet Naci Efe*.....65
6. Pandemi Sürecinde İş Sanat Youtube Kanalının Görsel Sanatlar Alanındaki Video Paylaşımlarına Yapılan İzleyici Yorumlarının İncelemesi (Araştırma Makalesi)- *Sinem Alpaslan, Mustafa Çapar*.....84
7. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Narsistik Kişilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Araştırma Makalesi) - *Davut Ceylan*106

KÖTÜLÜĞÜN SIRADANLAŞMASI

F. Serra ARSLAN¹

ÖZ

Psikoloji kuramlarının temel sorularından birisi “insan iyi midir?” Psikoloji ve felsefe tarihinde sıklıkla çalışılan bu soruya verilen cevaplar ise paradigmların bakış açısına göre değişebilmektedir. Örneğin, hümanist psikologlar insanın doğuştan iyi olduğunu varsaymakta, psikanalistler ise doğuştan bir kötülüğün varlığına işaret etmektedir. Bu bireysel kötülüğün üzerine yapılan açıklamaların yanı sıra sosyologlar kaçınılmaz bir son olan insanın toplumsallaşmasının kişileri ve toplumları nasıl daha iyi veya kötü hale getirdiğini araştırmaktadır. Yerleşik hayata geçen insan, iş bölümü ve profesyonelleşmenin artması ile beraber hızlı bir sosyalleşme durumunu tecrübe etmiştir. Toplumsallaşma sürecinde kişilerin birbirlerini etkilediği, böylece gruplarında kişilerden etkilendiği ve son olarak gruplarında tek tek üyelerini etkilediği sosyoloji biliminin temel varsayımlarındandır. Bu önermeden hareket ile toplumsal olmak ya da bir arada olmak var olan durumların etkilerini arttırdığı gibi bu etkinin kötülük fikrini nasıl sıradanlaştırdığı ve bu durumun sıklığını nasıl arttırdığı bu çalışma üzerinden açıklanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kötülük, Sosyal Kötülük, Uyma

THE ORDINARY OF EVIL

ABSTRACT

One of the basic questions of psychology theories is "Is a person good?" The answers given to this question, which is frequently studied in the history of psychology and philosophy, may vary according to the perspectives of the paradigms. For example, humanistic psychologists assume that humans are innately good, while psychoanalysts point to the existence of an innate evil. In addition to the explanations on this individual evil, sociologists investigate how the inevitable end of human socialization makes individuals and societies better or worse. People who have settled down have experienced a rapid socialization situation with the increase in the division of labor and professionalization. It is one of the basic assumptions of the science of sociology that people affect each other in the process of socialization, so that they are affected by people in their groups and finally they affect their members individually in their groups. Based on this proposition, being social or being together increases the effects of existing situations, and how this effect makes the idea of evil ordinary and increases the frequency of this situation will be tried to be explained through this study.

Keywords: Evil, Social Evil, Compliance

¹ Öğretim Görevlisi, Üsküdar Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-1938-1494, arslanfatimaserra@gmail.com

Giriş

Bu çalışma kötülük sorunu üzerine tartışma başlatarak kötülüğün nasıl olağan bir durum haline geldiğini ve gelebileceğine, interdisipliner bir yöntemle siyaset bilim ve psikoloji alanlarının literatürünü kullanarak açıklamaya çalışacaktır. Kötülük kelimesi fonksiyonel birçok tanıma sahip olmasına rağmen “*Şer, Fenalık ya da Kemlik 1. İstenilen, beğenilen nitelikte olmayan, hoşça gitmeyen, fena, iyi karşıtı 2. Zararlı, tehlikeli 3. Korku, endişe veren 4. Kaba ve kırıcı 5. Kişi veya toplum üzerinde olumsuz etkileri ...*” (TDK, 2022) şeklinde açıklanmaktadır.

Felsefe alanı iki tür kötülük olduğunu varsaymaktadır. Bunlar, doğal ve ahlaki kötülüktür. Ahlaki kötülük, “kasıtlı kötü eylemlerinin kötülükleriyle birlikte, insanların kasıtlı olarak seçtikleri veya bilerek kötülüğün oluşmasına izin verilen durum” olarak nitelendirilmektedir. Doğal kötülükler ise “değiştiremeyeceğimiz veya engel olamayacağımız hastalıklar ve kazalar gibi diğer tüm durumları” tanımlamaktadır (Haslam ve Reicher, 2007). Depremler, gelgit dalgaları ve salgın hastalıklar gibi “doğal” kötülüklerin yanı sıra, insan aptallığı, kibri ve zulümden kaynaklanan kötülükler de vardır. Ancak, kötülük sorunu üzerinde çalışan filozofların dikkatini çeken bir başka kötülük biçimi daha vardır. Bu kötülük biçimi sosyal kötülük olarak adlandırılmaktadır. Sosyal kötülük, birçok kişinin etkileşimlerinden kaynaklanan kötülük biçimidir (Lozowick, 2005). Bu çalışmanın ve literatürün kabulü sosyal etkileşimler nedeniyle oluşan sosyal kötülüğün en problemleri biçim olduğudur.

Sosyal Kötülük

Sosyal kötülük, sosyal etkileşim sonucunda ortaya çıkan ve sosyal olarak inşa edilen bir olgudur (Kiriş, 2008). Sosyal iyilik (Proaktiflik) durumunun zıttı olarak anlaşılması kabul edilebilir olan bu kavramı (Peker, 2018) anlamak için örnekle somutlaştırmak işlevsel temelinin anlaşılmasını kolaylaştıracaktır. Örneğin bir yerleşim yerinde kısmi süreli bir su sıkıntısı yaşanmaktadır. Geçici bir zaman diliminde yaşanması beklenen bu sıkıntıyı toplumsal olarak atlatabilmek için toplumun bütün üyelerinin iş birliğine ihtiyaç vardır.

Bu toplumda yaşayan herkes suyu idareli şekilde, asgari ihtiyaçlarını gidermek için kullanır ise sıkıntı süresince büyük yıkım veya felaketin baş göstermesi beklenmez. Bu olumlu sonuç için herkesin idareli veya ihtiyatlı davranması gerekmektedir. Fakat herkes bu hassasiyeti önemsemez ve su tüketim davranışlarını değiştirmez ise sonuç olarak asgari ihtiyaçlar için bile su bulunamayabilir (Werner, 2000). Bu noktada herkes rasyonel davranır ve suyun tüketimi noktasında etkisinin olmayacağını varsayar ise, her birey kendi için en iyi olanı seçerek davranacak ve tüketimler azalmayacağı için toplu sonuç istenmeyen felakete yol açacaktır. Ortaya çıkan durum ise sosyal bir kötülük hali olacaktır.

Sosyal kötülüğün, doğal ve ahlaki kötülükten temelde farklı olduğu iddiasına itiraz, kötülüğün acı çekmeyi gerektirdiği ve acı çekmenin sosyal koşullara bağlı şekilde olamayacağı varsayımdır (Badiou, 2004). Farklı türdeki kötülükleri ele almak için farklı savunma ve sorun sistemleri kullanılır ve bu tür kötülük türleri onları meydana getiren süreçlerle bireyselleştirilir. Fakat tabii ki, ahlaki ve doğal kötülüklerin yarattığı sorunlar farklıdır. Ve sosyal kötülük ne doğal yasa ile ne de doğrudan seçim ile ortaya çıkmadığı için, iki temel kötülük sisteminden de farklılaşmaktadır (Bernstein, 2002). Yukarıdaki iddiaya itiraz ederek, ahlaki kötülüğün ve doğal kötülüğün, özgür irade savunmasının en azından doğal kötülüğün bir ahlaki kötülüğün sonucu olduğu zamanlarda gerçek bir ayırım olmayacağını gösterilmesi farklı çelişkili soruları ortaya çıkarabilir.

Sosyal kötülüğün farklılığına bir diğer itiraz, sosyal kötülüğün doğal kötülüğe benzediği ve onun kapsamı içerisinde değerlendirilmesi gerektiği durumudur. Su kıtlığı örneğinden hareketle bu itiraz, kaynak kıtlığının doğal bir kötülük olduğunu ve dolayısıyla temelde sosyal kötülüğün doğal bir kötülük olduğunu varsaymaktadır. Fakat kaynak kıtlığının doğal bir kötülük olduğu iddiasını kabul etmemiz için bu durumu ortaya çıkaran sebepleri incelemek gerekmektedir. Doğal kötülük, doğal süreçlerden kaynaklanan bir acı şeklidir (Sicart, 2009). Bu kötülüklerin standart durumları kasırgalar, depremler ve yıldırım çarpması sonucu meydana gelen acı ve ıstırap vakalarıdır. Fakat neden bir kaynağın kıtlığının sonucunda ortaya çıkacak olan acı ve ıstırap nedeni doğal kötülük olmasın? Normal şartlarda bile su kıt bir kaynaktır. Yöneticiler tarafından şehirde yaşayan herkesin sürekli bütün muslukları açık bırakacağı varsayılmaz. Ancak durum etkin bir yönetim ile sürdürülebilir hale getirilebilmektedir. Bu sayede kimse bu durumdan olumsuz şekilde etkilenmez. Bazı kıtlık vakalarının acı ve ıstırap çekildiği doğrudur, ancak genellikle acı ve ıstırapın büyüklüğü toplumun ortak davranma veya davranmama durumu ile yakından ilişkilidir. Örneğin kuraklığın etkilerinin büyüklüğü, bölge sakinlerinin bilinçli davranma durumları ile ilişkili olacağı değerlendirilmelidir (Haklı, 2002).

Stanford Deneyi “Lucifer Etkisi: İyi İnsanların Nasıl Kötü Olduklarını Anlamak”

1971 yılında sosyal psikolog Philip Zimbardo Stanford Üniversitesi psikoloji binasının bodrumunda sahte bir hapisane kurarak bir deney düzenlediği oluşturmuştur. Planladığı iki haftalık deney için seçtiği 24 denek, orta sınıf, eğitilmiş, üniversite çağındaki erkeklerdir. Deneye katılımcılar kabul edilmeden önce, kişilik testleri ve klinik görüşmeler yapılmış, hepsinin "normal" olduğu varsayılarak deneye dâhil edilmiştir. Her katılımcıya günde 15 dolar ödeneceği ayrıca taahhüt edilmiştir (Zimbardo vd. 1971).

Deney başladığında iki grup arasında ölçülebilir kişilik farklılıkları olmadığını tespit etmiştir. Bu nedenle Zimbardo, katılımcıları mahkûm ya da gardiyan olarak atamak için yazı-tura

atmıştır. Kendi ise deneyde müdürün rolünü oynamıştır. Araştırmacılar başlangıçta deneklerin deneyi yeterince ciddiye alamayacaklarından endişe duyan Zimbardo, sonuçlar ile şaşkınlığa uğramıştır (Haney ve Zimbardo, 1998). İki grup hızlıca gerçek hayattaki benzerleri gibi davranmaya başlamış ve verilen rolleri hızlıca benimsemiştir. Mahkûmlar gitgide umutsuzlaşmış; hatta bazıları psikolojik açıdan sıkıntılar yaşamıştır. 36 saatten daha kısa bir sürede, aşırı depresyon, düzensiz düşünce, kontrol edilemeyen ağlama ve öfke nöbetleri nedeniyle bir mahkûm serbest bırakılmıştır. Sonraki üç gün boyunca ise, benzer kaygı belirtileri gösterdikleri için üç mahkûm daha deney dışı bırakılmıştır. Beşinci mahkûm ise, psikosomatik bir cilt döküntüsü geliştirmiştir ve deney dışı bırakılmıştır (Zimbardo vd., 1971).

Gardiyanların davranışları ise daha da rahatsız edici bir hal almıştır. Hepsi güçlerini bir dereceye kadar kullanmış ve mahkûmları önemsiz görerek, genellikle tutarsız kurallara uymaya zorlamışlardır. Onları bir dolaptan bir başkasına taşımak veya sıkıcı, anlamsız bir iş yapmaya zorlamışlardır. Mahkûmlar şarkı söylemekten ve gülmekten vazgeçmiş, halka açık bir şekilde lanetlenmek ve kötü huylu olmak; tuvaletleri çıplak elleriyle temizlemek zorunda bırakılmıştır. Zaman zaman ise bir gardiyan ayağıyla sırtlarına basılarak şınav çekmeleri istenmiştir (Zimbardo, 2008).

Mahkûmlar psikolojik olarak o kadar olumsuz etkilenmiştir ki, sahte tahliye kurulu duruşması sırasında birçoğu serbest bırakılma karşılığında kazandıkları parayı kaybetmeyi göze alabileceğini söylemiştir. Zimbardo bile gardiyan rolüne saplanmış, mahkûmların kötü muamele görmesi ve cezaevi ihlallerinin önlenmesi konusunda, var olan delilik dalgasına katıldığı belirtilmektedir. Zimbardo'nun doktora yaptığı sırada arkadaşı olan bir kişinin ikazları sonucunda çalışma iptal edilmiştir. Ve bu deney sadece altı gün ve gece sürebilmiştir (Carnahan ve Mcfarland, 2007).

Stanford Hapishanesi Deneyi olarak bilinen bu deney, sosyal psikolojinin temel taşı haline gelmiştir. Stanley Milgram'ın (1963) otoriteye itaat etme konusundaki çalışmaları ile birlikte Zimbardo'nun araştırması, alanın temel prensibini gösteren en önemli araştırmalarından biri olarak kabul edilmiştir. Stanford'da olanlar, delice ve kötü davranışların normal insanlarda bile görülebileceği ve bu şiddet ve agresif tutumların herhangi bir anda kişi veya bir grup tarafından benimsenebileceği varsayılmaktadır (Zimbardo, 2008).

Gündelik hayatta karşılaşılan küçük ve büyük ölçekli kötülüklerin bolluğu Zimbardo'nun deneyinin önemini arttırmıştır. Örneğin, kiliselerde görevli Katolik rahipler tarafından cinsel tacizlerin ortaya çıkması, Vietnam'daki My Lai katliamları, polis memurlarının sistematik programları nedeni ile Jonestown'daki toplu intiharlar, Ruanda'daki soykırım ve birçok başka durum kötülüğün yaygınlığı ile kişilere olan yakınlığını göstermektedir. Zimbardo, bu kötülüklerin her birinin Stanford Hapishane Deneyi sırasında nasıl temsil edildiklerini ve bu deneyin çıkarımları sonucunda bu durumların bir dereceye kadar nasıl önlenebileceğine ikna edici bir şekilde açıklamaya çalışmaktadır (Zimbardo, 2017).

En önemlisi, Zimbardo, ABD askeri personeli tarafından Abu Ghraib hapisanesinde yürütülen rezil sadist eylemleri analiz etmiş ve Ebu Ghraib'deki gece vardiyasında bir denetçinin görevini nasıl kötüye kullandığını ve bu kötülerden biri olan Personel Çavuş Chip Frederick'in ürpertici bakış açısını ele almıştır. Zimbardo, Frederick'in mahkemesi sırasında uzman bir tanık olarak bulunmuş ve ailesini iyice analiz etmiştir. Zimbardo, Frederick'in idealist askerden suistimalciye dönüşümünü tanımlamayı bitirdiğinde, Abu Ghraib'in, Stanford Hapishanesi Deneyinden ayırt edilemez hale geldiği sonucuna varmıştır. Irak hapishanesi olan Abu Gharib ise, Zimbardo'nun deneyini gerçek gardiyanlar ve mahkûmlar kullanarak yinelemek isteyen etik davranmayan sosyal psikologlar tarafından tasarlanmıştır (Carnahan ve McFarland, 2007).

Zimbardo'nun hedeflediği kötü davranma sıradan bir potansiyelin sonucudur. Tanrı'nın en sevdiği melek Lucifer'in metamorfozunun Şeytan hikâyesiyle özetlendiği gibi iyiliğin kötülüğe dönüşümünü tanımlamak için "Lucifer etkisi" terimini kullanır. Kuşkusuz bireyler, kötü davranma eğilimlerinin büyüklüğü konusunda farklılık göstermektedir. Ancak, sosyal psikoloji alanındaki yarım asırlık araştırmalar, çoğu zaman insanların küçük bir uyarıcı durumunda en kötü davranışı ortaya çıkarabildiği sonucuna varmıştır. İnsanların bazı durumlarda kötü davranması tipiktir (Zimbardo, 2008). Adolf Eichmann'ın duruşmasında Hannah Arendt'in "kötülüğün yasallığı" olarak nitelendirdiği şey de tam olarak budur.

Zimbardo sıradan insanların kötü şeyler yapmasını beklendik bir durum olarak tanımlamaktadır. Çoğu kötülük, iç karartıcı şekilde sıradan sosyal-psikolojik tepkilerden kaynaklandığı Zimbardo tarafından bulgulanmıştır. Zimbardo, Lucifer'in etkisini aktive etme eğiliminde olan durumsal kuvvetlerin ve bunlara verilen normal psikolojik reaksiyonların kapsamlı bir listesini ve tartışmasını sunmaktadır. İstenmeyen sosyal etkilere direnmek, tehlikeleri vurgulamak ve olumsuz etkileri etkisiz hale getirmek için somut reçeteler sunmak için çalışmıştır (Zimbardo, 2008). Örneğin, adil ve haksız merciler (kamu erkleri, kurumları) arasında nasıl ayırım yapılacağına, kişinin güvenlik yanılması için özgürlüğünden ödün vermemeye özen göstermesi gerektiği ve haksız sistemlere ne zaman, nerede ve nasıl dayanacağını öğrenmeye dair küçük eğitimler düzenlemiştir.

Lucifer Etkisi

Lucifer bir melek olarak kabul edilmektedir. Lucifer "ışığın getiricisi" anlamına gelmektedir. Yaratılış sırasında Âdem'i tanımayı ve benimsemeyi reddetmiş ve cehenneme sürgüne gönderilmiştir. Lucifer yani şeytan, sürgünden sonra insandaki kötülüğü ve kötü şeyler yapmaya teşvik ederek onları açığa çıkarmayı amaçlamıştır. Zimbardo'ya göre, araştırmasına odaklanması için ona ilham veren metafor budur (Krueger, 2009). Bu nedenle insanda kötülüğün temellerini araştırmak istemiş ve adını Lucifer etkisi koymuştur.

Tarihsel Bağlamda sosyal psikolojide en çok çalışılan alanlardan biri grupların davranış

üzerindeki etkisidir. Jennes tarafından grup etkisinin değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen deneyde fasulye dolu kavanozun içerisindeki fasulye sayısının tahmin edilmesi bekleniyor. Grup ile beraber tahmin eden kişiler grup ortalamasına yakın tahminde bulunurken, münferit olarak tahmin eden katılımcıların ise ortalamaya göre daha uzak tahminlerde bulunduğu tespit edilmiştir (Zimbardo, 2008). Bu deney nispeten zararsız küçük deney, gruba uygunluk olgusunun varlığını göstermiştir

İkinci Dünya Savaşı sırasında tüm kötü eylemler bir azınlık grup üzerine yöneltilmiştir. Savaş sonrası bu durumu gerçekleştiren kişilere bu kötülüğü bir gruba neden yaptıkları sorulduğunda bir yankı gibi “sadece emirlere uydum” kelimesi birçok kez tekrarlanmıştır. Kudüs’te savaş suçlusu Adolph Eichmann’ın savunması ve yargılanmasının sonuçlarını analiz eden siyasi teorisyen Hanna Arendt benzer sonuçlara ulaşmıştır. Arendt, bu kişilerin fanatik ya da zihinsel olarak dengesiz olmadığını, kötü şeyler için sadece emirlere uydukları sonucuna varmıştır (Akt., Carnahan ve McFarland, 2007).

Stanley Milgram, Arendt’in tezinden temel alarak çok konuşulan itaat deneyini kurgulamıştır. İnsanları bir otorite figürüne itaat etmeyi hangi durumlarda bırakabildiğini test eden Milgram, katılımcıların, bir resmi önlüklü kişi tarafından “devam etmeleri” söylenmiş ve bu durumun sonucunda kişiler başkalarına güçlü elektrik şoklar verebildikleri sonucuna ulaşmıştır. 450V şok veren kişi sayısı katılımcıların %65’i olarak tespit edilmiştir. Milgram, bu deneyi kültürler, cinsiyetler ve farklı ortamlarda geliştirmeye devam etmiş, fakat sonuçlar genel olarak pek değişmemiştir (Akt. Smith, 2007)

Stanley Milgram ve İtaat Deneyi

Milgram deneyi, muhtemelen, en iyi bilinen deneylerinden biridir. Milgram deneyi 1960 ve 1963 arasında gerçekleşmiştir. Yale Üniversitesi psikoloğu olan Stanley Milgram, kişinin kişisel vicdanıyla çelişen eylemleri gerçekleştirmek için bir otorite figüründen gelen talimatlara uyma istekliliğini incelemek için deneysel araştırma tasarlamıştır (Milgram ve Gudehus, 1978). İnsanlara acı veren elektrik şoku seviyelerine maruz bırakarak başka bir kişiyi cezalandırması emrine itaat seviyelerini test edebileceği deneysel bir düzen kurmuş ve bu durumu düzmece olarak kimsenin zarar görmeyeceği şekilde planlamıştır (Slater, 2006). Milgram, deneylerini Solomon Asch (1956) ve diğerlerine atıfta bulunarak sosyal psikoloji alanındaki deney geleneğine uymuştur. Bu çalışmalar, “kitle toplumunun” gelişmeleriyle bağlantılı olarak, savaşlar arası dönemde sosyal psikologların endişesi olan uygunluk kavramına odaklanmıştır. Milgram’ın odağını, "uygunluk ve grup etkisi"nden "itaat ve otoritenin etkisi"ne kaydırmanın, Nazi döneminin dehşeti olduğu varsayılmaktadır. Ve böylece “Eichman deneyi”, Milgram’ın eski bir öğrencisi olduğu Gordon W. Allport tarafından tasarlanmıştır. Milgram, Hannah Arendt’in Eichman davasıyla ilgili yorumunda kötülüğün sıradanlaşması durumunun kendi deneysel bulgularına yaklaştığını belirtmiştir (Blass, 1999).

Milgram araştırmasında, yüksek itaat seviyeleri ile ilgili sonuçlara ulaşmıştır. Katılımcıların önemli bir kısmı son seviyede bile şoka devam ettiği için “şaşırtıcı ve dehşete düşürücü” sonuçları olduğu belirtilmiştir. Ancak makale, bir deneyden çok bir gösteri olduğu yönündeki yorumlar nedeni ile alan araştırmacıları tarafından reddedilmiştir (Kilham ve Mann, 1974).

Milgram, akademik kariyerini korumak için, her türlü değişkeni ve ilişkisini tanıtarak deneyini baştan sona yeniden ele alıp analiz etmiştir. Bu yeni makale, İnsan İlişkileri dergisinde bazı itaat ve itaatsizlik koşulları başlığı altında yayınlanmıştır. Orada Milgram, çalışmanın temel amacın sistematik olarak farklı faktörleri çeşitlendirmek, “hangi şartlar” altında otoriteye itaat etmenin en muhtemel olduğunu ve hangi şartlar altında meydan okumayı öne çıkardığını öğrenmek olduğunu belirtmiştir (Milgram, 1963).

Diyarbakır Cezaevi Olayları 1980-1984

1980 döneminde gerçekleşen askeri darbe ile başlatılan sıkıyönetim pratiği, tutuklamalar ile devam etmiştir. Yapılan bu tutuklamalar sonucunda ise cezaevleri tekrardan büyük kapasite ile işlev görmeye başlamıştır. Bu dönem mağdurlarından olan ve 2017 yılında Ak Parti Mardin Milletvekili olan Orhan Miroğlu'nun başkanlığında kurulan meclis araştırma alt komisyonu, Diyarbakır Cezaevi işkence ve kötü muamele iddialarını araştırmak için çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmaların sonucunda o dönemde burada tutuklu olarak ikamet eden kişilerin bilgisine başvurulmuştur. Bu ifadelerden bazıları:

“Tabii artık yavaş yavaş şey başladı, hani cezaevi içinde artık darbeden sonra o eski askerleri değiştirmeye çalıştılar. (...) İşte ondan sonra iki üç ay sonra, tam şeyini hatırlamıyorum ama Esat Oktay geldi, iki üç ay sonra artık. Esat Oktay'ın gelişiyle aslında her şey başladı. Esat Oktay geldiğinde, bütün koşulları gezdi, tabii o ekibiyle gelmiş falan. Burası artık şeydir dedi: Burası bir cezaevi değil, burası bir askeri okuldur, siz de bu askeri okulun öğrencilerisiniz. Yani, adam öyle bir şey anlattı ki; dışarıyla ilgili kafanızda hiçbir şey kalmayacak, siz bu askeri okulun düşüncelerine göre, ideolojisine göre, her şey onla donatılacaksınız, onla dışarı çıkacaksınız. Ama dışarı çıkma diye bir şey yok tabii. Ama onun konuşmasını dinlediğimde, böyle dedim kesinlikle hiçbirimiz buradan sağ çıkmayız, hepimizi katleder bu adam. Ondan sonra şey başladı tabii cezaevinde; artık kurallara uyacaksınız. Tabii ilkin, normal işte yemek duası gibi, İstiklal Marşı gibi, işte görüşe giderken tek sıra halinde git, artık Kürtçe konuşma şu bu yok. İşte revire çıkma. Hani o insani şey gibi görülen şeyler aslında daha farklıydı. Sorun kurallara uydurma değildi, sorun daha farklıydı, daha sonra ortaya çıktı.”

Gazeteci, 49 yaşında, Erkek – 10.04.2010, İstanbul (Serbestî, 2003).

Bu durumun gerçekleştiği dönem içinde birçok defa ortaya çıkmasına rağmen bir incelemenin başlatılmaması ve yapılan muamelenin sadece işkence olarak tanımlanamayacağı durumu bu ifade notunda belirtilmektedir. Foucault cezanın tanımını

yaparken “ıslah edici” işlevine vurgu yapmıştır. Toplum veya egemen güç tarafından öteki görülen kişilerin farklılıklarını aynılaştırmak için kullanılan bir pratik olduğunu belirtmektedir (Akt., Fırat ve Topaloğlu, 2012).

“Diyarbakır Cezaevi, şimdi bazı insanlar mesela şöyle düşünüyor: Ya işte işkenceler yapıldı. Ve kim anlasa şey der zaten. Herkese aynı şeyi yapmış, kaçakçıya da yapmış siyasiye de yapmış, farklı farklı gruplara da yapmış. Diyelim ki sistemden yana olanlar vardı, bazı aileler var, örneğin şeyler var Siverek’te (...) var ve yahut diyelim ki (...) var ve yahut diyelim ki (...) var. Bunlara da yapılmış. Bunlara yapılmış, bunlara yapılmamış diye bir şey yok. (...) Herkese aynı yapılmış yani. Sonra düşün ki şöyle bir şey var yani Kürt olmak yeterlidir. Oraya gitmişse yeterlidir. Yani sen cezaevi girmişsen onun için herhangi bir onurun yok ve bu onurunu korumak için direnirsen artık sen 10 ölümlerden ölüm seçeceksin ve şimdi işte televizyonlarda gösteriyor Ebu Garip ben Ebu garibin on mislini yaşadım. Zulmü de yaşadım çırılçıplağı da yaşadım. İnsanların nasıl orda birbiri üstüne yattığını da yaşadım.”

(Sendikacı, 56 yaşında, Erkek – 15.09.2010, Diyarbakır) (Miroğlu, 2004)

Bu ifade notunda ise işkence uygulayan güçlerin toplumsal algıda bu durumu nasıl aynılaştırmaya veya sıradanlaştırmaya çalıştıkları belirtilmektedir. *“Herkese aynı şeyi yapmış, kaçakçıya da yapmış siyasiye de yapmış, farklı farklı gruplara da yapmış. Diyelim ki sistemden yana olanlar vardı.”* Toplumun en az bir kısmı tarafından kabul görmeyen varsayımlar üzerinden yöneticilerin uygulamalarda bulunması mazur görülemez. Bu nedenle kötülüğün sıradanlaşması kavramı Diyarbakır cezaevi uygulamaları içinde kullanılmıştır (Fırat ve Topaloğlu, 2012).

Türkiye Cumhuriyeti tarihinde askeri darbe sonrası yapılan bu uygulamalar, kötülüğün bu coğrafyada da nasıl sıradanlaşabildiğini göstermektedir. Bu durumun sıradanlığına bir kanıt olarak ise 1982 referandumu sonuçları gösterilebilir. Askeri darbenin başında olan Kenan Evren yaşanan durumun gerekliliğine vurgu yaparak *“Eğer, 12 Eylül öncesine dönmeyi ve o felaketli günleri ve yılları tekrar ve bu sefer belki de daha da feci bir şekilde ve kurtuluş ümitleri kaybedilmiş bir surette yaşamayı istemiyorsak, sandık başında beyaz oy kullanarak, Anayasa’yı kabul diyecek ve böylece Anayasa’yı kabul edeceğiz.”* belirtmiştir. Bu referandum sonucunda Evren’in istediği sonuç ortaya çıkarak anayasa değişikliğine evet diyenler %91,40 gibi yüksek bu durumu kabul etmiştir (Fırat ve Topaloğlu, 2012).

Kötülüğün Toplumsallaşması

ABD’nin Hiroşima’yı atom bombası ile bombalamasından, Nazi suçlarına yardım eden doktorlara kadar savaşın psikolojik boyutları hakkında kapsamlı şekilde yapılan birçok

araştırmaya rastlanmaktadır. Bu araştırmalarda bir kısmı, kişilerin ve grupların bu kötülük durumunu nasıl toplumsallaştırdığını açıklamaya çalışmaktadır. Bu durumu tanımlamak için ise Lifton tarafından “kötülüğün sosyalleşmesi” kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Akt., Miller, 2016).

Bu çalışmanın içerisinde belirtildiği gibi kötülüğün toplumsallaşması kavramının siyasi erkler ile ilişkisi vardır. Kötülük birçok şekilde açıklanıyor ve anlaşılıyor olması nedeni ile bu çalışmanın bu kısmında kötülüğe evrensel bir örnek olan “yaşam hakkı” üzerinden tartışılmasının daha güvenilir olacağı varsayılmaktadır. Yaşama hakkı, bütün getirileri ve gerekleri ile kutsaldır. Bu nedenle insan öldürme evrensel olmaya yakın kötülüklerin başında gelmektedir (Reyhanoğlu, 2004). Bu konuya geniş bir bakış açısıyla baktığımızda, “insancıl” öldürmenin mitolojisi ile mümkündür, bu söylemin semantik temelinde bir çelişki olduğu bellidir. Fakat uygulamada birçok örneğinin olması bu çelişkili kavramı bir olgu haline getirmektedir. Devlet tarafından ölüm cezaları, asmak, gaz odası, elektrikli sandalye veya kimyasal yollar ile gerçekleştirilebilmektedir. Fakat insanca öldürme diye bir anlayış yoktur. Her biri yasalara göre yasaklanan acı, zalimce ve olağandışı durumlardır (Miller, 2016).

Devlet ve gruplarda idam cezası uygulanması toplumsal bir alt yapısı bulunmaktadır. Bu alt yapı kendi içinde toplumsal kabulü gerektirmektedir. Bir toplumun yargıladığı kişiler ancak ölüm cezasına çarptırılabilir. Bu durum tek tek insanların öldürülme durumuna odaklanmaktadır. Ancak birçok örnek göstermektedir ki toplum ve grupların tamamının yargılandığı durumlarda vardır (Miller, 2016).

Toplum ve gruplara dönük linç ve öldürme girişimleri, toplumsal bir önyargının sonucunda ortaya çıkmaktadır. Devlet veya egemen güç ise genellikle bu algının oluşmasında başlatıcı ve sürdürücü niteliklere sahiptir (Wolff, 1969). Ceza sisteminin Amerika’da oluşturduğu norm, çok sayıda siyahi ve hapsedilen Afro Amerikalıları kapsamaktadır. Bu durumun istenmedik bir diğer sonucu polislik faaliyetlerinde ve fırsatlara erişebilme noktasında ortaya çıkmaktadır. Normlar, toplumların çalışma şeklinin bir parçası haline gelmiştir. Bu normların benimsenmesi ile polis departmanları, politikacılar, günlük yaşamdaki insanlar buna uyma davranışı göstermektedir. Bu uyma davranışı evrimin bir gereği ve başarısı olarak anlaşılmalıdır. Çünkü evrimsel uyum insanları bu Dünya’da yegâne güç haline getirmiştir (Çimen, 2013). İnsanlar en hızlı koşan, en hızlı yüzen veya en yükseğe zıplayan canlılar olmasa da bunların ve diğer birçok şeyi yapabilen tek canlı formudur. Hayatta kalma durumunun evrimsel olarak belirleyicisi olan adaptasyon aynı zamanda da bir güvenlik açığı da oluşturmaktadır, çünkü bazen acil adaptasyon, etik konulara aykırı olabilmektedir. Ve bu adaptasyondan kastedilen şey, zalim ve haksızca bir muameleye gösterilen, normalleştirilmiş bir adaptasyondur (Darley, 1999)

Bir grup araştırmacı kötülüğün toplumsallaşması durumunun giderek azaldığını varsaymaktadır. Bu varsayımı ise istatistiksel olarak nüfus oranına göre azalan savaş nedeni

ölüm vakaları üzerinden açıklamaktadır. Fakat bu analiz 20. yy. içerisindeki olayları referans olarak yapılmaktadır. 20. yy. içerisinde hem Auschwitz hem de Hiroşima'yı bulunduran ve iki Dünya savaşının gerçekleştiği olumsuz anlamda olağanüstü bir yüzyıldır. Bu yüzyılda yapılan her öldürme girişimi bu yüzyılın bilimsel kapasitesi ve araçları açısından değerlendirilmelidir. Bugün nükleer silahlanmanın hat safhada olduğu ve bunların kullanılması durumunda yaratılacak olan yıkımın tarifi önceden görülmemiş bir seviyede olacaktır (Çimen, 2013). Nükleer silahlar henüz, kamuya açık bir şekilde kullanılmamış olsa da kesinlikle geçmişte olduğundan daha büyük bir şey olduğu ve baş döndürücü bir tehdit olarak varlığını sürdürdüğü kabul edilebilir.

Burada anlaşılması gereken, psikolojik değişkenlerin analiz edilmesi ve neden sonuç ilişkisi içerisinde değerlendirilmesidir. Toplumsal kötülüğün yaygınlaşmasında önemli olan durumu bu kötülük için kullanılan araçların niteliği veya öldürme kapasitesi değildir. Bu toplumsal kutuplaşmayı yaratan durumun ne şekilde ortaya çıktığıdır. Bir savaşı organize eden toplumlarda, savaş için bir haklılığın olduğu duygusunun yaratılması gerekmektedir. Her siyasetçi bu durumu kendi halkına ve askerlerine açıklamalıdır. Savaşın içerdiği vahşet oranında, bu algı ya da norm oluşturma çabası zorlaşabilmektedir. Örnek olarak ise, Vietnam savaşı gösterilebilir (Çimen, 2013).

Raphael Lemkin (1946), soykırım kavramına, kültürel soykırım boyutunu da eklemiştir. Ve bu kavramın entelektüeller ve aydınlar tarafından sürdürüldüğü varsayımı gelişmiştir. Entelektüeller ve aydınların kilit öneme sahip olması, onların sadece bu durumu sürdürmesi ile ilgili değil, kültürü eleştirerek kelimeler ve simgeler yaratması ile de ilgilidir. Soykırım faillerinin sık sık yaptığı gibi, ölümü ve öldürmeyi sıradanlaştırmak için entelektüelleri ve aydınların açıklamalarına ihtiyaç vardır.

Sonuç

Kötülük anlamsal bakımdan kültürlere göre ve kullanım alanlarına göre farklılık göstermektedir. Kötülüğün sıradanlaşması veya toplumsallaşması ise bir egemen güç tarafından kullanılan bir politika aracıdır. Yönetmenin verdiği ayrıcalıklı konumda olmak veya kalmak isteyen çoğu kişi tarafından kullanılmakta ve normal karşılanmaktadır. Uygulama örnekleri göstermektedir ki bu durum kendini ve olgunun toplumsal boyutunu beraberce besleyen ve sosyalleşme sonucu bireyler arası geçiş özelliğine sahip sosyal bilimlerin olgusudur.

Bu sıradanlaşma durumu hem psikolojik açıdan hem de sosyolojik açıdan açıklanmaya çalışılmıştır. Zimbardo ve Milgram gibi sosyal psikologlar bu durumu birey bazında değerlendirmiş ve resmi egemen güçlerin istemsiz olarak böyle bir güce sahip olduklarını belirtmiştir. Bu egemen gücün niteliğine veya siyasi geleneğine bakılmaksızın, bu durumdan yararlanmak istemesi de olasıdır. Yapılan çalışmalar ve gerçek örnekler göstermektedir ki

sürü etkisi ahlaki değer ve tutumları sınırlandırmaktadır. Yönetici ve proaktif grup bu eğilimi kendi yararına kullanması sonucunda dünya tarihinde birçok olumsuz toplumsal olayların meydana gelmesine neden olmuştur. Nazi Almanya'sında Hitlerin seçimle başa geldiği ve büyük bir taraftar ve partili grubunun desteğine sahip olduğu bilinmektedir. Almanya gibi tarihi ve gelenekleri olan bu ülke toplumsal bir kıyım başlatarak insanlık tarihinde birçok defa görülebilecek kötülüğün sıradanlaşması durumunu gerçekleştirmiştir.

Kaynakça

- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological monographs: General and applied*, 70(9), 13-32.
- Badiou, A., (2004) *Etik: Kötülük Kavrayışı Üzerine Bir Deneme*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bernstein, R. J. (2002). Radical evil: A philosophical interrogation.
- Carnahan, T., & McFarland, S. (2007). Revisiting the Stanford Prison Experiment: Could participant self-selection have led to the cruelty?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33(5), 603-614.
- Çimen, A. (2015). Ceza İnfaz Kurumlarında Sosyalleşme ve Islah İlişkisi. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 15(2), 159-188.
- Darley, J. M. (1999). Methods for the study of evil-doing actions. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 269-275.
- Fırat, D., & Topaloğlu, H. (2012). » Total kurum, disipliner cezaevi, kamp: Goffman, Foucault ve Agamben'in kavramlarıyla Diyarbakır Askeri Cezaevi (1980–84).« *Toplum ve Bilim*, 123, 76-92.
- Haklı, Ş. (2002). Kötülük Problemi, Yaklaşımlar ve Eleştiriler. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 195-211.
- Haney, C., & Zimbardo, P. (1998). The past and future of US prison policy: Twenty-five years after the Stanford Prison Experiment. *American Psychologist*, 53(7), 709.
- Haslam, S. A., & Reicher, S. (2007). Beyond the banality of evil: Three dynamics of an interactionist social psychology of tyranny. *Personality and social psychology bulletin*, 33(5), 615-622.
- Kilham, W., & Mann, L. (1974). Level of destructive obedience as a function of transmitter and

- executant roles in the Milgram obedience paradigm. *Journal of personality and social psychology*, 29(5), 696.
- Kiriş, N. (2008). Tarihsel Olarak Kötülük Problemi ve Çözüm Yolu Olarak Teodise. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 81-96.
- Krueger, J. I. (2009). A componential model of situation effects, person effects, and situation-by-person interaction effects on social behavior. *Journal of Research in Personality*, 43(2), 127-136.
- Lemkin, R. (1946). genocide. *The American Scholar*, 227-230.
- Lewin, K. (1951). Field theory in social science: selected theoretical papers (Edited by Dorwin Cartwright.).
- Lozowick, Y. (2005). *Hitler's bureaucrats: The Nazi security police and the banality of evil*. A&C Black.
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *The Journal of abnormal and social psychology*, 67(4), 371.
- Milgram, S., & Gudehus, C. (1978). Obedience to authority.
- Miller, A. G. (Ed.). (2016). *The social psychology of good and evil*. Guilford Publications.
- Miroğlu, O., (2004) *Dijwar, onlara dair her şey*. İstanbul: Avesta Yayınları
- Peker, T. (2018). *Öz-yeterlik ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide proaktif kişiliğin aracı rolü* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Philip G. Zimbardo (2011). *The encyclopedia of peace psychology* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Priestley, J., & Blass, T. (2000). Obedience to authority--Current perspectives on the Milgram paradigm/Response. *British Journal of Educational Psychology*, 70, 623.
- Reyhanoğlu, M. (2004). Kitap İncelemesi: Alain Badiou, Etik, Kötülük Kavrayışı Üzerine Bir Deneme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 59(02).
- Serbestî, (2003). Diyarbakır 5 No'lu Askeri Cezaevi, Sayı 14, Eylül-Ekim 2003, İstanbul:

Doz Bazım ve Yayıncılık

Sicart, M. (2009). The banality of simulated evil: designing ethical gameplay. *Ethics and information*

technology, 11(3), 191-202.

Slater, M., Antley, A., Davison, A., Swapp, D., Guger, C., Barker, C., ... & Sanchez-Vives, M. V.

(2006). A virtual reprise of the Stanley Milgram obedience experiments. *PLoS one*, 1(1), e39.

Smith, M. B. (2007). The sociogenesis of evil. London:John Wiley & Sons.

TDK, "Kötülük Nedir?" 09 Mayıs 2019, <https://sozluk.gov.tr/> (2022)

Werner, C. (2000). *Kötülük problemi*. Kaknüs Yayınları.

Wolff, K. H. (1969). For a sociology of evil. *Journal of Social Issues*, 25(1), 111-126.

Zimbardo, P. G. (2008). The psychology of evil Munich:Tealk.

Zimbardo, P. G. (1973). On the ethics of intervention in human psychological research: With special

reference to the Stanford prison experiment.

Zimbardo, P. G., Haney, C., Banks, W. C., & Jaffe, D. (1971). *The Stanford prison experiment*.

Zimbardo, Incorporated.

QUALITATIVE RESEARCH TO DETERMINE THE HEALTH TOURISM POTENTIAL OF KAYSERİ PROVINCE

Aylin KOÇ¹

Abstract

The aim of this research is to reveal the health tourism potential of Kayseri, to conduct studies on what are the factors that prevent this potential and to create suggestions for transforming the existing potential into working capacity. Since there has not been enough work on the determination of the health tourism potential of Kayseri, it has been seen as necessary to investigate this issue. Semi-structured interview technique was used in the study. The participants were directed questions related to the research topic and as a result of the answers received, the research was interpreted with the concepts, categories and themes explaining the data with the content analysis method. As a result, the health tourism potential of Kayseri province has been identified, the factors preventing this potential have been identified and solutions have been presented.

Keywords: Health Tourism, Health Tourism Potential, Kayseri

Kayseri İlinin Sağlık Turizmi Potansiyelinin Tespitine Yönelik Nitel Araştırma

Öz

Bu araştırmanın amacı Kayseri ilinin sağlık turizmi potansiyelini ortaya koymak, bu potansiyeli engelleyen unsurların neler olduğuna dair çalışmalar yapmak ve mevcut potansiyeli işler kapasiteye dönüştürme noktasında öneriler oluşturmak amacıyla hazırlanmıştır. Kayseri ilinin sağlık turizmi potansiyelinin tespitine dair yeterli çalışma yapılmadığından bu konunun araştırılması gerekli olarak görülmüştür. Araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Katılımcılara araştırma konusu ile alakalı sorular yönlendirilmiş ve alınan cevaplar neticesinde araştırma içerik analizi yöntemi ile verileri açıklayan kavram, kategori ve temalar ile yorumlanmıştır. Sonuç olarak Kayseri ilinin sağlık turizmi potansiyeli tespit edilmiş, bu potansiyeli engelleyen unsurlar belirlenmiş ve çözüm yolları sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Sağlık Turizmi Potansiyeli, Kayseri

¹ Öğretim Görevlisi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, ORCID: [0000-0002-6431-6210](https://orcid.org/0000-0002-6431-6210), akoc@gelisim.edu.tr

1. Introduction

Health tourism, one of the oldest tourism movements, has become the focal point of countries in the globalizing world and constitutes an important place.

According to the statements of the World Health Tourism Council, our country is among the top 5 countries in health tourism in the world. In the field of thermal tourism, it is ranked 7th in the world. In Europe, it ranks 1st. Fully equipped public and private hospitals equipped with high technologies, climate richness, cultural and natural attraction elements are among the countries that deserve to take the biggest share in the field of health tourism.

Kayseri, one of the developed cities of Turkey, has an important potential in terms of health tourism. Especially with the public hospitals in Kayseri, A class private clinics, private hospitals, thermal centers and rapidly growing accommodation facilities, it is at a level that can take a significant share and contribute to health tourism revenues.

The aim of this research is to reveal the health tourism potential of Kayseri province and to determine the problems that health tourism has encountered or may encounter in the development of health tourism in the regions, and to produce solutions by making evaluations about the deficiencies, if any. If the findings obtained from the research are examined and taken into consideration by the provincial administrations and the managers of the health institutions interested in the field of health tourism, an important resource is obtained to direct the health tourism studies carried out on behalf of the province of Kayseri.

Kayseri province, which has many different types of tourism, has not reached its target position in the field of health tourism. In order to find a solution to the main problem in this research; What is the position of Kayseri in the field of health tourism? Is its current potential enough to become a health tourism center? Does it have the necessary infrastructure in the field of health tourism?

2. Conceptual Framework

2.1. The Concept and Importance of Health Tourism

Conceptual Framework The Concept and Importance of Health Tourism Due to the increasing population and technology with the industrial revolution, negative factors such as the increase in environmental problems, the stress of business life, fatigue in the minds have adversely affected people's health and they have sought to protect or improve their health both mentally and physically (Aydm & Eren, 2019).

At this point, where the effects of adverse conditions and environmental factors are found, 'Health Tourism' comes into play. As a result of the diversification of services in the field of health tourism, the desire of individuals to purchase less costly services, the high cost of health services in their own countries or the increase in the problems experienced in the health system, they demand health services from other countries (Kostak, 2007).

2.1.Health Tourism

According to the definition made by the World Health Tourism Organization (1986), health; "It is the state of complete mental and physical well-being of the individual, except for the state of being sick." (Aydın & Aydın, 2015).

According to the International Official Travel Association, health tourism; "It is the activity of going to a touristic facility based on natural resources to meet the needs of individuals such as accommodation, food and beverage, rest and cure care practices within a certain period of time in order to protect or improve their existing health." (Dalan, 2019)

Health tourism can be broadly defined as the travel of people from their place of residence to another destination in order to protect or improve their health.

2.1.Health Tourism in the World

Health tourism, which is one of the alternative types of tourism, is one of the leading types of tourism in the world. The most important reason for the increase in travel for health tourism is the increase and development of the service standards provided and the search for lower cost, quality health services (Tengilimoğlu, 2017, s. 51-52) .

The increasing aging of the world population, especially in Europe, the rapid change in information technology and the negative situations it brings with it have increased the interest in health tourism (Korkmaz Özcan & Aydın, 2015, s. 71-72).

With low-cost health services, the formation of solid infrastructures in the health sector and the possession of high-level technologies, the health tourism sector, which is one of the alternative types of tourism, is growing and developing rapidly.

When the distribution of foreigners who apply to health institutions for treatment purposes is examined according to countries, USA, India and Thailand are the leading countries that receive the largest share from world health tourism. In terms of health tourism in the world, important health services practices are seen in some countries. Some of these practices are described below in general terms (Tengilimoğlu, 2017, s. 2).

Table 1.Reasons for preference of countries in health tourism

Since the main income of the country is tourism income	Such as Singapore, Thailand, Cyprus, Costa Rica
Due to the advantages of the geographical and political location of the country	Such as Jordan, Iran, Malaysia, Brazi
Because the quality of the country's health services and technological equipment are good	Such as Germany, USA, South Korea

Due to the policies of giving importance to health tourism in the country	Hungary Thermal Tourism, Spain Elderly Tourism, India Medical Tourism
Due to the inflow of foreign capital and the use of the advantages of doctors trained abroad	Jordan, India, Malaysia, Brazil, Malta
Countries that have the advantage in many respects; geographical location, being a country of tourism, advanced technology in health, provision of quality health care, economic price, etc.	Turkey, Malaysia and Israel

Source: (Bayram & Uzunlu Akkühah, 2020)

2.1. Health Tourism in Turkey

When Table 1 is examined, our country is among the advantageous countries in terms of health tourism. The climate, geographical location, historical and cultural heritage of our country and the fact that it is an advantageous and preferred country in terms of tourism are among the important factors. Factors such as the application of diagnosis and treatments with the latest technology devices in the field of health, providing quality and affordable health services, the quality of health workers, the increase in the number of medical faculties, city hospitals and private hospitals make our country advantageous.

Although our country receives high income by hosting millions of tourists with different types of tourism, it has a developed infrastructure and important advantages in terms of health tourism (Yaylı & Sürücü, 2016, s. 176). In recent years, both public hospitals and private hospitals and health institutions in our country are equipped with modern technologies, quality of health services, qualified doctors and health personnel are provided at a level that can compete with health services in developed countries. Especially at the end of 1990, it was seen that private hospitals and health institutions made serious investments in the health sector. As a result of these developments, especially in large provinces, it has started to provide health services at a level that will compete with the most successful countries in the field of health tourism (Yılmaz, 2010).

Country; It has many advantages in terms of climate, price, safety and transportation; It is in a very advantageous position in terms of health tourism, thermal tourism, spa & wellness and advanced age tourism (Yardan Dikmetaş, Dikmetaş, Us Çoşkun, & Yabana, 2014).

Due to the high health costs in developed countries, there is an increasing tendency to meet health services from other countries at a more affordable price in order to reduce treatment costs. After Sweden, Norway and Denmark, some private health insurance companies in the Netherlands and Germany have decided to make their health policies

more comprehensive and to cover the health costs of their customers who want to benefit from thermal spas in Turkey (Taş, 2014).

According to the data of the Ministry of Health of the Republic of Turkey, there are 51 hospitals accredited by the International Joint Commission (JCI-Joint Commission International) in medical health tourism in our country. In addition to developing the infrastructure of existing hospitals for health tourism, the construction of new city hospitals has also been started in this direction (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2019). With 51 accredited health institutions, Turkey has 10% of all accredited hospitals in the world and ranks 2nd in the world with this feature. Compared to Turkey, there are 16 hospitals in India, 11 in Thailand, 16 in Singapore, 23 in Brazil and 33 in Saudi Arabia with JCI (Joint Commission International) accreditation (TC. Sağlık Bakanlığı, 2019).

Our country exhibits an ideal country image in terms of health tourism. In terms of the number of hospitals and the number of doctors, it has the capacity to serve both its own citizens and foreign citizens. Considering that Turkey has also provided medical support to other countries during the epidemic process, it can be said that Turkey can turn crises into opportunities and has the capacity to provide all kinds of health services and treatments.

Our country, which is in a good position in the health sector, will combine this power with tourism and will give more importance to health tourism. Considering the importance of foreign exchange input for developing countries, it has a very important input in our country, and it can be said that this rate can rise to higher levels when combined with health tourism (Bağcı, Uzun, & Bostan, 2020).

3. Qualitative Research to Determine the Health Tourism Potential of Kayseri Province

Kayseri is one of our metropolitan cities that attracts attention with its historical and cultural heritage, touristic facilities, is economically developed and is developing in the field of health and making investments in this area. There are a total of 37 institutions in Kayseri, including 3 state and public hospitals, 13 private hospitals, 17 dental polyclinics and 4 aesthetic and beauty polyclinics. It serves health tourists with the health tourism authorization certificate of 15 health institutions and 2 intermediary institutions throughout the province. It has a strong infrastructure and potential that can make a serious breakthrough in terms of health tourism.

Apart from the institutions serving in the field of health tourism, Kayseri has an important potential with its drinks and spas in the field of thermal tourism. As a result of the fact that many of the healing waters and thermal resources they have are at a level that can be treated, it allows domestic and foreign tourists to make tourism for thermal purposes.

3.1. Aim of the Research

The aim of this research is to explain and determine the health tourism potential of Kayseri as of today, to determine the obstructive factors that will activate the health tourism potential and to convert the necessary things into written sources by presenting suggestions on the solutions of these obstructive factors.

3.2. Method of Research

In the investigation of the health tourism potential of Kayseri, the interview technique, which is one of the qualitative data collection techniques, was preferred. The reason for this is that health tourism is an interdisciplinary field. For this reason, each participant has his own interpretations and suggestions related to health tourism. Another reason is that health tourism studies have gained momentum in the last 10 years and it can be said that the literature on health tourism in Kayseri is insufficient.

In the study, primarily literature review was performed. During the literature search, institutions related to health tourism were visited and preparations were made for interview questions. Semi-structured interviews were conducted as primary data.

In the second stage of the research, face-to-face and e-mail interviews were conducted with the managers of hospitals and thermal hotel managers who have a health tourism authorization certificate operating in the health tourism sector in the form of question and answer in the form of questions and answers in the form of questions and interviews and the ethics committee approval permission was obtained before the interviews. In face-to-face interviews, an average of 30-45 minutes of interviews were provided. It is assumed that the questions asked by the participants are answered in a relaxed and sincere manner. During the interviews, the interviews were recorded with the permission of the participants.

3.3. Limitations of Research

Although health tourism has been a field of study in which many countries have invested for many years, it has been observed that there is a contradiction in the data on the subject. Another problem encountered in resource screening is that some of the foreign resources are referred to as health tourism, thermal tourism or medical tourism. The lack of up-to-date data is another problem.

Another limitation is that since the research was conducted during the pandemic period we are in, a few of the face-to-face interviews could not be held face-to-face. The questions to be asked to the participants were sent as e-mail and the answers were received as e-mail.

3.4. Data Collection

The data collection technique used in the research is a semi-structured interview technique. Face-to-face interviews conducted in Kayseri province were carried out with a total of 8 people among 37 health institutions, because of the pandemic conditions we are in, face-to-face interviews could not be held and 3 people were made in the form of questions and answers by e-mail.

Face-to-face interviews were conducted with 1 chief physician, 1 deputy chief physician, 3 private hospital administrators, 2 academicians, 1 vice chairman of the board of directors of the association. Participants who were sent e-mails were made 3 specials. The participants to whom the e-mail is sent are the managers of 3 private hospitals.

The interviews started by asking questions about the participants' self-introduction. Then, questions were asked to identify and measure the health tourism potential of Kayseri province, and then the questions related to the strengths and weaknesses of the provinces and what can be done to improve health tourism activities were continued. In the following questions, questions were continued with questions about which countries health tourists came from or from which countries health tourists could be attracted and finally questions were asked about the factors preventing health tourism and the steps to be taken to solve these factors.

3.5. Review of Research Findings

As a result of face-to-face interviews with the participants within the scope of the research, detailed up-to-date information about Kayseri province was reached. Face-to-face interviews were held with people including public hospitals and private hospital managers to determine the point of health tourism and thermal tourism in Kayseri, the potential of health tourism on a provincial basis, the strengths and weaknesses of the province, the promotion of health tourism and the marketing activities that can be developed for the region, the mission and vision to be determined on the basis of provinces, the regulations to be followed in health tourism, the support and accreditation studies of local governments, the status of the organizations and accommodation facilities serving within the scope of health tourism and the steps to be taken for the development of the regions in order to increase the potential of health tourism and to become a brand destination by gaining the value they deserve and the situations to be avoided, the issues to be regulated were discussed in the light of the questions posed.

The issue that the participants especially emphasized was that Kayseri, which has the necessary health tourism infrastructure in terms of image and branding, was not introduced in terms of health tourism. They stated that the reason for this was a lack of coordination and no synergy. For this reason, they have met on the common ground that the problems arising between the public and private sectors should be eliminated by legislative regulation. At the point of health tourism promotion, they stated that it would be an effective advertisement to broadcast the success stories of health institutions on national and international channels by shooting short films or videos, and that it would be positive for the image of the city by using the Gevher Nesibe Hatun figure owned by Kayseri in the form of a logo in health tourism and by participating in national and international fairs. In addition to all these, they emphasized that the promotion of touristic regions will contribute to health tourism, especially the opportunities of Mount Erciyes, rafting, canoeing, nature trip and mountain tourism in Aladaglar and Kapuzbaşı regions.

They stated that the advertisements and websites of health institutions serving in health tourism were inadequate and that their websites and doctors' resumes should be in at least two languages.

They stated that the Cappadocia region should be integrated with the health tourism in Kayseri and the necessary advertisements should be made and that it should not be forgotten that Cappadocia is a common wealth.

In terms of the development of health tourism, the participants met at a common point. First of all, they stated that the contribution of health tourism in Kayseri would be high and then they stated that domestic and international activities should be emphasized in

terms of development, joint academic studies should be carried out with universities on this subject, congresses, workshops, symposiums, fairs and meetings should be held more frequently. They stated that the contribution of the local administration should not be forgotten and that the local administrations and health tourism stakeholders should work together and be a team in this regard.

Another participant suggested that information units related to health tourism should be established at airports, that the target countries could be determined and billboard work could be carried out at the airport that makes direct flights from those countries to Kayseri, and that hospital offices should be opened in the target countries and handouts should be distributed.

Another common point that needs to be considered and regulated is that they emphasized that the price difference should be reduced in terms of private and public hospitals in terms of price policy, that the ceiling prices should be equal and thus unfair competition would be prevented.

In increasing the potential of health tourism, a participant stated that Sivas province should be added to the concept of Kayseri and its province. He stated that the world-famous Kangal Balıklı Hot Spring in Sivas is the only natural treatment center in the world and that it is necessary to include Sivas province in the concept while promoting health tourism and thus to have a greater potential and to provide an advantage for Kayseri.

Another issue that the participants meet at the common point is to offer the health service to the health tourist in the name of the development of health tourism in a package understanding. At this point, agreements should be made with tour companies and hotels, and packages should be prepared by adding accommodation opportunities and sightseeing tours, ski tourism, cultural tourism, highland tourism. In other words, it is stated that the health tourist who comes to be treated should be treated and offered the opportunity to holiday.

Participants who said that social media marketing tools could also be used effectively at the point of marketing offered suggestions that a marketing promotion campaign could be made using platforms such as Google Adwords, social media (facebook, instagram), LinkedIn and Youtube.

When they evaluated the health tourism potential of Kayseri province, they stated that they had the necessary health infrastructure related to health tourism. They also stated that there are both public and state hospitals and private hospitals and aesthetic centers throughout Kayseri and that these centers serve with fully equipped and qualified doctors, but they cannot get enough share from the health tourism sector.

When the strengths and weaknesses of Kayseri are evaluated, the answers given by the participants meet at a common point.

Looking at its strengths;

- Erciyes University Hospitals is one of the 10 research hospitals in Turkey

- The fact that there is a Genome and Stem Cell Unit at Erciyes University, the success rate in pediatric cases is high and the transplantation center has a JCI accreditation certificate.
- One of the 10 city hospitals in Turkey is located in Kayseri.
- Private hospitals throughout the province have a Quality Management Certificate and most of them have received the health tourism authorization certificate.
- The bed capacity in hospitals is quite high.
- The technological infrastructure of the hospitals operating throughout the province is high and closely follows the new developments in the scientific sense.
- It is the fact that hospitals throughout the province receive more affordable service fees compared to hospitals both in big cities and abroad.
- Hospitals have a sufficient number of staff.
- The airport is located very close to the city center and can be easily reached by road quickly.
- Priority is given to health tourism patients throughout the province.
- Transportation is easily provided because there is no traffic problem in the city.
- To provide transfer services by health institutions to patients who come for health tourism.
- It has a rich geography in terms of tourism.
- In terms of accommodation, there are 5-star chain hotels

The weaknesses are;

- It is an important problem that the personnel working in health service institutions do not know foreign languages well.
- One of the important problems is that there are deficiencies in communication and coordinated work between institutions operating in the field of health tourism.
- There is a lack of food and beverage and entertainment areas throughout the province and insufficient to provide services to people from different cultures.
- To give more weight to overseas promotions.
- At the point of transportation, the high-speed train unfortunately does not pass through the city.
- The number of scheduled flights from abroad is not sufficient and direct flights are still few and the airport needs to be arranged around.

- The number of brokerage firms operating in the sector is insufficient.
- The number of direct flights from abroad to Kayseri is small.
- Due to the poor holiday situation of the city and the fact that the public is not accustomed to foreign tourists, the city is not seen as a health tourism destination.
- It is a disadvantage that health workshops, congresses and symposiums are not held in sufficient numbers.
- The fact that the target patient group abroad is not determined and that it is difficult to reach this patient group again makes us in a disadvantage position.
- It can be said that the signs in the city are not in English and that most of the public transportation vehicles do not have the capacity to serve tourists.
- Unfortunately, the website of the institutions has not been prepared in sufficient detail.
- The lack of development of health tourism locally is also one of the important problems.
- Health tourism stakeholders are not yet sufficiently developed.
- Social media opportunities are underutilized.
- The frequent job change of the expert staff working in the sector also adversely affects it.

While evaluating their strengths and weaknesses, the participants emphasized that if they highlight their strengths and develop and improve their weaknesses, they will gain a serious potential in the field of health tourism.

Answering the question of which countries can attract health tourists to Kayseri, the participants stated that the first priority countries should be selected as a priority in the selection of the target country, that is, the countries that have a direct flight to Kayseri and the flight time is short, which should not be too long for the health of the patient.

Other participants stated that they were primarily countries where expats live intensively and Middle Eastern countries. In addition, they also stated that health tourists from different cultures and geography could be brought

They also stated that they have the necessary infrastructure in the field of health tourism, that there are qualified doctors, that the technological infrastructure is sufficient, but that it is insufficient to introduce this field to other countries.

When asked about the services provided to health tourists, hospital managers said that they have done many studies in the field of health services and that the departments provided within their hospitals have been served. These sections are;

- Plastic surgery
- Oral and Dental Diseases
- Surgical operations(brain, heart, general surgery, orthopedic branches)

- IVF treatment
- Physical therapy
- Dermatology
- Eye diseases
- Bariatric surgery
- Hair transplantation
- Oncology
- Elderly care
- Urology

They listed them as departments and stated that the field of health tourism is also in the branches that need to be developed. When asked what are the touristic activities for health tourists coming to Kayseri, especially as a result of the interviews with the public relations department of the hospitals, 2-day guided sightseeing tours other than the treatment of health tourists, on the first day of these tours in Kayseri, on the second day outside Kayseri, historical and historical sites, Cappadocia region, where balloon and horse riding experience can be organized, They stated that there are important historical places and historical monuments in Kayseri.

They also stated that the excursions can be made according to the season and weather conditions, especially in winter, tours can be organized to Mount Erciyes in Kayseri and health tourists can get skiing experience here.

When asked about the status of the organizations and accommodation facilities serving in Kayseri, they stated that the organizations were able to provide services despite their deficiencies and that more efficient results would be obtained if coordination was provided between the organizations. In addition, they stated that as a result of the non-cooperation of the institutions, the power unity that the cooperation would create would be prevented and it would cause them not to benefit from the state supports they could benefit from

In addition, they stated that as a result of the non-cooperation of the institutions, the power unity that the cooperation would create would be prevented and it would cause them not to benefit from the state supports they could benefit from. In addition, it was said that health institutions and hotels in Kayseri should cooperate in health tourism and that it is necessary to distribute brochures about health tourism to visitors staying in hotels. It is emphasized that the cost of accommodation is high, especially when accommodation is provided for health tourists, prices should be reduced and at this point, incentives should be provided to hotels, and the personnel working in hotels should be trained in communication and foreign languages.

Regarding the service standards of Kayseri province, thermal facility managers stated that Kozaklı Hot Springs connected to Nevşehir ranked first, but there were too many facilities in the old ways, more modern and luxurious facilities were built in recent years, but unfortunately the works were insufficient. In addition, they stated that studies should

be carried out to carry out thermal facilities beyond bathing, facilities should be opened to serve as SPA centers and social activities should be done more in these facilities.

When the collected data are examined, it is concluded that the stakeholders who have not been adequately introduced in terms of health tourism in Kayseri province despite having a solid infrastructure should be under a common roof and should cooperate, and different ideas should be presented in terms of transportation and accommodation.

4. Conclusion and Recommendations

In this study, solutions were also proposed in terms of revealing the existing health tourism potentials of Kayseri, the obstacles in front of the increase of existing potentials and what can be done to increase the health tourism potential,

First, health tourism was defined and information was given about health tourism in the world and in Turkey.

In the last part of the research, interviews were conducted with hospital managers, chief physicians, assistant chief physicians and thermal hotel managers serving in the health tourism sector and the questions prepared for the research were directed. As a result of the answers received, information was reached about the current health tourism potential of Kayseri, what are the factors that prevent the increase of this potential and what needs to be done.

When a general evaluation is made in the light of the information obtained in the research; According to the number of hospitals in Kayseri, it is observed that it has sufficient infrastructure to make health tourism. However, while promoting in the field of health tourism, it can be said that the historical and touristic towns are not brought to the forefront in the promotions and the lack of adequate promotions adversely affects health tourism.

When the health tourists coming to the provinces are examined, it is determined that they come from Germany, the Netherlands and Iraq according to the order of density. Hospital managers and thermal hotel managers involved in the research see the countries where our expats live intensively and the countries with short flight times as the target countries in this regard. However, it can be said that health tourists are not among the provinces they prefer as a result of inadequate promotions, international agreements and agreements with insurance companies.

Since the field of health tourism is an interdisciplinary field, the coordination of the institutions in the field of health tourism and their joint work with stakeholders (hospital managers, intermediary institutions, tour companies, local administrations, hotel managers, taxi drivers) can carry Kayseri to the next point in terms of health tourism. Especially the volcanic hot spring in Kayseri can be brought to the forefront in this sense. It can be stated that the temperature of the spring water of the volcanic hot spring, which is the only one in Turkey, is the closest temperature to the human body, and that it contains rich minerals because the heating and cooling process is not done. In addition, as a result of the construction of extremely modern facilities around the spa and the promotion of the spa in the best way, health tourists can be attracted to this region.

The number of direct flights to Kayseri with international connections is very low, Istanbul flight flights are sufficient and flight prices are unfortunately high as a result of

competition between companies. At this point, it may be recommended to increase the number of direct flights with international connections, to increase the flights to Istanbul and to determine more reasonable prices in terms of price. The small size of the airport is another factor. At this point, through local governments;

- Work can be done on airport expansion
- In particular, work should be done on the point of landscaping, and the farms around the airport can be removed to prevent the bad smell and ensure that the arriving passengers are not affected by them
- It is easy to reach by road outside the air, but the high-speed train unfortunately does not pass through the cities. A rail tram can be built between Cappadocia and Kayseri highway, so that tourists coming to Cappadocia can easily receive health services in Kayseri.

As a result, Kayseri has the potential to get a share from health tourism with its health services infrastructure. If it works in cooperation with the stakeholders in the sector, fulfills the duties and responsibilities of each sector, and carries out the necessary studies on promotion and advertising, Kayseri and Nevşehir provinces will be one of the important destinations in health tourism.

SOURCES

- Aydın, G., & Aydın, B. (2015). Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi Pazarlama Uygulamaları ve Karşılaştırmalı Durum Analizi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, sayı:16, 1-21.
- Aydın, Ş., & Eren, D. (2019). *Aternatif Turizm*. Detay Yayıncılık.
- Bağcı, E., Uzun, C., & Bostan, A. (2020). Covid-19 ve Sağlık Turizmi. *Journal of Awareness cilt-5, sayı-3*, 331-348.
- Bayram, S., & Uzunlu Akkühah, A. (2020). Kayseri Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Mevcut Durum Analizi ve 2021-2030 Eylem Planı. Oran Kalkınma Ajansı, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.
- Dalan, C. (2019). Muğla İli Sağlık Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Korkmaz Özcan, Z., & Aydın, V. (2015). *Sağlık Turizmi (Teori ve Politika)*. Umuttepe Yayınları.
- Kostak, D. (2007). Turizm Hareketleri (Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi), Yayımlanmamış yüksek lisans tezi,. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2019). *Türkiye'de Sağlık Turizmi*. T.C. Sağlık Bakanlığı.
- Taş, D. (2014). Türkiye'den Medikal Turizm Kapsamında Hizmet alan Hastaların Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Ankara İli Örneği. Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi .
- TC. Sağlık Bakanlığı. (2019). Türkiye'de Sağlık Turizmi. *Türkiye'de Sağlık Turizmi*. T.C. Sağlık Bakanlığı.
- Tengilimoğlu, D. (2017). *Sağlık Turizmi*. Siyasal Kitabevi.
- Yardan Dikmetaş, E., Dikmetaş, H., Us Çoşkun, N., & Yabana, B. (2014). Türkiye'de ve Dünyada Sağlık Turizmi. *Sağlıkta Performans ve Kalite (8)*, 27-42.
- Yaylı , A., & Sürücü, Ö. (2016). *Özel İlgi Turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, C. (2010). Medikal Turizm Araştırması. *Medikal Turizm Araştırması*. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Müdürlüğü (Sağlık Turizmi Birimi).

NEOLİBERAL TÜKETİM İDEOLOJİSİ VE DEĞİŞEN/ DÖNÜŞEN MÜSLÜMAN KİMLİĞİ

Osman ŞİMŞEK¹

Orhan ORHUN²

Öz

Tüketim ve din olgusunun sorunsal olarak ele alındığı ve sorgulandığı bu çalışmada, küresel neoliberal tüketim ideolojisi tarafından örgütlenen günümüz toplumlarında İslam dininin ve Müslüman kimliğinin yaşadığı değişim ve dönüşüm eleştirel bir perspektiften tartışılmaktadır. Bu çerçeveden hareketle ilk olarak değişen kapitalist örgütlenmenin ne olduğu ele alınmakta ve tüketim endeksli toplum inşasında bu kapitalist örgütlenmenin kullandığı stratejilerin neler olduğu ortaya konmaktadır. Sonrasında ise bu tüketim merkezli toplumsal yaşamın İslam dininin yaşanış biçimine etkisi ve Müslüman kimliğinin tüketim çerçevesinde yeniden üretilme pratiklerine nasıl yansıtıldığını, bireylerin bu tüketime nasıl eklemlediklerini sorgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din, İslam, Kimlik, Küreselleşme, Neoliberalizm, Tüketim.

Neoliberal Consumption Ideology and A Changing/ Transforming Muslim Identity

Abstract

The changes and transformations experienced by the religion of Islam and Muslim identity in today's societies organized by the global neoliberal consumption ideology have been discussed with a critical perspective in this study in which consumption and religion have been problematically discussed and questioned. Based on this framework, firstly, the changing capitalist organization has been discussed and the strategies used by this capitalist organization in the construction of a society based on consumption have been revealed. Then, how this consumption-centred social life is reflected in the way of life of Islam and the reproduction practices of the Muslim identity, how individuals are articulated in this consumption and their consumption patterns have been questioned.

Keywords: Religion, Islam, Identity, Globalization, Neoliberalism, Consumption.

¹ Dr. Öğr., Adnan Menderes Üniversitesi, osmnsmse7@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5619-704X

² Dr. Arş. Gör., Batman Üniversitesi, orhanorhun06@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-3735-2865

Giriş

Kapitalizm ve sermayenin karını arttıracak şekilde toplumsal yapıyı örgütlenme gücü emek, üretim araçları, tüketim, ideoloji, mekân gibi olguları etkilediği gibi dinsel yapıya da etki etmektedir (Yırtıcı ve Uluoğlu, 2004: 43-52). Batı merkezli tüketim ideolojisi, neoliberal küreselleşme ile birlikte nerdeyse bütün dünyayı etkilemeye/şekillendirmeye başlamıştır (Aydın, 2002: 105-123; Berger, 2003: 123). Bu tüketim endeksli küreselleşmenin mantığına baktığımızda farklı toplumları, kültürleri ve dinleri sermayenin mantığına uygun olarak nasıl dönüştürdüğü ve piyasa mantığına uygun bir şekilde nasıl yeniden ürettiği görülmektedir. Küresel neoliberal tüketim ideolojisi, farklı dinler ve kültürlerle çatışmak yerine onlarla iş birliği yaparak tüketim toplumuna eklemeye çalışmaktadır (Aslanoğlu, 1998; Berger, 2003; Castells, 2004; John, 2004). Bu paradigma, görünürde farklı kültürlerle ve dinlere saygılı gibi görünse de temelde yaptığı şey onları sermayenin mantığına uygun olarak yeniden örgütlemektir. Bu örgütlenme sorunsuz bir şekilde olmamakta ve içinde sürekli çelişkileri barındıran bir süreci açığa çıkarmaktadır. İslâm ve Neoliberal tüketim ideolojisi sistemin sahip olduğu ontolojik, epistemolojik ve etik normlar sebebiyle birçok çelişki, gerilim ve paradoksu içinde barındırmaktadır. İslam dini, tüketim ideolojisinin hedonizminin aksine püriten bir ahlak anlayışına sahip olan, israfı, gösterişi ve lüks tüketimi hoş karşılamayan, kolektif bilincin ön planda olduğu, kimliğin inanç üzerinden inşa edildiği gibi temel özelliklere sahiptir (Koroğlu, 2012; Demirezen, 2015). Bu çelişkiler bağlamında çalışmada, sermayenin tüketim endeksli toplum inşası serüveninde karşısına çıkan dinleri, kültürleri, kimlikleri nasıl dönüştürdüğü ve bu dönüşümde kullandığı stratejilerin neler olduğu tartışılmakta ve kavranmaya çalışılmaktadır. Müslüman bireyin tüketim toplumuna nasıl eklendiği ve bu çelişkili görünümün örtükleştirilmesi için ne tür stratejilerin geliştirildiği bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Üretim toplumundan tüketim toplumuna geçiş

Üretim toplumunda sermaye, toplumun üyelerini sadece potansiyel üretici olarak görmekte ve insan emeği, fabrikalarda kullanıldığı süre boyunca önemli görülmekteydi. Kapitalizmin ilk dönemlerinde kapitalistler işçiyi, Taylor'un deyişiyle “bir yük hayvanından farksız, ‘öküz cinsinden bir insan’ olarak görüyorlardı” (Lasch, 2006: 123). Bu dönemde kapitalistler tarafından işçiye sadece üreticiliği üzerinden değer verilmekteydi. Dolayısıyla bu dönemde kapitalistler işçilerin üretim dışındaki faaliyet alanlarını kontrol etmeyi akıllarından geçirmemişler. Sonrasında sistemin sürekli artan ürün stoku karşısında tüketici arayışına girmesiyle beraber işçilerin salt üretim faaliyetiyle değerlendirilemeyeceğini aynı zamanda birer tüketici olarak da onlardan yararlanılabileceğini, dolayısıyla “işçinin daha yüksek zevklerle donatılması gerektiğini, kitlesel üretime dayanan bir ekonominin kapitalist bir üretim örgütlenmesinin yanı sıra tüketimin de örgütlenmesini gerektirdiğini” anladılar (Lasch, 2006: 124). Ford Motor Works’te 1914’te bir Sosyoloji bölümü kuran Henry Ford için işçilerin özel yaşam alanlarının denetimi, onları çalışkan ve tutumlu üreticiler yapmanın bir aracı olduğu gibi

tüketiciye dönüştürmenin de anahtarını sunmaktaydı. Artık üretim ilişkileri üzerinden kontrol edilen bireylerin tüketim için de kontrol edilmesi bir gerekliliktir. Çünkü kitlesel üretimin arttırdığı metallerin dünyası için metalleri yutacak kitlesel bir pazarı gerekiyordu (Lasch, 2006: 124).

Sanayi Devrim'inin en bariz özelliği, üretimin çapında görülen büyük artışıdır. Özellikle gelişen teknolojiyle o döneme damgasına vuran Fordist üretim tarzı öne çıkmıştır. Henry Ford'un öncülüğünde fabrikalarda kurulan sistem ile kitlesel üretim giderek yaygınlaştı ve beraberinde üretimi, yaşam tarzlarını ve tüketim alanlarını da kapsayan bir sistem haline çabucak aldı. Fakat Fordist paradigmaya uygun ilerleyen üretim sistemi piyasaların kısa sürede doygunluğuna ulaşmasına neden oldu. 1970'lerin başında sermayenin yaşadığı küresel kriz dalgası ise üretim anlayışının değişen şartlara ayak uydurmasını gerekli kıldı. Bu yaklaşımla minimum kaynak ve emek gücüyle mümkün olabilecek en fazla verimin ve üretimin sağlanması amaçlanmıştır. Hakimiyet alanını ve sürdürülebilirliğini genişleterek üretimin aşamalarını parçalara bölüp, küresel ölçekte üreticilere dağıtan esnek Post-Fordist yaklaşım, küresel ölçekte bir tüketim kültürünü de böylelikle yarattı (Harvey, 1999: 84).

Nihayetinde 19. yüzyılda "üretim" üzerinden tanımlanan toplum yapısı, 20. yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren esnek üretime geçişle birlikte "tüketim" üzerinden yeniden tanımlanmaya başlanmıştır. Geç-kapitalizmin küreselleşme dalgasıyla birlikte batı toplumları başta olmak üzere, dünyanın çeşitli ülkelerinde geleneksel üretime dayalı yaşam biçimleri yerini giderek tüketim ve tüketimin merkezde olduğu yeni bir toplumsal örgütlenmeye bırakmaya başladı. Tüketim merkezli toplumsal yaşamda, üretim toplumunda ihtiyaç duyulan üretici kitle aynı zamanda tüketim faaliyetlerine de aktif bir şekilde dahil edilmiştir (Bauman, 1999: 90).

Tüketim toplumunun özellikleri

Sermayenin tüketim merkezli toplum inşasında kullandığı stratejilere baktığımızda: İlk olarak bireylere, topyekün maddi ve ideolojik aygıtlar arayıcılığıyla herhangi bir şeyin sürekli benimsenmesinin mümkün olmadığını, şeylerin uçuculuğunun yoğun olduğu ve dolayısıyla hiçbir şeye sonsuz bağlılığa layık olmadığını, herhangi bir ihtiyacın tatminin mümkün olmadığını ve de hiçbir arzunun nihai bir kader olmadığı anlayışının yerleştirildiği görülmektedir (Bauman, 1999: 74). Tüketim toplumunda hız oldukça önemlidir. Tüketici, mümkün olan en kısa zamanda ona sunulanı tüketmeli ve tüketimden alınacak tatmin anlık olmalıdır ki en kısa zamanda yeni tatminsizlikler ve arzular oluşsun. Bu anlayış sonucunda tüketiciler sürekli tüketim bombardımanına maruz kalmakta ve asla rahat bırakılmamaktadır. Bu stratejinin başarıya ulaşması için de bireylerin tüketim kapasitelerinin yükseltilmesi gerekmektedir. Bu noktada tüketim alanı sürekli yeni cazibeler ve heyecanlar yaratarak tüketiciyi cezbedici yeni isteklere maruz bırakılmaktadır. Özetle tüketim ideolojisi, tüketicileri her an baştan çıkaracak yeni stratejiler yaratmak durumundadır (Bauman, 1998: 92). Featherstone'a (1998: 185)

göre, saydığımız bu tüketim stratejileri arzu edilen tüketici profilinin hazırlanmasına ön ayak olmuştur. Ona göre, “imajlar, göstergeler ve simgesel değerler aracılığıyla tüketim kültürünün romantik otantikliği ve bir kimsenin başkalarının yerine narsistik bir şekilde kendisini hoşnut kıldığı duygusal doyumunu öneren rüyaları, arzuları ve fantezileri tahkim etmektedir.”

Günümüz tüketim paradigması, bireylerin salt ihtiyaçlarını gidermekten öte imaj, prestij, kimlik, farklılık ve tüketim üzerinden aidiyet ayrıca sınıflar arası hareketlilik gibi pratikler ve simgesel vaatler sunmaktadır (Dağtaş, 2009: 77). Bu gerçeklik içinde artık fiziksel ihtiyacın temini ikincil planda kalmaktadır. En temel anlamıyla ihtiyaç tüketim, kullanım ve işlevsel değeri açısından bir şeye belli bir gereksinimi ifade eder. Günümüz toplumsal yaşamında ise ihtiyaç, toplumsal olarak bir ‘farklılık’ istemini yaratmak ve gündelik hayatın bir parçası haline getirmek için kullanılan mitsel bir kavrama dönüşmektedir (Baudrillard, 2012: 72). Tüketim toplumunda aralıksız bir biçimde sunulan ihtiyaçların sınırsızlığı miti, toplumsal ilişkilerin şeyler etrafında şekillenerek esasen farklılık arzusunun kendisine rasyonel bir dayanak hazırlar. Genel olarak tüketim toplumunun özelliklerini sıralayacak olursak ise: Esnek üretim tarzı, tüketim ideolojisi, hedonizm (hazcılık), her türlü öğretinin (buna kültür ve dinin de dahil olduğu) metalaştırması, tüketim üzerinden kimliğin inşası, yaratılan yapay ihtiyaçlar, bireysellik vs. gibi tüketim endeksli bir toplum tahayyülü için gerekli tüm unsurları içermektedir.

Kimliğin inşasında tüketimin yükselişi

Tüketim toplumu salt bir tüketim faaliyetine gönderme yapmaz, toplumsal yaşamın her alanına nüfuz ederek, toplumsal yaşamdaki bütün ilişkileri etkilemektedir. Bocoock’un (1997: 113) da belirttiği gibi tüketim olgusu, salt ekonomi alanına ve faydacılığa gönderme yapmaz. Kültürel bir olgu olarak içinde göstergelerin, sembollerin ve işaretlerin olduğu sosyal gerçekliğe işaret eder. Tüketim kültürü bu çerçevede ilk anda akla gelen rasyonel çağrışımlarının yanı sıra sınıf, statü, prestij, farklılık, ayrıcalık, kimlik inşası vs. ile yakından ilişkili hale gelmektedir. Baudrillard (2012: 112) da benzer şekilde, tüketim olgusunun metaların yanı sıra, fikirlerin ve görüngülerin de tüketilmesini içine alan bir süreç olarak ifade etmektedir. Kısaca tüketim toplumlarında, ekonomik ve toplumsal yaşamda meydana gelen değişim ve farklılaşma genellikle tüketim çerçevesinde şekillenmektedir.

Bauman (1999: 58-61) tüketim kültüründe metaların değişen değerlerini şöyle açıklamaktadır: Geleneksel ekonomide malların kullanım ve değişim değeri ön plandayken tüketim toplumunda şeylerin mübadele değerleri azalmıştır. Artık metaların kullanım değerlerinin yerini gösterge değerleri almaya başlamıştır. Ona göre, artık alım satımı yapılan, tüketilen ve özenilen şey göstergelerdir. Gösteri Toplumu adlı eserinde Debord (1996: 13-14) benzer şekilde, metalar artık şenlikli bir gösterinin aksesuarları haline geldiğini ve böylelikle hayatın tüm alanını bütünüyle işgal ettiğinden söz eder.

Ona göre, gördüğümüz dünya metaların dünyasıdır. Bu metaların dünyasında, metalar göstergelerle donatılmıştır. Metalara yüklenen bu göstergeler sayesinde tüketim toplumunda en yoğun tüketim, metalaşan göstergelere ilişkindir.

Günümüz toplumunda tüketim olgusu, toplumsal yaşamda bireyler için kimlik ve statü ögesi olarak da dolaşıma girmektedir. Bauman (1998: 34), tüketim pratikleriyle kimlik arasındaki bu sıkı ilişkinin postmodern tüketim kültürü zemininde yükseldiğini belirterek toplumsal yaşamdaki kimlikleri dönüştürdüğünü ifade etmektedir. Artık tüketim, modernizm tekçiliği dışlamakta farklılık ve çoğulluk temelinde postmodernizmin ruhuna uygun gerçekleşmekte ve buna paralel kimlikler inşa etmektedir. Ancak bu inşa sürecinde kimlikler arasındaki farklılık aynı zamanda eşitsizliğin de temel kaynaklarından biri olarak belirivermektedir (Warde, 1994: 278). Çünkü tüketim ekseninde kimlik inşası, bireylerin tüketim tarzlarına ve seviyelerine göre farklılık göstermektedir. Bocoock'un (1997: 31) da ifade ettiği gibi "günümüzde kadın, erkek, çocuk ve yaşlıların kimliklerinin oluşumunda en önemli rolü, tüketim malları ve tüketim kalıpları oynamaktadır."

Endüstriyel kapitalizmin ilk dönemlerinde yahut geniş anlamıyla geleneksel toplumlarda tüketim pratikleri, insanların çoğu için kimliklerinin temel öğeleri arasında yer almamaktaydı. Bocoock'un (1997: 56) da belirttiği gibi, o dönemde kimlik inşasında en önemli unsur olarak karşımıza üretim aşamasındaki iş rolleri çıkmaktaydı: "Çoğu kişinin yaşamı çalışma yaşamındaki rollerin baskısı altındaydı ve maden işçisi, çiftlik işçisi, fabrika makinisti olmak onlara çekirdek bir toplumsal kimlik duygusu sağlıyordu." Dolayısıyla sanayi toplumunda kimliğin inşası, esasen insanların ne ürettiğine bağlı olarak iş yaşamındaki konumu ve meslekleri etrafında şekillenmekteydi (Hetherington ve Havard, 2014: 126). Tüketim toplumunda kimlik inşasında Storey (1997:134), imajların ve göstergelerin rolüne dikkat çekerek insanların tüketim faaliyetlerinin temel bir öneme sahip olduğunu buna karşın iş rollerinin daha az önemli olduğu vurgulamaktadır.

Neoliberal tüketim ideolojisi kısılacında, İslam ve Müslüman kimliği

Dinler, insanlar için sadece maneviyatı veya ruhsal bir alanı temsil etmemektedir. Dinler, toplumsal yaşamın her alanını şekillendirdiği gibi bireylerin kimlik inşasında da oldukça önemli bir yere sahiptirler. Dolayısıyla dindar bireyler, bu inanç sistemleri tarafından kimliklerini ve toplumsal ilişkilerini kurgulamaktadırlar. Kimliğin inşasındaki klasik öğelerden olan din, sınıf, yaş, cinsiyet, etnisite gibi temel öğelerin yanı sıra günümüzde tüketimin de eklenmesiyle giderek çeşitlenmiştir. Özellikle, geç kapitalizm ve tüketim ideolojisiyle artık bireylerin kimlik inşasında tüketim olgusu oldukça önemli bir noktaya gelmiştir. Müslüman öznenin bu paradigma içinde kendini inandığı dinsel alan içinde tanımlaması giderek güçleşmektedir (Göle, 2010: 126).

Genel olarak bakıldığında, tüketim ideolojisi karşısında ikiye ayrılmış bir Müslüman yaşam tarzını görmekteyiz. Bir grup daha radikal ve militanca dini örgütlere katılırken diğer grup ise zamanın güncel postmodern yaşam tarzlarına entegre olmuştur (Winter, 2006: 201). İkinci grubun çoğunlukta olduğu söylenebilir. Ülkemiz açısından da postmodern tüketici yaşam tarzına entegre olan Müslüman grubu ağırlıktadır. Haenni bu durumu: “Her alanda yükselen moda karşısında İslami modanın, kapitalizmin karşısına yeşil sermayenin kurucuları erdemli iş insanının ve hayırsever dindar kadın figürlerinin, popüler müziklerin İslam’la harmanlandığının ve ekranlarda pop-star yarışmalarının yerini hafızlık ve ilahi yarışmalarının aldığı” (Haenni, 2011: 68) şeklinde ifade etmektedir.

Tüketim ve din ilişkisini ele aldığı çalışmasında Demirezen (2015), İslâm’ın değerleri ile tüketim değerlerinin bir paydada bulaşamayacaklarını belirterek dinî sembollerin meta hâline getirildiği tezini sunmaktadır. Yaptığı araştırma sonucu, günümüz Müslüman toplumlarında ekonomik refahın artmasıyla dinin Müslümanları mükellef tuttuğu emirlerden tüketimin desteklediği hac, umre ziyaretleri, tesettür gibi emirleri yerine getirmede bir yükseliş görülürken tüketim toplumu kodlarının desteklemediği dinin direği olan namaz, oruç gibi ibadetlerde artış ve yaygınlaşma gözlemlenmediğini ileri sürmektedir.

Tüketicilik paradigmasıyla inşa edilen kimliğin alışkanlıkları ve değer yargılarıyla, İslamiyet’in buyurduğu emirler arasında uyumsuzluklar mevcuttur (Demirezen, 2015: 499). Örneğin; “yiyiniz, içiniz, sadaka veriniz ve giyiniz. Ancak kibirlenmeyin ve israf etmeyiniz. Şüphesiz Allah, nimetinin eserini kulunun üzerinde görmek ister” (Buhari, 1979). Demirezen (2015) bu İslami kurallarda, çoğu Müslümanın Allah tarafından sunulan özellikle maddi nimetlerin en iyi şekilde taşımalarının mutlak emir olduğu sonucunu çıkarabildiğini vurgulamıştır. Oysa ki, emrin bütününde yer alan sadaka, israf, kibir gibi kavramlar çoğunlukla ihmal edilmiş yahut bu kavramlara tüketim kültürünün alışkanlıkları eşlik etmiştir. Örneğin, bu emirlerin bağlayıcılığını kabul etmiş inanlar için temelde çok sayıda kıyafet israf kabul edilirken tüketimle iç içe geçen dinsel alanla birlikte artık her bir gün için farklı kıyafete sahip olmak toplumsal bir zorunluluk olarak görülmekte ve israf kapsamından çıkarılmaya çalışılmaktadır (Demirezen, 2015: 501).

Demirezen’in (2015) de çalışmasında vurguladığı gibi tüketim toplumuna entegre olma çabası, Müslüman kimliği için belirli çelişkiler doğurmaktadır. Haliyle tüketimciliği meşru zemine oturtma kaygısı beraberinde bir dizi çelişkili pratiği de getirmektedir. Bu çelişkilerin gizlenmesi için öncelikle tüketici Müslüman birey için tüketimcilik, İslami usullere uygun hale getirilmeye başlanmış ve bu doğrultuda İslam için önemli kavramların başında yer alan ‘helal’in kavramsal ve değersel tüketimi ile tüketim faaliyeti yan yana getirilmiştir. Bu noktada dinsel içerikli ürünlerin değersel ve doktrinsel boyutları arka planda kalmakta ve ticari bir ürün haline gelmeleri kolaylaşmaktadır (Haenni, 2011: 42-43).

Tüketim toplumunda, Müslümanların tüketim pratiğindeki çelişkilerin gizlenmesi için ürünler sistem tarafından dindar birey için önemli olan İslam’i değer ekseninde paketlenmekte ve satışa sunulmaktadır. Hiper/süper market ürünlerin yanına artık sıklıkla ‘helal’ ibaresini getirmektedir. Bu mekânlarda satışa sunulan ürünler, helal ve İslami çeşitli unsurlarla süslenip alternatif yaratılmaktadır. Kible kola, Mekke kola, Zemzem kola (Cingi, 2014: 102) gibi isimlerle süslenmiş içecekler bunun iyi örnekleri arasındadır. Bu sayede, bu ürünler İslami tüketim tercihleri arasında öne çıkmaktadır. Haenni’ye göre, “kokakolonizasyon (cocacolonisation) terimiyle karşı çıkılan bir sürece verilen dinsel yönelimli bu cevapta, sürece karşı çıkanların farkında olmadan karşı çıktıkları şeyin mantığını içselleştirdiklerini saptamak” (Haenni, 2011: 68) önemlidir. Tüketim faaliyetine İslami kodların yerleştirilmesi salt tüketimciliğe hizmet etmez. Önemli işlevlerinden biri de günümüz ulus devletlerinin yahut dinsel çatışmaların karşısında birer boykot nesnesine dönüşebilmeleridir. Ülkemizde bu durum sıklıkla komik sahneler yaratmaktadır. Müslüman toplumlara yahut Türklere karşı yapılan dış kaynaklı saygısızlıklar karşısında, oluk oluk kolaların yerlere döküldüğünü yahut tüketiminin boykot edildiğine şahit olmaktayız. Haenni’nin (2011: 59) uyarısı bu noktada oldukça önemlidir: “Farkında olmadan yapılan bu eylemler tüketimin bir diğer kanadına rahatlıkla alan açmakta ve hizmet etmektedir” (Haenni, 2011: 59).

İslami usullere uygun sterilize edilmiş bir diğer önemli tüketim mekânı örneği, Fadıl Akgündüz’ün kurucusu olduğu Türkiye’nin ilk tesettür oteli olan Caprice Otel’i, Akgündüz şöyle pazarlamaktadır: “Ülkemizde bu sayede yeni birikim alanları yaratmanın yanı sıra, aynı zamanda muhafazakâr kesimin hakkı olan tatili de onlara sunmaktayız” (Bilici, 2013: 17). Burada temel mantık yukarıdaki örneğe paralel işlemektedir. Tüketim toplumunda önemli bir yere sahip olan oteller ve tatil alanları, uzun zamanlar dindar bireylerin günahattan kaçınmak için uzak kaldığı yerler olarak algılanmıştır. Dini usullere uygun şekilde yeniden inşa edilen bu otellerle birlikte muhafazakâr kesimin bu pazara çekilmesi hedeflenmiştir. Bu anlayışla dini hassasiyetlere uygun biçimde tasarlanan tesettür otellerin, internet sitelerinde (islamitatilyerleri.net, muhafazakârotelim.com vb.) müşteriler için sunulan reklamların belirli anahtar kelimeleri içerdiği görülmüştür. Alkolsüz oteller, dini kurallar üzerinden tasarlanan helal tatil, kadınların ve erkeklerin farklı alanlarını kullandıkları sahiller, haşama ya da tesettür mayoda farklı seçenekler, muhafazakâr balayı konsepti gibi reklamlar üzerinden muhafazakârlar için günahattan arındırılmış tatil yapıları ön plana çıkarılmaya çalışılmaktadır. Bu mekânlarda İslamiyet’in yasakladığı veya haram saydığı alkollü içecekler ve yiyecekler bulunmamaktadır. Ayrıca kadın ve erkek için ayrı ayrı tasarımlar oluşturularak dini hassasiyeti bu noktada maksimum seviyede gözetlemektedirler. Ek olarak tüketim ideolojisi, reklamlarda İslam tarihinde önemli figürleri ön plana çıkararak Müslümanlara, sözde İslami usullere göre hazırlanmış beş yıldızlı otel ve tatil köyü fırsatları sunmaktadır. Örneğin; İslam tarihinin önemli bir figürü olan Eyyüp El-Ensari sembolü, kapitalizmin otel tatili projesine eklenerek Müslümanların tüketimine sunulmaktadır. Bu tüketim esnasında dini sembollerin işlevi,

lüksün ve israfın göz ardı edilmesine olanak tanınması ve adeta bir çeşit paravan görevi görmesidir. Yapılan tüm bu düzenlemeler ile ‘tatil yapmak’, İslami usullere göre yeniden şekillendirmekte ve Müslüman tüketicileri pazara entegre etme hedeflenmektedir. Böylelikle, tüketim kalıplarıyla din iç içe geçmekte ve bir kamusal alan faaliyetine evrilmektedir. Böylelikle kapitalizmin dinsel alanın pazara uygun hale gelmesine zemin hazırlamaktadır (Northbourne, 2003: 20-21). Bu zeminde “...modern tüketimciliğin sunduğu maddi zevkler ve konfor düşkünü yaşamlara karşı açıkça ahlaki şüpheler taşıyor olsa da dinlerine bağlı kalırken, modern kapitalizmin zevk ve ürünlerini de oldukça yüksek bir düzeyde tüketmeyi başarabilenler vardır” (Bocock, 1997: 61).

Tüketim ideolojisinin kutsal alanı dönüştürme gücünün diğer birkaç örneğine baktığımızda: Bir şarap firmasının sema gösterisi eşliğinde reklam yapması üstelik “sema” gibi dinsel ve kültürel alanda özel bir değeri barındıran bu ritüelin dinen yasaklanmış bir ürünün tanıtım aracı olarak kullanılması, bu değerlerin bir eğlence ve tüketim unsuru haline gelmesine olanak sağlamıştır. (Demirezen, 2015: 85). Bunun yanı sıra bu pazarlama stratejilerinde sıklıkla gördüğümüz ramazan aylarında iftar sofralarını süsleyen kola reklamlarına her yerde rastlamak mümkündür. (Yerlikaya, 2013: 72). Görüldüğü üzere tüketim toplumunda ürünler salt kullanım değeriyle pazarlanmamaktadır. Ürünlere ayrıca hedef kitlenin hassasiyetleri ve kültürleri de eklenerek bir yaşam tarzı biçiminde sunulmaktadır.

Ekonomik pazarda önemli bir paya sahip olan Müslüman toplumlara yönelik, İslami kodlarla donatılmış çeşitli ürünler tüketicilerin tercihlerine uygun bir şekilde tasarlanmaktadır. Bu ürünlerin örneklerine baktığımızda: Akıllı telefonlarla ulaştırılan namaz dualarının, ezanın, zikirmatiklerin vs. yer aldığı çok çeşitli İslami uygulamaların geliştirildiğini görmekteyiz. Ayrıca Kâbe maketleri, Ayetli tablolar, Kâbe tasarımlı Kuran kutusu, Kelime-i Tevhid baskılı çanta vb. birçok ürünü de görmekteyiz. Bu anlayışla sunulan ürünler derleme bir hal almaktadır. Altın ve gümüş işlemeli kuran, taş yapılarına göre yüksek fiyatlandırılan tespihler, bir o kadar pahalı ipek seccadeler gibi ürünler ekonomiye bağlı tüketime sunulmaktadır. Haenni yaşanan bu süreci şöyle özetlemektedir: “söz konusu olan, eskiden olduğu gibi kitleleri değişmez veya sarsılmaz bir gerçekliğe ikna etmek değil, hedef grupların gerçek veya varsayılan beklentilerine uygun bir dinsel ürün arz etmektir” (Haenni, 2011: 93).

Dinsel alanda tüketim olgusuna yönelik dikkat çeken bir diğer alan ise kutsal mekânların ziyaretlerinin gerekliliği üzerinden giderek büyüyen inanç turizmdir. Her sağlığı ve durumu yerinde olan Müslümana farz kılınmış hac, her yıl binlerce insanın kutsal sayılan topraklara seyahat etmesine vesile olmaktadır. Bu durum da haliyle sermaye açısından oldukça karlı bir alan yaratmaktadır. Örneğin, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Diyanet İşleri Başkanlığının iş birliği üzerinden hac yolculuğu ayarlanmaktadır. Bu “V.I.P. hac ve umre organizasyonları tüketim toplumunun en önemli ögesi olan reklamlar aracılığıyla lüksü vaat etmektedir” (Demirezen, 2015: 91). Müslüman için bu yolculuk günahlarından arınmayı ve tövbe kapısını açmaktadır.

Ayrıca dinsel bağlılığı kuvvetlendirerek diğer inananlarla aidiyetini güçlendirme gibi birtakım işlevlere sahiptir. Öte yandan belirttiğimiz gibi her yıl milyonlarca insanın akın ettiği bu topraklar sermaye açısından kazanç kapısına dönmektedir. Artık bu yolculuk birçok turizm firması aracılığıyla hizmet alınan farklı eşitsizlikleri üretebilen tüketim kalıplarıyla yürütülmektedir. Dolayısıyla bu dinsel pratik, sermayenin süregelen doğasına hizmet etmektedir. Kapitalizmin kutsalın büyüsunü bozarak onları pazarlanabilir metalar haline getirmekte ve İslamiyet'e uygun bir çerçevede tüketim kültürünü yeniden oluşturulduğunu görmekteyiz.

İmaj ve gösteri çağında, dini değerler ve kimlik

Tüketim toplumunda gösteri ve gösteriş kalıpları oldukça yaygınlaşmıştır (Debord, 1996: 38-45). Taylor da (2011: 102) sürekli bir sergileme kültürünün hâkim olduğunu vurgulamaktadır. Barbarosoğlu (2002: 19) bu egemen kültürde dindar bireyin hareket alanının giderek daraldığını belirterek konuya imaj ve takva üzerinden yaklaşmaktadır. Ona göre bu iki kavramın yan yana gelmesi belirli güçlükler içermektedir. En temelde ise imajın olduğu yerde takvadan söz edemeyeceğimizi vurgular. Demirezen de (2015: 106) yaşanan bu gerilime şöyle dikkat çekmektedir: Tüketim ideolojisinin hakimiyetinin giderek arttığı günümüz dünyasında, dindar bireylerin pratikleri ve dinsel öğretiler arasında gelgitlerin yaşanmaktadır. Çünkü bireyler inançları gereği kendilerini kulluk üzerinden tanımlarken diğer yandan bilinçli yahut bilinçsiz bir şekilde markaların işaret değerlerini satın aldıkları bir yarışın içinde kendilerini bulmaktadırlar.

Tüketim ideolojisinde trendlerin, modanın ya da demode olmanın nüfuz etmediği hemen hemen hiçbir alanın kalmadığı bir düzlemde dinsel alan da etkilenmektedir. Bu etkinin net örneklerinden birini tesettür giyim alanında görmekteyiz. Tesettür modacılarının önde gelen isimlerinden Aydın, röportajında: “Tesettür Allah'ın emridir. Moda ise yenilik. Tesettürün kırmızı çizgileri vardır. Onu modaya uyduramazsınız. Ama modayı tesettüre uyarlayabiliriz. Kıyafetinizin rengi, deseni modaya uygun olabilir. İslam güzellik ve incelik dinidir. Neden bunu kıyafetlerimize de yansıtmayalım. Müslüman bir kadın her zaman zarif ve şık olmalı ki örnek olsun” şeklinde açıklamalarda bulunmuştur (Çakmak, 2013: 57). Giyim ve aksesuar piyasası, sermaye için bitmek tükenmek bilmeyen bir deniz gibidir. Bu piyasada muhafazakâr giyim, her geçen gün yükseltmekte ve büyük oradan yatırımlar ve harcamalar bu alanda yapılmaktadır. Tesettür firmalarının ortak noktası ise din ile estetiği bir araya getirerek sürekli arzulanın ürünler üretmeleridir. Son dönemlerde bu anlayışa hizmet eden Hesna, Aysha, Ala vb. İslami moda dergilerinin ve Tekbir Giyim gibi İslami giyim üreten ve pazara sunan firmaların yükselişi bu durumun iyi örneklerindedir (Meşe, 2015: 148). Piyasadaki bu yükselişi Kılıçbay ve Binark (2002: 501) şöyle yorumlamaktadır: İslami kabul edilebilirlik ölçüleri içinde üretilen bu ürünler, dindar orta ve üst sınıfın tüketim üzerinden deneyim ve yeni heyecanlara davet anlamına gelmektedir.

Dinler, toplumsal yaşamın bütününe etki ettiği gibi iktisadi hayatı da düzenlemek için bağlayıcı kurallar taşır. Bu durum dinden dine farklılık gösterdiği gibi kendi içinde de farklılıklar gösterebilmektedir. Temelde dinler, nelerin tüketilip tüketilmeyeceği konusunda bazı esaslar üzerinde ortaklaşmaktadır. İslam dininde de tüketim bazı kurallar ile sınırlandırılmış ve yönlendirilmiştir. İslam dinindeki tüketime ilişkin esaslara baktığımızda: Öncelikle israftan kaçınılması gerektiği üzerine ve tüketilecek maddelerin temiz ve helal olması “Allah’ın size helal ve temiz olarak verdiği rızıklardan yiyin ve kendisine iman etmiş olduğunuz Allah’tan korkun” (Furkan 25/67) gibi belirli ilkelerin yer aldığını görmekteyiz. Fakat dindar kesimlerin zenginleşmesi ve kamusal alanda görünürlüğünün artmasıyla pazar açısından işlenmemiş bir tüketim alanı ortaya çıkmıştır (Özbolet, 2014: 32). Dinsel öğretilere ve yaşam pratiklerine uygun olmadığı gerekçesiyle mesafeli durulan alanların ve ürünlerin dine uygun biçimde tasarlanmasıyla sermaye için yeni bir birikim alanı açılmıştır. Bu tasarım esnasında tüketici kitleye uygun bir biçimde mallar ve hizmetler sterilize edilip, dini içerikler kazandırılarak dindar bireyle tüketimin arasındaki mesafenin kapatılması hedeflenmiştir.

Tüketim olgusu ile Müslümanların arasındaki bu mesafenin giderek kısılması sonucunda artık pahalı markaların ve defilelerin tesettür giyimde ön plana çıktığını, lüks otomobillerin burjuva dindarları arasında yaygınlaştığını, lüks villaların yahut pahalı taşlarla döşeli iç dekorasyonların evlerde yer aldığını ve beş yıldızlı İslami tatil köylerinin ciddi talep gördüğü gözlemlenmiştir (Yankaya, 2014: 170). Bu tablo bir bakıma yeni muhafazakârların yaşam tarzını resmetmektedir. Yeni muhafazakârın tüketim yolculuğuna baktığımızda: Nargile kafelerden “Baby Shower” mevlitlerinde oluk oluk para akıtılan partilere, Yatlarda gerçekleştirilen ramazan programlarından moda haftalarına, köşklerde, “After Party’leri” ihmal etmeyen gelinle damadın gösteriş içinde merdivenden aşağı ezanla karışık müziklerle indiği düğün merasimlerinden, romantik Bosna turlarına ve ultra romantik Kudüs gezileriyle yoluna devam etmektedir. Duvarlarında hat levhaları asılı çikolata kafelerle, tıpkıbasım hatlarla, gümüş ve altın işlemeli ederinin çok üstünde ödenen tespihlerle, zanaattan uzak ebrularla her alanda muhafazakâr semboller döşenmiştir. Her türlü merasim; düğün, sünnet, cenaze, iftar yemekleri, ramazan programları gibi şatafat alanına dönüşmektedir. Bu yaşam kültürü bugün toplumsal yaşamın büyük kısmına sirayet etmiş durumda ve kendi tüketim kültürünü üreterek bir “sosyal gerçeklik” olarak yoluna devam etmektedir (www.yenisafak.com). Diğer bir ifadeyle, piyasanın egemen paradigması, dinsel alanı, tüketim alanının bir parçası haline getirmekte ve pazarı da bir din formuna büründürmektedir (Haddorff, 2000: 491). Bu süreç bir bakıma metaların dini kurallar çerçevesinde düzenlenmesinden farklı olarak, dinin kapitalizme uygun hale getirilmesi anlamına gelmektedir. Boubekur’ın (2005: 192) belirttiği gibi: “İslam, kapitalist pazar içerisine gömülenmiştir”. Günümüzde kapitalist tüketim ideolojisinin egemenliğiyle kapitalizmin çoğu noktada dinle hatta dindarlıkla özdeşlik kurduğunu, bu kutsal alanı seküler dünyanın ve maddi kültürün içine yerleştirdiğini dini, modern tüketicinin

hizmetine sunduğunu, böylelikle dini “ekonomik bir değer”, “pazarlanabilir bir meta”, “tüketilebilir bir nesne” durumuna getirdiğini belirtebiliriz (Aygül ve Öztürk 2016: 12).

Marx’ın ünlü deyişiyle tüm bu süreçte, kapitalizm katı olan her şeyi buharlaştırmakta, kutsal olanları da dünyevileştirmektedir. Marx, kapitalist ekonomik sistemde kendini dolaşım değeri olarak gösteren metanın sunduğu görünümü şu şekilde ifade eder: Londra’nın en işlek caddelerinde birbirinden süslü mağazalar sıkışık bir halde sıralanırlar, vitrinlerinden bütün dünya kültürlerinin zenginlikleri: Hint şalları, Amerikan tabancaları, Çin porselenleri, Paris korseleri, Rusya kürkleri ve tropiklerin baharatı sergilenir. Ancak sergilenen bu metaların özü €, s., d. [sterlin, şilin, peni] fiyat etiketlerinin yazılı olduğu rakamlarla temsil edilmektedir. Kısaca dolaşım içinde olan metaların kendini sunduğu görünüm budur (Marx, 1970: 165). Marx’ın belirttiği gibi tüm dünya kültürleri, inançları ancak etiketlerin üzerinde yazan rakamlarla dolaşıma girmektedir.

Dinsel ürünlerin tüketim toplumu mantığına uygun şekilde biçimlenmesiyle dindar bireyler arasında giderek artan hiyerarşik bir ilişkinin varlığı göze çarpmaktadır. Dindar bireyler arasında markanın, gösterişin yaygınlaşması yahut diğer inananların ulaşamayacağı ayrıcalıklı mekânlarda ibadet etme gibi faaliyetler ve Müslüman bireyin barınma, ulaşım, giyim, yeme-içme gibi her türlü yaşamsal faaliyetini tüketim toplumunun trendlerine uygun olarak gerçekleştirme çabası, tüketim temelinde eşitsizliğe sebep olmaktadır. Son model arabalar, markanın ön plana çıktığı kıyafetler, güvenli lüks konutlarla elit bir hayat biçimine ve tüketim faaliyetine sahip olan bu bireylerle yoksul Müslüman arasındaki duvar her geçen gün yükselmekte ve eşitsizlikler derinleşmektedir.

Dindar toplulukların ve bireylerin yaşam tarzları arasında çoğu zaman ekonomik bir uçurumun olduğunu görmekteyiz. Bir taraftan Arap Emirliklerinde sürekli yükselen gökdelenler ve elit dindarların dudak uçuklatan hayatları diğer yandan ise hiç olmadığı kadar yoksulluğun akıl almaz görüntülerine şahit olmaktadır. Peki dindar birey bu lüksü ve şatafatlı hayatı dinsel öğretileriyle nasıl buluşturmaktadır? Haenni (2011: 122) bu noktada lüks tüketimin ve zenginliğin dinsel alanın, politik söylemler eşliğinde meşruluk zemini yarattığını ileri sürmektedir. Ona göre, “Paranın-zenginliğin hem Batı ile hesaplaşmada rövanşı almanın aracı hem de Allah’ın sevgili kulu olmanın bir göstergesi” olmaktadır. Bu politik söylem dindar bireylerin tüketim üzerinden deneyimledikleri yeni heyecanlara ve faaliyetlere karşı meşru bir zemine oturtmak için yeni bir mit oluşturur. Bu mite dayanan burjuva ailelerin yaşam pratiklerinin birkaç örneğine baktığımızda: Muhafazakâr yeni zengin elit ailelerine yönelik yaptığı çalışmalarıyla tanınan Mimar Şafak Can, İslami burjuvanın tercihlerini şöyle aktarmaktadır: “Evlerine milyon dolarlar harcayan muhafazakâr zenginlerin perdelerinde bile Svarovski taşları kullanmayı tercih ettiklerini belirterek, genel beğenilerini “şatafatlı, abartılı ve Arabik” olarak özetliyor. İslami sosyete, Evlerindeki dev ekranlarda Kabe’yi izliyor, evinde tek kişilik konserler veriyor ve taht benzeri

koltuklarda oturmayı seviyor” diye eklemektedir (www.t24.com.tr). Müslüman, özellikle Batı’ya karşı güçlü görünme ve rekabet etme hırsıyla, şaşalı ve gösterişli mekân inşa etmeyi, lüks bir yaşam sürmeyi ve kapitalist mantığa uygun toplumsal örgütlenmeyi gerçekleştirmediği bu mitle meşru görmektedir.

Dinsel alanın tüketim ilişkileri çerçevesinde dönüşümü, mekânsal çerçevenin de bu tür ilişkilere imkân tanıyacak biçimde inşa edilmesini gerektirir. Bu durumu George Ritzer (2000: 187) şöyle aktarmaktadır: “Alışveriş merkezleri çağın tanımlayıcı yapısı olarak fabrikanın yerini almıştır.” Ritzer (2000: 156-163), tüketim faaliyetlerini yönlendirenlerin sürekli tüketimin sağlanması için şeylerin dünyasını “eğlenceli” kılarak yeniden büyülediklerini ileri sürmektedir. Ritzer, Disney dünyasını ele alarak bu üzerinden tüketim mekânlarının ve faaliyetlerinin, kitlelerin gözünde artan değerini “tüketim katedralleri” metaforuyla resmetmeye çalışır. Böylelikle tüketim faaliyetlerine dini ve kutsal bir anlam yüklenerek bu mekânlara büyümlü bir boyut kazandırılmaktadır. Ayrıca bu tüketim katedralleri, büyümlü olmanın yanı sıra olabildiğince akılcılaştırılmıştır. Tüketim mekânlarının alışveriş merkezleri ve devasa tüketim katedrallerinin engel tanımaz yükselişi, giderek yaşamlarımızın merkezine yerleşmektedir. Sonuç olarak içinde artık bizi “hiper tüketim ve simülasyon” çağında yaşadığımız gerçeğiyle yüzleştirmektedir. Büyümlü ve akılcılaştırılmış tüketim mekânlarının başında ise AVM’ler, oteller, fast food restoranlar, teknolojik alışveriş merkezleri vb. gelmektedir. Ayrıca ilk bakışta tüketim merkezlerinin dışında kalan diğer sosyal ortamlar da (örneğin hastaneler, müzeler, dini kurumlar, üniversiteler ve top sahaları da) tüketim katedrallerini taklit etmektedir. İstanbul’da yeni açılan kadınlara yönelik olan Alışveriş Merkezi, din ve tüketim mekânları ilişkisini yansıtan iyi örneklerindedir. Dünyanın ilk kadın temalı alışveriş merkezi olduğu belirtilen Zeruj Port’un, Zeytinburnu’nda açılış konuşmasının hemen ardından, Kur’an-ı Kerim okundu ve kurdele kesildi. Muhafazakâr kadın modasını yansıtacağı kaydedilen Alışveriş merkezinde 126 mağaza yer alıyor. Ayrıca alışveriş merkezinde 5 vakit ezan okunacak (tr.sputniknews.com). Bu örnek Ritzer’in söz ettiği akılcılaştırma ve büyüleme mekanizmalarının nasıl işlediğini göstermesi açısından önemlidir. Muhafazakârlar için bu tip AVM’ler birer tüketim katedraline dönüşmektedir.

Sermaye muhafazakâr Müslüman kimliğine yönelik tüketim mekânları yaratsa da bu durum her zaman tek bir kimliği içinde barındırmamaktadır. Bu tüketim mekânları çoğu zaman bütün kimlikleri bir araya toplamayı amaçlamaktadır. Göle’nin (2012: 48-54) de belirttiği gibi, bu durum, sekülerin ve dinsel mekân üzerindeki dönüştürme etkisini ve işlevlerini değiştirerek karşılıklı alışveriş yaptıkları yeni mekânlar oluşturur. Bu yeni mekânlar içlerinde belirli çelişkiler barındırır. Dolayısıyla hem sekülerin hem de dinsel bünyesinde çatlaklar ve tavizlerin oluşmasına neden olur. Bu durumun çıktısı olarak karşımıza sıklıkla “Budist Katolikler”, “Yogacı Müslümanlar” gibi yeni tipolojiler çıkmaktadır. Göle (2012) yaşanan bu değişim sürecini, sekülerin benlik kaybına ve kamusal alanlar da giderek yitirdiği hakimiyet kaybına yormaktadır. Göle, bu değişimi

modernite perspektifi üzerinden okuyor olsa da neoliberal tüketim ideolojisinin bu alanlara etkisi azımsanmayacak boyuttadır.

Sonuç

Tüketimin dinsel alanla olan ilişkine değindiğimiz bu çalışmada görülmektedir ki: Tüketim ideolojisinin dinsel alanla çeşitli gerilim noktalarının varlığına karşın bu alanlara çatışmak yerine dindar bireylerin hassasiyetlerini dikkate aldığı bir tüketim kültürünü oluşturmaktadır. Dinsel öğretilere paralel biçimde modayı, yiyecek ve içecekleri, alışveriş mekânlarını, turizmi ve tatil seyahatlerini düzenlemekte ve dönüştürmektedir.

Günümüzde kapitalist tüketim ideolojisinin egemenliğiyle kapitalizmin çoğu noktada dinle hatta dindarlıkla özdeşlik kurduğu, bu kutsal alanı seküler dünyanın ve maddi kültürün içine yerleştirdiği dini, modern tüketicinin hizmetine sunduğu, böylelikle dini ‘ekonomik bir değer’, ‘pazarlanabilir bir meta’, ‘tüketilebilir bir nesne’ durumuna getirdiği görülmektedir. Bu durum inançların, kültürlerin, yaşam tarzlarının pazarlanabilir hale getirilmesine zemin hazırlamaktadır. Featherstone’un (1998) da belirttiği gibi bu piyasada din de herhangi bir hayat tarzı gibi piyasada alınıp satılan özel bir boş zaman uğraşısı haline gelmektedir. Tüketim ideolojisinin mantığına uygun şekilde Müslüman bireyler için oluşturulan ‘yaşam tarzları’, Müslüman bireye sadece tüketiciliği değil aynı zamanda tüketim merkezli kimlikler de sunmaktadır. Tüketim ideolojisi her şeyin içini boşaltarak onları süslü birer vitrin objesi haline dönüştürmektedir. Müslümana sunduğu yaşam tarzı, içi boşaltılmış özünden koparılmış, İslami değerlerin piyasa mantığına uygun şekilde üretildiği, sadece dış görünüme ve söyleme indirgenmiş bir dindarlığın ‘temsili’ haline getirmektedir.

Sonuç olarak tüketim ideolojisinde artık dinler, pazarın içinde yer alan birer temsile dönüşmektedir. Yukarıda kısaca değindiğimiz gibi bu temsilin özünde, Müslümanın her türlü lüks tüketimden uzak duracağı, israfı hoş göremeyeceği, tüketim üzerinden bir statü ve prestijin elde edilmesini hoş karşılamayacağı beklenmektedir. Her ne kadar konuşulan ve düşünülen bu olsa da gündelik yaşamın pratiklerine ve görünümüne baktığımızda durumun pek öyle olmadığını görmekteyiz. Özellikle 1980 sonrası neoliberal tüketim ideolojisinin ülkemize sirayetiyle, çoğunluğu Müslüman olan bir toplumun bu denli tüketime eklemlenmesi aslında durumun beklenilenin tam tersi olduğunu göstermektedir. Öte yandan günümüz tüketim toplumunda temsiller, çelişkileri gizleyen birer vitrin görevi görmektedirler. Bu noktada dikkatimizi vereceğimiz yer vitrinde sürekli ışık tutulan temsiller değil, vitrinin arkasında karanlıkta bırakılan bölgelerdir.

Kaynakça

Aslanoğlu, R. (1998), Bir Kültürel Karışım Olarak Küreselleşme, İçinde, E. F. Keyman, A.Y. Sarıbay (Ed.) *Küreselleşme, Sivil Toplum ve İslam*, Ankara: Vadi Yayınları.

Aydın, M. S. (2002), *Siyasi, Ekonomik ve Kültürel Boyutlarıyla Küreselleşme*, İstanbul: Ufuk Yayınları.

Aygül, H. H. ve Öztürk, Ö. (2016), Dini Çoğulculuk ve Kamusal Alanda Dindar Tüketim Kültürü. *Moment Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(1), 190-206.

Barbarosoğlu, F. (2002), *İmaj ve Takva*. İstanbul: Timaş.

Baudrillard, J. (2012), *Tüketim Toplumu*, (Çev.: H. Deliceçaylı ve F. Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yay.

Bauman, Z. (1998), *Postmodern Etik*. (Çev.: A. Türker), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (1999), *Çalışma Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. (Çev.: Ü. Öktem), İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Bauman, Z. (2006), *Küreselleşme*, (Çev.: A. Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı.

Berger, P. L. (2003), Küreselleşmenin Kültürel Dinamikleri, İçinde, P. L., ve Huntington, S. P. (Ed.), *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme: Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik*, (Çev.: Ayla Ortaç), İstanbul: Kitap Yayınevi.

Bilici, M. (2013), İslam'ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı, İçinde, N. Göle (Der.) *İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri: İslam ve Kamusal Alan Üzerine Bir Atölye Çalışması* (s. 216-237). İstanbul: Metis.

Bocock, R. (1997), *Tüketim*, (Çev.: İ. Kutluk), Ankara: Dost Yayınları.

Boubekur, A. (2005), Cool and Competitive Muslim Culture in The West. Isim Review Dağtaş, B., Dağtaş, E. (2009). *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*, Ankara: Ütopya Yay.

Castells, M. (2004), *Küresel Kuşatma Karşısında İnsan*, (Çev.: Ş. Yalçın), İstanbul: Ufuk Yayınları.

Cingi, S. (2014), *İslami Cola Atağı*. Gazete Vatan. Erişim: 14 Mart 2019. <http://www.Gazetevatan.Com/İslami-Cola-Atagi-25581-Ekonomi/> Adresinden Alındı.

Çakmak, S. (2013), *Müslüman Kadın Şık ve Zarif Olmalı*. <http://haber.stargazete.com/magazin/musluman-kadinsik-ve-zarif-olmalı/haber-795955>

Dağtaş, B. Dağtaş, E. (2009), Giriş, İçinde, B. Dağtaş ve E. Dağtaş (Der.) *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları Türkiye Medyasında Örüntüler*, (s. 7-23), Ankara: Ütopya.

Debord, G. (1996), *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, (Çev.: A. Ekmekçi ve O. Taşkent), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Demirezen, İ. (2015), *Tüketim Toplumu ve Din*, İstanbul: Dem Yayınları.

Featherstone, M. (1998), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev.: M. Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Göle, N. (2010), *Modern Mahrem*, İstanbul: Metis Yayınları.

Göle, N. (2012), *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar*, (Çev.: E. Ünal), İstanbul: Metis Yayınları.

Haddorff, D.W. (2000), Religion and The Market: Opposition, Absorption, Or Ambiguity?, *Review Of Social Economy*, (58), 483-504.

Haenni, P. (2011), *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, (Çev.: L. Ünsaldı), Ankara: Özgür Üniversite Kitaplığı.

Harvey, D. (1999), *Postmodernliğin Durumu*, (Çev.: S. Savran), Metis Yayınları, İstanbul.

Hetherington, K. ve C. Havard (2014), Consumer Society?, J. Allen and G. Blakeley, (Ed.), *Identity and lifestyle*, Milton Keynes: The Open University, 115-145.

https://t24.com.tr/haber/islami-burjuvanin-satafatli-ev_hayati,40025 (Erişim Tarihi: 14.07.2021)

<https://tr.sputniknews.com/turkiye/201805111033400727-kadin-avm-zeytinburnu-zeruj-port/> (Erişim Tarihi: 03.08.2021)

<https://www.yenisafak.com/yazarlar/ismail-kilicarslan/muhafazakr-orta-sinif-nasil-delirdi-2050484> (Erişim Tarihi: 18.11.2022)

John, T. (2004), *Küreselleşme ve Kültür*, (Çev.: A. Eker), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kılıçbay, B. ve Binark, M. (2002), Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion for Veiling in Contemporary Turkey. *European Journal of Communication*, 4(17), 495-511.

Köroğlu, C. Z. (2012), *Tüketim Kültürü ve Din*, Ankara: Afşar Matbaası.

Lasch, C. (2006), *Narsisizm Kültürü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Marx, K. (1970), *Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı*, (Çev.: S. Belli), Ankara, Sol Yayınları.

Meşe, İ. (2015), İslami Bir Moda Dergisi Örneğinde Moda ve Tesettür: Ne Türden Bir Birliktedir?, *Fe Dergisi: Feminist Eleştiri* (1), 146-158.

Northbourne L. (2003), *Modern Dünyada Din*, (Çev.: Ş. Yalçın), İstanbul: İnsan.

- Özbolat, A. (2014), Tüketim Bağlamında Dindarlığın Dönüşümü, *Birikim Dergisi*, Erişim: 05 Nisan 2021 <http://www.Birikimdergisi.Com/GuncelYazilar/1127/Tuketim-Baglaminda-Dindarligin-Donusumu#.Vytxtethfiu>
- Ritzer, G. (2000), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Araçlarının Devrimcileştirilmesi*. (Çev.: Ş. S. Kaya), İstanbul: Ayrıntı.
- Savage, M. (2000), *Class Analysis and Social Transformation*, Buckingham: Open University Press.
- Storey, J. (1997), *Cultural Consumption and Everyday Life*, Londra: Arnold.
- Taylor, C. (2011), *Modernliğin Sıkıntıları*, (Çev.: U. Canbilen), İstanbul: Ayrıntı.
- Warde, A. (1994), Consumers, Identity and Belonging, R. Keat, (Ed.), *The Authority of the Consumer*, London.
- Winter, T. J. (2006), *Postmodern Dünyada Kibleyi Bulmak*, (Çev.: Ö. Baldık ve M. Şeviker), İstanbul: Timaş Yayınları.
- Yankaya, D. (2014), *Yeni İslami Burjuvazi: Türk Modeli*. (Çev.: M. I. Durmaz), İstanbul: İletişim.
- Yerlikaya, R. (2013). *İl Genel Meclisi'nin "Sema" Duyarlılığı*. Haberler.Com. (Erişim Tarihi: 05.09. 2013)
- Yırtıcı, H. ve Uluoğlu, B., (2004), Mekanın Altyapısal Dönüşümü, *İTÜ Dergisi/a mimarlık, planlama, tasarım*, Cilt:3, Sayı:1, 43-52.
- Zorlu, A. (2006), *Modern Tüketim Tarihinden Tüketim Araştırmalarına Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Glocal Yay.

HOW TO SELECT THE MOST SUSTAINABLE SUPPLIER CONFORMING TO YOUR PURCHASING NEEDS: A MULTI-CRITERIA-DECISION-MAKING MODEL FOR SUSTAINABLE PROCUREMENT

Halim YURDAKUL¹
Murat SAĞBAŞ²
Fahri Alp ERDOĞAN³

Abstract

Recently increasing popularity and the substantial need for sustainability in supply chain requires new designs of procurement which is being regarded as the most important driver to push the suppliers to become more sustainable. Manufacturing firms, in the name of survivability on the market, accept sustainability principles and transform their corporate culture in this respect. The power of procurement is being regarded yet as a regulatory tool by the national governments and international organizations while establishing sustainability in supply chains. In this study, we intend to establish a multi-criteria-decision-making model to select the most sustainable supplier/manufacturer conforming to the current purchasing requirements of a sustainable manufacturing company. In doing so, the procuring company will foster the suppliers to becoming a sustainable company in the supply chain by both a product redesign and by the whole manufacturing process.

Keywords: Sustainability, manufacturing company, supply chain.

Satın Alma İhtiyaçlarınıza Uygun En Sürdürülebilir Tedarikçi Nasıl Seçilir: Sürdürülebilir Satın Alma İçin Çok Kriterli Karar Verme Modeli

Öz

Tedarik zincirinde son zamanlarda artan popülerlik ve sürdürülebilirliğe olan önemli ihtiyaç, tedarikçileri daha sürdürülebilir olmaya iten en önemli itici güç olarak kabul edilen yeni satın alma tasarımlarını gerektirmektedir. Üretim yapan firmalar piyasada kalıcı olmak adına sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemekte ve kurum kültürlerini bu doğrultuda dönüştürmektedir. Satın alma birimi, tedarik zincirlerinde sürdürülebilirliği tesis ederken ulusal hükümetler ve uluslararası kuruluşlar tarafından bir düzenleyici araç olarak görülmektedir. Bu çalışmada, sürdürülebilir bir üretim şirketinin mevcut satın alma gereksinimlerine uyan en sürdürülebilir tedarikçi/üreticiyi seçmek için çok kriterli bir karar verme modeli kurmayı amaçlıyoruz. Bunu yaparken, satın alma bölümü, tedarikçilerin hem yeniden ürün tasarımı hem de tüm üretim süreci yoluyla tedarik zincirinde sürdürülebilir bir şirket olmalarını teşvik edecektir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, üretim şirketi, tedarik zinciri.

¹Dr., halimyurdakul@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-0778-6352

²Doç. Dr., Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Savunma Yönetimi Anabilim Dalı, muratsagbass@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5179-7425

³ Arş. Gçr., Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Savunma Yönetimi Anabilim Dalı, falperdogan98@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6069-5981

Introduction

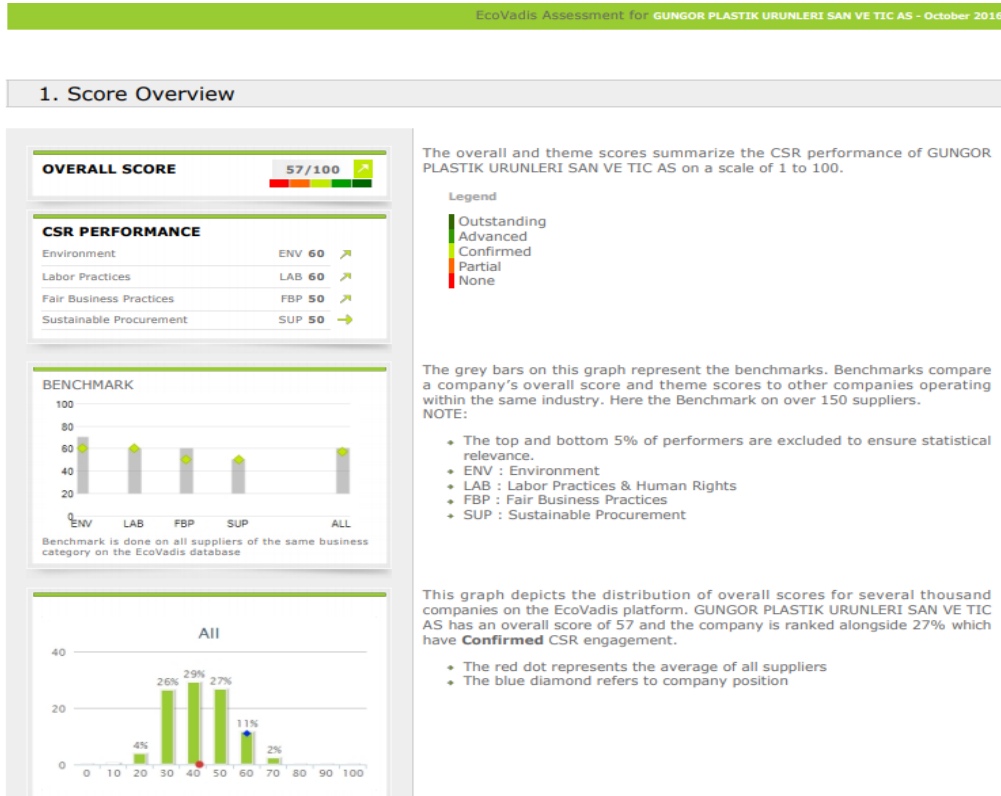
Sustainability, nowadays, gains more and more importance almost in all sectors especially in designing supply chain. Increasing consumption of energy and environmental destruction of natural resources by human beings as well as fossil combustion which causes green house gas emissions are upcoming threats in terms of sustainability to all ecosystems for the near future (Rohrmus et.al 2011). The manufacturing industries and resource consumption and total CO₂-emissions of the world (OECD, 2008). However, there is a significant potential to reduce the resource consumption through sustainable initiatives and technologies (Karlsson 2011).

The United Nations Conference on Environment and Development in 1992 invited world leaders and citizens to have their attention to environmental destruction. In addition to economic and environmental issues of sustainability, social issues have been recognized also as a third consideration about sustainability at this conference. This challenge raised procurement practices as a sanctionary tool for policy and planning factors (Fisher 2013). It may be inevitable that a manufacturing company, not only as a supplier but also as a buyer, has to be in a sustainable supply chain. The external customers of the manufacturing companies might have already accepted an entire sustainable understanding and might have been implementing it during all their processes. In addition to that, the decisions taken by international organizations such as UN, World Bank, and EU might have already started to foster the manufacturing companies to implement sustainability factors in their procurement – production – sales flow. In this case, the change will make an influence not only on that process but also on the whole company culture. EU public authorities try to make a substantial contribution to achieve local, regional, national and international sustainability goals by using their purchasing power. As an impact of procurement on sustainable supply chains, estimated total expenditures by EU public authorities account for approximately 19% of the EU GDP (Tosoni 2013).

Many definitions of sustainable (public) procurement (Fisher 2013), (The State of Queensland 2009), (DEFRA 2006), (American society of civil engineers, 2020), and (Agbesi, 2018) primarily use terminology like "strategic concern and political project, a technical exercise, a case for procurement professionals, linking minimization of social and environmental risk with enhanced organizational image, cost savings (based on life-cycle costing methodologies), a case for procurement professionals, and a technical exercise. We frequently encounter formulations that refer to a strategy that generates value for money over the long term in terms of advantages for society, the economy, and the environment in addition to the company. In response to the question "why sustainable procurement?" it lowers a company's carbon footprint and environmental waste, which has long-term business benefits like an improved public image, competitive advantage through innovation, and potential economic benefits through improved efficiencies, longer lasting materials, and less expense on waste disposal and cleanup (Ramkumar and

Jenamani 2015). On the other side, client expectations for environmentally friendly goods and services and growing legislation are some of the forces behind sustainable procurement initiatives. According to Ramkumar and Jenamani (2015), more businesses are using these programs as a part of their social responsibility initiatives recently. Through increased internal quality and operational efficiency, innovation, efficiency, openness, and social and environmental responsiveness, sustainable procurement methods assist firms in achieving greater financial benefits (Islam et al., 2017). Proactive purchasing, value generation, cost reduction, risk management, and compliance seem to be the benefits of sustainable procurement as a part of the procurement process. (Oracle, 2015). Sustainable supplier selection (SSS) is a complex multi-criteria decision-making process that is crucial because supplier selection is one of the most crucial steps in the entire procurement process. The outcome of this decision will determine whether the sustainable procuring department's efforts with suppliers are successful or unsuccessful. A prerequisite for supplier selection is the incorporation of sustainability factors into conventional supplier selection procedures (Phochanikorn and Tan, 2019). A important and difficult job for buying departments is how to set up an efficient assessment system and approach when selecting sustainable suppliers (Phochanikorn and Tan, 2019). Most studies in the field of supplier selection methods employ MCDM techniques based on standard fuzzy set theory to address unclear information and compute weights without considering how each aspect would affect the decision-making process's outcomes (Phochanikorn and Tan, 2019).

Figure 1: Güngör Plastik 2016 Sustainability Score



Source: (EcoVadis, 2016)

As mentioned above sustainability has three main categories that are called economic, social and environmental sustainability (Garbie 2013), (The State of Queensland 2009). While economic sustainability relates with the financial stability and the costs, environmental sustainability refers to the impacts of firms' activities such as manufacturing, purchasing and selling etc.- the least known side, social sustainability deals with life standards of people such as health, safety and well-being aspects (Raunak, 2015).

Table 1: Sustainability dimensions

ECONOMIC SUSTAINABILITY	SOCIAL SUSTAINABILITY	ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY
<ul style="list-style-type: none">- Globalization Issues- Emerging Issues- Innovation- Reconfiguration- Competitive strategies Appraisal- Performance- Flexible Organization Management	<ul style="list-style-type: none">- Work Management- Human Rights- Societal Commitment- Customers Issues- Business Practices	<ul style="list-style-type: none">- Environment Management- Use of Resources- Pollution and Dangerousness- Natural Environmental

(Source: Raunak, 2015)

About five years ago researchers (Touboulic and Walker 2015) were thinking that quantitative measurement of sustainability performance indicators should have been included in economic, environmental and social dimensions. Today, as a provider of business sustainability ratings, EcoVadis' sustainability scorecards provide quantitative environmental, social and ethical rates of the organizations across 198 purchasing categories and 155 countries (PR Newswire, 2019). Since the rates are in quantitative measurements, we can use them in TOPSIS which is one of the most useful MCDM model for selecting the most sustainable supplier as per our purchasing needs. In this paper, we will be seeking to finding out the weights in quantitative percentage of the criteria that will be used in TOPSIS model through AHP.

Literature Review

Fisher (2013), in his research, questioned the goals that are targeted to achieve by sustainable public procurement. In addition to economic, environmental and social aspects of sustainability the author who claimed that there is a political side of becoming able to get sustainability by way of using government procurement identified the negative and positive sides of European Union Public Procurement Directives.

Tosoni (2013) highlighted the emphasis of the European Union on public procurement as a tool to be used in obtaining social and environmental objectives but he criticized the Union on remaining not clear how to integrate sustainability principles into procurement. The author who studied the European Union Public Procurement Directives regarding to WTO (World Trade Organization) Government Procurement Agreement (GPA) claimed that this agreement gave openness to sustainable procurement principles and is going to help UN lawpeople draw the legal framework of the subject.

Rankumar and Jenamani (2015) defined 26 factors required by supply chain sustainability through online auctions and procurement and they gathered them in six main dimensions. The writers who gathered the selection of the dimensions and the criteria in three phases used analytic network process (DANP) based on the Decision Making Trial and Evaluation Laboratory (DAMATEL) as a multi-criteria decision-making (MCDM) for solution and they tried to find out dependency weights using the criteria themselves.

Gold and Awasthi (2015), argued that from now on, the products manufactured by the companies must have sustainability standards which can be established in the criteria of supplier selection and evaluation processes. The authors supported their arguments with a two-step fuzzy decision making model which they used for selecting the supplier and their second tier supplier.

Setiadi and Abduh (2020) investigated how to organize sustainable concrete work through the planning of sustainable procurement, the integration of sustainable concepts into specifications, supplier selection, contract management, assessment of bids, and supplier performance.

It is commonly acknowledged that one of the key facilitators of SSCM is the depth and quality of the connection between a company and its suppliers. A collaborative approach to SC relationship management is likely to be more successful in attaining sustainable development goals, according to several experts in the area. Little study, however, has examined collaborative SSCM from a more nuanced standpoint or particularly evaluated its viability outside of the setting of major firms working together on environmental initiatives.

According to Grandia and Voncken (2019), the lack of social kinds of GPP prevents direct generalization of GPP to other types of sustainable public procurement (SPP).

In their study, Kumar et al. (2016) claimed that their method helped managers take into account the language judgment of the decision-makers and translate it into a quantitative scale. Poor performance will be outranked after this strategy is applied, which will aid in choosing the best green supplier for the organization's needs.

By concentrating on PCS (Private Certification Systems), which have arisen as governance instruments for sustainable development and regulate social and environmental norms across global supply chains, D'Hollander and Marx (2014) attempt to state engagement with private governance.

To identify uncertainties and dependencies among criteria as well as to examine the weights of the criteria, Phochanikorn and Tan (2019) proposed a method combining intuitionistic fuzzy set theory (IFS) with a decision making trial and evaluation laboratory (DEMATEL) combined with an analytic network process (ANP). Results indicate that the proposed model is capable of not only identifying the most environmentally friendly supplier, but also of improving the socio-environmental performance of the enterprises, which is essential for achieving sustainable development.

By taking into account both quantitative preferences like cost, supplier capacity, and carrier capacity along with qualitative criteria like quality, reliability, social, and environmental factors for the selection of suppliers and carriers, Kaur and Singh (2019) proposed a flexible dynamic sustainable procurement (FDSP) framework for global supply chains.

In order to integrate social and environmental sustainability factors into the procurement process holistically, Laosirihongthong et al. (2019) employed FAHP to evaluate suppliers and allocate orders in a sustainable manner.

According to Waris et al. (2019), the Analytic Hierarchy Process (AHP) is a recommended method for generating a sustainable procurement index with reliable sensitivity analysis findings for purchasing construction equipment. The suggested procurement index, according to the proponents, will aid decision-makers in the process of buying environmentally friendly construction equipment.

Supçiller and Çapraz (2011) combined AHP and TOPSIS to choose the best supplier for a recurring demand for purchases. Through AHP, they calculated the criteria's weights, which they then entered into TOPSIS.

Integrating Sustainability Criteria Into Procurement Process

The ISO (International Organization for Standardization) 20400 standards for sustainable procurement are not certification requirements but rather a set of guidelines for organizations looking to incorporate sustainability into their procurement practices (Setiadi and Abduh, 2020). Sustainable manufacturing can be defined as producing outputs not only in a nonpolluting but also economic way, while preserving energy and natural resources. Besides the manufacturing operations and products have to be safe both for employees and consumers in social terms (Norsiah Hami et al 2015). A manufacturer must integrate social and environmental factors into the enterprise to become a sustainable company (Greenberg and Quillian 2012). On the other hand, environmental regulations can lead to creativity and vital improvements such as, new materials, new technologies and new functionalities (Dalmarco et al 2015).

Two directives were approved in 2004 by the Council and European Parliament in order to provide a clear framework and modernize public procurement at the EU level. The directives make it permissible for contracting authorities to take environmental and social factors into account when making purchasing choices (D'Hollander and Marx, 2014).

When it comes to the relationship between these three pillars and procurement, social procurement serves as a sign of social and ethical accountability for issues like labor laws and worker rights as well as for favorable social outcomes from the acquisition of goods, services, and works, thereby enhancing the procurement's value (The State of Queensland 2009). Environmental considerations include the lifespan of the good or service (The State of Queensland 2009): Impact on the environment, Resource usage, including the use of non-renewable resources, Waste volume and kind, End-of-life decisions (such as recyclability, resource recovery), and Energy use and type of energy used. • The quantity of hazardous and poisonous waste; the level of pollution, noise, and emissions. Some of the economic issues that need to be addressed include acquiring capital that results in lower through-life costs, such as through lower annual operating and maintenance costs, reexamining requirements and demand at the source to avoid unnecessary procurement, lowering end-of-life disposal costs and impacts, enhancing supply chain efficiency, and cost savings.

How To Get And Evaluate Sustainability Measurements Of The Suppliers

Manufacturing operations and products have to be safe both for employees and consumers in social terms (Hami et al 2015). Sustainable manufacturers must report their performance to accepted authorities, such as Global Reporting Initiative and Carbon Disclosure Project, depending on particular geography and industry (Greenberg and Quillian 2012), and they also reveal voluntarily their environmental and social performance. This mechanism makes a corporate image of socially responsible enterprises

(Rover et al 2015). But, unless a catastrophe in the industry or just leaks of negative news occur general reports are not made (Lee and Hutchison 2005). So disclosers of manufacturers must be considered as credible by stakeholders, consumer, supplier et al. (Bartley et al 2015). Another tool for sustainability measurement is third party certification programs and management system standards. An authorized third party certifies and so decides on whether a manufacturer meets the required environmental and social performance in terms of sustainability (Greenberg and Quillian 2012). Management system standards is another option. One of the most common used mechanism for sustainability standardization is ISO 14000 series. Thanks to the environmental management standards, manufacturers can be aware of their production activities' impact on environment and they can benchmark their sustainability performance in particular industry.

A procurement process can be as follows:

1. Preparation and planning,
2. Publication,
3. Submission of tenders and selection of tenderers,
4. Evaluation of tenders
5. Awarding the contract,
6. Contract implementation (European Commission 2015).

Finding suitable suppliers is a prerequisite to start with selecting the most suitable one. From a traditional perspective, only price analysis could be enough, but nowadays only having the lowest cost isn't a wise solution. Sustainability issues are getting more and more important. It's a big challenge to relate the balance of cost benefit and sustainability (Department of Housing and Public Works Procurement Transformation Division 2009). Under the open competition circumstances, how the firm will balance the sustainability and its other objectives is a challenging question waiting for answer. The main rationale of the firms' foundation is assuring their sustainable competitive advantages. It can be achieved by maintaining profit ratio at the highest level. For high profit, low raw material costs, also low labor costs must be ensured. While those issues are indispensable for the managers and also for the purchasers, sustainability is a big challenge for competitive firms (Fisher 2013). Despite the fact that numerous studies have concentrated on evaluating suppliers from a variety of angles, there has been little research on how best to distribute purchases among favored suppliers who comprehensively meet the financial advantages, environmental goals, and social requirements. Due to current pressure on global sustainable supply chain norms, the necessity for a holistic strategy is increased. (Laosirihongthong et. al., 2019).

Figure 2: Firm's sustainability process



Source: Kannegresser 2014

The Environmental Factors of Sustainable Procurement

The purchasing process is the window of a firm opening to external environment. The purchasing and supply management are at the centre of sustainability affairs. But however it doesn't only depend on itself or its willingness toward sustainability. A firm is as sustainable as its suppliers are. A firm's sustainability doesn't just refer to the direct relationship between the firm and its first suppliers. It also implies the other dealings which take place between its suppliers and suppliers' suppliers (Miemczyk and Johnsen). So it is a sustainability chain which starts from the secondary or tertiary suppliers and continues during the process.

In last decades, the old adversarial relationship between supplier and the purchaser has changed a lot. The new form indicates that from the beginning of the contract, both of the parties become candidates of being strategic partners (Aluntaş ve Türker 2011) What are the barriers or incentives for sustainability in procurement? A survey explains this question. It was conducted as sending e-mail to over 1000 public procurement professionals in 25 countries.

Table 3: Perceived barriers to implementing SP

	U K (%)	Weste rn Europ e (%)	Easte rn Euro pe (%)	Scandina via (%)	USA/Can ada (%)	Rest of the worl d (%)	All Countr ies (%)
Financial	48.1	16.3	11.1	10.3	34.6	18.2	30.4
Informational	12.3	12.2	5.6	6.9	7.7	9.1	9.9
Legal	1.9	8.2	2.8	6.9	7.7	0.0	4.6
Managerial/Structural	21.7	8.2	2.8	3.4	5.8	9.1	11.7
Political/Cultural	5.7	8.2	2.8	0.0	5.8	18.2	5.7
Product/Quality	5.7	4.1	2.8	0.0	9.6	27.3	6.0
Priority	8.5	2.0	0.0	0.0	3.8	0.0	4.2

Source: Brammer and Walker 2011

Being sensitive in environmental and social issues is an attractive feature for a supplier. The knowing of that “Sustainable supplier must be working with sustainable supplier” may attract the firms’ attention. By this way, suppliers may create new markets for themselves. In manufacturing industry, firms know that sensitive suppliers provide them reduced likelihood of supply disruption. So, for the purpose of sustainable procurement, the companies should make their suppliers as sustainable as the highest degree at which they want to be.

Conclusion

This paper intend to establish a multi-criteria-decision-making model to select the most sustainable supplier/manufacturer conforming to the current purchasing requirements of a sustainable manufacturing company. In conclusion, selecting the most sustainable supplier that aligns with your purchasing needs is a crucial step towards achieving sustainable procurement practices. The multi-criteria decision-making model presented in this article provides a comprehensive framework to guide organizations in making informed and responsible choices when it comes to supplier selection. Implementing the multi-criteria decision-making model discussed in this article requires commitment and collaboration from all stakeholders involved in the procurement process. It demands a shift towards a more sustainable mindset and a willingness to prioritize long-term benefits over short-term gains. However, the rewards are substantial, as sustainable procurement not only mitigates environmental and social risks but also enhances reputation, reduces costs, and fosters innovation and resilience within the organization. Through this research, we have highlighted the importance of sustainable procurement in promoting

environmentally responsible practices, social equity, and long-term economic viability. By adopting this model, researchers and procurement professionals can make informed decisions that align with their organization's sustainability goals and contribute to a more sustainable supply chain. One key aspect of the model is its ability to consider multiple criteria simultaneously, enabling a holistic assessment of supplier performance. This approach goes beyond traditional procurement practices that primarily focus on cost and quality, allowing organizations to prioritize sustainability factors when selecting suppliers. By integrating environmental impact, social responsibility, and economic considerations, the model empowers researchers to make sustainable choices that lead to positive impacts across various dimensions.

Furthermore, the model provides a structured framework that enhances transparency and accountability in supplier selection processes. Researchers can use it to objectively evaluate potential suppliers, ensuring that sustainability considerations are systematically integrated into the decision-making process. This not only helps organizations identify suppliers with strong sustainability practices but also fosters continuous improvement by encouraging suppliers to align with sustainability standards. It is worth noting that the model presented in this article is a guide and can be adapted to suit the specific needs and context of different organizations. Researchers and procurement professionals are encouraged to tailor the criteria and weightings according to their unique requirements and industry-specific challenges. Additionally, ongoing research and collaboration across academia, industry, and government are vital for refining and advancing sustainable procurement practices. In conclusion, the multi-criteria decision-making model presented in this article offers a valuable tool for researchers and procurement professionals seeking to select the most sustainable supplier in accordance with their purchasing needs. By embracing sustainability as a fundamental criterion in supplier selection, organizations can drive positive change, contribute to a more sustainable future, and create a competitive advantage in the marketplace.

Bibliography

- Agbesi, K., Fugar, F. D., & Adjei-Kumi, T. (2018). "Modelling the adoption of sustainable procurement in construction organisations. Built environment project and asset management", 8(5), 461-476.
- Altuntaş, C., & Türker, D. (2012). Sürdürülebilir tedarik zincirleri: sürdürülebilirlik raporlarının içerik analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3), 39-64.
- Ashford, N. A., Clarke, R., Aloisi de Larderel, J., Oldenburg, K., de Hoo, S., & Kryger, J. (1994). "Government strategies and policies for cleaner production". UNEP.
- Ashby, A., Leat, M., & Hudson-Smith, M. (2012). "Making connections: a review of supply chain management and sustainability literature". Supply chain management: an international journal, 17(5), 497-516.
- Bartley, J., Buckless, F., Al Chen, Y. S., Harvey, S., Showalter, D. S., & Zuckerman, G. (2015). "How Widely Used Sustainability Metrics Distort Actual Performance—And a Solution to This All-Too-Common Problem". Environmental Quality Management, 24(4), 1-9.
- Barbu, C., Negulescu, M., & Barbu, I. C. (2012). "A Theoretical Study Between The Two Environmental Management Systems: Eco Management Audit Scheme-Emas-And Iso 14000". Journal of Environmental Management & Tourism, 3(2), 59.
- Brammer, S., & Walker, H. (2011). "Sustainable procurement in the public sector: an international comparative study. International Journal of Operations & Production Management", 31(4), 452-476
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). "Corporate social responsibility and resource-based perspectives". Journal of business Ethics, 69, 111-132.
- Bhinge, R., Moser, R., Moser, E., Lanza, G., & Dornfeld, D. (2015). "Sustainability optimization for global supply chain decision-making". Procedia Cirp, 26, 323-328.
- Carlsston C. (2011). "Value System For Sustainable Manufacturing, Department Of Environmental Technology And Management", Dissertation Thesis, Linköping University.
- Choongo, P., Paas, L. J., Masurel, E., van Burg, E., & Lungu, J. (2019).

- “Entrepreneurs’ personal values and CSR orientations: evidence from SMEs in Zambia”. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 545-570.
- D'Hollander, D., & Marx, A. (2014). “Strengthening private certification systems through public regulation: The case of sustainable public procurement”. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 5(1), 2-21.
- De Abreu Sofiatti Dalmarco, D., Hamza, K. M., & Aoqui, C. (2015). “The implementation of product development strategies focused on sustainability: From Brazil—The case of Natura Sou Cosmetics brand”. *Environmental Quality Management*, 24(3), 1-15.
- de Almeida, D. M., da Gama Madruga, L. R., Lopes, L. F. D., Avila, L. V., & Ibdaiwi, T. K. R. (2015). “Sustainability: a study of the level of ecological behavior of postgraduate students in Brazil”. *Environmental Quality Management*, 25(2), 71-89.
- DEFRA(2006) , “Procuring the Future – The Sustainable Procurement Task Force National Action Plan”, London.
- Department of Housing and Public Works Procurement Transformation Division (2009), “Procurement Guidance: Integrating sustainability into the procurement process”.
- DiSegni, D. M., Huly, M., & Akron, S. (2015). “Corporate social responsibility, environmental leadership and financial performance”. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 131-148.
- European Commission (2015), “Public Procurement Guidance for Practitioners”,Luxemburg
- European Commission (2011) , “Buying Green: A Handbook on Green Public Procurement”.
- Fassin, Y., Van Rossem, A., & Buelens, M. (2011). Small-business owner-managers’ perceptions of business ethics and CSR-related concepts. *Journal of Business ethics*, 98, 425-453.
- Fisher, E. (2013). “The Power of Purchase”. *European Procurement & Public Private Partnership Law Review*, 8(1), 2-7.
- Garbie, I. H. (2013). “DFSME: design for sustainable manufacturing enterprises (an economic viewpoint)”. *International Journal of Production Research*, 51(2), 479-503.
- Gelderman, C. J., Ghijsen, P. W. T., & Brugman, M. J. (2006). “Public

- procurement and EU tendering directives—explaining non-compliance”. *International Journal of Public Sector Management*, 19(7), 702-714.
- Grandia, J., & Voncken, D. (2019). “Sustainable public procurement: The impact of ability, motivation, and opportunity on the implementation of different types of sustainable public procurement”. *Sustainability*, 11(19), 5215.
- Greenberg, A., & Quillian, L. (2012). “Managing sustainable production: a framework for integrating sustainability in the manufacturing sector”. *Environmental Quality Management*, 21(4), 25-40.
- GreenBiz Group & Trucost., "State of Green Business", 2014, <https://www.greenbiz.com/blog/2014/01/21/state-green-business-2014>(Erişim tarihi: 03.06.2016).
- Gold, S., & Awasthi, A. (2015). “Sustainable global supplier selection extended towards sustainability risks from (1+ n) th tier suppliers using fuzzy AHP based approach”. *Ifac-Papersonline*, 48(3), 966-971.
- Gupta, S., Dangayach, G. S., & Singh, A. K. (2015). “Key determinants of sustainable product design and manufacturing”. *Procedia CIRP*, 26, 99-102.
- Hami, N., Muhamad, M. R., & Ebrahim, Z. (2015). “The impact of sustainable manufacturing practices and innovation performance on economic sustainability”. *Procedia Cirp*, 26, 190-195.
- Hsueh, C. F. (2014). “Improving corporate social responsibility in a supply chain through a new revenue sharing contract”. *International Journal of Production Economics*, 151, 214-222.
- Jacobsen J. J. (2011), "Designing and Operating for Social and Environmental Responsibility", *Sustainable Business and Industry*, ASQ Quality Press Milwaukee, Wisconsin,
- Islam, M. M., Turki, A., Murad, M. W., & Karim, A. (2017). “Do sustainable procurement practices improve organizational performance?”. *Sustainability*, 9(12), 2281.
- Kamande, M. W., & Lokina, R. B. (2013). “Clean production and profitability: An eco-efficiency analysis of kenyan manufacturing firms”. *The Journal of Environment & Development*, 22(2), 169-185.
- Kannegiesser, M., & Günther, H. O. (2014). “Sustainable development of

global supply chains—part 1: sustainability optimization framework”. *Flexible Services and Manufacturing Journal*, 26, 24-47.

Karlsson, Christian (2011), “Value System for Sustainable Manufacturing - A study of how sustainability can create value for manufacturing companies”, Master’s thesis, LIU-IEI-TEK-A--11/01226--SE Linköping University

Kashmanian, R., Keenan, C., & Wells, R. (2010). “Corporate environmental leadership: Drivers, characteristics, and examples”. *Environmental Quality Management*, 19(4), 1-20.

Kashmanian, R. M. (2015). “Building a sustainable supply chain: Key elements”. *Environmental Quality Management*, 24(3), 17-41.

Kaur, H., & Singh, S. P. (2019). “Flexible dynamic sustainable procurement model”. *Annals of Operations Research*, 273, 651-691

Knorringa, P. (2009). “Global companies, fair trade and responsible production”. *Teaching Business & Economics*, 13(1), 18.

Kulatunga, A. K., Karunatilake, N., Weerasinghe, N., & Ihalawatta, R. K. (2015). “Sustainable manufacturing based decision support model for product design and development process”. *Procedia CIRP*, 26, 87-92.

Kumar, P., Singh, R. K., & Vaish, A. (2017). “Suppliers’ green performance evaluation using fuzzy extended ELECTRE approach”. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 19, 809-821.

Laosirihongthong, T., Samaranayake, P., & Nagalingam, S. (2019). A holistic approach to supplier evaluation and order allocation towards sustainable procurement. *Benchmarking: An International Journal*, 26(8), 2543-2573.

Low, J. S. C., Tjandra, T. B., Lu, W. F., & Lee, H. M. (2016). “Adaptation of the Product Structure-based Integrated Life cycle Analysis (PSILA) technique for carbon footprint modelling and analysis of closed-loop production systems”. *Journal of Cleaner Production*, 120, 105-123.

Lee, T. M., & Hutchison, P. D. (2005). “The decision to disclose environmental information: A research review and agenda”. *Advances in accounting*, 21, 83-111..

- McWilliams, A., & Siegel, D. S. (2011). "Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource-based theory, and sustainable competitive advantage". *Journal of management*, 37(5), 1480-1495.
- Miemczyk, J., Johnsen, T. E., & Macquet, M. (2012). "Sustainable purchasing and supply management: a structured literature review of definitions and measures at the dyad, chain and network levels". *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(5), 478-496.
- "New Paths to Business Value: Strategic Sourcing—Environment, Health and Safety", Global Environmental Management Initiative (GEMI), 2010, <http://www.gemi.org/resources/newpath.pdf>, (Access Date: 03.06.2016)
- Phochanikorn, P., & Tan, C. (2019). "A new extension to a multi-criteria decision-making model for sustainable supplier selection under an intuitionistic fuzzy environment". *Sustainability*, 11(19), 5413.
- PR Newswire (2019), "2019 Sustainable Procurement Barometer: Sustainable Supply Chain Awareness Grows, 'Compliance Trap' Hinders Progress and Business Impact".
- Oracle (2015), "Embedding Sustainability in the sourcing and Procurement Process", Oracle White Paper.
- Ramkumar, M., & Jenamani, M. (2014). "Sustainability in supply chain through e-procurement—An assessment framework based on DANP and liberatore score". *IEEE Systems Journal*, 9(4), 1554-1564.
- Rebelo, M. F., Santos, G., & Silva, R. (2016). "Integration of management systems: towards a sustained success and development of organizations". *Journal of cleaner production*, 127, 96-111.
- Reverte, C., Gomez-Melero, E., & Cegarra-Navarro, J. G. (2016). "The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: evidence from Eco-Responsible Spanish firms". *Journal of cleaner production*, 112, 2870-2884.
- Rodrigues, P., & Borges, A. P. (2015). "Corporate social responsibility and its impact in consumer decision-making". *Social Responsibility Journal*, 11(4), 690-701.
- Rohrmus, D., Mose, C., Holst, J. C., Müller, K., Schedlbauer, M., Raschke, U., & Weinert, N. (2011). Sustainable manufacturing at siemens AG. "In *Advances in Sustainable Manufacturing: Proceedings of the 8th*

- Global Conference on Sustainable Manufacturing” (pp. 79-84). Springer Berlin Heidelberg.
- Rover, S., Murcia, F. D. R., & de Souza Murcia, F. C. (2015). “The determinants of social and environmental disclosure practices: The Brazilian case”. *Environmental Quality Management*, 25(1), 5-24.
- Schlosser, R., Klocke, F., & Lung, D. (2011). Sustainability in manufacturing—Energy consumption of cutting processes. In “Advances in Sustainable Manufacturing: Proceedings of the 8th Global Conference on Sustainable Manufacturing” (pp. 85-89). Springer Berlin Heidelberg.
- Setiadi, T., & Abduh, M. (2020, June). “The study of sustainable procurement in the procurement of ready mixed concrete supplier”. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 520, No. 1, p. 012004). IOP Publishing.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). “From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management”. *Journal of cleaner production*, 16(15), 1699-1710.
- Sezen, B., & Cankaya, S. Y. (2013). “Effects of green manufacturing and eco-innovation on sustainability performance”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 154-163.
- Supçiller, A., & Çapraz, O. (2011). “AHP-TOPSIS yöntemine dayali tedarikçi seçimi uygulaması”. *Istanbul University Econometrics and Statistics e-Journal*, (13), 1-22.
- Tosoni, L. (2013). “The impact of the revised WTO government procurement agreement on the EU procurement rules from a sustainability perspective”. *European Procurement & Public Private Partnership Law Review*, 8(1), 41-48.
- Touboulic, A., & Walker, H. (2015). “Love me, love me not: A nuanced view on collaboration in sustainable supply chains”. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 21(3), 178-191.
- The State of Queensland, Department of Housing and Public Works (2009), *Procurement guidance: Integrating sustainability into the procurement process*
- UNEP(2009),“Sustainable Public Procurement Implementation Guidelines”.
- Walke, R. C., Topkar, V., & Kabiraj, S. (2010). *Managing Risk for Green Supply Chain Management: Competitive Strategies for*

Manufacturing Companies. *Skyline Business Journal*, 6(1), 1-60.

Voegtlin, C., & Greenwood, M. (2016). "Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis". *Human Resource Management Review*, 26(3), 181-197.

Waris, M., Panigrahi, S., Mengal, A., Soomro, M. I., Mirjat, N. H., Ullah, M., ... & Khan, A. (2019). "An application of analytic hierarchy process (AHP) for sustainable procurement of construction equipment: Multicriteria-based decision framework for Malaysia". *Mathematical Problems in Engineering*, 2019, 1-20.

Winkler, H. (2011). "Closed-loop production systems—A sustainable supply chain approach". *CIRP Journal of Manufacturing Science and Technology*, 4(3), 243-246.

THE EFFECT OF TECHNOLOGICAL TRANSFORMATION ON THE MANAGEMENT OF SECURITY STRATEGIES

Mehmet Naci EFE¹

Abstract

This article examines the effects of new technologies that emerged in the 21st century on security and thus on the battlefield. The battlefield, the actors in war and conflict, and the threat perception have changed drastically with both the technology and the socio-political effects of globalization. In such an environment, the countries that want to be strong in the international political, economic and political arena and aim to protect their national interests, always want to be ready for all kinds of threats besides conventional wars and threats and to develop technology in order to gain a share in defense industry with a large market and to import military applications. The military, which is the guarantee of the security of the countries, uses the new technology in order to minimize the damage to himself and to give maximum damage to the enemy.

Keywords: Technology, Security, Soldier, Security Strategies, Technologic Transformation.

TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜMÜN GÜVENLİK STRATEJİLERİNİN YÖNETİMİNE ETKİSİ

Öz

Bu makale 21. yüzyılda ortaya çıkan yeni teknolojilerin güvenlik ve dolayısıyla muharebe sahasındaki etkilerini incelemektedir. Muharebe sahası, savaş ve çatışmalardaki aktörler ve tehdit algısı hem teknoloji hem de küreselleşmenin getirdiği sosyo-politik etkilerle büyük ölçüde değişime uğramıştır. Böyle bir ortamda uluslararası politik, ekonomik ve siyasi arenada güçlü olmak isteyen ve milli çıkarlarını korumayı amaçlayan ülkeler konvansiyonel savaşların ve tehditlerin yanında her türlü tehdide karşı her zaman hazır olmak istemekte ve büyük bir pazara sahip savunma sanayiinde pay elde edebilmek için teknolojinin geliştirilmesi ve askeri uygulamalara ithal edilmesi için yoğun gayret sarf etmektedirler. Ülkelerin güvenliğinin teminatı olan askerler yeni teknolojiden savaş ortamında hem en az derecede zarar görmek hem de düşmana azami hasarı vermek için yeni teknolojiyi kullanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Güvenlik, Güvenlik Stratejileri, Teknolojik Dönüşüm.

¹ Doç. Dr., efemehmetnaci025@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7039-5659

Introduction

As a result of the rapid progress of technology, new methods, and techniques are emerging in process technology and manufacturing technology. Existing technologies are rapidly losing their usefulness as a result of technological progress and are being replaced by more sophisticated, better technologies. Corporate and business-based technology management is very important in order to keep up with the rapidly developing technology. Technological developments constitute an important area of interest within the scope of security in the Armed Forces, which is the first responsible institution for the defense of the country, like all institutions. Ensuring that the security forces keep up with technological developments is important in terms of combating dangerous formations. Therefore, security forces develop strategies to catch up with technological developments and facilitate management.

Technological advances provide security forces with advanced tools and systems to collect, analyze and disseminate information. This leads to improved situational awareness, enabling security administrators to make more informed decisions and develop more effective strategies to address emerging threats. Advanced technologies such as artificial intelligence, big data analytics, and unmanned aerial vehicles (UAVs) have revolutionized intelligence and surveillance capabilities. Security administrators can leverage these technologies to gather real-time intelligence, monitor activity, and detect potential threats more efficiently. This enables proactive decision-making and allocating resources where they are needed most. Rapid advancement in technology brings with it new cybersecurity risks and challenges. Security managers need to adapt their strategies to counter cyber threats and protect critical infrastructure and sensitive information. They need to stay up to date on the latest cybersecurity measures and invest in robust defense mechanisms to mitigate potential vulnerabilities. Technology-driven security strategies require the integration and interoperability of various systems and platforms. This includes seamless communication and data sharing between different security agencies and stakeholders. Security administrators need to ensure that different technological components work together effectively to achieve a comprehensive and coordinated approach to security. Technological transformation necessitates continuous training and skill development for security personnel. Security managers should invest in training programs to equip their teams with the necessary expertise to operate and manage advanced technologies. This ensures that security strategies are effectively implemented and optimized. The adoption of emerging technologies in security strategies raises ethical and legal considerations. Security managers must address complex issues such as privacy, data protection, and adherence to international norms and regulations. Establishing guidelines and frameworks to ensure the responsible and lawful use of technology in security management is crucial.

The aim of this study is to reveal the direct effects of the developments in technology on the

scope of security in military technologies.

Literature Review

Concept of Security

Security refers to the state of being protected against dangers, threats, risks, or harmful effects. In general, it includes measures taken to protect individuals, communities, organizations, or systems against various hazards and to minimize these hazards. Security can mean different things in different contexts. For example, physical security means protecting people and assets from physical danger. Such security measures may include the protection of buildings, facilities, borders, vehicles, and other physical assets. Examples may include security cameras, barriers, alarm systems, and security personnel. Information security refers to the protection of electronic data and information against unauthorized access, manipulation, or harmful effects. Such security measures may include data encryption, security software, access controls, and network security solutions. Cybersecurity includes protecting against threats and attacks on computer systems, networks, and digital devices. Measures taken against threats such as viruses, malware, and cyber-attacks are a part of cyber security. Personal security aims to ensure that individuals feel physically safe and protected from dangers. This may include being in safe zones, avoiding hazardous situations, and using personal safety equipment. In the context of international relations, it refers to the measures taken against international security, war, terrorism, armament, and other global threats. International security is handled through international organizations and treaties. The concept of security includes a set of strategies, policies, and technologies that are planned, implemented, and maintained based on risk analysis and threat assessments. Security aims to ensure the stability and sustainability of individuals, communities, and systems. The concept of security is related to the efforts of states, societies, groups, and individuals to protect and maintain their survival (Dedeoğlu, 2004). This includes adopting various measures, tools, and policies to counter any potential threat. The concept of security may change in response to prevailing situations and conditions.

The idea of security is commonly discussed in the field of international relations, but its definition can be unclear. Buzan (1991) noted that security is a complex and often contested concept, closely related to power, freedom, and love. This has led to ongoing theoretical debates and disagreements about its meaning. McSweeney (1999) argued that security is multifaceted and can be connected to various other concepts, such as peace, dignity, and justice, but a definitive definition is difficult to establish. Baldwin (1997), on the other hand, described security as a controversial term that is easily confused and poorly explained. Baldwin suggested that two key questions can help define security: "Who is security sought for?" and "What values are protected by security measures?" Baylis & Smith (2008) generally characterize security as being free from threats to core values. Some scholars differentiate

between objective and subjective security and argue that the concept is meaningless without a perceived threat (Lipschutz, 1995). According to Wolfers, security refers to being free from potential harm to an objectively owned value, while at the subjective level, there is no concern that the value in question will be attacked (Baysal & Lüleci, 2015). It is also important to consider how the concept of security has been affected by history, such as during the Cold War, and its current relevance.

Security Strategies

The strength and resilience of citizens, communities, and the economy are crucial for national security, according to the White House in 2010. Security strategies aim to establish objectives that protect the country's life and property, increase the strength and resilience of citizens, communities, and the economy, identify potential threats and opportunities, and achieve these goals. It acknowledges the critical role of power in international politics and defines national interests, as outlined by the White House in 2018. Security is a complex problem that encompasses both logical and physical issues, as noted by Sveen in 2009. Long-term planning or strategic planning serves as the foundation for designing security strategies, according to Snider in 1995. A strategy is a policy-making tool that outlines long-term objectives to be achieved and the main categories of instruments to be applied, providing a frame of reference for day-to-day policy-making in a rapidly changing and increasingly complex international environment, and guiding the identification of both civilian and military capabilities (Biscop 2005: 1). Security strategies are designed to address a variety of complex issues such as terrorism, drug trafficking, organized crime, environmental damage, resource depletion, rapid population growth, new infectious diseases, and uncontrolled refugee migration (White House, 1998). Consistent use of tools such as political, diplomatic, development, humanitarian, crisis response, economic and trade cooperation, and civil and military crisis management are necessary for prevention of these threats (European Council, 2003). In order to shape a security strategy for modern times, it is crucial to understand the current trends, what has changed, what remains unchanged, and to appreciate the opportunities and dangers that history has presented to us (White House, 1991). Climate change has also been included in security strategies due to its significant impact. The limited availability of energy sources like oil is now regarded as a threat to security strategies, which has led to an increased focus on evaluating diverse energy sources and renewable energy in security strategies. With the rise of digital and technological transformations in organizations and businesses, the storage and evaluation of information and data in the digital realm, and the increasing use of robots and artificial intelligence, cyber security has become a crucial component of security strategies.

Organizations and countries adopt security strategies to ensure their safety, protect against threats, and manage risks. These strategies start with an evaluation process to analyze current

and potential threats, including internal and external threats, trends, strategic weaknesses, and risks. This threat assessment forms the basis of security strategies and enables the appropriate measures to be taken against risks. Security strategies take a comprehensive approach that includes not only military force but also political, economic, diplomatic, and social means. To achieve this, various policy areas and stakeholders must be brought together and coordinated. Security strategies address security areas that affect society as a whole. Priorities are set in line with identified threats and risks, such as dealing with urgent threats, protecting critical infrastructures, and fighting terrorism. Long-term goals and sustainable security policies are also included. International cooperation and partnership are crucial to carrying out security strategies. Information sharing between countries and institutions, military and intelligence cooperation, technical assistance, and joint work on other security issues are all part of the strategy. Collaboration and partnership are vital in providing a more effective defense against common threats (Pronoza et al., 2022). Effective security strategies are crucial for protecting organizations and systems from constantly evolving threats. To achieve this, security policies must be regularly reviewed and updated to incorporate new technologies and strategies that adapt to the changing security environment. Security strategy management involves developing, implementing, monitoring, and continuously improving strategies aimed at ensuring the security of an organization or system. These strategies may cover areas such as information technology security, physical security, and business continuity management.

To begin developing a security strategy, it's essential to identify potential risks and threats to the organization. This involves identifying valuable assets, analyzing potential threats, and identifying any vulnerabilities. Based on the risk assessment, the organization can determine its security goals and develop strategies to achieve them. These strategies may include preventive measures, detection mechanisms, response plans, and communication protocols. Once developed, the strategies are implemented through the installation of security solutions, personnel training, and the implementation of processes.

Continuous monitoring and auditing mechanisms are put in place to assess the effectiveness of security measures. In the event of a security incident or crisis, predetermined crisis management plans will come into play, which may include rapid response, communication strategies, and business continuity solutions. After the events, the effectiveness of the interventions and measures taken are evaluated, and improvements are made to the strategies if necessary.

It's essential to note that security strategies are an ongoing process that must be reviewed and updated regularly. With technological advancements, new threats, and organizational changes, security strategies need to adapt to the changing needs of the organization and

innovations in the security landscape. By continuously reviewing and improving security strategies, organizations can ensure that they are always prepared to face potential security threats.

Cold War Era Security Approaches

The concept of security in international relations is influenced by various factors such as the system's structure, historical conditions, international context, actors involved, and their relationships. The field of international relations observes practice-theory dependence and interaction through different theoretical approaches. During the 1945-1990 period, security studies showed stagnation and uniformity similar to the static bipolar structure of the Cold War era. Security is a fundamental concept in international relations, and realism and neo-realism were the dominant paradigms during the Cold War. In the late 1960s and early 1970s, liberal thought and neo-Marxist approaches questioned the classical understanding of security, leading to a transitional period in security studies. However, realist and neo-realist security paradigms dominated the two-block structure and were determined by basic assumptions of thought. The traditional security paradigm is state-centered, national security indexed, power-oriented, especially military power, and its ontological framework reflects the main arguments of realist theses. The Cold War security paradigm has been replaced in the literature by the traditional security understanding, which is dominated by classical realism and neo-realism, and portrays the identity and practice of the bipolar system as hegemonic and status quo (Sandıklı & Emekliler, 2014).

A New Understanding of Security After the Cold War

The balance between "us" and "other" entities within a system can facilitate the creation of alliances and definitions of threats. This was observed during the Cold War era, where actors sharing similar ideologies assumed roles in different factions while maintaining their relationships amid existing divisions. In the post-Cold War era, as systems become more complex, actors' confidence in their ability to manage and adapt to differences increases. In the contemporary global system, security and threat definitions are diverse, with similarities and differences coexisting and expanding. The proliferation, expansion, and complexity of security present significant challenges to traditional security discourse, leading to the emergence of alternative security studies. These studies aim to address questions about actors, objectives, locations, and methods of security. Post-positivist theories, including critical, post-modern, feminist, and constructivist perspectives, question the traditional security paradigm. However, the Copenhagen School, which actively studies security and proposes important arguments, is working towards creating a new understanding of security (Sandıklı & Emekliler, 2014).

The Copenhagen School, which includes notable figures like Buzan, Waever, and security

experts such as Jaap de Wilde, Morten Kelstrup, Pierre Lemaître, and Elzbieta Tromer, is situated at the Center for Peace and Conflict Studies in Copenhagen. McSweeney originally provided the terminology for this academic institution, which was later widely adopted by the academic community and group members. According to Huysmans, the institution has dual objectives: to safeguard security from the limiting effect of military-political perspectives and ensure conceptual integrity (Huysmans, 2007). The Copenhagen School has made significant contributions to the academic literature on international security studies by developing three major theories: securitization/de-securitization theory, sectoral security approach, and regional security complex theory (Baysal & Lüleci, 2015).

The concept of security is constantly evolving with technological advancements. For instance, virtual reality simulations allow military personnel to gain valuable experiences, improve their abilities, and develop their training budgets without difficulty, thus offering security benefits and cost savings (STM, 2018a). The new war environment involves land, sea, air, space, and cyber warfare dimensions (Akçay, 2018). The new generation war environment is a war environment in which countries use their political, economic and political power as a tool, along with the use of conventional weapons. In this warfare environment, technology is used intensively (Erdoğan et al., 2022). Countries are now engaging in network and space operations instead of relying solely on military power to defeat their opponents. The increasing significance of satellites in military operations has led to the proliferation of space warfare. Countries aim to immobilize their adversary states by blinding their satellites (STM, 2018b)

Technological Transformation

The use of steam-powered machines in factories at the end of the 18th century, the start of mass production based on electrical energy in the early 20th century, and the widespread use of automation in the industry by means of electronics and information technologies since the 1970s, provided a great increase in industrial efficiency with the advancing technology (Öztürk, 2017). The industrial efficiency brought by the development of technology has increased the importance that organizations attach to the necessity of innovation. Efficient use of knowledge requires a transformation process that includes designing applications for new scientific concepts and transforming these applications into viable technologies, products, or services (Fontes, 2005). Innovations do not occur randomly, they are created on the basis of existing capabilities in organizations and social systems, and their further development depends on the need for a new product and the existence of a system in which it can be produced and used (Ende and Kemp, 1999). The technological environment is based on the characteristics of knowledge, the accumulation of technical progress (today's knowledge and innovation activities are the basis and building blocks of tomorrow's innovation), the relevance of innovation (the opportunities to protect innovations from

imitation and profit from innovative activities), technological opportunities (the possibility of innovation corresponding to R&D investments.) depends (Breschi, 2000). Innovation processes are complex because they typically depend on the co-development of new socio-technical configurations, new market structures, new actors, and new institutional environments (Markard, 2008). Technological transformation processes can be triggered by new guiding principles, design criteria, or other requirements, or can be initiated by the development of new works, new technical tools, or design tools (van de Poel, 2003). Technological transformation can increase the interdependence of products and technologies. The commitment to products, devices, and people increases the efficiency of production machines and equipment, reduces costs, and saves resources (Kohnova, 2019). Computer, information, communication, and multimedia technologies have changed and are changing everything from the way people work to the way they communicate with each other and spend their free time (Kellner, 2004).

Technological transformation has affected and continues to affect security in terms of making products more suitable for use, reducing their visibility, reducing their volume, expanding their scope, and protecting critical data. In particular, studies on the formation of technological activities and innovations for the asymmetric war environment have increased. Preventing loss of life and property is realized by conducting effective technological studies. Artificial intelligence, robots, and UAVs can prevent the loss of soldiers and property by taking part in activities that can be considered risky.

The Concept of Technology and Developments in Recent Years

Technology, which develops and changes at an extraordinary rate in our age, fundamentally affects and changes the cultural structure and armies. This change also includes the content of the image in question: the concept of "technology" develops, diversifies, and acquires many different features. The interesting aspect of the subject is that there is a parallelism between what a nation acquires from technology, in other words, how this image fills itself and its place in technological development. (Ural, 2016). The root of the word technology, which means the application knowledge that covers the construction methods related to an industry, the tools, equipment, and tools used, and the way they are used, is 'Technologia'. It is formed from the combination of the words "techne" meaning "mastery, ability to do" and "logy" meaning "to tell" in Ancient Greek (Türk Dil Kurumu, 1988). Except for the meaning in the dictionary, the concept of technology has different definitions and different perspectives according to occupational groups. For example, according to engineers, it is the sum of the logistics methods used during the production of a product, but according to the occupational groups interested in the economy, it is seen as a tool that increases the welfare levels of countries and therefore nations (Altın, 2014).

Many people associate technology with physical hardware, but it also has a virtual (software) aspect. The physical dimension involves the materials utilized, while the software dimension involves the education and training methods or management styles specific to the business group that employs the technology (İşman, 2014). Technology has been defined in various ways. For example, Demirel (1993) defines technology as the application of observational and proven knowledge to achieve goals and solve problems. Alkan (1998) defines technology as the creation of functional units that enable the domination of nature by activating acquired capabilities. Technological advances have brought about improvements in weapon systems, just as they have in other fields. New technological systems have been incorporated into new weapons or entirely new weapons have been produced. This development of technology has altered defense planning and introduced new concepts. As a result, countries must consider space, cyber threats, and nuclear and asymmetric war environments when developing their defense plans in today's circumstances. To illustrate the impact of technological advancements on defense planning, it is essential to discuss some recently produced systems that have been employed in the field of defense.

UAVs

An unmanned Aerial Vehicle (UAV) is a type of unmanned aerial vehicle that can fly autonomously or remotely, has its own power source, and can carry both lethal and non-lethal elements. UAVs do not include ballistic and semi-ballistic missiles, cruise missiles, or artillery-fired munitions. The United States is known for developing the technology behind UAVs, also known as "drones", "robot airplanes", "non-pilot airplanes" and "remotely piloted airplanes". UAV Systems are systems created by adding ground control stations, ground data terminals, and other equipment to provide flight and mission capability to UAVs (Akyürek, 2012). UAVs are aircraft that can fly without human intervention and are usually guided by remote control or automatic controls. UAVs are used for various purposes. UAVs play an important role in defense and security strategies along with technological developments. The military capabilities currently available in UAVs or anticipated to be acquired in the near future can be listed as follows:

- Reconnaissance, tactical reconnaissance, and surveillance
- Bomb or missile air strikes
- Forward surveillance for indirect (invisible) shots
- Special operations and psychological operations
- Control and protection of borders
- Mine search and destruction
- Replenishment of health and military equipment
- Fight against smuggling
- Chemical, biological, and radiological scanning

- Ship identification and isolation in maritime
- Combat search and rescue
- Extending flight time with aerial refueling
- Air radio link and relay duty
- Point-to-point cargo delivery
- Weather data collection

Stealth Planes

Stealth planes, as the name suggests, help pilots evade detections in the sky. While aircraft are completely invisible for radar detection, stealth aircraft use a variety of advanced technologies to reduce aircraft reflection, the radio frequency spectrum, and radar and infrared emissions. Stealth technology increases the probability of a successful attack because enemies have difficulty finding, tracking, and defending these aircraft (Chow, 2013). Stealth aircraft are specially designed aircraft that are less visible to radar detection systems and minimize the radar trace. Stealth technology relies on aircraft absorbing radar waves rather than reflecting them, or minimizing their reflection. This reduces the risk of early detection by enemy radars and enables the aircraft to perform attack or reconnaissance missions more effectively. In stealth aircraft designs, low radar cross section (RCS - Radar Cross Section) is generally targeted. For this, factors such as the shape of the aircraft, the use of materials, surface coatings, and exhaust gases are optimized. For example, aircraft surfaces are designed in flat and irregular shapes, corners are rounded, and materials that absorb or reflect radar waves are used. In addition, it is important that the engine exhausts also have special designs to minimize heat and radar signature. Stealth aircraft are often used for special operations such as reconnaissance, air superiority, and strategic attack missions. These aircraft are technologically advanced platforms that enable effectiveness in covert operations, represented by examples such as the F-117 Nighthawk, B-2 Spirit, and F-22 Raptor. Stealth technology is constantly being developed and used as part of aircraft designs to provide an advantage over modern air defense systems. There are many such systems that can be counted. The main point to draw attention to is how these systems contribute to the understanding of security. We can assume that countries use the following justifications when integrating technology into their defense systems.

- Reducing collateral damage
- To prevent civilian casualties
- Using more effective weapons
- Fewer soldiers on the battlefield (Lister, 2017)

Future Technologies

In the unmanned armies of the future, troops, especially humans, will be replaced by robots that choose their strategies and tactics and fulfill their duties endlessly, whether they need a limited operator or not. The military is where technology is used the most. This is because the demands are constantly changing and increasing. Even so, most of the technology used in the weapons of the future is quite advanced. These include autonomous driving, artificial intelligence, and machine learning. Unmanned armies of the future will have robots that can be used for attack, defense, and even rescue (Habertürk, 2017). Advances in artificial intelligence and machine learning continue unabated. Improvements are expected in areas such as smarter and autonomous systems, better natural language processing capabilities, and more effective image and sound analysis. IoT devices and applications will be adopted in different areas of life, from homes to industrial facilities. Thanks to the Internet of Things, communication between devices will increase and data collection, analysis, and management will become more efficient. 5G technology will reach a wider coverage area, offering faster internet speeds, lower latency, and more reliable connections. This can support the development of technologies such as virtual reality and augmented reality. AR and VR technologies will be used more in different sectors such as entertainment, education, healthcare, and business. Further investment in these technologies is expected to deliver more realistic experiences and interactions. Autonomous vehicles and driverless transport systems can lead to significant developments in the automotive industry. The security of these systems, legal regulations, and infrastructure issues continue to be important discussion points. Environmentally friendly and sustainable technologies will gain more importance in areas such as energy production, waste management, and water saving. Studies on the development of renewable energy sources and energy storage solutions will continue. Technological advances in medicine will continue, and there may be advances in areas such as personalized treatment methods and gene editing technologies. Quantum computers have the potential to perform complex calculations much faster. Research and developments in this area will continue to be important. Advances in gene editing, biotechnology, and biomaterials can have implications for health, food production, and the environment. Space technologies can continue to advance towards big goals such as Mars exploration. In addition, space tourism may also become open to more people.

The reasoning and conclusions that are possible through algorithms will be realized. Artificial intelligence stands out with the potential it offers in the fields of rapid decision-making, regeneration and high performance, training, and intelligence/reconnaissance skills that a strong army should have. Artificial intelligence can make decisions much faster than humans, based on inputs in today's multi-axis work environment. A damaged limb can be reconstructed, and autonomous systems are easy to build in their entirety. Also, they never get tired. Artificial intelligence weapons have much greater accuracy than human weapons, as they can calculate a large number of possibilities as a result of powerful processing.

Artificial intelligence applications in areas such as personnel training, fighter pilot training, and technical training, when used with augmented reality, can provide an advantage for the Armed Forces within the existing force structure. It will facilitate the rapid and accurate analysis of data in large areas. Searching enemy elements will be easily detected thanks to face recognition technology. (Kendi, 2018).

Another issue related to artificial intelligence (Internet of Things - IoT) is the Internet of Things. To put it simply, the Internet of Things is a concept that means that all devices with on/off buttons are connected to the internet and/or each other (yeniisfikirleri.net, 2018). The rapid emergence of the Internet of Things has spawned two technological arguments: machine intelligence and networking. When people use their intelligence correctly, they can do more effective and productive work. This may equally apply to new uses that are planned to have artificial intelligence that is predicted to take place in future wars. Robots, too, can better serve human warriors when they manage to have intelligence and coordinate their actions among themselves. This is called the Internet of Battle Things (IoBT). In some ways, IoBT is already becoming a reality, but it is expected to be heavily involved in wars 20-30 years from now (Kott, Swami, & West, 2016). It is considered that the battlefield of the future is likely to be densely populated with such objects. In light of all these reasons, these systems, which aim to cause the least harm to their own people and the maximum harm to their opponents, will of course find a place in the new security concept.

Management

Management is the process of effectively planning, organizing, coordinating, directing, and controlling resources (human, material, time, finance, etc.). It is the process of using resources in the most effective and efficient way to achieve the goals and objectives of an organization or group. Although the concept of management is often associated with businesses and organizations, it actually takes place in many different contexts in daily life. It is the phase of setting goals, allocating resources, formulating strategies, and preparing action plans. Planning determines where the organization wants to go and how it will get there. It includes organizing resources and tasks in the best way possible. At the organizational stage, issues such as who will do what and who will take on which responsibilities are determined. It is the stage of establishing collaboration and harmony between different departments, teams, and functions. Coordination involves arranging how different parts work together. It includes motivating people, guiding, leadership, and communication. The guidance supports employees in achieving set goals. It is the phase of monitoring the realized activities, measuring the results, and evaluating how close the targets are. Control evaluates compliance with the plan and achievement of goals. Management includes a wide variety of elements such as leadership, organizational structure, decision-making, and communication. Good management aims to achieve the determined goals by using the resources in the best way.

While management ensures the sustainability and effectiveness of businesses, it can also be applied in various fields such as groups, projects, and personal life.

The main tasks of management, whether it is a commercial enterprise, hospital or university, are to realize the specific purpose and mission of the institution, to make the work productive and to enable the worker to complete the work, and to manage social impacts and social responsibilities (Drucker, 1974). It is to create value by helping people become more productive and innovative through a collaborative effort (Magnetta, 2003). Business plans ask management to logically analyze the business in a structured way and think about what it is doing now and what it wants to do in the future (Burtonshaw, 2008). The selection of objectives, the selection of products to be delivered by all services, the design of the entire organizational structure, the administrative systems, all the policies used to define all coordinated work (Rumelt, 1991) constitute the scope of its management. Management proposes to focus on managing control and currently existing resources (Skyrme, 2000). Management understands that maintaining a loyal customer base requires continuous improvement of products and services (Oz, 2009). Management should provide leadership, motivation and supervision, especially if it requires significant changes in business processes, organizational structures or roles and responsibilities (Kumar, 2006: 41). An ideal management system is one in which power is automatically redistributed when environmental changes devalue managerial knowledge and competence (Hamel & Breen, 2007). In the world where technology and the virtual world have begun to dominate, concepts such as knowledge management and management innovation have been valued. Technological transformation brings the security of robots, artificial intelligence, smart cities and smart systems to the agenda in security management. Governments and private sectors have accelerated their work for cyber security. These studies led to the creation of cryptographic keys and anti-virus programs.

Conclusion

Managing security risks is crucial for organizations to respond effectively to crises and improve their security measures. The approach to security strategy may vary based on factors like the organization's type, size, and industry. The concept of war has evolved with time, affected by political, socio-cultural, and economic factors like country politics, power dynamics, and international relations. The events of the twenty-first century have demonstrated that change is a constant factor in our understanding of international security (Astan, 2015).

As technology continues to advance, it brings about new opportunities in various fields. Sometimes, these developments work in tandem, while at other times, they operate independently. Upon examining the evolution of technology from ancient times to the present day, it becomes clear that every era has either created or benefited from fundamental tools.

Like every other industry, the military also relies on technological progress to enhance its security measures (Meydan, 2015). Technological breakthroughs give nations a competitive edge in preparing for security and defense, making high-cost and long-term supply projects a worthwhile investment. These advancements have led to significant changes in the security perception of countries, resulting in new doctrines, concepts, and organizational structures. Additionally, new battlefield dimensions, such as space, cyber, and network-centered operations, have emerged. The development of unmanned vehicles and aerial drones has become increasingly critical in recent years, as they can be used as both combat support and combatants, with the aim of minimizing harm to human life. All these advancements are geared towards ensuring the welfare and survival of people, as well as giving countries a voice on the world stage. As technology continues to evolve, it is expected that these developments will become even more prevalent in the future.

To sum up, the advancement of technology has a significant impact on the management of security strategies. It increases situational awareness, improves intelligence and surveillance capabilities, uncovers cybersecurity challenges, necessitates integration and interoperability, mandates training and skills development, and raises ethical and legal considerations. As a result, security managers should adapt to these changes to create robust and effective security strategies to counter evolving threats.

References

- Ahmad, A., Desouza, K. C., Maynard, S. B., Naseer, H., & Baskerville, R. L. (2020). How integration of cyber security management and incident response enables organizational learning. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 71(8), 939-953.
- Akçay, M. (2018). Teknolojik Değişimin Savunma Organizasyonlarında Yarattığı Yapı Değişikliği. *Savtek 2018 Bildiri Kitabı*, 1(1), 9.
- Akyürek, S. (2012). *İnsansız Hava Araçları:Muharebe Alanında ve Terörle Mücadelede Devrimsel Dönüşüm*. İstanbul.
- Alkan, C. (1998). *Eğitim Teknolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Altın, Z. (2014). *Türk Silahlı Kuvvetleri Teknoloji Yönetiminde Proje Performans Model Önerisi ve Örnek Olay İncelemesi*. Kara Harp Okulu.
- Astan, G. (2015). *Gelişen Teknolojiler ve Değişen Muharebe Şartlarında Geleceğin Askerine Yönelik Teknoloji Öngörü Çalışması*. Kara Harp Okulu.
- Baldwin, D. A. (1997). The Concept of Security. *Review of International Studies*, 23, 5–26.
- Baylis, J., & Smith, S. (2008). *The Globalization of World Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Baysal, B., & Lüleci, Ç. (2015). *Kopenhag Okulu ve Güvenikleştirme Teorisi*. *Güvenlik Stratejileri*, 11(22), 61–96.
- Biscop, S. (2005), *The European Security Strategy. A Global Agenda for Positive Power*, Aldershot: Ashgate Publishing
- Breschi, S., Malerba, F., Orsenigo, L., (2000). Technological regimes and Schumpeterian patterns of innovation. *Economic Journal* 110, 338–410
- Bryce, J. (2001),The technological transformation of leisure, *Soc Sci Comput Rev* 19:7–16
- Burtonshaw-Gunn, S.A. (2008). *Essential Management Toolbox: Tools, models and notes for managers and consultants*. Chichester, England: Wiley & Sons.
- Buzan, B. (1991). *People, States and Fear: An Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era*. Boulder: Lynne Rienner Pub.
- Chow, D. (2013). 7 Technologies That Transformed Warfare. Tarihinde 19 Ocak 2019, adresinden erişildi <https://www.livescience.com/41321-military-war-technologies.html>
- Davelaar, E.J. and Nijkamp, P. (1990), Technological innovation and spatial transformation, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 37, pp. 181-202
- Dedeoğlu, B. (2004). Yeniden Güvenlik Topluluğu: Benzerliklerin Karşılıklı Bağımlılığından Farklılıkların Birlikteliğine. *Uluslararası İlişkiler*, 1(4), 1–21.
- Demirel, Ö. (1993). *Eğitim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Usem Yayınları.
- Drucker, Peter F (1974), *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper &

Row,

European Council (2003), European Security Strategy :A Secure Europe in a Better World, Brussels: European Council, 12 December

Erdoğan, F. A., Sağbaş, M., & Sundu, M. (2022). Yeni Nesil Harp Ortamında Askeri Liderlerde Olması Gereken Özelliklerin Bulanık AHP Yöntemi ile Önceliklendirilmesi. *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 8(102), 3181-3192.

Fontes, M. (2005), 'The process of transformation of scientific and technological knowledge into economic value conducted by biotechnology spinoffs,' *Technovation*, 25(4), 339–347.

Habertürk. (2017). En iyi insansız savaş araçları. Tarihinde 19 Ocak 2019, adresinden erişildi <https://www.haberturk.com/ekonomi/savunma-sanayi/haber/1612791-en-iyi-otonom-savas-robotlari-insansiz-muharebe-donemi-basladi>

Hamel, G. (2007). *The future of management*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Huysmans, J. (2007). Revisiting Copenhagen Or, on the Creative Development of a Security Studies Agenda in Europe. *European Journal of International Relations*, 4(4), 479–505.

İşman, A. (2014). Teknolojinin Felsefi Temelleri. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(1), 1.

Kellner, D. (2004). Technological transformation, multiple literacies, and the re-visioning of education. *E-Learning*, 1(1), 9-37.

Kendi, A. (2018). Yapay Zekâ ve Silahlı Kuvvetlere Etkileri.

Kohnová, L., Papula, J., Salajová, N. (2019), Internal factors supporting business and technological transformation in the context of industry 4.0 *Bus. Theory Pract.* 20, 137–145

Kott, A., Swami, A., & West, B. J. (2016). The Internet of Battle Things, 1–11.

Kumar, V. and Werner J. Reinartz (2006), *Customer Relationship Management: Concept , Strategy and Tools*, New York: Springer.

Lipschutz, R. D. (1995). *On Security*. New York: Columbia University Press.

Lister, J. (2017). The Impact of Technology on Warfare. Tarihinde 19 Ocak 2019, adresinden erişildi <https://bizfluent.com/info-7844707-impact-technology-warfare.html>

Magretta, J. (2002). *What management is: How it works and why it's everyone's business*. New York: Free Press.

Markard, J., and Truffer B. (2008), Technological innovation systems and the multi-level perspective: Towards an integrated framework. *Research Policy* 37: 596–615.

McSweeney, B. (1999). *Security, Identity and Interests: A Sociology of International Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Meydan, C. H. (2015). Dünya Ordularında Yeniden Yapılanmanın Kaynakları Üzerine Bir İnceleme. *Güvenlik Stratejileri*, 21(1).

- Oz, E. (2009), *Management Information Systems*. Cambridge, MA: Course Technology.
- Öztürk, D. (2017). Technological transformation of manufacturing by smart factory vision: industry 4.0. *International Journal of Development Research*, 7(11), 17371-17382.
- Pronoza, P., Kuzenko, T., & Sablina, N. (2022). Implementation of strategic tools in the process of financial security management of industrial enterprises in Ukraine. *European Journal of Enterprise Technologies*, 2(13), 116.
- Rumelt, R. P., Schendel D., and Teece D. (1991), "Strategic Management and Economics," *Strategic Management Journal*, 12 (Winter), 5-30
- Sandıklı, A., & Emekliler, B. (2014). 21. Yüzyılda Yeni Güvenlik Anlayışları ve Yaklaşımları. *Uluslararası Balkan Kongresi*.
- Skyrme, D. J. (2002), *Developing a Knowledge Strategy: From Management to Leadership*, In, (eds.) Morey, D., Maybury, M., and Thuraishingham, B, *Knowledge Management: Classic and Contemporary Works*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Snider, D.M. (1995), *The National Security Strategy: Documenting strategic vision*, 2nd edn.
- Sveen, F. O., Torres, J. M., & Sarriegi, J. M. (2009). Blind information security strategy. *International Journal of Critical Infrastructure Protection*, 2(3), 95-109.
- STM. (2018a). *Askeri Eğitimde Son Teknolojinin Kullanımı*.
- STM. (2018b). *Uydu Savaşları*.
- Trim, P., & Lee, Y. I. (2022). *Strategic cyber security management*. Taylor & Francis.
- Türk Dil Kurumu. (1988). *Türkçe Sözlük*. Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Ural, Ş. (2016). Teknolojinin "Teknoloji" Kavramı ve Değerlerle İlişkisi. *Yeni Türkiye Dergisi*, 88(1), 295–302.
- van de Poel, I. (2003), The transformation of technological regimes, *Research Policy* 32 (1):49-68
- van den Ende J and Kemp R (1999), Technological transformations in history: How the computer regime grew out of existing computing regimes. *Research Policy*, 28: 833–851.
- Vellani, K. (2006). *Strategic security management: a risk assessment guide for decision makers*. Elsevier.
- White House (1991), *A National Security Strategy of the United States*, Washington, DC: The White House
- White House (1998), *A National Security Strategy for a New Century*, Washington, DC: The White House
- White House (2010), *National Security Strategy*. Washington, DC: The White House (May).
- White House (2017), *National Security Strategy*. Washington, DC: The White House

yeniisfikirleri.net. (2018). Nesnelerin İnterneti (Internet Of Things) Nedir? Örnekleri Nelerdir? Tarihinde 20 Ocak 2019, adresinden erişildi <http://www.yeniisfikirleri.net/nesnelerin-interneti-nedir-ornekleri-neler>

PANDEMİ SÜRECİNDE İŞ SANAT YOUTUBE KANALININ GÖRSEL SANATLAR ALANINDAKİ VIDEO PAYLAŞIMLARINA YAPILAN İZLEYİCİ YORUMLARININ İNCELEMESİ

Sinem ALPASLAN¹
Mustafa ÇAPAR²

ÖZ

Türkiye ve tüm dünyada etkili olan Covid-19 pandemisi pek çok yerde olduğu gibi sanat alanında da sanatçıları ve sanatseverleri olumsuz etkilemiştir. İnsanların bir araya gelme olanakları ortadan kalkınca, kültür ve sanat etkinlikleri dijital ortamlarda yapılmaya başlanmıştır. Türkiye İş Bankası'nın YouTube'da yer alan 'İş Sanat' adlı kanalı da söz konusu ortamlardan biridir. Araştırmada, eve kapanmaların en yoğun olduğu ilk iki yıllık süreçte, İş Sanat YouTube kanalında paylaşımı yapılan kültür-sanat videolarının içeriği verilmiş ve bu videolar arasından görsel sanatlar alanında paylaşılan videoların izleyici yorumlarının içerik analizi yapılmıştır. İncelenen videolar, 16 Mart 2020'den 16 Mart 2022 tarihine dek paylaşılanlardır. İçerik analizinde kullanılan yöntem, internet ortamındaki verilerin okunup not alınmasının ardından kodlamaların yapıldığı manuel yöntemdir. Sonuç olarak güzel sanatlar, müzik, edebiyat, tiyatro, tarih gibi paylaşımlardan en çok görüntülenenler ile görsel sanatlar takipçilerinin paylaşımlara yönelik bakış açıları ortaya koyulmuştur. İş Sanat YouTube kanalına ait en az izleyicisi olan video türünün görsel sanatlar alanında paylaşılanlar olduğu; görsel sanatlar alanındaki videoların izleyici yorumlarından ise en çok ilgi çeken konunun, sanatçı özelinde olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pandemi, YouTube, İş Sanat, Görsel Sanatlar, İzleyici Yorumları

INVESTIGATION OF AUDIENCE COMMENTS ON VISUAL ARTS VIDEO SHARING OF İŞ SANAT YOUTUBE CHANNEL DURING THE PANDEMIC PROCESS

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, which is effective in Turkey and all over the world, has negatively affected artists and art lovers in the field of art as well as in many other places. As the opportunities for people to come together disappeared, cultural and artistic activities started to be held in digital environments. Türkiye İş Bankası's YouTube channel named 'İş Sanat' is one of these mediums. In the research, the content of the culture and art videos shared on the İş Sanat YouTube channel during the first two-year period when the closures were the most intense, and the content analysis of the audience comments of the videos shared in the field of visual arts among these videos was made. The videos reviewed are those shared from March 16, 2020 to March 16, 2022. The method used in content analysis is the manual method in which the coding is done after reading the data on the internet and taking notes. As a result, the most viewed posts such as fine arts, music, literature, theater, history and the visual arts followers' perspectives on the shares were revealed. The video type with the least viewership of İş Sanat YouTube channel is the ones shared in the field of visual arts; from the viewer comments of the videos in the field of visual arts, it was concluded that the most interesting subject is the artist.

Keywords: Pandemic, YouTube, İş Sanat, Visual Arts, Audience Comments

¹ Sinem ALPASLAN, Dr., Şehit Cafer Kaşan And. Lisesi Görsel Sanatlar Öğretmeni, e-posta: sinem_alpaslan@hotmail.com, ORCID: [0000-0003-1392-1231](https://orcid.org/0000-0003-1392-1231)

² Mustafa ÇAPAR, Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi Öğretim Üyesi, e-posta: mustafacaparus@hotmail.com, ORCID: [0000-0002-4104-5753](https://orcid.org/0000-0002-4104-5753)

Giriş

2020 yılında dünya genelinde hızla yayılmaya başlayan Covid-19 ile hemen arkasından gelen pandemi sürecinde, her yaştan insan, günlük rutinlerini devam ettiremez duruma gelmiştir. Bir anda daha önce alışlagelen yaşam biçimlerinden uzaklaşıp yeni koşulları endişe ve korkuyla izleyen insanlar, okulların ve pek çok işyerinin kapanması ile birlikte evde daha fazla zaman geçirmeye başlamışlardır. Bu da söz konusu zamanın niteliği sorununu gündeme getirmiştir. İnsanlar, geçirdikleri zamanı daha anlamlı hale getirmek için yeni arayışlara girmişlerdir. Bu aşamada, mevcut teknolojik olanakların da katkısıyla bireysel ve kurumsal olarak bazı etkinlikler düzenlenmeye başlanmıştır. Pek çok alanda olduğu gibi kültür ve sanat da dijital ortam aracılığıyla izleyicilerle buluşturulmuştur. Bu süreçte kültür ve sanat, eskiden olduğu gibi “kamu nezdinde en büyük birleştirici ve iyileştirici güçlerden biri olmaya devam” (Ece, 2020: 882) etmiştir.

Covid-19 ile önceden plan ve programı yapılmış festivaller, konserler, sergiler vb. etkinlikler ilk etapta ertelenmiş, sonrasında ne zaman normal yaşantı düzenine geçileceği öngörülemediğinden iptal edilmiştir. Pandeminin etkisi, günlük alışkanlıklarımızı da ne zaman sona ereceğini öngörmenin zor olduğu bir biçimde değiştirmiştir. Bu değişim beslenmeden, eğitime, sağlıktan, kültürel etkinliklere pek çok alanda yeni seçenekler üretilmesini gerekli kılmıştır. 2020 yılına dek sınırlı sayıda kullanıcısı bulunan, banka, toplantı, sınav vb. faaliyetleri uzaktan mümkün kılan mobil destekli uygulamalar, iki yılda neredeyse vazgeçilmez dijital araçlar haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin kapılarını açtığı dijital yenilikçi uygulamalar, sanat alanında da farklı çözüm arayışlarına giren kitleler için yeni olanaklar sunmuştur. Sanat alanında planlanan etkinlikler de uzaktan, dijital ortamda katılım sağlanabilecek şekilde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu etkinlikler doğrudan bireysel olarak hazırlanıp sunulabildiği gibi, kamu kurumları ve özel kurumlar tarafından da izleyicilerle buluşturulmuştur.

Günümüzde yaşamın pek çok alanında kullanılan internet, “1980’lerin başında, çoğu savunma araştırmaları veya operasyonları ile doğrudan bağlantılı olan nispeten küçük bir dizi ağ içeriyordu” (Abbate, 1999: 181). Zamanla kullanıcı sayılarının artıp sivilleşmesi “ağı genel halk için çok daha erişilebilir hale getirdi. Ancak o zaman çoğu insan, İnternet’in ve World Wide Web adlı ilgi çekici yeni bir uygulamanın sunduğu bilgi toplama, sosyal etkileşim, eğlence ve kendini ifade etme olanaklarını kavrayabildi” (Abbate, 1999: 181).

İnternetin, kamusal bir iletişim aracı olarak yaygınlaşması, “sosyal medyanın gelişimi ve toplumsal yaşamda yoğun bir şekilde kullanılır hale” (Yıldırım ve İpek, 2020: 71) gelmesine neden olmuştur. İki binlerin ilk yarısında arka arkaya, günümüzde hala etkin bir şekilde varlığını sürdüren sosyal ağlar ortaya çıkmıştır. “Myspace 2003’te, Facebook ve Flickr 2004’te ve Twitter ve YouTube 2005’te kurulmuştur. O zamandan bu yana geçen kısa sürede sosyal ağlar, video/fotoğraf paylaşımı ve 'tweet', tartışmasız çağdaş İnternet kullanımının belirleyici özelliği haline” (Abbott, 2012: 77) gelmiştir. Bu yanı sıra sosyal

medya, “yalnızca yirmi birinci yüzyıl bilgi yaşamının değil, milyarlarca yaşamın kendisinin ayrılmaz bir platformu haline” (Jordan, 2015: 120) gelmiştir.

Günümüzün önemli sosyal medya platformlarından biri olan, “ana akım medya ortamının bir parçası ve çağdaş popüler kültürde hesaba katılması gereken bir güç” (Burgess ve Green, 2018) olan YouTube sitesi, “çevrimiçi ticaret sitesi PayPal’ın eski çalışanları olan Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından (...) Haziran 2005’te” (Burgess ve Green, 2018: 1) açılmıştır. Ardından Google’ın satın almasıyla onun “yan kuruluşlarından biri olan YouTube, dünya çapında yaklaşık 2 milyar kullanıcısıyla piyasadaki en popüler video platformudur” (Singh ve Bagchi, 2020: 24). YouTube’da “ana hatları ile eğlence videoları, müzik klipleri, eğitim videoları, kampanya, duyuru ve haber videoları aynı ağ üzerinde yer almaktadır” (Kuyucu, 2017: 180).

Araştırmada pandemiyle değişen dünya düzeninde, sanatsal etkinliklerin paylaşım yöntemindeki değişikliğin gözlemlenebileceği İş Sanat YouTube kanalının, hangi sanat türlerinde paylaşım yaptığı yer almaktadır. Bu sanat türleri arasında hangi alanda daha çok paylaşım yapıldığı ve paylaşılan videoların ne kadar izlendiğinin ortaya koyulması; görsel sanatlar alanındaki video izleyicisinin yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Esas örneklemin görsel sanatlar videoları olmasının nedeni, benzer platformlarda görülmeyen; Türk resim sanatı, Türk ressamlar ve eserlerinin incelendiği, devamlılığı olan, benzeri olmayan bir yayın türü olmasıdır. Müzisyen Scott Wollschleger (2021: 287) *Kapanma Estetiği* adlı makalesinde pandeminin dijital içerik oluşturma hissini nasıl arttırdığını anlatmıştır. Öyle ki bu durumun diğer alanlarda üretim yapan sanatçılar için de benzer hissiyatlar geliştirdiği söylenebilir. Benzer bir araştırma Çiğdem Tanyel Başar (2021) tarafından da yapılmıştır. Başar, ‘Pandeminin Gölgesinde Sanat-Sanatçı-İzleyici’ adlı makalesinde salgının sanatsal üretim ve sunum tekniklerini nasıl değiştirdiğini incelemiştir. Zeynep Özarslan (2021) ise ‘Yaratıcı ve Kültürel Endüstriler ve Covid19 Pandemi Döneminde Türkiye’de Kültür ve Sanat Sektörlerinin Durumu’ adlı makalesinde merkezi ve yerel yönetimlerin kültür-sanat faaliyetlerini ne derece desteklediğini irdelemiştir. İş Sanat YouTube kanalının finansal bir kurum tarafından desteklenmesi iki araştırma arasında benzerlik oluştururken örneklemin sanat videoları ve görsel sanatlar videolarının izleyici yorumları özelinde olması, Başar’ın makalesinden farklı boyutları gözler önüne sermektedir.

Türkiye İş Bankası’nın Kültürel ve Sanatsal Etkinliklere Desteği

Ticari bir kuruluş olan bankalar, “esas olarak müşterileri adına ödeme yapmak ve almak, mevduat kabul etmek ve özel şahıslara, şirketlere ve diğer kuruluşlara kısa vadeli krediler vermekle ilgilenirler” (Smullen ve Hand, 2005: 30). Daha ayrıntılı olarak bakıldığında, Yetiz (2016: 107) bankaların hizmetlerini kısaca şöyle açıklamaktadır:

- Ülkedeki kredi ve para politikalarının uygulanmasını destekler,
- Finansal işlemlerde aracılık görevini üstlenir,
- Menkul kıymet alım ve satımı işlemlerini gerçekleştirir,
- Kiralık kasalar sayesinde, kıymetli varlıkların korunmasını sağlar,
- Kredi kartı, banka kartı gibi ödeme kolaylıklarının kullanımını sağlar,

- İç ve dış ticaret işlemlerinde aracılık görevini üstlenir.

Türkiye İş Bankası, 1924 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün kurmuş olduğu bir bankadır. Köy Enstitüleri'nin kurucusu eski Milli Eğitim Bakanı Hasan Ali Yücel, 1956'da Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nı kurmuştur. İlk kez İş Bankası Kültür Yayınları ile dünya klasikleri serisi Türkçeye kazandırılmıştır. Ayrıca Türk yazarlardan "Hüseyin Cahit Yalçın'ın *Edebiyat Anıları* ile 1930 sonrası Türk şiirinin en parıltılı isimlerinden Ahmet Muhip Dranas'ın *Toplu Şiirler*'i gibi edebi başyapıtları okurlara sunan ilk yayınevi olacaktır. (Koçak, 2001: 175)

2000 yılından bu yana Türkiye İş Bankası, İş Sanat adı altında kültür ve sanata katkı sağlamak amacıyla pek çok etkinlik düzenlemektedir. "Bankalar, finansal hayattaki çalışmaları dışında, var oldukları topluma karşı duyarsız kalmadıklarını kültür ve sanat sponsorluk faaliyetlerini etkin şekilde kullanarak göstermeye çalışmaktadırlar" (Yağız, 2012: 12). Söz konusu kültür ve sanat etkinlikleri, bankaların tanınırlığını artırmakta ve aynı zamanda toplumun bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Türkiye İş Bankası da bu tür projelerle ön plana çıkarak dolaylı yönden kurum reklamına katkı sağlamaktadır.

Kurum ve kuruluşların kültür-sanat projelerine katkısının birçok alanda kendilerine kazanım sağladığı söylenebilir. "Çeşitli uluslararası ve ulusal kuruluşlar tarafından farklı isimlerle nitelendirilmesine rağmen genellikle yaratıcı ve kültürel endüstriler olarak adlandırılan sektörlerin, sürdürülebilir ekonomik ve insani kalkınma üzerinde olumlu etkileri vardır" (Özarlan, 2021: 373). Bu düşünceden yola çıkarak Türkiye İş Bankası'nın hem müşteri portföyünü genişlettiği hem de mevcut müşterileri ile iş dışında bir bağ kurma fırsatı oluşturduğu söylenebilir. "İktisadi düşünce tarihinde önemli yer tutan iktisatçıların çoğunun sanat ve kültür ile doğrudan ya da dolaylı ilişkisi olmuştur" (Ersel, 2014: 121). Örneğin Belçika'da bankacılık faaliyetlerini sürdüren Türk iş insanı Halit Cingilloğlu, 2017 yılında Amerikan dergisi ARTnews tarafından oluşturulan "En İyi 200 Koleksiyoncu" listesine girmiştir. Ülkemizde de benzer bir politika ile Türkiye İş Bankası'nın Cumhuriyet'ten günümüze kültürü etkileyen, tanımlanabilir iktisadi nitelikleri olan eserlerle ilgilendiği görülmektedir. "Süreç içerisinde, İş Bankası'nın 1930'lardan başlayarak oluşturduğu Türk resmi koleksiyonundaki tabloların sayısı da beş yüzü aşmıştır" (Koçak, 2001: 176). 2007 yılında İş Bankası'nın İstanbul Yenicami şubesi Türkiye İş Bankası Müzesi olarak ziyarete açılmıştır. "1924'ten bu yana Türkiye'nin dört bir köşesinde biriken belgeler, fotoğraflar, filmler ve objeler toplanarak restore edilmiş ve korumaya alınmıştır" (issanat.com).

Xsights Araştırma ve Danışmanlık şirketinin 2019 yılında yaptığı "Türkiye'nin Kültür Sanat Bankaları" konulu araştırmaya göre (xsights.co.uk) katılımcılara banka isimleri gösterildiğinde kültür sanat denilince toplamda en fazla hatırlanan banka %61 ile Türkiye İş Bankası olmuş, onu Yapı Kredi (%56) ve Akbank'ın (%55) takip ettiği görülmüştür. Araştırma verilerinde kültür sanat faaliyetlerinin kişilerin banka seçimlerine etkisi de sayısal oranları ile verilmiştir (Şekil. 1):



Şekil 1: Kişilerin Banka Seçiminde Kültür Sanat Faaliyetlerinin Etkisi (xsights.co.uk)

Birbirleriyle rekabet içerisinde olan öncü kuruluşlar, halkla ilişkiler noktasında olumlu dönütler alınan girişimlerle örnek teşkil etmişlerdir. “Ülkemizde en büyük resim koleksiyonlarından birisine sahip olan Türkiye İş Bankası’nın bu konudaki girişimi 1940 yılında atılan bir adımla başlamıştı. Atılan bu adım, daha sonra diğer banka, kuruluş ve kişilerin de katılacağı sanat eseri koleksiyonculuğunun ülkemizdeki ilk örneği idi” (Kocabaşoğlu, 2001: 235). Süreç içerisinde Türkiye İş Bankası’nın bu alandaki yatırımlarını değişen teknoloji paralelinde geliştirdiği görülmektedir. Ayrıca Türkiye İş Bankası’nın resmî web sitesinde (isbank.com.tr) ‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk’ başlıklı bağlantı içerisinde desteklediği Kibele Sanat Galerisi’nin ve Ankara Sanat Galerisi’nin tanıtımı yapılmaktadır. Ankara Sanat Galerisi, İktisadi Bağımsızlık Müzesi’nin içinde yer almaktadır. Bu müze, Mustafa Kemal Atatürk’ün 1924 yılında kurduğu Türkiye İş Bankası’nın ilk binasıdır. “Müzeye, Bankanın kurucusu Atatürk’ün, askeri zaferlerin ancak iktisadi zaferlerle kalıcı olabileceği vizyonu çerçevesinde ‘Türkiye İş Bankası İktisadi Bağımsızlık Müzesi’ adı verilmiştir” (kulturportali.gov.tr).

Türkiye İş Bankası’nın kurum tarihi proje yöneticisi Kocabaşoğlu (2001: 350,351), bankanın toplumu destekleyen faaliyetlerini şöyle özetlemiştir:

İş Bankası’nın kültür ve sanat hayatına katkıları resim koleksiyonundan gezici ve kalıcı sergiler düzenlemesine; halk sanatının kaybolmaya yüz tutmuş örneklerinin korunup yaşatılmasına; kitap yayıncılığında *Kumbara*, *Köyümüz*, *İşçi* gibi süreli yayınlarla çeşitli toplum kesimlerine ulaşılmasına; araştırma yapan genç bilim adamlarının desteklenmesinden kütüphanelere kitap bağışına; bilim ve sanatta başarılı çalışmaların ödüllendirilmesine kadar çok değişik alanlarda neredeyse bir düzine etkinliği içermektedir.

Pandemi Sürecinde Sanatsal Etkinlikler

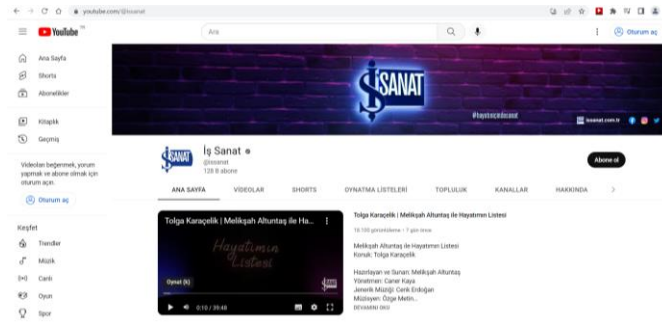
Tormey’nin (2021: 1) belirttiğine göre Amerika Birleşik Devletleri’nde “sanat organizasyonları, organizasyonları değişen ekonomik, sosyal ve kültürel ortamlara uyum sağlamaya zorlayan COVID-19 salgınının başlangıcından bu yana birçok engelle” karşılaşmıştır. Covid-19’un etkileri “sanatçıların, sanat izleyicilerinin ve ticari ve kâr

amacı gütmeyen sanat kuruluşlarının çeşitli uyarlanabilir tepkiler vermesini gerektirmiştir. İçeriğin sayısallaştırılması ve sanallaştırılması” (Tormey, 2021: 2) bu tepkilerden biridir. Daha anlaşılır bir dille, ‘çevrim içi platformlara geçiş’ olarak adlandırılabilir bu tepkiler, Amerika Birleşik Devletleri ve dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de gerçekleştirilmiştir.

Covid-19 salgını nedeniyle dünya genelinde evlerine kapanan insanlar, verimli zaman geçirmek amacıyla farklı arayışlara girmişlerdir. Bunun bir sonucu olarak salgının başlamasıyla birlikte sosyal medya kullanımı artış göstermiştir. Brannen ve diğer araştırmacıların (2020: 13) belirttiğine göre, aktif sosyal medya kullanıcısı, “Ocak 2020 itibarıyla, gezegen nüfusunun yüzde 49’u (3,8 milyar), 2019’a göre yüzde 9 daha fazla (321 milyon yeni kullanıcı)” artmıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) pandemi sürecinde yayınladığı *Pandemi Sürecinde Kültür-Sanatın Birleştirici Gücü ve Alanın İhtiyaçları* adlı raporda internette günlük ortalama 7 saat, sosyal medyada ise yaklaşık 3 saat geçirilen günlerde, dijital platformlardaki sanatsal faaliyetlerin, çocuklar, gençler ve yetişkinlerin nitelikli vakit geçirmesine ve kendilerini iyi hissetmelerine yardımcı olduğunu belirtmiştir. Özlem Ece (2020: 885) İKSV Kültür Politikaları Çalışma Direktörü olarak, İKSV’nin #iksvevde etiketiyle sunduğu farklı etkinlik biçimleriyle hem pandemi esnasında evde kalma sorumluluğunun altını çizdiğini hem de izleyicisine kültür-sanatın farklı alanlarında içerik sunmaya devam ettiğini ifade etmiştir.

Devlet televizyonları da bu süreçte sanatsal içerikli yayınlarını arttırmış, “TRT 2 ile birlikte yapılan çalışma ile Bakanlık arşivinde bulunan opera, bale, tiyatro gibi güzel sanatlarla ilgili çalışmalar yayımlanmaya başlamıştır” (iksv.org). Ayrıca TRT 2 kanalı düzenlediği *Sanat Heyecanı Evimizde* (kulturservisi.com) adlı etkinlikle altı hafta boyunca; her salı akşamı tiyatro oyunları, her cuma akşamı senfoni ve opera konserleri canlı olarak yayımlamış, cumartesi akşamları ise ‘Troya’, ‘Aida’ ve ‘La Boheme’ gibi dünyaca ünlü operaları izleyiciyle buluşturmuştur. Programına çocuk oyunları da ekleyen kanal, bu etkinliği 24 Mart 2020’de başlatıp sadece 6 haftalık bir etkinlik planlarken, sürecin uzamasıyla programa yenilerini de eklemiştir.

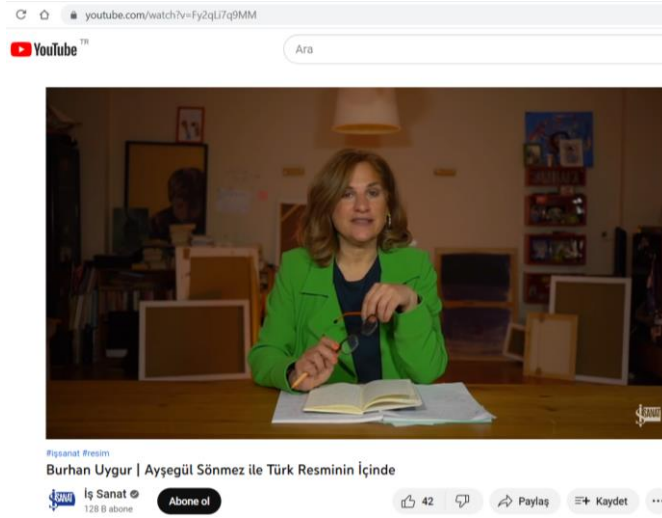
Diğer kurumlara bakıldığında Türkiye İş Bankası sponsorluğunda İş Sanat YouTube kanalı, pandemi süresince #sanatsızkalma *hashtag*’i ile Youtube, Spotify, Facebook, Twitter ve Instagram üzerinden büyük kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir. 100.000’i aşkın takipçisi olan İş Sanat YouTube kanalında 500’ün üzerinde video paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımlar güzel sanatlar, müzik, edebiyat, tiyatro, tarih ve çocuklara yönelik farklı sanatsal etkinlikleri kapsamaktadır.



Fotoğraf 1: İş Sanat YouTube kanalı ana sayfası

<https://www.youtube.com/@issanat>

10-15 dakika arasında değişen, ‘Gün Işığında’ adlı sanatçı atölyeleri videolarında güzel sanatların çeşitli alanlarından sanatçılarla söyleşiler yapılmakta, sanatçı çalışmaları paylaşılmaktadır. Resim alanında sanat eleştirmeni Ayşegül Sönmez’in hazırlayıp sunduğu ‘Türk Resminin İçinde’ başlıklı tematik video serisi ile sanatçıların ölümsüz eserleri ve hayat hikâyeleri anlatılmaktadır. Seride, Türkiye İş Bankası’nın 1940’lı yıllardan bu yana oluşturduğu resim koleksiyonu içindeki sanatçıların eserlerine dair bilgiler aktarılmaktadır.



Fotoğraf 2: Ayşegül Sönmez’in ‘Türk Resminin İçinde’ adlı video serisinden bir kesit

<https://www.youtube.com/watch?v=Fy2qLi7q9MM>

Yaklaşık 5 dakikalık ‘Şefin Tavsiyesi’ adlı kısa videolarla Alper Saldıran ve Murat Cem Orhan müzik alanında bilgilendirici paylaşımlarda bulunmaktadır. Ayrıca Türk sanat müziğinden caz müziğine, Türk halk müziğinden klasik müzik konserlerine birçok dinleti, İş Sanat severlere özel, canlı olarak paylaşılmaktadır. ‘Günün Şarkısı’ başlığı altında her gün bir şarkı yine takipçilere sunulmaktadır. Gençlere yönelik ‘Tanıştırırım’ başlıklı kısa video serisinde senfoni orkestrasının enstrümanları, genç müzisyenlerin anlatımıyla buluşmaktadır. “Pandemi döneminin başlarında yayımlanan genelgeler ile birlikte faaliyetlerine ara vermek veya kapatılmak zorunda kalan canlı müzik sektörü ve eğlence mekânlarında çalışanlar, pandemiden en olumsuz etkilenenlerin başında

gelmektedir (Özarslan, 2021: 396). En azından bazı müzisyenler İş Sanat YouTube kanalı aracılığıyla İş Bankası sponsorluğunda sanatlarını icra etme fırsatı bulmuştur.

Edebiyat alanında, ünlü şairlerin şiirlerinin seslendirildiği şiir dinletileri videoları paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra ‘Şiirle Günaydın’ başlığı altında yine sevilen şiirlerden bir seslendirme, takipçilere sunulmaktadır.

Tiyatro alanında İş Sanat Masal Tiyatrosu videoları ile klasik dünya masalları, tiyatro oyuncuları tarafından canlandırılarak çocuklara anlatılmaktadır. Yakın dönemde yayına koyulan iki seri daha olmuştur. Bunlardan ‘Masamda Tiyatro Var’ serisi hedef kitlesi yine çocuklar olan, 10-15 dakikalık kuklalı bir seridir. Bu video ile çocuklara bir tiyatronun sahnelenme serüveni, hangi meslek dallarından insanlara ihtiyaç duyulduğu öğretici bir şekilde anlatılmaktadır. ‘Provanın İzle’ serisi ise, tiyatro oyunlarının asıl sahne alacağı gün öncesi oyuncuların masa başında yaptıkları provanın izleyiciyle paylaşıldığı bir seridir.

Emrah Kolukısa sunuculuğunda, her yayında farklı bir uzmanın konuk edildiği, Türkiye’nin tarihi ve kültürel zenginliklerinin tanıtıldığı ‘Kahverengi Yol Panoları’ adlı görüntüsüz sesli canlı yayınlar (podcast) yapılmaktadır.

İş Sanat YouTube kanalında çocuklar için eğlenceli etkinliklerin yer aldığı ‘Atölye Buluşmaları’ serisi ile animasyonlardan, tanınmış sanatçıların eserlerine, sanat konuşmalarından el becerilerini geliştiren farklı sanatsal aktivitelere yer verilmektedir. Salgının daha hızlı yayılmasını önlemek amacıyla, kültür ve sanat etkinliklerinin gerçekleştirildiği mekânlar kapatılınca, “sanatçılar da üretimlerini sergilemede ve izleyiciye ulaştırmada yeni medya araçlarından yararlanmaktadırlar. Dünyada yaşanmakta olan bu olağandışı durum, tarihte olduğu gibi günümüzde de sanatı, sanatçıların kendilerini ifade etme biçimlerini ve yaratımlarını sundukları platformları değiştirmektedir ve bu anlamda bir kırılma yaşanmaktadır (Başar, 2021: 65).

Görüldüğü üzere Türkiye İş Bankası, dünya genelinde insanların eve kapandığı pandeminin başından sonuna, evrensel bir kitle iletişim imkânı sunan internet aracılığıyla, pek çok alanda kültür-sanat faaliyetlerinde etkin olmuştur.

Yöntem

Çalışmada karma araştırma modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında betimsel analiz yaklaşımı izlenmiştir. İş Sanat YouTube kanalındaki paylaşımların alanlarına göre ve bu alanların video sayısı, görüntülenme sayısı, beğenilme ile yorum durumlarının sayılarına göre istatistiki bulguları ortaya koyulmuştur. Genelden özele bir inceleme yapılmış olup bütün alanlara dair veriler elde edildikten sonra görsel sanatlar alanında yapılan yorumlar ayrıca incelenmiş ve izleyicilerin hangi yönde fikir belirttikleri ortaya koyulmuştur. “Genelden özele modellemeyi kullanan ilerici bir araştırma stratejisinde, kanıtlar zamanla ilgisiz etkilere karşı ve ilgili etkiler lehine toplanır” (Campos vd., 2005: 17). Görsel sanatlar konusu özelinde yorumların ayrıntılı incelemesi yapılmıştır. Görsel sanatlar alanında yapılan paylaşımlara ait yorumlar içerik analizine tabi tutulmuş, ilgili

tema ve kodlar tablolaştırılmıştır. Analiz, internet ortamındaki verilerin okunup geleneksel olarak manuel yöntemle kodlanmasıyla yapılmıştır. İzleyicilerin yorumlarında değindikleri konulara göre temalar belirlenmiştir.

Her video izleyen kişinin yorum yazmaması ve yazılan her yorumun izleyicinin gerçek duygu ve düşüncesini yansıtmıyor olabileceği araştırmanın sınırlılıklarını oluşturur.

Bulgular

İş Sanat YouTube kanalında paylaşımı yapılan sanat dallarının müzik, görsel sanatlar, tiyatro, edebiyat ve karma sanatsal etkinlikler olduğu, ayrıca tarih alanında da paylaşım yapıldığı görülmüştür.

Elde edilen veriler, okulların ve pek çok işyerinin kapandığı, eve kapanmaların başladığı 16 Mart 2020'den 16 Mart 2022'ye kadar olan ilk iki yıllık süreçteki paylaşımları kapsamaktadır.

İş Sanat YouTube kanalındaki 'Alanlara Göre Yapılan Video Paylaşımları', 'Alanların Ayrıntılı Programlarına Göre Video Paylaşımları' ve 'Görsel Sanatlar Alanında Paylaşılan Videolara Dair İzleyici Yorumları' tabloları şöyledir:

Tablo 1:

Alanlara Göre Yapılan Video Paylaşımları

	Video Sayısı	Görüntüleme	Beğendim	Yorum
Müzik	99	11.849.271	58.472	3.864
Tiyatro	53	6.215.623	10.849	210
Edebiyat	16	2.580.588	18.210	1.259
Tarih	61	1.021.977	2.386	216
Görsel Sanatlar	52	667.070	3.309	292
Farklı Sanatsal Etkinlikler	48	108.379	2.005	-

Yapılan video paylaşımlarının en çok müzik dalında, en az edebiyat dalında olduğu görülmektedir. En çok görüntülenmenin müzik alanında; en az görüntülenmenin çocuklara yönelik olan karma sanatsal uygulamaları içeren farklı sanatsal etkinlikler başlığı altındaki içeriklere ait olduğu görülmektedir. En fazla beğenme ve yorumun

görüntülenme oranı paralelinde yine müzik alanında; en az beğenme ve yorumun farklı sanatsal etkinlikler alanında yapılan paylaşımlarda olduğu görülmektedir.

Tablo 2:

Alanların Ayrıntılı Programlarına Göre Video Paylaşımları

	Seri Adı	Video Sayısı	Görüntüleme	Beğendim	Yorum
Müzik	<i>Konser</i>	27	10.485.258	43.097	2.597
	<i>Tanıştırayım</i>	24	975.517	6.070	339
	<i>Şefin Tavsiyesi</i>	18	237.895	2.242	166
	<i>Günün Şarkısı</i>	30	150.601	7.063	762
Tiyatro	<i>Masal Tiyatrosu</i>	40	5.215.843	8.502	-
	<i>Masamda Tiyatro Var</i>	10	727.457	626	-
	<i>Provanan İzle</i>	3	272.323	1.721	210
Edebiyat	<i>Dinleti</i>	11	2.563.525	17.009	1.160
	<i>Şiirle Günaydın</i>	5	17.063	1.201	99
Tarih	<i>Kahverengi Yol Panoları</i>	61	1.021.977	2.386	216
Görsel Sanatlar	<i>Türk Resminin İçinde</i>	32	453.998	1.381	141
	<i>Gün Işığında</i>	20	213.072	1.928	151
Farklı Sanatsal Etkinlikler	<i>Atölye Buluşmaları</i>	48	108.379	2.005	-

Alanlar paylaştıkları videoların içeriğine göre ele alındığında *Kahverengi Yol Panoları* en fazla paylaşım yapılan program olurken; en çok görüntülenen program konserler olmuştur. En az video paylaşımı tiyatro alanından *Provanan İzle* ve edebiyat alanından *Şiirle Günaydın* programı olmuştur. Görüntülenme sayısı ile orantılı olarak en fazla beğenme ve yorum belirtilen program konserler olurken; en az beğenme durumu *Provanan İzle* programı olmuştur. En az yorum, edebiyat alanından *Şiirle Günaydın* programına yapılmıştır. Tiyatro alanından *Masal Tiyatrosu* ve *Masamda Tiyatro Var*

programları ile farklı sanatsal etkinliklerin yapıldığı *Atölye Buluşmaları* çocuklara yönelik olması nedeniyle yoruma kapalı olduğu için bu kategori boş bırakılmıştır.

Tablo 3:

Görsel Sanatlar Alanında Paylaşılan Videolara Dair İzleyici Yorumları

	Yorumlanan	f	Toplam
Video çekimine dair yorumlar	Çekim türü	4	30
	Süre	6	
	İçerik	20	
Sunucuya dair yorumlar	Ses	1	31
	Anlattığı konu	7	
	Bakış açısı	13	
	Anlatım Şekli	10	
Sanatçı ya da esere dair yorumlar	Sanatçı	29	44
	Eser	15	
Teşekkürler ve diğer		187	187

İzleyicilerin, görsel sanatlar alanında yapılan paylaşımlarda, en çok yorumu anlatılan sanatçıya dair yaptıkları görülürken, en az yorumun, sunan kişinin sesi ve video çekiminin türüne ait olduğu görülmektedir. Yapılan yorumlardan başlıca örnekler aşağıda verilmiştir:

“*Fahrelnisa Zeid çok önemli bir kadın sanatçımız*”-Sanatçı

“*Mehmet Pesen 'le empati kurdum. Kentliler kırsalda kendilerini temsili gibi hissediyor*”-Sanatçı

“*Bir sanatçının ülkesine verdiği değeri resim edebiyatı ile yansıtması görülmektedir*”-Sanatçı

“*Güzel anlatım*”-Anlatım şekli

“*Keşke challenge demesiniz*”-Anlatım şekli

“*Resimlerin ayrıntılı değerlendirmesi nerede? Çok konuşuyor ve hızlı konuşuyor. Gidin radyo yayını yapın*”-Anlatım şekli

“*Bilgilendirici ama daha çok görsel eklenmeli*”-İçerik

“Çok laf, az resim”-İçerik

“Harika içerik. Baktığımız resimleri anlamak için böyle içeriklere ihtiyaç var”-İçerik

“Ses rahatsız edici. Onun dışında güzel”-Ses

“Tam resmi anlatacak derken süre bitiyor”-Süre

“Daha uzun olsa, çok keyifli ve özlü bir anlatım”-Süre

“Daha uzun olsa. Anlatım çok dikkat çekici ama çabuk bitiyor”-Süre

“Objektif olun”-Bakış açısı

“Daha az jump cut ile daha çok izlenir”- Çekim türü

“Arka plan, konu, anlatım, her şey çok güzel”-Çekim türü

“Kurguda çok fazla jump cut var”-Çekim türü

“Bu resmi sevdim. Çocukluğumdan bir kare gibi”-Eser

“İstanbul’u resmeden sanatçılar görmek istiyoruz”-Eser

“Huzurlu resimler”-Eser

“Çok başarısız. Kadın kendini anlatıyor”-Anlattığı konu

“Çok farklı sanat anlayışları gördüm”-Anlattığı konu

“Emeğinize sağlık. Teşekkürler”-Teşekkürler ve diğer

“Devamı gelir umarım” -Teşekkürler ve diğer

“Teşekkürler, mutlu oldum, keyif verdi” -Teşekkürler ve diğer

Sonuç

Türkiye’de karantinaya girilen ve dünya çapında pandemi ilan edilen ilk iki yıllık süre zarfında İş Bankası’nın, İş Sanat etkinlikleri yoğunluğunun arttığı görülmektedir. İş Sanat YouTube kanalı insanların zorunlu olarak eve kapandığı bu süreçte sanatsal ve kültürel etkinlikleri adeta eve getirmiştir. Konserler, sinema, tiyatro ve sergilerin, seyahatlerin iptal olduğu karantina sürecinde sanatsal ve kültürel paylaşımlarla, insanların yaşamında bu alanlardaki eksikliği gidermeye çalışmıştır. En fazla paylaşım müzik alanında yapılmıştır. Dijital platformda izleyici tarafından en çok görüntülenen, yorumlanan ve beğeni durumu belirtilen alan da müzik olmuştur. Müzikte olduğu gibi sanatın farklı alanlarında çevrim içi üretim süreçleri paylaşımı ya da oluşturulan sanat ürününün izleyici ile dijital ortamda paylaşıldığı görülmektedir.

Karantina sürecinde evde tutmakta en çok zorlanılan kesim olan çocuklar için hem eğlendirici hem de öğretici etkinlikler, İş Sanat YouTube kanalında çocuklara yönelik farklı sanatsal etkinliklerin yapıldığı *Atölye Buluşmaları*’dır. Ayrıca daha sonra buna, yine çocuklara özel olan tiyatro alanından *Masal Tiyatrosu* ve *Masamda Tiyatro Var*

videoları eklenmiştir. Paylaşımlar çocuklara özel olduğu için yoruma kapalı tutulmuştur. Ayrıca konserlerden sonra en çok görüntülenen video serisi *Masal Tiyatrosu* olmuştur.

Konserlerden sonra en çok video paylaşımı yapılan tarih alanında *Kahverengi Yol Panoları*'dır. Fakat bu seriye nazaran çok daha az video paylaşılan edebiyat alanındaki şiir dinletileri, görüntülenme sayısı olarak konserlerin hemen ardından gelmiş, tarihi-kültürel paylaşım yapan videoları geride bırakmıştır.

İş Sanat YouTube kanalının en az paylaşımı edebiyat alanında yaptığı görülmüştür. Ancak görüntülenme sıralamasında, edebiyat dinletileri ve *Şiirle Günaydın* yayınları, tiyatro paylaşımlarından sonra gelerek en çok izleyicisi olan üçüncü alan olmuştur.

Görsel sanatlar alanında *Türk Resminin İçinde* ve *Gün Işığında* serilerinin görüntülenme oranına bakıldığında, izleyicisi milyonları aşan müzik, tiyatro ve edebiyat paylaşımlarına göre oldukça düşük olduğu görülmüştür. Buradan da anlaşılacağı üzere görsel sanatlar; müzik, tiyatro, edebiyat ve tarih alanları içerisinde en az izleyici sayısına sahip alandır. Ancak İş Sanat'ın görsel sanatlar alanındaki bu iki yayınının, pandemi sürecinde sanat eleştirisi, estetik ve sanat tarihi konularının dijital ortamda ulaşılabilmesini sağlaması bakımından önemli olduğu da ayrıca belirtilmelidir.

Görsel sanatlar alanındaki izleyicilerin fikir ve görüşlerini anlamak için videolara yaptıkları yorumlar incelendiğinde, teşekkürler dışında en çok yorumun anlatılan sanatçılara dair yapıldığı görülmüştür. Görsel sanatlar izleyicilerinin kimi zaman sanatçıyla empati kurdukları, kimi zamansa sanatçı hakkında bildiklerini yazdıkları görülmüştür. Sanatçı dışında en fazla yorum yaptıkları ikinci konu, yayın içeriği olmuştur. İçeriğin olumlu yönde geliştirilmesi adına görsel sanatlar izleyicileri tarafından bazı eleştiriler yapılmıştır. Görsel sanatlar izleyicilerinin en az yorumu ise sunucunun ses tonu ve videoların çekimi ile ilgili yaptığı görülmüştür.

Pandemiyle birlikte kültür-sanat etkinliklerinin dijital ortamlarda sunumuna yönelik uygulamalar ve bu alanın izleyici kitlesinde artış görülmektedir. Üretim aşamasında geleneksel yöntemlere devam eden sanatçılar için bile ürünlerini paylaşmak için dijital platformlar ve bu platformların sunduğu sanal sergi gibi olanaklar bir gereklilik halini almıştır.

İzleyici yorumları, görsel sanatlar alanında yapılan çevrim içi, dijital paylaşımların, bu alanın izleyici beklentisini ne ölçüde karşıladığı konusunda fikir vermektedir. Ayrıca araştırmada incelenen video yorumları, görsel sanatlar izleyicisinin memnuniyet durumunu da göstermektedir. Böylece görsel sanatlara ve görsel sanatların izleyici kitlesine yönelik internet ortamında hazırlanacak etkinliklerin, onların beklentilerini karşılayacak nitelikte olması sağlanabilir. Benzer araştırmalar, kişisel YouTube kanallarında yapılan video paylaşımları için, YouTube dışında farklı sosyal medya platformlarındaki paylaşımlar için, ayrıca farklı sanat türlerindeki video yorumlarının incelenerek içeriklerinin iyileştirilmesi amacıyla yürütülebilir.

Kaynakça

- Abbate, J. (1999). *Inventing the internet*. The MIT Press: Cambridge.
- Abbott, J. (2012). Social media. In N. Kersting, M. Stein, & J. Trent (Eds.), *Electronic Democracy* (1st ed., pp. 77–102). Verlag Barbara Budrich.
- Başar, T. Ç. (2021). Pandeminin Gölgesinde Sanat-Sanatçı-İzleyici. *Yedi Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 25, 51-67.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. John Wiley & Sons.
- Brannen, S., Ahmed, H., & Newton, H. (2020). *Covid-19 Reshapes the Future*. Center for Strategic and International Studies (CSIS).
- Campos, J., Ericsson, N. R., & Hendry, D. F. (2005). General-to-specific modeling: an overview and selected bibliography. *FRB International Finance Discussion Paper*, (838).
- Ece, Ö. (2020). Pandemi Sırasında ve Sonrasında Kültür-sanat. *TRTakademi*, 5(10), 882-887.
- Ersel, H. (2014). *Kâzım Taşkent, Yapı Kredi ve Kültür Sanat*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Jordan, T. (2015). Social Media Networks. In *Information Politics: Liberation and Exploitation in the Digital Society* (pp. 120–140). Pluto Press.
- Kocabaşoğlu, U. (2001). *Türkiye İş Bankası Tarihi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Koçak, O. (2001). *Atatürk'ün Bankası Türkiye İş Bankası*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kuyucu, M. (2017). Geleneksel Video Yayıncılığında Youtube Yayıncılığına Geçişte Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Youtube Kullanım Amaçları. *AM Kırık içinde, Medya Çağında İletişim" Sokaktan Ekrana, Sanaldan Gerçeğe*, 175-203.
- Özarslan, Z. (2021). Yaratıcı ve Kültürel Endüstriler ve Covid19 Pandemi Döneminde Türkiye'de Kültür ve Sanat Sektörlerinin Durumu. *Alternatif Politika*, 2021, 13 (2): 371-408.
- Smullen, J. ve N. Hand. (2005). *A Dictionary of Finance and Banking*. Oxford: Oxford University Press.
- Tormey, J. (2021). *Adapting During Crises: Arts Organizations' Responses to COVID-19* (Yayımlanmamış Doktora Tezi, Muhlenberg College).
- Wollschleger, S. (2021). Kapanma Estetiği: COVID-19 Pandemisi Boyunca Bir Sanatçı Olarak Deneyimim. *ViraVerita E-Dergi: Disiplinlerarası Karşılaşmalar*, 13, 279-287.
- Yağız, Y. (2012). *Bankaların Kültür ve Sanat Projeleri: Garanti Bankası Salt Projesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 107-117.
- Yıldırım, O., & İpek, İ. (2020). Yeni Koronavirüs Salgını Dolayısıyla Gündeme Gelen Sosyal İzolasyon ve Gönüllü Karantina Döneminde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastirma Dergisi*, (52).
- Ayşegül Sönmez ile Türk Resminin İçinde, <https://www.youtube.com/watch?v=Fy2qLi7q9MM>, (Erişim Tarihi: 01.01.2023)
- Galeriler, <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/galeri>, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- İş Sanat YouTube Kanalı, <https://www.youtube.com/@issanat>, (Erişim Tarihi: 01.01.2023)
- Kibele Sanat Galerisi, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecekyer/is-bankasi-iktisadi-bagimsizlik-muzesi>, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Konser ve Tiyatro Etkinlikleri, <https://www.kulturservisi.com/p/konser-ve-tiyatro-etkinlikleri-trt2de-yayimlanacak/>, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Pandemi Sırasında Kültür Sanatın Birleştirici Gücü ve Alanın İhtiyaçları, https://www.iksv.org/i/assets/iksv/documents/Pandemi_Sirasinda_Kultur_Sanatin_Birlestirici_Gucu_ve_Alanin_Ihtiyaclari_Nisan_2020.pdf, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Türkiye İş Bankası Müzesi, <https://www.issanat.com.tr/turkiye-is-bankasi-muzesi/hakkimizda>, (Erişim Tarihi: 15.08.2021)
- Türkiye'nin Kültür Sanat Bankaları, <https://www.xsights.co.uk/tr/turkiyenin-kultur-sanat-bankalari-9197/>, (Erişim Tarihi: 15.08.2021)

“18-45 YAŞ ARASI BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE NARSİSTİK KİŞİLİK EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ”

Davut CEYLAN¹

Özet

Günümüzde insanların günlük yaşamın büyük kısmını dijital ortamlardaki sosyal medya etkileşimleriyle geçirmek zorunda kalması kaçınılmaz olarak bu alanın incelenmesini zorunlu kılmıştır. Bu çerçevede sosyal medyanın kişilik üzerindeki etkisi birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır. Bu çalışmada da 18-45 yaş arası bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma İstanbul ili Başakşehir ilçesinden seçkisiz yolla belirlenen 354 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMB-YÖ)” ve “Narsistik Kişilik Envanteri-NKÖ” kullanılmıştır. Gruplar üzerinde yapılan ANOVA testine sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri arasında anlamlı fakat düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Ayrıca 18-25 yaş aralığında bekar, kadın bireylerde sosyal medyanın en yüksek düzeyde kullanılmakta; narsisizm eğilimi ise en yüksek düzeyde özel sektörde çalışan bekar ve erkek bireylerde bulunmaktadır. Katılımcılar sosyal medyayı en çok haber ve genel kültür için kullandıklarını ifade etmişlerdir. En fazla kullanılan sosyal medya platformunun Instagram olduğu saptanmıştır. Kullanım sıklığı ve takipçi sayısı yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri daha yüksektir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça bireylerin narsistik kişilik eğilimlerinin de artmakta olduğu gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal medya, narsisizm, bağımlılık, dijital dünya*

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND NARCISSISTIC PERSONALITY TENDENCIES OF 18-45 YEAROLD ADULTS IN TERMS OF SOME VARIABLES

Abstract

The fact that people spend a part of their personal and social life in digital environments has inevitably made it necessary to examine this phenomenon. In this context, the effect of social media interactions, where individuals spend a part of their time, on personality is a topic that researchers follow with interest. In this study, the relationship between social media addiction and narcissistic personality tendencies was examined among individuals 18 to 45 years old. The research was carried out with 354 volunteer participants selected randomly from Başakşehir district of Istanbul province. "Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMB-YÖ)" and "Narcissistic Personality Inventory-NCS" were used as data collection tools in the research. According to the results of the ANOVA test conducted on the groups, it was revealed that there is a significant relationship between social media addiction and narcissistic personality tendencies. In addition, it has been observed that social media is used more among single and female individuals between the ages of 18-25. Narcissism tendency has been observed at the highest level in private sector employees, single and male individuals. Participants stated that they mostly used social media for news and general culture. The most used platform was detected as

¹ davutceylan006@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1751-5521

Instagram. Individuals with high usage frequency and number of followers have higher social media addiction levels. According to the results of the research, it has been observed that as the frequency of social media use increases, the narcissistic personality tendencies of individuals also increase.

Keywords: Social media, narcissism, addiction, digital world

Giriş

Tarihsel süreçte insanın kendilik algısı sosyal hadiselerle ilişkili olarak sürekli değişim göstermiştir. Avrupa’da 18. yüzyılda Rönesans ile başlayan ve sanayi devrimi ile daha da güç kazanan toplumsal ve siyasi yapıdaki özgürlük hareketleri, bireysel varoluşu merkeze alan hümanist yaklaşımın kültürel bir boyut kazanması, kaçınılmaz olarak insan değerinin öne çıkmasına ve bireylerin kendilik algısında dönüşümlere neden olduğunu söylemek mümkündür. 21. yy. da ise teknolojinin iletişim alanındaki büyük yeniliklerine tanık olmaktadır. Geleneksel toplumun geniş aile kültürünü merkeze alan aidiyet bağları giderek zayıflarken, bireysel varoluşun daha fazla belirginlik kazanması insanların yeni ilişki biçiminde etkili olmaktadır. Bu çerçevede Web 2.0 teknolojisiyle tek yönlü bilgiye ulaşımın ötesinde, sosyal medyanın sağladığı ilişki ağları insanların kendilik tasarımları üzerinde etkili olmaktadır.

Kişilerarası etkileşime olanak sağlayan sosyal medya platformları, kullanıcılar arasında hızlı bir yayılım göstermektedir. İnsanın uzantısı olan bir araç olmaktan öte sanal ortamlar, insanın ‘süperorganizması’ olarak tanımlanmaktadır (Christakis ve Fowler, 2012; akt: Ünal, 2015: 5). Diğer bir ifadeyle sosyal platformlar, hayali olan ideal benliği kolaylıkla gerçekleştirip insanların onayına sunan yeni kamusal alanlar olup birey arzuladığı profili kolayca üreterek başkalarının onayına sunabilmektedir. Bireyin arzularını kolaylıkla gerçekleştirebildiği bu ortamlar kullanıcıların bağımlılık düzeyinde uzun süre vakit geçirdiği alanlar olmuşlardır.

Uluslararası araştırma topluluğu olan We Are Social (2020) verilerine göre; Türkiye’de insanların %64 ü sosyal medya kullanmakta ve günlük ortalama 2 saat 51 dakika sosyal medyada geçirmektedirler. Her bireyin sahte ya da gerçek ortalama 9 hesabı bulunmaktadır. Öte yandan Facebook 37 milyon, Instagram 38 milyon, Twitter 11,8 milyon kullanıcı sayısına sahip bulunmaktadır. Bu oranlar dünya ortalamasının üzerinde rakamlar olup Türkiye’deki sosyal medya bağımlılığı hakkında da ipuçları vermektedir.

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyaya aşırı düşkünlük, sürekli online olma isteği, platformların kullanımında kontrol sağlanamaması nedeniyle diğer yaşam alanlarında sorunların ortaya çıkması şeklinde ortaya çıkan bir bağımlılık türüdür. Yapılan araştırmalar Facebook bağımlılığının, alkol veya uyuşturucu maddelerin kullanılmasıyla ortaya çıkan bağımlılık davranışlarına benzer etkilere sahip olduğunu göstermektedir (Andreassen, Torsheim, Brunborg ve Pallesen, 2012: 501-517). Ünal, (2015: 93)'a göre sosyal medyanın bağımlılık düzeyinde kullanımı bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, sosyal veya iş hayatı gibi pek çok alanda meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açmaktadır.

Hayatın içinden bir olgu gibi görünse de dünya gerçekliğinden farklı bir evreni temsil eden sosyal medya platformları, maddesel evrenin sınırlılıklarının ötesinde sanal bir dünyayı üretmektedir. Kullanıcı sanal uzamdaki kimliğini yeniden inşa edebilmekte, eksiklerini gizleyebilmekte ve kusurlarını giderebilmektedir. Bu anlamda mükemmel bir üretim ve etkileşim ortamı yaratmasının yanında yapay kendiliklerin de ortaya çıkmasına yol açan alanlardır (Alanka ve Cezik, 2016: 559-561). Günümüz sanal platformların bireylerin kendilik tasarımlarında bu derece etkili olması doğal olarak sosyal medya ile büyüklenmeci kendilik anlamında narsisizm kavramı arasındaki ilişkiyi gündeme getirmektedir. Zira sosyal medyada kullanıcının sosyal konumu için önemli kriterler haline gelen “beğeni, fav, selfie, izlenme, takipçi ve retweet” sayıları bu ilişkiyi destekler niteliktedir. Çünkü ideal kendiliği kamusal bir ortama sunabilme imkânı sağlayan bir platformun narsist bir kültürü üreteceğini öngörmek zor olmayacaktır.

Narsisizm, Antik Yunandaki mitolojik Narcissos hikayesinden ismini almakla beraber psikoloji disiplinindeki ilk kullanımı 1885 tarihinde Havelock Ellis'in çalışmalarında görülmektedir. Ellis bu kavramı; “cinsel duyuların kendine hayranlık içinde anlatımı” olarak ifade etmiştir (Ellis, 1898; aktaran, Raskin ve Terry, 1988: 890-902). Narsisizmin psikiyatri alanına ise 1899 yılında Paul Nacke ile girmiştir. Nacke'in yaklaşımı da narsisizmi cinsellik temelinde ele almakta ve bireyin kendi bedenine tatmin elde edene kadar ilgi duyma durumu olarak tanımlanmaktadır (Raskin ve Terry, 1988: 890-902). Psikanaliz'in fikir babası olan Freud (1998: 23) ise narsisizmi Ellis ve Nacke'den farklı olarak bireyin kendini koruma içgüdüsünden kaynaklı bir olgu olarak el almıştır. Bu

bağlamda narsizmi bencilliğin libidinal bir tamamlayıcısı olarak görmüş ve her canlıda belli ölçüde bulunması gereken bir zorunluluk olarak tanımlamıştır. Kernberg (2012: 272-274) ise narsisizmin temellerinin ebeveynlik stillerinden kaynaklandığını ve patolojik bir durum olduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede genel olarak büyüklenmecilik, diğer insanların onayını aramak, grandiyöz sanrılar içinde olmak ve başkalarının ihtiyaçlarına duyulan kayıtsızlık gibi özelliklerle tanımlanmaktadır. Kendilik Psikolojisi'nin kurucusu Heinz Kohut (1971: 27-31) ise kavrama önemli katkılar sunmuştur. Kohut narsisizmi her insanın doğuştan sahip olduğu bir öz olarak ele almakta ve sağlıklı bir gelişimsel yapı olarak değerlendirmektedir. Patolojik olan narsisizm ise normal gelişim hattındaki bir duraklamadır. Ona göre bireyin kişiliği, büyüklenmeci kendilik ve idealleştirilmiş ebeveyn imgesi arasındaki salınım ve dengeye göre şekillenmektedir. Bu bağlamda ideal bir ebeveyn, bireyin narsist çekirdeğinden doğan eğilimlerine aynalama ve yansıtma işlevini gerçekleştirdiği ölçüde kişinin sağlıklı bir kendilik gelişimi olacaktır. Aksi durumda ise yetersiz aynalanmanın yol açacağı gelişimsel duraklama, bireyin kendiliğini patolojik bir narsizme dönüştürecektir.

Bu çerçevede genel olarak tanımlara bakıldığında narsisizm psikanalitik kuramda en genel ifadeyle “libidinal enerjinin benliğe yatırımı” anlamında tanımlandığı görülmektedir. İnsan yavrusunun doğarken dünyaya getirdiği bu narsist eğilimin zaman içinde çevreden gelen optimal kırılmalar ya da yetersiz ve yanlış aynalamalar ile kendilik çekirdeğini şekillendirdiğini, normal veya patolojik narsizmi ortaya çıkardığını söylemek mümkündür. Narsist bireyler her ne kadar sosyal ilişkilerinde başarılı izlenimi verseler de temel motivasyonları görünür olmaktır. Varlıklarını sürekli başkalarının onaylayan bakışlarında arayan bu kişiler, beğeni ya da onay görmediklerinde kendilerini yok olmuş gibi hissettiklerinden dolayı her zaman görülmek ve fark edilmek amaçlanmaktadır. Kernberg'in (2012: 200) ifade ettiği gibi ideal benlik ve ideal ebeveyn imgeleri gerçek kendilikleriyle füzyon halinde olduğundan dolayı büyüklenmeci kendilik tavırlarında bulunurlar. Ötekiyle eşitlik temelinde bir ilişki yerine ideal benliğindeki konumunu onaylatmak ve beğeni toplamak amacıyla ilişki kurarlar. Bu ilişki esnasında onlardaki kendi yansımalarını aramakta ve onların gözünde kendi güzelliğini görmeye çalışmaktadırlar. Konuşmalarında ve iletişim biçiminde kendinde başlayan ve kendinde biten büyüklenmeci öğeler vardır. Eksikliğini hissettiği alanların görünür olmasını istemediğinden bu yönlerini örtmek için büyük gayret sarf ederler.

Narsisizm için tek bir formüle indirgenmiş bir tanım olmasa da basitçe kişinin fiziksel, bilişsel ya da başka nedenlerle kendisini sevmesi, önemli hissetmesi ve üstün görmesi ile ilişkili bir kavram olduğu söylenebilir. Narsist kişiler için dünyadaki en değerli kişi kendisidir. O yüzden fiziksel özelliklerini ve kendince üstünlük olarak gördükleri vasıflarını sergilemekten kaçınmazlar. Elbiselerin birbiriyle uyumu, markası, kullanılan aksesuarlar ve dış görünüşleri oldukça önemlidir. Sürekli aynaya bakmak, fotoğraf çekmek ve paylaşmaktan derin bir haz hissederler (Hamedoğlu, 2009). Sosyal medya platformları, kullanıcıların sahip olmadıkları özelliklere sahipmiş izlenimi verebileceği fonksiyonel bir ortamı sunmaktadır. Kişiye arzuladığı kendilik profilini oluşturabilmesi için birçok imkân ve yetki vermektedir. Bu yüzden sosyal medya arzulanan bir kendilik profilini sergilemek gibi narsistik ihtiyaçları karşılayabilen uygun bir ortamdır (Morf ve Rhodewalt, 2001). Bu bağlamda bir sosyal medya kullanıcısının dijital bir profil inşa ederken gerçek yaşama göre daha fazla kontrole sahip olduğunu, sanal profilin bileşenleri üzerine düşünüp onları yeniden kurgulayabildiğini ve gözlemcilerden aldığı geri bildirimlerle yeniden şekillendirebildiğini görmekteyiz (Smith ve Sanderson, 2015).

Sosyal medya etkileşimleri konusunda Oğuzhan, (2013) Facebook'taki "başkasının gözünden gör" uygulamasına vurgu yapmaktadır. Zira bireyin kendiliği izleme eyleminde bu uygulama ayna işlevi görmektedir. Bu çerçevede kullanıcı ürettiği kendiliği başkasının gözünden de görebilir. Birey ötekini kendi içinde eritmiş olarak kendisini hem izlemekte hem de teşhir etmektedir. Bu bağlamda selfie çekimleri ile narsizm arasındaki anlamlı ilişki de dikkate değerdir. Tatlı'ya göre (2018) selfie paylaşımları narsist kişiliğin bir ifade biçimidir. Ona göre narsist kişilik eğilimlerine sahip olanlar gün içinde daha fazla sayıda selfie çekmekte, görseldeki düzenlemeler için daha fazla vakit ayırmakta ve daha sık paylaşım yapmaktadırlar. Bu anlamda selfie paylaşımları; bireylerin övünme, hayranlık toplama, ünlülerle etkileşime geçme gibi amaçlar çerçevesinde kullanılmakta olduğu birçok araştırmanın sonuçlarındandır. Üretilen içeriklerin topladığı beğeni ve izlenme sayıları üretici birey için sosyal bir onay bağlamında pekiştirici işlevi de görmektedir. Paylaşım davranışını pekiştiren bu onaylar, bireyleri sosyal medya kullanımına koşullamakta olduğunu ve bağımlılık düzeyinde bir ilişkiyi doğurduğunu söylemek mümkündür. Bu çerçevede paylaşılan içeriklere gizlice sızan narsistik büyülenme eğiliminin, içeriği tüketen bireylere de nüfuz ederek bulaşıcı hastalık türü

bir yayılım gösterdiğini ve narsizmin kültürel bir boyut kazandığını ifade etmek mümkündür.

Alanka ve Cezik (2016: 550) narsisizm kültürünü Ortaçağ'daki veba salgınlarında görülen epidemiyeye benzeterek narsisizm epidemisinin dijital ortamda sosyal medya kanallarından yayıldığını ifade etmektedirler. Dijital evrendeki kamusal alanların kutsalları haline gelen şöhret, beden, servet, popülerite gibi olgulara tapınma ayinleri gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan sosyal medyadaki narsistik ritüellerin ürettiği büyükleme kültürü 'dijital kibir' olarak adlandırmaktadırlar.

Bu araştırmada bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bilindiği üzere Ruhsal örgütlenme Kernberg'e göre kabaca 3 şekilde görülmektedir (Kernberg 1977). Bunlar; 1. Nevrotik kişilik örgütlenmesi 2. Borderline (sınırdaki) kişilik örgütlenmesi 3. Psikotik kişilik örgütlenmesidir. Kernberg'e göre bu örgütlenmeler arasındaki ayırım kimlik bütünleşmesi, savunma mekanizmaları ve gerçeği değerlendirme yetisi olmak üzere üç niteliğe göre yapılır. Bu bağlamda çalışmadaki narsisizm değişkeni gerçekliği değerlendirme yetisini yitirmiş psikotik narsisizm değil, sosyal yaşamda var olabilen nevrotik ve sınır düzeydeki narsisizm olarak ele alınmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma 18-45 yaş arası bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile narsist kişilik eğilimleri arasındaki ilişkinin incelendiği betimsel yöntemli ilişkisel tarama modelinde bir çalışmadır. İlişkisel tarama modeli iki ya da daha fazla değişken arasındaki değişimin varlığını, derecesini ve yönünü ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul ili Başakşehir ilçesinde ikamet eden 18-45 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise Bahçeşehir 1. kısım mahallesi Vaditepe bölgesi sakinlerinden serbest seçki yöntemiyle seçilen 354 kişiden oluşturulmuştur. Katılımcıların 18-45 yaş aralığından seçilme nedeni araştırmalar çerçevesinde sosyal medya kullanım sıklığının bu yaş aralığında daha yüksek düzeyde

olduğunun belirtilmesidir. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığına ilişkin daha belirgin sonuçlar elde etmek amacıyla bu yaş aralığı incelenmiştir.

Veri toplama araçları

Araştırmada geçerlik ve güvenilirliği yapılmış 2 adet ölçek kullanılmıştır. Bunlar, “Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu (SMB-YÖ)” ve “Narsistik kişilik envanteri-NKÖ”dir. Ayrıca katılımcılara demografik değişkenler bilgi formu yöneltilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiş 20 maddeli likert tipi ölçek olup *sanal tolerans* ve *sanal iletişim* olmak üzere 2 alt faktörden oluşmaktadır. Sanal tolerans faktöründeki maddeler 1-11 arası maddeler, sanal iletişim maddeleri ise 12.-20. arası maddeler olup, 5. ve 11. maddeler tersten puanlanmaktadır. Ölçeğin genelinden alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20’dir.

Narsistik kişilik envanteri ise 16 maddeden oluşan ve Türkçeye uyarlaması Atay, (2009) tarafından yapılmıştır. Ölçek; “*teşhircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, kendine yeterlilik ve sömürücülük*” olmak üzere 6 faktörden oluşmaktadır (Atay, 2009).

Verilerin analizi

Araştırmada anlamlılık testleri için öncelikle parametrik varsayımlardan olan verilerin normalliği test edilmiştir. Normalliğin test edilmesi için veri setinin çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmış ve Tablo 1’de çarpıklık ve basıklık katsayılarına ait veriler sunulmuştur.

Tablo 1: Ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri

Ölçekler	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	.444	-.296
Narsistik Kişilik Envanteri	.629	-.116

Tablo 2: Ölçeklerin maddeleri ve boyutlara ait Cronbach’s Alpha güvenilirlik değerleri

Ölçek boyutları	Maddeler	Cronbach’s Alpha
Sanal tolerans	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11	.825
Sanal iletişim	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20	.818
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam		.886
Otoriter	4, 12	.463
Teşhircilik	2, 7, 11	.642

Sömürücülük	5, 9, 14	.411
Hak iddia etme	6, 10	.458
Kendine yeterlilik	8, 13, 15	.233
Üstünlük	1, 3, 16	.362
Narsisizm Toplam ölçek		.734

Tablo 2’de ölçeklerin ve alt faktörlerin güvenirlik değerleri yer almaktadır. 20 maddelik sosyal medya bağımlılık ölçeğinin Cronbach’s Alpha güvenirlik değeri .88 olarak hesaplanmıştır. 16 maddelik narsisizm ölçeğinin toplam Cronbach’s Alpha güvenirlik değeri ise .73 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler .70 sınırının üstünde olduğundan analizlerin kabul edilebilir güvenirlikte olduğu söylenebilir.

Bulgular

Araştırmada elde edilen verilerin istatistiksel olarak yapılan çözümlerinden elde edilen bulgulara bu kısımda yer verilmiştir.

1. Bazı Değişkenlere Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, meslek, medeni durum ve yaş değişkenlerine göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular sırasıyla sunulmuştur.

Tablo 3: Cinsiyete Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin t-Testi Sonuçları

Ölçek	Gruplar	N	\bar{X}	Ss	t	Sd	p
Sanal Tolerans	Kadın	201	2.71	.81	3.07	352	.002*
	Erkek	153	2.44	.81			
Sanal İletişim	Kadın	201	2.33	.74	1.20	352	.229
	Erkek	153	2.23	.82			
Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	Kadın	201	2.54	.71	2.472	352	.014*
	Erkek	153	2.34	.74			

Tablo 3’de görüldüğü gibi cinsiyete göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik görüşleri arasında sanal tolerans alt faktöründe ve ölçek toplamında anlamlı fark saptanırken ($p < .05$); sanal iletişim alt faktöründe ise anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Ortalamalara ait veriler ele alındığında kadınların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Meslek Değişkenine Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek	Gruplar	N	\bar{X}	Ss	F	p	Fark
Sanal Tolerans	1. Kamu çalışanı	87	2.58	.87	3,48	.016*	3>2
	2. Özel çalışıyorum	108	2.40	.80			

	3. Öğrenci	104	2.76	.72		
	4. Çalışmıyorum	55	2.65	.90		
	Toplam	354	2.59	.82		
Sanal İletişim	1. Kamu çalışanı	87	2.37	.84	.58	.62
	2. Özel çalışıyorum	108	2.24	.79		
	3. Öğrenci	104	2.29	.70		
	4. Çalışmıyorum	55	2.23	.79		
	Toplam	354	2.29	.78		
Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	1. Kamu çalışanı	87	2.48	.77	1.67	.17
	2. Özel çalışıyorum	108	2.33	.75		
	3. Öğrenci	104	2.55	.63		
	4. Çalışmıyorum	55	2.46	.79		
	Toplam	354	2.45	.73		

Tablo 4’de görüldüğü gibi meslek değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik görüşleri arasında *sanal tolerans* boyutunda anlamlı fark saptanırken ($p < .05$); *sanal iletişim* boyutunda ve *ölçek toplamında* ise anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Grupların görüşleri arasındaki aritmetik ortalamalar incelendiğinde, öğrencilerin ortalamasının özel sektörde çalışanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre öğrencilerin diğer gruplardan daha yüksek düzeyde sanal tolerans boyutunda sosyal medya bağımlılığı gösterdikleri söylenebilir.

Tablo 5: Medeni Durumlarına Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin t-Testi Sonuçları

Ölçek	Gruplar	N	\bar{X}	Ss	t	Sd	p
Sanal Tolerans	Bekar	184	2.73	.79	3.43	352	.001*
	Evli	170	2.43	.83			
Sanal İletişim	Bekar	184	2.32	.74	.95	352	.339
	Evli	170	2.24	.81			
Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	Bekar	184	2.55	.69	2.57	352	.010*
	Evli	170	2.35	.76			

Tablo 5’de görüldüğü gibi medeni durumlarına göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik görüşleri arasında *sanal tolerans* boyutunda ve *ölçek toplamında* anlamlı fark saptanırken ($p < .05$); *sanal iletişim* boyutunda ise anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Ortalamalar incelendiğinde bekarların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin evlilere göre daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 6: Yaş Değişkenine Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek	Gruplar	N	\bar{X}	Ss	F	p	Fark
Sanal Tolerans	18-25 yaş arası	126	2.79	.76	7.984	.000*	1>3
	26-35 yaş arası	136	2.57	.89			
	36-45 yaş arası	92	2.35	.75			
	Toplam	354	2.59	.82			

Sanal İletişim	18-25 yaş arası	126	2.36	.70	4.353	.014*	1>3
	26-35 yaş arası	136	2.36	.81			
	36-45 yaş arası	92	2.08	.80			
	Toplam	354	2.29	.78			
Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	18-25 yaş arası	126	2.59	.66	6.962	.001*	1>3 2>3
	26-35 yaş arası	136	2.47	.78			
	36-45 yaş arası	92	2.23	.71			
	Toplam	354	2.45	.73			

Tablo 6’da görüldüğü gibi yaş değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik görüşleri arasında sanal tolerans, sanal iletişim boyutunda ve ölçek toplamında anlamlı fark saptanmıştır ($p < .05$). Gruplar arasındaki aritmetik ortalamalara bakıldığında, 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların ortalamasının diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

2. Bazı Değişkenlere Göre Katılımcıların Narsistik Kişilik Eğilimlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, meslek, medeni durum ve yaş değişkenlerine göre narsist kişilik düzeylerine ilişkin bulgular sırasıyla sunulmuştur. Buradaki narsistik eğilimin ölçütü, kullanılan ölçeğin ortalama değeri (izafi olarak) alınmıştır.

Tablo 7: Cinsiyete göre katılımcıların narsistik kişilik eğilimlerine ilişkin görüşleri

			Narsistik kategori				
			Yetersiz	Düşük	Orta	Yüksek	Toplam
Cinsiyet	Kadın	Sayı	14	72	73	42	201
		% cinsiyet içinde	7,0%	35,8%	36,3%	20,9%	100,0%
		% Narsist içinde	56,0%	60,5%	60,3%	47,2%	56,8%
		% Toplam	4,0%	20,3%	20,6%	11,9%	56,8%
Erkek	Sayı	11	47	48	47	153	
	% cinsiyet içinde	7,2%	30,7%	31,4%	30,7%	100,0%	
	% Narsist içinde	44,0%	39,5%	39,7%	52,8%	43,2%	
	% Toplam	3,1%	13,3%	13,6%	13,3%	43,2%	
Toplam	Sayı	25	119	121	89	354	
	% cinsiyet içinde	7,1%	33,6%	34,2%	25,1%	100,0%	
	% Narsist içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% Toplam	7,1%	33,6%	34,2%	25,1%	100,0%	

Tablo 8’e göre kadınların %7,00’si narsist olmadığını ifade ederken erkeklerin %7,2’si narsist olmadığını ifade etmektedir. Yine kadınların %20,9’unun yüksek narsistik kişilik eğilimleri olduklarını ifade ederken, erkeklerin ise %30,7’si yüksek narsistik kişilik eğilimleri olduklarını ifade etmişlerdir. Buna göre erkeklerin daha yüksek narsistik kişilik eğilimleri olduğu söylenebilir.

Tablo 9: Meslek değişkenine göre katılımcıların narsistik kişilik eğilimlerine ilişkin görüşleri

			Yetersiz	Düşük	Orta	Yüksek	Toplam
Meslek	Kamu çalışanı	Sayı	15	34	25	13	87
		% meslek içinde	17.2%	39.1%	28.7%	14.9%	100,0%
		% Narsist içinde	60.0%	28.6%	20.7%	14.6%	24.6%
		% Toplam	4.2%	9.6%	7.1%	3.7%	24.6%
Özel çalışıyorum	Sayı	3	35	28	42	108	
	% meslek içinde	2.8%	32.4%	25.9%	38.9%	100,0%	
	% Narsist içinde	12.0%	29.4%	23.1%	47.2%	30.5%	
	% Toplam	0.8%	9.9%	7.9%	11.9%	30.5%	
Öğrenci	Sayı	4	34	43	23	104	
	% meslek içinde	3.8%	32.7%	41.3%	22.1%	100,0%	
	% Narsist içinde	16.0%	28.6%	35.5%	25.8%	29.4%	
	% Toplam	1.1%	9.6%	12.1%	6.5%	29.4%	
Çalışmıyorum	Sayı	3	16	25	11	55	
	% meslek içinde	5.5%	29.1%	45.5%	20.0%	100,0%	
	% Narsist içinde	12.0%	13.4%	20.7%	12.4%	15.5%	
	% Toplam	0.8%	4.5%	7.1%	3.1%	15.5%	
Toplam	Sayı	25	119	121	89	354	
	% meslek içinde	7.1%	33.6%	34.2%	25.1%	100,0%	
	% Narsist içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% Toplam	7.1%	33.6%	34.2%	25.1%	100,0%	

Tablo 9'a göre kamu çalışanların %17.2'si narsist eğilimde olmadığını; özel sektörde çalışanların %2.8'i; öğrencilerin %3.8'i; çalışmayanların %5.5'i narsist eğilimde olmadığını ifade etmektedir. Yine en yüksek düzeyde narsist eğilimde olduğunu ifade edenler özel sektörde çalışanlardır. Buna göre özel sektörde çalışanların daha yüksek narsistik kişilik eğilimleri olduğu söylenebilir.

Tablo 10: Yaşa göre katılımcıların narsist kişilik eğilimlerine ilişkin görüşleri

			Yetersiz	Düşük	Orta	Yüksek	Toplam
Yaş	18-25 yaş	Sayı	4	35	55	32	126
		% yaş içinde	3.2%	27.8%	43.7%	25.4%	100,0%
		% Narsist içinde	16.0%	29.4%	45.5%	36.0%	35.6%
		% Toplam	1.1%	9.9%	15.5%	9.0%	35.6%
26-35 yaş	Sayı	11	50	34	41	136	
	% yaş içinde	8.1%	36.8%	25.0%	30.1%	100,0%	
	% Narsist içinde	44.0%	42.0%	28.1%	46.1%	38.4%	
	% Toplam	3.1%	14.1%	9.6%	11.6%	38.4%	
36-45 yaş	Sayı	10	34	32	16	92	
	% yaş içinde	10.9%	37.0%	34.8%	17.4%	100,0%	
	% Narsist içinde	40.0%	28.6%	26.4%	18.0%	26.0%	
	% Toplam	2.8%	9.6%	9.0%	4.5%	26.0%	
Toplam	Sayı	25	119	121	89	354	
	% yaş içinde	7.1%	33.6%	34.2%	25.1%	100,0%	

% Narsist içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% Toplam	7,1%	33,6%	34,2%	25,1%	100,0%

Tablo 10'a göre 18-25 yaş arasındaki katılımcıların %3.2'si narsist olmadığını; yaşı 26-35 arası olanların %8.1'i; yaşı 36-45 arası olanların %10.9'u narsist olmadığını ifade etmektedir. Yine en yüksek düzeyde narsist olduğunu ifade edenler yaşı 18-25 arası olan bireylerdir. Buna göre yaşı 18-25 arası olan bireyler daha yüksek narsistik kişilik eğilimleri olduğu söylenebilir.

Tablo 11: Medeni duruma göre katılımcıların narsistik kişilik eğilimlerine ilişkin görüşleri

		Yetersiz	Düşük	Orta	Yüksek	Toplam
Medeni durum	Bekar					
	Sayı	10	57	70	47	184
	% medeni durum içinde	5,4%	31,0%	38,0%	25,5%	100,0%
	% Narsist içinde	40,0%	47,9%	57,9%	52,8%	52,0%
	% Toplam	2,8%	16,1%	19,8%	13,3%	52,0%
Evli	Sayı	15	62	51	42	170
	% medeni durum içinde	8,8%	36,5%	30,0%	24,7%	100,0%
	% Narsist içinde	60,0%	52,1%	42,1%	47,2%	48,0%
	% Toplam	4,2%	17,5%	14,4%	11,9%	48,0%
	Toplam	Sayı	25	119	121	89
	% medeni durum içinde	7,1%	33,6%	34,2%	25,1%	100,0%
	% Narsist içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	7,1%	33,6%	34,2%	25,1%	100,0%

Tablo 11'e göre bekar katılımcıların %5.4'ü narsist olmadığını; evli olanların %8.8'i narsist olmadığını ifade etmektedir. Yine bekar katılımcıların %25.5'i yüksek narsist olduğunu ifade ederken evlilerin %24.7'si yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre bekar bireylerin daha yüksek narsistik kişilik eğilimlerine sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 12: Narsistik kişilik eğilimleri ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişki

		N	X	Ss	F	p	Fark
Sanal Tolerans	Yetersiz	25	2.12	.58	7.36	.000*	1<2,3
	Düşük narsistik eğilim	119	2.44	.75			2<3
	Orta narsistik eğilim	121	2.66	.87			
	Yüksek narsistik eğilim	89	2.84	.81			
	Toplam	354	2.59	.82			

Sanal iletişim	Yetersiz	25	1.96	.65	3.78	.011*	1<3
	Düşük narsistik eğilim	119	2.23	.76			
	Orta narsistik eğilim	121	2.26	.75			
	Yüksek narsistik eğilim	89	2.49	.83			
	Toplam	354	2.29	.78			
SMB toplam	Yetersiz	25	2.05	.52	6.58	.000*	1<3 2<3
	Düşük narsistik eğilim	119	2.34	.68			
	Orta narsistik eğilim	121	2.48	.75			
	Yüksek narsistik eğilim	89	2.68	.75			
	Toplam	354	2.45	.73			

Tablo 12’de görüldüğü gibi narsistik kişilik eğilimleri bakımından katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik görüşleri arasında sanal tolerans, sanal iletişim boyutunda ve ölçek toplamında anlamlı fark saptanmıştır ($p < .05$). Grupların görüşleri arasındaki aritmetik ortalamalar incelendiğinde, narsistik kişilik eğilimleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de yükseldiği görülmektedir. Buna göre sosyal medya bağımlılık düzeyi yüksek olanların daha yüksek düzeyde narsistik kişilik eğilimlerinin olduğu söylenebilir.

Tablo 13: Sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi

		Sanal Tolerans	Sanal iletişim	SMB toplam	N toplam
Sanal Tolerans	Pearson Correlation	1			
	Sig. (2-tailed)				
	N	354			
Sanal iletişim	Pearson Correlation	.65**	1		
	Sig. (2-tailed)	.00			
	N	354	354		
SMB toplam	Pearson Correlation	.93**	.88**	1	
	Sig. (2-tailed)	.00	.00		
	N	354	354	354	
Narsizm toplam	Pearson Correlation	.24**	.16**	.22**	1

Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	
N	354	354	354	354

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 13’de görüldüğü gibi *narsistik eğilim* ile *sanal tolerans* arasında düşük düzeyde anlamlı pozitif ilişki ($r=.24$); Sanal iletişim arasında düşük düzeyde anlamlı pozitif ilişki ($r=.16$); Sosyal medya toplamı ile düşük düzeyde anlamlı pozitif ilişki ($r=.22$) tespit edilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada 18-45 yaş arası bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. 354 katılımcıdan elde edilen verilere göre sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri incelenmiş ve değişkenler arasında pozitif yönde düşük ilişki ($r=.22$) tespit edilmiştir. Alt faktörlere bakıldığında ise sanal tolerans ile narsizm arasında ($r=.24$) düzeyinde pozitif, sanal iletişim ile narsizm arasında ($r=.16$) düzeyinde pozitif ilişki bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların en sık kullandığı uygulama Instagram olmuş bunu Twitter, Facebook, TikTok ve Snapchat takip etmiştir. Instagram uygulamasının yoğun kullanımı bireylerin görselliğe ve görünür olmaya olan eğilimi olarak değerlendirilebilir. Bu bulgu Akkaş, Bakırtaş ve Çiftçi (2019)’nin “*Narsistagram’: Instagram Kullanımında Narsisizm*” isimli çalışmasının sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Katılımcıların verdikleri cevaplar çerçevesinde Sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelendiğinde 18-25 yaş aralığındaki bekar kadın bireylerin en yüksek bağımlılık sergiledikleri görülmektedir. Bu bulgular literatürdeki Çakır (2018), Burke vd. (2010) ve Ünal’ın (2015) bulgularıyla örtüşmektedir. Ünal (2015: 159) kadınların duygusal destek almak ve duygu durumlarını düzenlemek için sosyal medya ile daha fazla meşgul oldukları bulgusuna yer vermektedir. Genç, bekar bireylerin yüksek düzeyde sosyal medya kullanımını sosyal sermaye arayışı ile ilişkilendirmek mümkündür. Belli oranda tanınırlık ve grup üyeliği ile kalıcı ilişkiler ağı elde etmek anlamına gelen sosyal (beşerî) sermaye genç yetişkinlik dönemi için kritik bir ihtiyaçtır. Bu bağlamda 18-25 yaş aralığındaki “yakınlığa karşı uzaklık” kritik döneminin sosyal medya kullanımında artışa neden olduğu söylenebilir.

Narsistik eğilimleri incelendiğinde verilen cevaplar çerçevesinde katılımcıların %59,3' ünün orta ve yüksek düzeyde narsistik eğilim gösterdikleri tespit edilmiştir. En yüksek düzeyde narsistik kişilik eğilimi gösteren grup ise 18-25 yaş aralığındaki bekar erkek bireylerdir. Grijalva vd. (2015)'nin uzun yıllara yayılmış boylamsal çalışmasında da erkeklerin kadınlara oranla daha fazla narsistik olduğu sonucu elde edilmiştir. Bunun nedeni olarak kadın ve erkeklerin toplumsal rollerindeki farklılıklar olduğu söylenebilir. Kültürel açıdan erkeklere biçilen güçlü olma rolü, kadına ise çocuğuna bakım veren kırılgan birey rollerinin erkeklerde narsistik bir eğilime zemin hazırladığı değerlendirilebilir.

Bu veriler toplumsal açıdan bireylerdeki narsisizmin yükselme eğiliminde olduğunu da göstermektedir. Sosyal medya kullanımında Türkiye, We Are Social (2020) raporu verilerine göre dünya ortalamasının üzerinde olduğu (2 saat 51 dak/gün) da dikkate alındığında görülme ve onaylanma arzusunun yüksek düzeyde seyrettiği değerlendirilebilir. Her kullanıcı için normal şartlarda birkaç hesabın olması yeterli iken ortalama 9 hesap düşmesi de bu bağlamda 'sahte kendilik' kavramını düşündürmektedir. Winnicott (1965) ve Masterson (2017) da ifadesini bulan gerçek kendiliğin tersi 'sahte kendilik' süreç içinde Alanka ve Cezik (2016) in ele aldığı 'dijital kibir epidemisi'nin hızlandırıcı argümanı olacağı değerlendirilebilir.

Sosyal medyanın bir tür koşullu onay ve beğeni ortamı olduğu dikkate alındığında ise (Kernberg, 2012)'in koşullu kabulün neden olduğu büyüklenmeci kendilik (ideal kendilikle füzyon) kavramı ortaya çıkmaktadır. Ona göre değersizleşmeye karşı kendiliğin savunması şişirilmiş (büyüklenmeci) kendilik şeklindedir. Bu bağlamda sosyal medyanın beğeni alma eksenindeki dijital ortamının, kullanıcılarda büyüklenmeci kendilik (narsizm) savunmasını aktifleştirdiğini ve narsistik eğilimleri artırdığını söylemek mümkündür.

Meslekî açıdan bakıldığında kamu çalışanlarına göre özel sektörde çalışan katılımcıların daha yüksek düzeyde narsistik eğilimde olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu (Önder, 2014) ve Timuroğlu & İşcan (2008)'in bulgularıyla paralellik göstermektedir. Özkalp & Sungur (2001)'a göre işletmecilik biliminde riske girme ile kâr arasında doğru orantılı ilişki olduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda kamu kurumlarından farklı olarak kar etmek temelindeki rekabetçi bir iş kültüründeki özel sektör çalışanlarının ön plana çıkma ve

görünür olma arzularının narsistik eğilimi tetiklediği söylenebilir. Kamu kurumlarında ise bireylerin ilerlemeden çok sistemin devamlılığını önceleyen bir iş kültüründe olması ve terfi için girişimcilikten çok hiyerarşiye boyun eğme beklentisi, kendini gösterme gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır. Bu bağlamda (Önder, 2014)'in de ifade ettiği gibi özel sektör çalışanlarının narsist eğilimlerini iş kültürüne bağlamak mümkündür. İşsizler, öğrenciler ve kamu çalışanları arasında ise narsistik eğilim açısından anlamlı bir farklılaşma olmamıştır.

Çalışmamız göstermektedir ki; sosyal medya ile narsistik davranış biçimleri arasında pozitif ilişki vardır. Bu da dijital medya platformlarının önümüzdeki on yıllar içinde hayatın içine nüfuz ettiği oranda, insan kişiliklerinde daha büyük ve derin etkilere neden olacağını söylemek mümkündür.

Kaynakça

- Alanka, Ö. & Cezik, A. (2016). Dijital kibir: sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. *TRT Akademi*, 01(2), 548-569.
- Atay, S. (2009). Narsistik kişilik envanteri'nin türkçe'ye stadardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1). 181-196.
- Andreassen, C. S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110/2, 501-517.
- Bakırtaş, H., Akkaş, C. ve Çiftçi, S. (2020). 'Narsistagram': İnstagram kullanımında narsisizm. *Selçuk İletişim*, 13 (1), 130-157.
- Christakis, N. A. & Fowler, J.H. (2012). *Sosyal ağların şaşırtıcı gücü ve yaşantımızı biçimlendiren etkisi* [The surprising power of our social networks and how they shape our lives]. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Çakır, B. (2018). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, narsisizm ve empati düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ellis, H. (1898). Auto- eroticism: A psychological study. *Alienist and Neurologist*, 19, 260- 299.

- Freud, S. (1998). *Narsisizm Üzerine ve Schreber Vakası*, (Çev. B. Büyükkal ve S. Murat Tura), İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Hamedoğlu, M.A. (2009). *Örgütsel Narsisizm Düzeyine İlişkin Yönetici ve Öğretmen Algıları*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. 13.
- Kernberg OF, 1977. The structural diagnosis of borderline personality organization. In: Hartcollis P. (ed). *Borderline Personality Disorders*. Pp. 87-121. Int Universities pres, NY.
- Kernberg, O. F. (2012). *Sınır Durumlar ve Patolojik Narsisizm*. (Çev. M. Atakay). İstanbul: Metis Yayınları. s. 200, s. 272-274.
- Kohut, H. (1971). *Kendiliğin Çözümlemesi*. (Çev. C. Atbaşoğlu, B. Büyükkal, ve C. İşcan). İstanbul: Metis yay. 27-31.
- Masterson, J. F. (2010). *Gerçek kendilik*. İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12(4), 177-196.
- Oğuzhan, Ö. (2013). *Kendi Yanılsamasında Kendini İzlemek: Narsisizmin Mecrası Olarak Facebook*, Sosyal Medya ve Ağ Toplumu- II: Kültür, Kimlik, Siyaset İçinde, Edt. Can Bilgili ve Gülüm Şener, Grafik Tasarım Yayınları, 67-91.
- Önder, T. (2014). *Kamu ve özel sektör yöneticilerinin yönetsel narsisizm düzeylerinin karşılaştırılması*. (Yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, İstanbul, s. 41.
- Özkalp, E. ve Sungur, Z. (2001), *Kamu ve Özel Sektör Örgütlerinde Risk Kültürü ve Karşılaştırmalı Bir Uygulama*. 9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, İstanbul, s. 207-217.
- Raskin, R. & Terry, H. (1988). A principal-component analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890-902.

- Sarısoy, G. (2016). Winnicott'ın Gerçek Benlik ve Sahte Benlik Kavramlarının Bir Vaka ve Terapi İlişkisi Bağlamında İncelenmesi. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 3(1), 1-15.
- Smith, L.R. & Sanderson, J. (2015). "I'm Going to Instagram it! An Analysis of Athlete Self-presentation on Instagram". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2): 342-358.
- Tatlı, E. (2018). "Selfie": Masum bir eğlence mi, narsist kişiliğin sunumu mu?, *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme*, 3-4 Mayıs 2018, 261-263.
- Timuroğlu, K. & İşcan, Ö. F. (2008). İş yerinde narsisizm ve iş tatmini ilişkisi, *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22 (2), 239-264.
- Ünal Tutgun, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- We are social & Hootsuite (2020). 'Digital in 2020'. <https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars> adresinden erişim sağlandı. 06 Aralık 2020.
- Winnicott, D. W. (1965). A clinical study of the effect of a failure of the average expectable environment on a child's mental functioning. *The International journal of psycho-analysis*, 46, 81.