

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI

**MODERNLEŞME VE DEĞER DEĞİŞİMİ:
MR. ERBİL ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ABDALLA RASUL ABABAKR

GAZİANTEP
EYLÜL 2019

TC
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI

Modernleşme ve Değer Değişimi: Mr. Erbil Örneği

ABDALLA RASUL ABABAKR

Tez Savunma Tarihi:04/10/2019
Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

Doç.Dr.Erol ERKAN
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Müdürü

(Unvanı, Adı ve Soyadı)
SBE MÜDÜRÜ

Bu Tezin Yüksek Lisans Tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım

Pr.Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Dr.Öğr.Üyesi Muhsin SOYUDOĞAN
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından Bir Yüksek Lisans tezi Olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

Prof.Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN

Dr.Öğr.Üyesi Nehir GÜNDOĞDU

Dr.Öğ.Üyesi Muhsin SOYUDOĞAN

İmzası

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI

**MODERNLEŞME VE DEĞER DEĞİŞİMİ:
MR. ERBİL ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ABDALLA RASUL ABABAKR

Tez Danışmanı:
Dr. Öğr. Üyesi Muhsin SOYUDOĞAN

GAZİANTEP
EYLÜL 2019

ÖZET

MODERNLEŞME VE DEĞER DEĞİŞİMİ: MR. ERBİL ÖRNEĞİ

ABABAKR, Abdalla Rasul

Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji ABD

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Muhsin SOYUDOĞAN

Eylül 2019, 85 sayfa

Günümüzde sosyal ve kültürel değerler hızlı bir şekilde değişmektedir. Özellikle 21. yüzyılın meydana getirdiği teknolojik gelişmeler ve genişleyen sosyal ağlar dünyada var olan toplumsal etkileşimi sınırlayan çizgileri ortadan tamamen kaldırabilecek kadar ilerleme göstermiştir. Bundan dolayı modernleşme olguları sınırları aşarak dünya genelinde yaygınlaşmaya başlamıştır. Benzer dönüşümlerin yaşandığı yerlerden biri olan Kürdistan Bölgesel Yönetiminde (KBY) de etkileşim ağı ile birlikte değişimler yaşanmaya başlamıştır. Bu bağlamda ele alınan bu tez çalışması Kürdistan Bölgesel Yönetiminde meydana gelen kültürel ve sosyal değer değişimlerini ele almaktadır. Analiz birimi olarak seçilen Mr. Erbil moda grubu üzerinden hem moda olgusu hem de yaşanan sosyo-kültürel değerler üzerindeki değişimi kültürün yeniden üretimi çerçevesinde ele alınacaktır. Bunların yanı sıra modernite ve modernleşme kuramları Kürdistan Bölgesel Yönetiminde yaşanan kültürel, sosyal ve mekânsal değerler üzerinden tartışılmıştır. Bu bağlamda Kürdistan Bölgesel Yönetiminde özellikle 2003 sonrası gözle görünür bir şekilde kültürel değişim olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Modernite, Modernleşme, Kültürel Değişim, Habitus, Kültürel Sermaye, Orta Sınıf, Sosyal Değer

ABSTRACT

MODERNIZATION AND VALUE CHANGE: A CASE OF MR. ERBIL

ABABAKR, Abdalla Rasul

M. A. Thesis, Department of Sociology

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Muhsin SOYUDOĞAN

September 2019, 85 pages

Today, social and cultural values are changing rapidly. In particular, the technological developments and expanding social networks of the 21st century have made enough progress to completely eliminate the lines that limit social interaction in the world. Therefore, modernization phenomena have become more widespread across the world. Along with the interaction network, changes have started to take place in Kurdistan Regional Government, one of the places where similar transformations have taken place. In this context, this thesis examines the cultural and social value changes in Northern Iraq. Through the selected fashion group Mr. Erbil as the analysis unit, both the fashion phenomenon and the change in socio-cultural values will be discussed within the framework of the reproduction of culture. In addition, the theories of modernity and modernization has been discussed on the cultural, social and capital values experienced in the Kurdistan Regional Government. In this context, there has been a remarkable cultural change in Kurdistan Regional Government especially after 2003.

Keywords: Modernity, Modernization, Cultural Change, Habitus, Cultural Capital, Middle Class, Social Value,

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	v
ŞEKİL VE TABLOLAR	vi
BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ	1
1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	1
1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	4
İKİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMANIN KAVRAMLARI.....	6
2.1. MODERNİTE: TARİHSEL BAKIŞ	6
2.2. MODERNLEŞME.....	8
2.3. KÜLTÜR NEDİR?	9
2.4. KÜLTÜREL DEĞİŞİM	11
2.5. SOSYAL DEĞER	12
2.6. HABİTUS VE KÜLTÜREL SERMAYE	13
2.7. CEMAAT VE CEMİYET KURAMI ÇERÇEVESİNDE MR. ERBİL GRUBU	14
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KÜLTÜREL MODERNLEŞME VE ORTA SINIFIN DÖNÜŞÜMÜ	19
3.1. MR. ERBİL'İN SOSYOLOJİK TAHAYYÜLÜ	19
3.2. BİR BİREYSEL MÜTEŞEBBİSLİK HİKÂYESİ OLARAK MR. ERBİL ...	22
3.2.1. Mr. Erbil'in Hedefleri	26
3.2.2. Grup Üyelerinin İlişkisi	30
3.3. ORTA SINIF KAPSAMINDA MR. ERBİL'İN HABİTUSU	32
3.4. KÜRDİSTAN BÖLGESEL YÖNETİMİNDEYENİ DÖNEMVE ORTA SINIFIN DÖNÜŞÜMÜ	36
3.4.1. 1991-2003 Yılları Arasında Orta Sınıfın Çöküşü	37

3.4.2. 2003 Yılından Sonra Orta Sınıfın Gelişimi	39
3.4.3. Kültür ve Yeniden Üretim	43
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BİR FENOMEN OLARAK MR. ERBİL	46
4.1. KÜLTÜREL SERMAYE OLARAK DİL	46
4.2. TOPLUMSAL TRAVMANIN İLACI OLARAK MR. ERBİL	51
4.3. YEREL VE EVRENSEL DEĞERLERİ SENTEZLEMEK	54
4.4. MR. ERBİL'İN ERKEKSİ FEMİNİZMİ.....	56
4.5. MR. ERBİL VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ	58
4.5.1. Mr. Erbil'in Modası ya da Hipster ya da Dandy Elitizmi.....	60
4.5.2. Marka	67
4.5.3. Teknoloji.....	69
SONUÇ.....	71
KAYNAKLAR	75
EK A: SORU FORMU	82
EK B: Görüşmeci Profili	85
ÖZGEÇMİŞ.....	86

KISALTMALAR

Ü.: Üye

KDP/PDK: Kurdistan Democratic Party

PUK/YNK: Patriotic Union of Kurdistan

ŞEKİL VE TABLOLAR

Şekil 1: Mr Erbil Gentelmen's House Girişi.....	26
Şekil 2: Mr. Erbil üyeleri Sami Abdülrahman Parkı-Erbil. 6 Şubat 2017.	64
Şekil 3: Mr. Erbil çekimlerinden bir kare. 17 Temmuz 2017.	65
Şekil 4: Görüşmelerde Sıkça Kullanılan İngilizce İfadeler.....	51
Şekil 5: Mr. Erbil farklı kültürler ile Newroz bayramında. Erbil kalesinde. 24 Mart 2017.....	54
Şekil 6: Mr. Erbil'in ilk faaliyeti, Erbil eski kalesinde.4 Şubat 2016.	55
Şekil 7: Mr. Erbil Gentelmen's House'ta Pazarlanan Bir Ürün.....	68
 Tablo 1: 2019 Yılı İtibariyle Kürdistan Bölgesinde Köy ve Kent Nüfusu	2
Tablo 2: Tönnis'e göre Cemaat ve Cemiyet Ayrımı.....	16
Tablo 3: Kürdistan Bölgesel Yönetiminde Kişi ve Aile Bazlı Ortalama Aylık Harcama	35

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Bir beşeri ilişkiler bütünü olan toplumları, her daim sade ve yalın bir biçimden daha farklılaşan ve karmaşık bir biçime doğru dönüşen dinamik süreçler olarak tanımlamak mümkündür. Dönüşüm kimi zaman hissedilmeyecek kadar yavaş olsa da kimi zaman kırılma olarak adlandırılabilen radikal bir şekilde de olabilmektedir. Bunun en açık bir şekilde görüldüğü dönemlerden biri Sanayi Devrimi olmuştur. Bu devrimsel süreç modern teknolojinin ortaya çıkmasına ve beraberinde bireylerin çoklu sorumlulukların derinleşmesine vesile olmuştur. Teknoloji insana yaşam tarzını değiştirme, sosyal iş dağılımı, siyasi ve ekonomi sisteminin dönüşümü konusunda birçok olanak sağlamıştır, bunun sonucunda da insanlar rüyalarını gerçekleştirebilecekleri bölgelere göç etmeyi seçmişlerdir. Yani kendisinde modern teknoloji barındıran, farklı ve açık bir toplumsal yapıya sahip bölgelere doğru bir eğilimin olduğu ortaya çıkmıştır.

Moderniteyle birlikte on sekiz ve on dokuzuncu yüzyıl Batı toplumlarında yeni değerler zuhur etmiş, daha sonra hızla ve geniş bir şekilde Batı dışı toplumlara yayılmıştır. Bunun neticesinde hemen hemen tüm toplumlarda sosyal değerlerde, insanların tahayyüllerinde, yaşam biçimlerinde, davranış ve inanç pratiklerinde köklü değişimler gerçekleşmiştir. Bu değişimin hızı, şiddeti ve zamanı toplumların sosyal yapısına göre farklılık arz etmektedir.

Kürdistan Bölgesel Yönetiminde¹ son dönemlerde toplumları etkisi altına alan değişim rüzgârının dışında değildir. Kürdistan Bölgesel Yönetiminde 2003'te

¹ 2005 yılında Federal Irak Devlet anayasasında 5. Bölüm 116. ve 117. Maddelerinde Kürdistan Bölgesel Yönetimi özerk bir statü elde etmiştir. (<https://presidency.iq/>)

ortaya çıkan yeni sosyal-politik konjonktürle birlikte toplumsal yapıda çok ciddi kırılmalar ortaya çıktı. Bu, gündelik ilişkilerden tutun, alışkanlıklara, mimariden alt yapıya hayatın hemen hemen her alanında etkili oldu. Özellikle de kültürel değerlerde gözle görülür bir değişim yaşandı. Toplumsal, siyasi ve ekonomik yapının değişmesi, hepsinden öte değer, gelenek ve göreneklerde yaşanan değişiklikler, ayrıca da birey isteklerinin farklılığı ve ihtiyaçlarının artması Kürdistan Bölgesel Yönetiminin toplumsal mantığının dönüştüğünün belirtileridir. Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki birey eskiden yaşadığı köy hayatında bazı toplumsal ve ekonomik aktivitelerle uğraşmış, küçük köy mantığı içerisinde toplumsal ilişkilerini ve yaşamını devam ettirmiştir, ancak günümüzde iç ve dış etkenlerden dolayı farklı bir mantık oluşmuştur. Bu mantıkla beraber köylerde yaşayan birçok aile farklı bir yaşam için göç etmiş ve yaşam tarzlarında büyük bir yapısal dönüşüm oluşmuştur. Hâlihazırda Kürdistan Bölgesel Yönetimi, nüfusunun çoğu şehirlerde yaşamaktadır ve günlük yaşamlarında yeni değişimlerin bir ürünü olan ve toplumsal yapıya yansıyan yeni değerlerle uğraşmaktadırlar.

Bu bağlamda, Kurdistan Region Statistics Office², Kürdistan Bölgesel Yönetimi 2019'de köylerde ve şehirlerde yaşayan nüfusu şöyle işaret ediyor:

Tablo 1: 2019 Yılı İtibariyle Kürdistan Bölgesinde Köy ve Kent Nüfusu

Köy	1.122.019
Şehir	4.911.795
Toplam	6.033.814

Söz konusu değişimler çerçevesinde orta tabakanın genişlemesi ve gelişimi, medya gücünün ortaya çıkması ve büyümesi, şehirlerde yeni ve modern değerlerin oluşması toplumsal değerlerde değişim yaratan temel faktörlerdir. Buna bağlı olarak yeni grup ve olgular da oluşmuştur, moda da modern dünyaya bağlı toplumsal bir değer olarak yaşanan değişim ve modern kültürel unsurlarla beraber Kürdistan Bölgesel Yönetimi şehirlerinde oluşmuş ve yeni bir değer olarak kabul edilmiştir. Yani moda yeni bir dönemin görünümü ve ruhu olarak toplumsal mantık içerisinde kendine yer edinmiştir. Mr. Erbil³ grubu da bu değerın ortaya çıkması ve yayılması

²<http://www.krso.net/Default.aspx?page=article&id=899&l=1&#krso2>

³ Grubun kullandığı isimde geçen 'Erbil' sözcüğü Kürdistan Bölgesel Yönetiminde kullanılmamaktadır. Onun yerine 'Hewler' kullanılmaktadır. Bunun sebebi ise görüşmecilerin

konusunda öncü bir örnek olmuştur. Öte yandan kapitalizmin gelişimi ve bireysel gelir düzeyinin artması modanın ortaya çıkma temellerinden biri olarak kabul edilir. Bu çerçevede de Kürdistan Bölgesel Yönetiminde yaşanan gelişim ve gelir artışı tüketim kültürü ve modanın oluşmasına olanak sağlamış, moda da tüketim kültürünün bir bağlantısı olarak yansımıştır, çünkü moda olgusu kapitalizm dünyasında tüketim kültürünün bir unsurudur.

Kürdistan Bölgesel Yönetiminde modernleşmeyle birlikte geleneksel değerlerin ne türden bir değişime uğradıklarını, ortaya çıkan değerlerin modernleşmesi olarak tarif edebileceğimiz sürecin nasıl işlediği araştırmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Bu bağlamda bu dönemin ruhuna uygun olarak ortaya çıkan, son dönemlerde önce sosyal medyada ardından moda sektöründeki girişimleriyle oldukça ünlenen moda ve stil bakımından bir değişimi temsil eden Mr. Erbil adındaki erkek/centilmen kulübü temel analiz birimini oluşturmaktadır. Bu yolla bir taraftan Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki sosyo-ekonomik ve kültürel dönüşüm anlaşılmaya çalışılırken, diğer taraftan bu dönüşümün hem bir sonucu hem de yeniden üreticisi olan bir topluluğun sosyolojik bir analizi yapılmaya çalışılacaktır. Tüm bahsi geçenlerin ışığında bu çalışmada Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki moda olgusu, bunu meydana getiren nedenler ve unsurlara odaklanmaya çalışılmıştır. Çalışma, temel değişiklikler oluşturan yeni dönemi ve moda olgusunun büyük dönüşüme uğrayan orta sınıfla ilişkisi üzerinden analiz etmektedir.

Bu bağlamda araştırma giriş ve sonuç hariç üç bölümden oluşmaktadır. İkinci bölüm araştırmada devamlı olarak kullanılan temel kavramlar üzerinde durmaktadır, bu bölümde araştırma çerçevesinde özel önemi olan kavramlar açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölüm Mr. Erbil grubunun ortaya çıkmasını sağlayan boyutlardan söz etmektedir, yani Wright Mills'in üzerinde durduğu gibi, grubu meydana getirmekte rol oynayan tarihi, yapısal ve bireysel boyutlar analiz edilmektedir. Dördüncü bölümde, Mr. Erbil'i sosyolojik bir olguya dönüştüren bireysel, yapısal ve konjonktürel faktörler irdelenmiş, özellikle 2003 yılından sonra Kürdistan Bölgesel Yönetiminde, toplumsal değerlerde yaşanan değişimlerin üzerinde durulur. Bu değişimlerin analizi bir örnek olarak ele alınan Mr. Erbil grubunun analizi ışığında yapılmıştır.

evrensel bir marka olarak kendilerini kabul ettirmek için KBY'yi dışında kullanılan Erbil'i kullanmayı tercih etmişlerdir.

1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Metot konusu tüm bilimsel ve sosyal araştırmalarda en önemli konulardan biridir. Metot araştırmacının başlangıçtan itibaren belirlediği amaca ulaşması için önu yönlendirir ve araştırmanın temelini oluşturur.

Bu çalışma nitel bir araştırmaya dayanmaktadır. Nitel araştırmalar insanı yapıcı ve etkili bir varlık olarak tanımlar. Bu varlık özel ve sosyal özellikleriyle kendi dünyasını oluşturur, buna göre de insan nitel araştırmalarda bütün bilgilerin merkezi ve kaynağı konumundadır (Yıldırım, 1999: 8). Bu yüzden bu tür araştırmalarda bireye yaşam tarzı hakkındaki görüşü, anlamı ve anlayışı sorulur, dolayısıyla araştırmaya katılan kişilere kendi dil ve konuşma tarzlarıyla yanıtlayabilecekleri birçok soru yöneltilir. Bu bağlamda araştırmacı bu kişilere kendi amaçlarını rahatça ifade edebilecekleri bir özgürlük tanır. Birey davranışlarını anlamak çoğu zaman karmaşık olduğu ve birçok boyuta sahip olduğu için, yapılacak derine inen görüşmelerle doğru yanıtlara, davranışların nedenine ulaşılabilir ve bu karmaşıklık hakkında bilgi edinilebilir. Doğruya yakın olan söz konusu yanıtlar ve bilgiler ışığında araştırmacı bu kişileri anlayarak birçok sonuca ulaşabilir.

Nitel araştırmalar, araştırmacının yaptığı çalışmayla ilgili araştırma örneği olarak aldığı, kendilerinden olgu, konu ve sorunlarla ilgili bilgi edindiği kişilerden bazılarını ele alan araştırmalardır (Punch, 2006). Çalışma görüşme ve gözlem gibi bilgi toplama yöntemleriyle yapılırken, bazı araştırmalardaysa rakamlar sunan verilere ihtiyaç duyulur; bu durumda alınan nitel veriler nicel veriler olarak değişebilir. Demek ki nitel araştırmaların özelliği, araştırmanın örnekleme ve görüşmelere katılan kişilerin yaşamlarında etkili olan olay ve olguları almaktadır. Çünkü burada araştırmacı üzerinde çalıştığı konuda daha detaylı şekilde analiz yapmayı amaçlar, bu yüzden burada detaylı ve belirgin şekilde nitel araştırmalara ışık tutulmuştur. Dolayısıyla araştırmacı görüşmelere katılan bireylerin davranışı, amacı, moda ve stilini anlamak için daha detaylı şekilde bu kişilerin toplumsal ve kültürel mantığına inmeye çalışır. Araştırmanın konusu sosyolojik gözleme ihtiyaç duyduğu için bu araştırmanın temel araçlarından biri gözlemdir. Çalışmada araştırmacı gözlem yöntemini önemli bir araç olarak kullanmıştır. Gözlem yönteminin tanımı genel olarak şöyledir: "Araştırmacı sahada yaptıklarının büyük

bölümü, yakın dikkat göstermek, izlemek ve dikkatle dinlemektir. Bütün duyularını kullanır, görülen, duyulan, koklanan, tadılan ya da dokunulanları fark ederler. Araştırmacı, bütün bilgi kaynaklarını özümseyen bir araç haline gelir" (Neumann, 2016: 569).

Bu çerçevede araştırma sahası olarak Erbil kenti, araştırma birimi olarak da Mr. Erbil grubu seçilmiştir. Bu amaçla da 3 Ocak 2019 ve 15 Ocak 2019 tarihleri arasında 18 kişiden oluşan grup üyelerinin 16'sıyla⁴ grubun işlettiği "Mr. Erbil Gentlemen's House"⁵ta görüşmeler gerçekleştirilmiştir (Bkz. EK B). Yapılan görüşmelerde grup üyelerine yarı yapılandırılmış yaklaşık 39 farklı soru sorulmuştur. Sorulan sorularda olgunun tarihi boyutunu bilmek ve grubun ortaya çıkış sebeplerini öğrenmek adına grubun kuruluş nedenleri ve hedefleri üzerinde durulmuştur. Öte yandan sorulan sorular arasında üyelerin yaşam tarzları, içerisinde bulundukları sosyal konumlar hakkındaki sorular da yer almaktadır. Bu bağlamda, aile durumu, eğitim seviyesi, ekonomik durum ve bu çerçevede karşılaştıkları sorunları anlamaya dönük sorular sorulmuştur. Bunların dışında araştırmanın temel bölümlerinden biri olan grubun yeni ve çağdaş değerlerin ortaya çıkmasındaki rolü üzerinde durulmuştur.

Mr. Erbil üyelerinin benimle aynı kuşakta olmalarının getirdiği rahatlık, bu çalışmayı kendilerinin tanınması için bir vesile olarak görmeleri görüşme sürecinin problemsiz geçmesini sağlamıştır. Yapılan en kısa görüşme 28 dakika, en uzun görüşme ise 1 saat 10 dakika sürmüştür. Görüşmeler üyelerin anadili dili olan Sorani Kürtçesiyle yapılmıştır. Görüşmelerin Kürtçe olması ve bu görüşmelerin Türkçeye çevrilmesinde bazı zamanlarda kavramsal zorluklar yaşansa da uzun yıllar boyunca Türkiye'de yaşayan kişilerden yardım alınarak üstesinden gelinmiştir.

⁴Diğer 2 üye İtalya'da düzenlenen Pitti Uomo moda sergisine katıldıkları için onlarla görüşme yapılamamıştır.

⁵Address: 40m st, 2 way sides of Roya Towers, Zozik Commercial Building. 2nd floor.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAVRAMLARI

2.1. MODERNİTE: TARİHSEL BAKIŞ

Modern kelimesinin kökeni Modo'dan (son zamanlar, tam şimdi) anlamına gelen modernus kelimesidir; modernus kelimesi, hodiernus (hodie'den, " bugün ") modelinden ilhamla yaratılmış Latince bir sözcüktür. Böylelikle "modern" kelimesi Latince "Modernus" şekliyle ilk defa 5. yüzyılda "antiquus" karşıt anlamlısı olarak, Hristiyan dünyasını Romalı ve Pagan geçmişten ayırmak için kullanılmaya başlandı. (Gökçeli, 2014:6).

Modern terimi, doğal bilimlerin gelişmesi, ahlak ve hukukun evrensel biçimine ulaşılması, düşüncenin akılcı biçimlerinin ve toplumsal örgütlenmenin mit, din ve siyasi baskıların akıldışlıklarından kurtarılacak özgürleştirilmesini içeren 18. yüzyıl Avrupa Aydınlanma projesi ile ilişkilendirilmiştir (Steger, 2013:50).

İnsanlık 15. yüzyılın sonlarına kadar düşünen, akılcı ve bireysel üretim değerleri ile ilişkili bir tarihe sahip olmamıştır. İnsanlar Ortaçağın sonlarına kadar tekdüze ve taklitçi bir varlık sergiler. "Birçok filozof, düşünür ve sosyolog genel olarak modernitenin 17. yüzyılda baş gösteren düşünce döneminde ortaya çıktığını belirtir" (Ahmet, 2008: 99). Bu dönemden sonra insanlık tarihinde yeni bir süreç ve yeni bir ideoloji ortaya çıkar, tarih sahnesinde başka bir insanlık ve farklı tarzda bir yaşam görülür.

Bu yüzyıldan sonra modernlik başlar ve insanlık tarihinde bir dönüm noktası olur. Modern dönem, yeni bir insanın doğuşu gibi kabul edilir, çünkü

Modernite yaşam dolu bir dinamizm olarak başlar, bütün eski yapı ve zihniyetlerden ayrılarak eski değerler ve taklitlerle arasında büyük bir boşluk oluşturur, taklit eden biçimden farklı olarak dünya için yeni bir biçim ortaya koyar. (Herdi, 2017:76).

Modern çağın başlamasıyla birlikte Batı'daki toplumsal yapı genel formdan başka form ve biçimler alır."Buna göre, iktisat, siyaset ve bilimin daha yüksek düzeydeki performansı, bireyi geleneksel toplumların birçok kaygısından kurtaracaktı" (Wagner, 2005:29). Bir başka deyişle modernlikten önce kültürel değerler dini ve taklitçi bir forma sahipti. Modernlikten önceki insan tamamen dini bakış açısıyla düşünen bir varlık sergiler. Din baskısı Batı toplumlarının değerlerini

kendi etkisiyle çizer. Tüm düşünce eylemleri din çerçevesinde gerçekleşir, dinden şüphe etmek ve soru sormak söz konusu olamaz. Yani kilisenin baskın olduğu dönem ve Ortaçağ, karanlık dönem ve insan aklının kapatıldığı dönem olarak kabul edilir. Bundan dolayı Ortaçağ karanlık, modern çağ da aydınlık ve aydın akıl dönemi olarak bilinir.

"Modernlik, Weberci yaklaşımla, yaşam dünyasının akılsallaştırılması, insanın kendini seçerek kurması, otorite iktidar ilişkilerinin geleneksel biçimlerinin ortadan kalkması, sekülerleşme, evrensel etik değerlerin edilmesi gibi unsurlarla tanımlanır" (Gökçeli, 2014:6).

Modernlik yenileşme anlamına gelir, bir başka deyişle toplum değerlerini düzenleme ve yeniden yapılandırma demektir. Modernlik sosyal bir gerçeği düzenleme, yeni bir ilke ile yeniden temelini atma ve taklitsel formlardan kurtulma anlamlarını ifade eder. Modernliğin belirmesi ve *Sanayi Devrimi* ile Avrupa'da siyasi, ekonomik ve sosyal statü tamamen gelişmeye başlar. Çünkü "Sanayi Devrimi şüphesiz insanlık tarihindeki en önemli dönüm noktalarından birisidir" (Güzel, 2014: 157). Bu dönemden sonra siyasi açıdan taklit ilkeler ortadan kalkar ve başka bir siyasi sistem olan demokrasi ortaya çıkar. Ekonomide fabrikalar, yeni teknolojiler ve uluslararası ticaret eski dönemlerdeki taklit formlarının yerini alır. Sosyal ve kültür bakımından ise hurafelere, dine ve metafiziğe bel bağlayan insan yerine kendi yetenekleri ve aklına itimat eden insan ortaya çıkar. Böylelikle akıl karar verme ve dünyadaki sorunları çözme merkezi haline gelir. Kısaca akıl hayatın ana konumunda yer alır. Bu dönemden sonra insan hayat merkezi haline gelir ve sekülerizm köklerini salar, çünkü genel anlamda modernite" insanın kapasitesi ve gücüne inanmaktır. İnsan akıl yoluyla tarihe yön verebilir ve toplumun temellerini değiştirebilir. Bunu da eski taklit ilkelere değil de akıl ilkeleri temeline dayanarak demokrasiyi, insan hakları ve özgürlüklerini yerine getirmek amacıyla yapar" (Kanii, 2018: 69). Ya da Habermas'ın dediği gibi, "modernite akılcılığın hükmüdür. Yani akıl tüm toplum alanlarından bağımsızdır" (Herdi, 2017: 41).

16. yüzyıldan sonra Avrupa'daki toplumlar hızlı bir gelişime sürecine girer ve bu devam eder. 19. ve 20. yüzyıllarda bu durum zirveye ulaşır ve yeni şehirlerle birlikte yeni olgular ortaya çıkar. Beklenmedik biçimde köylerden şehirlere göçler başlar. İnsanlar, modernliğin getirdiği olanaklar sayesinde yeni bir hayata başlamak ve deneyim kazanmak için toplu şekilde büyük şehirlerde bireyci bir eğilime sahip

olmuştur. Sağlık, eğitim ve ekonomi bakımından yaşam kalitesi artış gösterir. 20. yüzyılın başlarından itibaren modernliğin kıvılcımları Avrupa dışındaki toplumlara ulaşır. Diğer toplumlar da yenilik ve gelişim için adım atar. Dünyaya doğru açılacak ve modernlik sayesinde tarihe adlarını yazdıracak şekilde hareket etmeye başlarlar. Bu dönemden sonra modernlik artık sadece Avrupa toplumlarına özel kalmayıp diğer toplumlarda da bunun etkileri yavaş yavaş ortaya çıkar.

Modernliğin başlamasıyla birlikte çok kritik değişiklikler meydana gelir. Birçok toplum bu yeniliğin akımına kapılıp öncekinden farklı bir dünya ile karşı karşıya kalmaya mecbur olur. Modernite kısaca teolojiden kurtulup akla yönelme anlamı verir. Bir diğer deyişle toplumsal statüyü evrensel kuralları ilke edinerek düzenleme, dini yazılar ve metinleri göz ardı etme ve akli merkeze alma anlamları verir.

2.2. MODERNLEŞME

Modernleşme süreci, yavaş bir süreçtir, yani bir anda hiç bir toplum modernleşme olmamaktadır. Belki de sistematik bir biçimde sosyal gerçekliğe giriliyor, özellikle üçüncü dünya ülkelerinde zor bir süreç gibi görünüyor, çünkü "bu az gelişmiş ülkelerde meydana gelen ekonomik, politik, sosyal ve kültürel değişim süreci, daha gelişmiş ve karmaşık sosyal ve politik örgütlenme kalıplarına doğru ilerlerken ortaya çıkmaktadır" (Outhwaite, 2006:421).

Modernleşme ve modernite kavramları arasında belirgin bir fark vardır; Avrupa'da belirli siyasal, toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişmelerin kesişmesiyle "kendiliğinden" bir değişimdir. Kendiliğinden ortaya çıkan bu değişim-dönüşüm uzun yıllar boyunca Avrupa'nın dinamiklerin etkisiyle gerçekleşmiştir. Modernleşme ise, bu modelden hareketle, Batı-dışı toplumların bilinçli ve hedefli çabalarıyla gerçekleştirilmeye çalışan, başka bir ifadeyle müdahaleye dayalı bir süreçtir. Burada süreç kendiliğinden ortaya çıkıp gelişmediği gibi, dış etkenlerin dâhil olması söz konusudur (Gökçeli, 2014:13-14).

Dolayısıyla modern dünyası ortaya çıktıktan sonra, modernleşme kavramı farklı bakış açısıyla tartışmaktadır, yani her sosyolog ya da filozof kendi kuramlara göre incelenmektedir. Başka bir deyişle modernleşme olan toplumlar tam ne zaman meydana gelmiş ortak bir fikir bulamaz, ama bunlarla birlikte,

Tarihsel olarak modernleşme, on yedinci yüzyıldan on dokuzuncu yüzyıla kadar Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki toplumsal, ekonomik ve politik sistemlerde meydana gelen değişimin bir ürünü olarak gelişen, sonra diğer Avrupa ülkelerine, ardından da on dokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda Güney Amerika, Asya ve Afrika kıtalarına yayılan bir süreçtir (Eisenstadt, 2014:11).

Diğer yandan ise,

...modernizm dediğimiz bir sosyal teori ya da toplum projesine dönüşür. Bu projeye göre, sanayileşme ile birlikte aynı zamanda artan kentleşme; büyü ve dinin gerilmesi; düşünce ve eylemlerin aşırı derecede akılcılaşması; gittikçe ilerleyen demokratikleşme ve azaltan toplumsal farklılıklar, aşırı bireycilik ve daha pek çok ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel değişimleri içine almaktadır (Solmaz, 2011: 37).

Dolayısıyla genel olarak modernleşme kavramı ve kuramları 20. yüzyıldan sonra doğurmuştur, çünkü artık modernleşme olgusu tüm dünyaya yaygın olmak çalışılmaktadır, başka bir anlamda ise, Daniel Lerner'e göre artık "modernleşmenin evrensel bir süreç olduğu ve dünyanın hiçbir toplumunun bu genel süreçten bağımsız kalmayacağı yönündeki inancıdır" (Altun, 2017:110), hatta "Lerner, temelde modernleşmenin Batılaşmak olduğunu söylemektedir" (Güneş, 2016:186). Çoğunlukla modernleşme yeni olmak ya da yeni toplumsal yapıya girmek demektir, yani geleneksel kurumlarına kurtarmak, insanın gücü ve akıllı kullanılmak, yeni değer ve sosyal grup kurutulmak, metafizikten ayrılmak anlamına gelmektedir.

2.3. KÜLTÜR NEDİR?

Kültür karışık, bulanık aynı zamanda sosyal bilimlerin kendisinde en çok sorun barındıran kavramdır, özellikle de sosyoloji ve antropolojide. Toplumsal statü kültür ile bağlantılı olup kültürün bir soyu ve parçası olarak sayılır. Yani hayat kültür ile ilintilidir ve insanın kimliğini belirler. Genel olarak toplumlarda insanlar kültürel oluşumlar ile kontrol altına alınır, özellikle de hayata geldikten ve yaşama ayak bastıktan sonra. Bu andan itibaren o kişi kendini belirli bir sosyal çerçevede bulur ve yavaş yavaş biyolojik bir varlıktan sosyal bir varlığa doğru adım atar. Şüphesiz bu da sosyal çevre tarafından yönetilir ve aile bu süreçte birinci sorumlu konumundadır. Zaman geçtikçe insan daha önce belirlenen, hazırlanan ve ailesi dışındaki sosyal ortamlara geçer, kendini toplumun diğer kuruluşlarında aşına olduğu dışındaki karmaşık bir sosyal çerçevede görür. Söz konusu durum da toplum tarafından ortaya konulur ve bireyleri çaresiz bir bağımlılıkla hükümlendirir. Bu da sosyal ve aynı zamanda kültürel değerlere bağlı olan bir birey oluşturma amacıyla yapılır. Çünkü sonuçta "kültür hem bir sosyal süreç, hem de sosyal sürecin düzenleyicisidir" (Alver & Doğan, 2018: 21).

İnsanlığın farklı dönemleri, farklı biyolojik ve akılcı oluşumlara yönelik attığı adımlar, kültürel oluşumların kontrol altına alınması ve bireye aktarılması, bu süreci daha da karmaşık hale getirir. Bir başka deyişle kültürün işlevi bireye belirli sosyal bir kimlik verme amacıyla toplumun değer, norm, davranış, düşünce, inanç, örf ve adetlerini aktarmaktır.

Bütün bunlara bağlı olarak toplum üyelerinin öğrendiği ve içerisinde bulunduğu yaşam tarzına kültür adı verilir. Bu yaşam tarzı da nesilden nesille aktarılır, çünkü kültür toplum bireylerinin davranış ve eylemlerini anlamak için bireye genel bir bakış açısı verir. Buna da, toplumu ve belirli bir milleti anlamak için bir ana sınır olarak bakılır. Kültür genel olarak bireyi kontrol altına alan aktarımdır. Toplum üyelerinin çoğu kültüre bağlı olma, değerlerini elde tutma ve koruma konusunda karardır. Bu yüzden kültürel oluşumlar uzun yılların ürünüdür, derin tarihleri ve derin kökleri vardır. Bundan dolayı kültür bir toplumun rehberi ve yaşam tarzı olarak kabul edilebilir.

Bu karışık konu, kültür tanımı yapmanın kalıcı bir sorun haline gelmesine neden olur. "Fakat bununla birlikte farklı açı ve görüşlerden kültürün tanımı yapılmıştır. Ünlü İngiliz antropolog Edward Taylor'un ünlü kültür tanımı sosyoloji ve antropoloji uzmanlarını ona başvurmaya mecbur kılar. Bu tanım sosyal bilimlerde en kapsayıcı ve uygun tanımlardan biri olarak kabul edilir" (Miran, 2010:63). Dolayısıyla kültür,

İlk kez kim kullanıldığı kesin olarak bilinmekle birlikte 1871 yılında Edward Taylor tarafından *primitive culture* kitabında yer verildiği iddia edilen kültür kavramı toplum içerisinde yaşamını devam ettirme zorunluğu duyan insanoğlunun bilgi, sanat, ahlak, gelenekler ve benzer diğer yetenek ve alışkanlıklarını içeren karmaşık bir bütün olarak ifade edilmektedir (Cansöz, 2015: 135).

Bununla birlikte "kültürün bilinen bir tanımı daha vardır; yaşam tarzı, ideoloji, düşünce, inanç ve genel üretimi içerisinde barındırır. Öte yandan iletişim ve reaksiyonda kullanırlar davranış biçimleri, ayrıca bireylerin işlerinde kullandıkları eşyalar, araç ve gereçleri de kapsar" (Miraudali, 2007: 57). Böylelikle kültürel oluşumlar bireyin davranışları için sınırlar çizer, onu ortak kültürel değerler çerçevesinde davranmaya ve yaşamını sürdürmeye mecbur bırakır.

2.4. KÜLTÜREL DEĞİŞİM

Kültür ve onu oluşturan unsurlar toplumların uzun yıllar içerisindeki bir ürünüdür, tarihi ve derin bir köke sahip olsa bile kültür de diğer olgular gibi değişime uğrayabilir. Sosyologların kültürün sonsuz ve sabit olmadığı konusunda hemfikir oldukları açıktır. Toplum üyelerinin kültürel değerlerin devam etmesi, değişim ve düzenlemeye karşı durma konusunda kararlı olması bile sonunda kültürün değişim dalgalarına kapılmasına engel olamaz. Bir başka deyişle kültürel değişim toplum bireylerinin gücü dışında bir olaydır ve söz konusu değişim yaşanmak zorundadır. Kültür ve değişimleri sadece belirli bir topluma bağlı değildir. Yani sadece belirli bir toplumda yaşanması söz konusu olamaz. Bu değişim tarihi ve evrensel bir olaydır. Fakat değişimin ölçü ve derecesi bir toplumdan bir diğer topluma farklılık gösterir. Bazı toplumlar, özellikle değişime açık, yeniliğin ve modernliğin çehresini kendinde barındıran toplumlar, daha hızlı bir şekilde yeniliğin dalgasına kapılır ve daha çabuk yeni değer, norm ve sosyal olguları kabul ederler. Bu toplumlarda yenilik ve değişim garip karşılanmayan aşına olunmuş bir olay olarak görülür. Öte yandan kendine özgü olmayan, yeniliğin, değişimin ve modernliğin dalgaları ile karşılaşmayan, modern yapıya aşına olmayan ve buna yabancı bakan toplumlar, kültürel değişimi kolay kabul etmezler. Tersine yeni sosyal norm ve değerleri toplumlarına karşı bir tehlike olarak görürler. Kültürel değerlere ebedi bir kutsallık olarak bakarlar. Bu tür toplumlar sabit düşüncelidir, sosyal hareket ve değişim konusunda zayıftırlar. Yani sosyal gruplar asıl rollerine soyunamaz, modern kültür ve yenilik hareketleri yapamazlar.

Kültürel değişim konusu daha fazla toplumun sosyal, siyasi ve ekonomik yapısına bağlıdır. Özellikle modern çağın başlaması ve modern değerlerin yayılmasından sonra kültürel değişim konusu, uygulanması zorunlu bir bölüm haline gelir ve kültürel değişim akımı toplumları kapsar. Toplum siyaset ve ekonomi bakımından açık ve ılımlı bir yapıya sahipse, kültürel değerler ve yapıda değişim daha kolay gerçekleşir.

Bilişim teknolojisi ve endüstriyel toplumun ortaya çıkmasından sonra kültür değişimi hızlilik kazanır, çünkü yeni ve modern değerler beklenmedik bir şekilde taklitçi ve eskici toplumu değişim ve yenilik ikilemine sokar. Teknoloji ve yenilik gereçleri bazı toplumlarda (özellikle Ortadoğu) şok edecek şekilde sosyal yapı, değer

ve kültürel olguları değiştirir. Toplumlara yeni değerleri kabul etme ve uzun yıllar kök salan kültürel olguları tarihe gömme konusunda çaresiz kılar.

Şüphesiz toplumlar içerisinde yaşanan ve yayılan kültürel değişimlerle birlikte stil ve moda gibi yenilikler ortaya çıkar. Bilişim teknolojisi akımı ile beraber stilde ve modern Batı değerlerinde hızlı bir şekilde değişiklikler meydana gelir. Değişim daha çok giyimde, saç ve sakal şekillerinde ön plandadır. Çünkü yeni nesil ve gençler daha çok televizyon ve sosyal medya yoluyla aktarılan yeni değerlerin etkisi altında kalır. Böylelikle giyimde, saç ve sakal şekillerinde açık bir biçimde değişim görülür. Yani teknolojik araçların kullanımı, daha sonrasında ise giyim kuşam ve saç stillerindeki değişiklikler, birinci derecede yeni gelişen toplumların eski ve yerel giyimleri üzerinde etkili olur. Söz konusu giyim kuşam tarzının yerini yeni ve Batılı tarz alır. Böylelikle farklı ölçüt, değer ve yapıdaki bir kültür toplumda ortaya çıkar.

Genel olarak "kültürel değişimin anlamı, kültürel yapılarda (maddi ve manevi) yaşanan değişikliklerdir. Örneğin; yeni değerler, yeni yönelimler, yeni idealler, sosyal ölçüt ve dönemin maddi araçları" (Beşiriya, 2005: 47). Diğer yanda,

Malinowski kültür değişmesini bir toplumun tüm maddi ve manevi kültür özelliklerinin evrilmesi olarak görür. Kültür değişmesinin etkili olduğu alanların ise toplumların siyasi yapısı, idari yapısı, toprağa yerleşme ve iskân tarzı, inanç ve kanaatleri, bilgi sistemi, terbiye anlayışı, kanunlar, araç ve gereçleri, bu araç gereçlerin kullanımı ve toplumun iktisadi yapısı olduğunu söyler (Yumuş, 2017:25).

2.5. SOSYAL DEĞER

Değerler araştırması, sosyologlar tarafından yıllar boyunca büyük ölçüde ihmal edilmiştir ve sonuç olarak, bunların nasıl tanımlanacağı, çalışacağı veya yorumlanacağı konusunda küçük bir fikir birliği vardır. Sosyologlar kavramı kullandıklarında, değerlerin öncelikle sosyal sınıf, cinsiyet ve etnik köken gibi sosyal durumlarla ilişkili olduğunu varsayma eğilimindedirler. Değerler sosyalleşmenin bir sonucu olarak kabul edilir. Sosyolojik çalışmalarda, değerler genellikle insanlarla ve sadece ikinci olarak maddi nesnelerle ilişkilendirilir (Crane & Bovone, 2006:320).

Ama günümüzde "Diğer alanlarda olduğu gibi sosyolojide de sosyal değerler en çok tartışılan konulardan biridir. Hatta sosyologlar arasında belki de hiçbir konu, değerler kadar tartışmaya yol açmamıştır" (Yazıcı, 2014:210).

"Değer kavramı sosyal bilimlerde çeşitli anlamlarda kullanılmıştır. Sosyologlar, psikologlar, antropologlar, vb. tarafından farklı anlamlarda kullanılmaktadır" (Morsümbül, 2014: 45). Her sosyal bilimlerden farklı bir biçimde

tarif edilmektedir, çünkü değerler topluma göre, hatta toplumdaki olan şehirlere göre değişebilir. Ancak,

Normal olarak değerlerin bir kültürden diğerine, hatta aynı toplum içindeki bir grup ya da kategoriden diğerine göre değişiklik gösterebileceği söylenebilmektedir. Ancak sosyolojinin bu noktada sosyal değerlerle ilgilenmekle, insan hareketlerindeki deneye dayalı unsurlardan çok ahlaki değerlere yer vermekte vurgulanmaktadır (Burhan, 2010: 46).

Dolayısıyla, kültürün ayrıntılı bir biçimde incelenmesi için, özellikle bir toplumda sosyal yapıda değişim olduğu zaman ilk başta sosyal değerler incelenmelidir, çünkü sosyal değerler günümüz yaşam pratikleri ile ilişkilidir. "Bir "değer" ile ilişkili olmayan hiçbir insan davranışı yoktur" (Uysal, 2003: 52). "Bu gerekliliğin bir sonucu olarak değerler, bireylere olduğu kadar, toplumsal sisteme de mal edilmiştir. Değerler, bireysel değerler, tutumlar, tercihler ve inançlar çerçevesinde ele alındığı kadar, toplumsal değerler, toplumsal normlar çerçevesinde de ele alınmıştır" (Yazıcı, 2014: 210). Erol Güngör'e göre, "ahlakı davranışlar söz konusu olduğunda değerler insanların birbirlerini, insanlara ait özellikleri, istekleri, niyetleri ve davranışları değerlendirirken kullandığı kriter olarak görmek gerekir" (Yumuş, 2017:36).

Sosyal değerler, toplumda sadece bireysel olarak değerlendirilemez, bazen sosyal gruplar arasında ortak bir değer olarak ortaya çıkabilir. Yani bir grup kendine özgü bir değer oluşturulabilir.

Değer, bir sosyal grubun veya toplumun kendi varlık, birlik, işleyiş ve devamını sağlamak için üyelerin çoğunluğu tarafından doğru ve gerekli oldukları kabul ve tasdik edilen, onların ortak duygu, düşünce, amaç ve çıkarını yansıtan genelleştirilmiş temel ahlaki ilke veya inançlardır (Yazıcı, 2014:211).

Basit bir anlamda "sosyal değerler, neyin doğru, neyin yanlış, neyin iyi, neyin kötü, neyin güzel, neyin çirkin, neyin adil olduğu konusunda genel yargılara varma olanağı tanrılar. Toplumun yaşamında hemen hemen her şey, bu değerlere göre algılanır. Böylelikle bireyler yaşamın anlamını öğrenirler" (Yazıcı, 2014:211).

2.6. HABİTUS VE KÜLTÜREL SERMAYE

Mr. Erbil grubunun günlük yaşam pratikleri, içerisinde yaşadığı toplumdan farklılık göstermektedir. Bu farklılık hali yaşam stillerine yansımaktadır. Bu yaşam stili Bourdieu'nun 'habitus' kavramıyla açıklanması çalışmanın arka planını yansıtmaması bakımından önemli olmaktadır. Bourdieu'ya göre habitus (2015: 253),

bireyin gündelik yaşam içerisinde ve içinde bulunduğu sınıfın kültür yapısında kazanmış olduğu davranış ve eğilimlerin somutlaşmasıdır. Yani içerisinde yaşanan çevrenin sosyal, siyasal ve ekonomik koşullar çerçevesinin kişinin yaşamına yansımaları anlamını taşımaktadır. Buna göre bireyin içinde yaşadığı çevre onun davranışlarına yansımaktadır (Bourdieu, 2007: 48). Habitusla birlikte ele alınan ‘sermaye’ ve ‘alan’ kavramları gündelik yaşam biçimleri farklılığının ortaya çıkmasına neden olan ilk kavram olmaktadır (Yaralı: 2011). Bourdieu, sermayeyi ele alırken kültürel ve ekonomik olarak ikiye ayırmaktadır. Kültürel sermaye; bireyin aldığı eğitim, akademik yetkinlik, konuşabildiği yabancı dil sayısı, yeme-içme alışkanlığı gibi faktörlerin etkili olduğu bir sermaye biçimi olmaktadır (Arlı, 2007: 142).

Kültürel sermaye bireysel çaba olmadan elde edilmez ve miras olarak da kimseye kalmaz. Tersine sosyal öznenin özel çabası gerekir. Bu sayede birey kendi eğitim seviyesini yükseltir, kültürel sermayeyi benimser veya kendi benliğinde barındırırken, kendi sosyal kimliğini değiştirir ve bilinen toplumsal gerçeklikte yer alan kültürel sermayeyi geliştirir (Siwayli, 2010: 80).

Ekonomik sermaye ise, genel anlamda ekonomik gelirin ön planda olduğu sermaye çeşidi olmaktadır. Yine Bourdieu’nun habitus ile kullandığı ‘alan’ kavramı ise, gündelik yaşamı içerisinde ekonomik ve kültürel sermaye etkisi ile edindiği davranışların pratiğe dönüştüğü yer olmaktadır (Palabıyık, 2011: 146). Sonuç olarak habitusun içerisinde yer alan kültürel sermayenin alanda karşılık bulması ile beğeni, davranışlar ve yaşam stillerinin farklılaştığı görülmektedir. Bu durum yaşanan çevre içerisinde farklı habitusa sahip bireylerin farklı bir yaşam stili sürdürdüğü görülmektedir.

Gerçekten de, farklı iki habitusla donanmış iki kişinin, aynı durumları yaşamadıkları ve aynı dürtülere açık olmadıkları için, bunları farklı biçimlerde oluşturmaları nedeniyle aynı müzikleri dinlemedikleri, aynı tablolara bakmadıkları ve sonuçta da değer yargıları taşıma hakkını elinde bulundurdıkları varsayılabilir (Bourdieu, 2006: 152).

2.7. CEMAAT VE CEMİYET KURAMI ÇERÇEVESİNDE MR. ERBİL GRUBU

Ünlü Alman kuramcı Ferdinand Tönnies’in (1864-1917) geleneksel toplum ve modern toplum ile ilgili kuramı, en ünlü sosyolojik kuramlardan biridir. Kuramda ya değişim ve gelişimin iki aşamasından, ya da iki tür toplumdan söz edilir. Birincisi *cemaattir*. Bu tür toplumlarda bireylerin sevgiye dayalı güçlü bir ilişkisi vardır. İlişkiler canlı ve yüz yüzedir, güçlü bir sosyal bağlılık vardır, bireyler yüksek düzeyli

bir ilişki içerisinde birbirlerinin tamamlayıcısı olurlar ve bu tür toplumlarda bireyin bağımsızlığı düşük bir seviyededir. Yani bireycilik zayıf konumdadır ve halen bireycilik süreci başlamamıştır.

Öte yandan *cemaat* örneğinde, farklılık ve çok renklilik bulunmazken, yemek, giyim ve yaşam tarzı bakımından sade bir yaşam evresi benimsenir ve aynı dini inanç vardır. Bahsi geçen toplumlarda siyasi ve ekonomik sistem de sade bir düzeydedir. Ayrıca rasyonalizm süreci ve kapitalizm sistemi bireyin yaşamına çok dokunmamıştır. Bu tür toplumlar ortak örf ve adet ışığında yaşamlarını sürdürürken, henüz çok ilişkili ve karmaşık hayata geçiş yapmamış, temel ve sade yaşam tarzlarını ortadan kaldıracak değişimler ile karşılaşmamışlardır. Öte yandan farklı ve yeni olguları henüz kendinde barındırmayan bu toplumlar, modern ve anakent statüsü kazanan gelişmiş şehirlere sahip değildir. Bir başka deyişle gelişmiş toplumlarda bulunan olgu, grup ve olaylar henüz söz konusu toplumlarda yoktur, çünkü aynı tarz ve sade bir sosyal yapıya sahiptirler.

Tam tersi şekilde *Cemiyet* türü, *cemaat* türünün bir antitezidir. “*Cemiyet* toplumlarında ortak tasavvur, değer ve davranış bulunmazken, bireyler de ortak his ve düşüncelere sahip değildir”(Bulut, 2010: 171). Bu tür toplumlarda birey, kişisel çıkar ve kazançlarının peşinden gider. *Cemiyet*’te manevi açıdan tek bir aile, din ve vatana yakınlık hissetme durumu bulunmaz. İş dağılımının önemi üzerine durulur, çünkü bireyler kendi amaç ve hedeflerinin peşinden giderken, ilişkileri değişir ve farklı bir sosyal, siyasi ve ekonomik sistem ortaya çıkar. Siyasi açıdan bakıldığında artık tüm yetkileri elinde tutan tek bir mutlak lider yoktur. Artık yasal ve ülkenin anayasasına bağlı olan başka bir siyasi sistem belirir. Yani tek bir kişi tüm yetkileri elinde bulundurmaz, yetkiler paylaştırılır ve ortak bir yasa sistemi yürütür. Bir şekilde liberal toplumun ortaya çıktığı söylenebilir ki, zaten *cemiyet* liberal toplumun belirli simalarındandır.

Bahsi geçen toplumlarda *cemaatte* olmayan farklı olgular meydana gelir, şehirlerde büyük değişimler ve yenilikler yaşanır. Söz konusu olgular evrensel olgulardır ve toplumun simasını temsil ederler. *Cemiyet*, *cemaat*’in dönüşüm ve değişimdir. Genel olarak bu toplumların değişime açık ve gelişmiş bir simaları vardır. Sade bir sosyal yapıya sahip *cemaat*’in aksine karışık ve çok renkli bir sosyal yapıya sahiptirler.

Tönnies’in (2019) kuramına göre, eskiden var olan ortak his ve ilişkiler tarihe karışarak geçmişin bir parçası olur. Bunun yerini ussal olgu ve işler alır. Tönnies, söz

konusu gelişim ve dönüşümü şehirleşme olgusuna bağlamıştır. Ekonomik ve siyasi sistemde yaşanan dönüşümün bir sonucu olarak endüstri gelişimi ve endüstriyalizm meydana gelir. Ferdinand Tönnies'e göre *cemaat*, modern yasa ve kuralların egemen olmadığı, taklitçi bir sosyal yapıya sahip geleneksel toplumlardır. *Cemiyet* ise modern toplumun tanımıdır. Bu toplumlarda modern yasa ve kurallar, açık bir sosyal yapı, büyük ve gelişmiş şehirler bulunurken, bireyler ussal ilkelere bağlı olarak ilişki içerisinde olurlar. Ayrıca din ve dini değerlerin zayıf olduğu bu tür toplumlarda, sosyal ve sivil toplum kuruluşları güçlü konumdadır. *Cemiyet* toplumlarında yetki dağılımı yatay bir biçimdedir, artık taklitçi ve dikey ilişkilere sahip toplumlar varlıklarını yitirir.

Cemaat, yapısal olarak homojenleşmenin hakim olduğu nüfus yoğunluğunun az, enformel normların hakim olduğu, akrabalık ve dayanışma bağlarının çok güçlü olduğu, tarım ekonomisine dayalı geleneksel toplum özellikleri gösterir. *Cemiyet* ise artan nüfus ve işbölümü ile birlikte kurum ve ilişkiler düzeyinde yapısal farklılaşmanın başladığı, formalı normlarla birlikte yazılı kurallar ve bürokrasinin yerleştiği, bireyselleşmenin hızlandığı, sanayileşmiş modern toplum niteliklerin yansıtır (Kaya, 2012: 113).

Öte yandan *cemaat* ile *cemiyet* arasındaki farklılıklardan biri de toplu şekilde çalışmadır. *Cemaatte* “biz” üstündür ve çalışmalar beraber yapılır. *Cemiyet*’te ise “ben” üstündür ve toplu halde çalışma şekli gücünü kaybeder. Yani bu iki tür toplum arasında mücadele “biz” ve “ben” arasında geçer. Çünkü temelde *cemaati*’n düzenli ve sağlam bir ilişki sistemi bulunurken, *cemiyet*’te farklı gruplar ortaya çıkar ve bireyler farklı roller üstlenir. Bireysel özgürlük ve bireysel davranışların üst seviyede olmasından dolayı, birey özgürce farklı grup ve etkinliklere katılır.

Ferdinand Tönnies’in kuramı çerçevesinde, genel olarak söz konusu iki toplum arasındaki farkları şöyle belirlemiş:

Tablo 2: Tönnis’e göre Cemaat ve Cemiyet Ayrımı

Cemaat	Cemiyet
Ortak İrade	Fert İradesi
Üyeler Fert Değildir	Üyeler Ferdiler
İnanç	Doktrin
Örf ve Adetler	Moda
Tabii Dayanışma	Sözleşmeli Dayanışma
Cemaatin Menfaatleri Üstün	Fertlerin Menfaatleri Üstün
Ortak Mülkiyet	Özel Mülkiyet
Din	Kamuoyu

(Kaynak: Sorokin, 1994: 59).

Tönnies'in kuramına göre, *cemaat* toplumunun *cemiyet* toplumuna dönüşmesinden sonra, *cemiyet*'e bağlı olan ve ortaya çıkan olgulardan biri moda olgusu olur. Yani moda *cemiyet* ve şehir ile bağlantılıdır. Toplumların dönüşümünden sonra yeni olgular meydana gelir, bu yüzden moda ekonominin, ekonomik sermayenin ve en önemlisi de kapitalizmin gelişmesine bağlıdır. "Haliyle, modanın kökenleri endüstriyel kapitalizmin büyümesi ile birlikte modernitenin kökenlerinde yatar" (Kawamura, 2016: 15).

Bu çerçevede, gelişen şehir ve dünyaya ile ilintili olan moda olgusu, sosyal sistemin zayıflaması ya da ortadan kalması ve dönüşmesi ile belirir. Bir başka deyişle moda, *cemaatte* bir gelenek olan ve katı bir şekilde benimsenen gösterişsiz giyim tarzını reddeder. Çünkü *cemaatte* ön planda olan örf ve adetler *cemiyette* yerini bireyselliğe bırakır. Tüm üyeler, toplumun örf ve âdetinin kabul ettiği giyim şekline bağlı olurlar. Fakat söz konusu giyim sistemi bir ideoloji anlamı vermez. *Cemiyet*'te geleneksel giyim tarzı yerini modaya bırakır ve yenilikçi dünya içerisinde modanın güçlü bir konumu bulunur.

2003'ten önceki döneme kadar da, Kürdistan Bölgesel Yönetiminde en önemli ölçüt, bireyden daha önemli konuma sahip taklitçi ve toplu ölçütlerdir; aile, parti, aşiret ve kan bağı olan akrabaların ilişkileri. Söz konusu taklitçi gruplarda bulunan toplu şekilde bağlı olma durumu, yeni ve modern dünyada baş gösteren olgularla karşılaşma ihtimali önünde bir engel teşkil eder. Yani bugün birçok seviyede topluluğa olan bağlılık azalmakta olup, bireye, modern grup ve değerlere olan bağlılık artmıştır (Kanii, 2018: 18).

Ferdinand Tönnies'in kuramı ışığında, Mr. Erbil grubu yenilikçi ve bir moda grubu olarak *cemiyet*'e bağlı bir olgudur. Yani genel olarak modern bir olgudur. Bu durum, şehirleşmenin ortaya çıkması ve gelişmesinden sonra meydana gelmiştir. Ekonomik gelişim, şehir nüfusunun çoğalması, insanların akın akın göçleri, farklı kültürlerin birbiriyle tanışması, yabancı sermayenin kente girmesi, modern şartlar sunan üniversite ve okulların açılması, dış dünyaya açılma durumu, küreselleşmenin nüfuzunun genişlemesi ve bütün bu sayılanların bir sonucu olarak yaşanan kültürel değişim, Mr. Erbil grubunun oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Bu bağlamda 20. yüzyılın sonlarına doğru toplum düzeyinde genel olarak modern veya Batılı giyim tarzı henüz popülerlik kazanmamıştır. Bireyler günlük yaşamlarında Kürdistan Bölgesel Yönetiminde o dönem var olan gelenek ve göreneklere bağlı bir giyim tarzı benimsemiştir. Yani bireylerin günlük yaşamında moda olgusu henüz yoktur veya çok nadir görülen bir olaydır. Çünkü Kürdistan

Bölgesel Yönetiminden önce Irak'taki sosyo-ekonomik, siyasi durum Ortadoğu endeksliydi ve aşiret yapısı ön plandaydı. O dönemde benimsenen giyim kuşam, toplum tarafından kabul gören gelenek ve göreneklere uygun olmuştur ve bu durum o dönem için halkın sade yaşamının bir yansımasıdır. Öte yandan giyim kuşamda farklı olgular azdır ve kıyafetler birbirine benzer. 21. yüzyılın başlangıcı ile beraber kültürel yapı ve şehircilik olgusunda derin bir dönüşüm meydana gelir. Değişim akımı, giyimin önceki bilinen geleneğini dönüştürür, önceden kabul edilen giyim tarzı seyrekleşir, kimi durumlarda ise ortadan kalkar. Bunun yerine Batılı modaya uygun giyim tarzı kendine yer açarak, popüler bir olgu haline gelir.

Bu dönemin ardından Kürtlerin geleneksel kıyafetlerinden olan (Şalvar, Rank ve Çoğa) gözle görülür bir şekilde rağbet azalır. Bunun yerine pantolon, kot, ceket, takım elbise ve kravat günlük kullanılan kıyafetler arasına girer. Bahsi geçen yeni kıyafet çeşitleri kendinde barındıran Mr. Erbil grubu, tarzı çerçevesinde, giyim markası yolu ile Batı modasını yaygınlaştırma ve geliştirme çabasıdır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KÜLTÜREL MODERNLEŞME VE ORTA SINIFIN DÖNÜŞÜMÜ

3.1. MR. ERBİL'İN SOSYOLOJİK TAHAYYÜLÜ

Üyelerin anlatımlarına dayanan bu araştırma ilk etapta Mr. Erbil'in, birkaç bireyin kişisel çabasının ortaya çıkarmış olduğu, dolayısıyla toplumsal anlamda çok da önemi olmayan bir oluşum olduğu izlenimi yaratabilir. Oysa Durkheim'den (2004) biliyoruz ki, bireyin düşünce ve davranış şekli büyük oranda “bireyin dışında olup onu etkileyen toplumsal olgulardan” ayrıksı düşünülemez. Toplumsal olgu öbür taraftan, toplumsal gerçekliğin bir ürünüdür. Ve bu gerçeklik bireylerarası ilişkiler ve tarihsel süreç tarafından şekillenir. Yani toplumsal aktörle toplumsal yapı karşılıklı bir birbirini üreten bir mekanizma şeklinde düşünülebilir. Bu mekanizmanın işleyişini en iyi şekilde ortaya koyanlardan birisi C. Wright Mills'tir (1916-1962). Mills, sosyal olgu, sorun ve kuruluşları üç temel seviye ile ele almıştır. Kendi içerisinde birbirleriyle ilişkisi bulunan bu seviyeler toplumsal yapıyı anlamayı kolaylaştırır. Bu seviyelerden herhangi biri göz ardı edildiğinde sosyolojik bir araştırmanın başarılı olması mümkün değildir. Çünkü Mills'e göre, olgular birçok karmaşık ve iç içe geçmiş nedenin bir ürünüdür. Bu yüzden hiçbir araştırmada konu, salt sorun ve olgular üzerinde çalışılamaz. Sosyolojik araştırmanın “doğru” bir yöntemini belirlemeye çalışan Mills (Giddens, 2010), toplumsal olgu ve sorunların farklı boyutlarını göz ardı eden klasik yöntemlerin aksine daha bütüncül bir perspektif önerir. Bir klasik olan *Sosyolojik Tahayyül* adlı çalışması tam da bu perspektifi tanımlayan metodolojik bir kavrama dönüşmüştür.

Sosyolojik tahayyül, toplumu birey, yapı ve tarih gibi üç boyutun karşılıklı ilişkisinden müteşekkil bir oluşum olarak görür. Birinci boyut, bireylerin yaşamı ve yaşam tarzı, sosyal süreç ve ilişkileri kapsar. Mills, bireyin toplumun farklı

kuruluşları içerisindeki rolünün ne ve nasıl olduğunu, ayrıca nasıl etkinliklerde bulunduğunu öğrenmek için, bireyin toplumsal rolünün seviyesini analiz etmeye ve belirlemeye çalışır. Bunu, bir taraftan toplumun normal ya da genelleşmiş hale gelen yaşam biçimini belirlemek için; diğer taraftan bir toplumun nasıl oluştuğunu, toplumsal yapının ne tür bir insan ürettiğini öğrenmek için yapar. Mills'e göre, toplumun hali hazırdaki sosyal yapısı, bireylerin yaşam tarzı ve yaygın davranış şekli üzerinde asıl sorumlu faktördür. Bu yüzden, bireylerin davranışı, yaşam tarzı ve birbirleriyle ilişkisini anlamak, bununla beraber sosyal sorunları belirlemek için toplumun sosyal yapısına başvurulmalıdır. Bu da sosyal yapıyı oluşturan unsurlarla (aile, devlet, medya, eğitim vb.) mümkündür. Bu unsurlar bireyin yaşam ve davranış tarzını belirler ve onu yöneltir. Öte yandan sosyal kuruluşların çözümlenmesi bir sorunun temel nedenini veya bir olgunun meydana gelme nedenini belirlerken, bir sorunun çözümü için temel araçları ortaya koyar. Mills'e göre, bahsi geçen kuruluşlar farklı ölçütlerde toplumda görülürler, ancak sosyal davranış ve olgular üzerindeki etkileri farklılık gösterir. Bu yüzden de Mills, birey yaşantısında asla evrensel bir kurala inanmaz. Ona göre, genel bir kural birey yaşantısını yapılandıramaz ve her bireyi aynı yönde değiştiremez, tersine her bir sosyal çevre kendine özel özelliklere sahiptir ve farklı boyutlarda olguları etkiler. Mills'e göre, farklı yapılar sosyal değişim üzerine farklı modeller yaratır.

Mills sosyal olgu ve sorunların karşılıklı ilişkisini ortaya koyarken bu ilişkiyi belirleyen önemli bir faktör olarak da tarihi vurgular: "...bireyin sorunlarının anlaşılması ve çözümü onu şekillendiren kurumların ve bu kurumların oluşturduğu toplumsal yapının anlaşılmasıyla mümkündür. Toplumsal yapının çözümlenmesi ise tarihsel perspektifi gerektirir" (Bostan, 2012: 110). Hiçbir sorun ve olgu sadece bireylerin bugünü ile bağlantılı değildir. Bundan dolayı da olgulara kendiliğinden ve bugün ortaya çıkan bir sonuç olarak bakılmaz. Her bir olgu göz ardı edilemez derin bir tarihi köke ya da boyuta sahiptir. Diğer bir deyişle Mills'e göre, "topluma dair şeyler sürekli değişmektedir. Bu yüzden toplumu anlamak için tarihe bakmak zorunludur. Tarihe bakmaksızın güncel toplumsal olguların sebeplerini bulamayız. Tek bir yer ve tek bir zamanda yapılan toplumsal araştırmalar için toplumsal olguların niteliğinin anlaşılması mümkün değildir" (Bostan, 2012: 110). O yüzden, tarihi çözümler yapılmadan toplumsal yapının unsurlarında değişim yaratan nedenler ortaya konulamaz. Yani tarihi faktörleri belirlemek, bireyin günlük

yaşantısındaki sosyal yapının özelliklerini anlamının dolayısıyla, bireyin yaşam tarzı hakkında daha net bir anlayışa sahip olmanın yolunu açar.

Bu bireyin yapı ya da tarih karşısında çaresiz olduğu anlamına gelmez elbette. Zira Mills'in deyiimiyle,

Her bireyin, bir nesilden ötekine belli bir hayata başlayıp bitirdiğini ve hayatını belli bir tarihsel düzen içinde sürdürdüğünü de biliyoruz. Birey, her ne kadar toplum ve toplumun tarihsel gücü tarafından oluşturulmuş olsa da, kendi yaşamının gerçeğiyle, bu toplumun şekillenmesine ve tarihinin akışına az da olsa katkıda bulunmaktadır (Giddens, 2010: 18).

Demek ki tarih, yapıyı, dolayısıyla bireyi şekillendirirken; birey de toplumsal yapıyı şekillendirir. Sonuç olarak, söz konusu boyutlar karmaşık şekilde birbirleriyle ilişki içerisinde ve bağlıdır. Yani her bir sosyal olgu, olay ve sorun bahsi geçen üç boyutu içinde barındırır ve bunun üzerine durulması gerekir.

Mills'in söz ettiği boyutlar ışığında bu araştırmada farklı boyutlardan yararlanarak, tarih, yapı ve belirli bir toplumun yaşam biçimine bağlı bir grubun ortaya çıkış olgusu üzerinde çalışacaktır. Çünkü bu grup yeni ve çağdaş bir olgu olarak kendiliğinden ortaya çıkan tek bir boyuta bağlı bir oluşum değildir. Yani Mr. Erbil grubu belirli bir yapı içerisinde meydana gelmiştir, bunun da arkasında tarihi boyut bulunurken, bu boyut grubun bugün sahip olduğu tür ve biçimden sorumludur. Bu yüzden çalışmanın bu bölümünde detaylı bir şekilde söz konusu boyutlar üzerine çalışılarak, bunu yöntemsel bir şablon gibi grup üzerine uygulamaya çaba gösterilmiştir.

Bu bölümde ilk olarak, grupta görülen rol ve davranışlar üzerinde durulacak böylece grup tanıtılmaya çalışılacaktır. Daha sonra tarihi boyut açısından grubun meydana gelmesindeki tarihi köklerin analiz edilmesine, tarihin grup üzerinde ne tür bir etki bıraktığının ve grubun tarihin neresinde yer aldığının açıklanmasına çaba gösterilecektir. Tüm bunlar sosyal bir kavram olan orta sınıf çerçevesinde analiz edilir. Detaylı bir şekilde grubun, Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki orta sınıfın tarihi boyutu ile ne tür bir ilişkisi olduğu açıklanacaktır. Bu boyutun analizi tarihi bir çerçevede sunulacaktır ve tarihle birlikte yapısal boyut analiz edilerek, grubun hangi toplumsal yapı ve kuruluştaki yer aldığı belirtilecektir. Ayrıca toplumsal yapının konumu ve rolünün ne seviyede grupta görüldüğü, var olan yaygın yapının nasıl grubun ortaya çıkmasının yolunu açtığı açıklanırken, bu durum toplumsal yapının tarihi dönüşümü ile ilişkilendirilecektir, bu boyuta bakılarak yaşanan yapısal,

ekonomik ve siyasi açılımın grubun ortaya çıkmasında ne derecede payı olduğu öğrenilecektir.

Bu, salt bugünün sosyolojik bir analizi için değil toplumun geleceğinin nasıl olacağını ve birey yaşamının ne yönde gideceğini dair ipuçları edinmek için de önemlidir. Zira Mills'e göre, bireyin şimdiki toplum ve sosyal yapı içerisindeki hikâyesini anlamak, yaşam tarzının uzak geleceğinin ölçülebilirliğini de mümkün kılmaktadır.

Toplum bilimsel düşün, insanların kendi yaşamlarının anlamını kavrayabilmeleri ve geleceklerini görebilmeleri için, bizzat kendilerini da yaşadıkları tarih dönemi içinde ele almaları ve bunun yanında farklı toplumsal koşul ve konumda yaşayan diğer insanların durumlarını bilebilmelidir. (Fildiş, 2016:142).

3.2. BİR BİREYSEL MÜTEŞEBBİSLİK HİKÂYESİ OLARAK MR. ERBİL

Modern öncesi toplumlarda bireyin en temel amacı günlük yaşamlarını sürdürüp zorlu yaşam şartlarıyla başa çıkabilmek olmuştur. Fakat tarihte görülmemiş bir şekilde sermaye birikimine olanak veren kapitalizmin ortaya çıkışıyla birlikte geleneksel, kendine yeten kırsal üretimden, yüksek kâr hedefli pazara yönelik üretime bir kayış yaşanmış; üretim biçiminin değişmesine paralel olarak da toplumsal hayatın biçimlendirilmesinde etkili roller oynayan sınıfların ortaya çıkmasına zemin oluşmuştur. Yeni dönemde kent, bir taraftan gitgide başat yaşam biçimini temsil ederken, diğer taraftan değişimin, farklılığın, yeniliğin ve modern fikrin mekânı olmaya başladı. Bunun sonucunda, hayatı bir yaşama tutunma pratiğine indirgeyen sıradan "taklitçi" bireyin istek, hayal ve arzularında da ciddi değişimler gerçekleşti. Arzu ve hazzın bireyselleşmesi olarak adlandırılabilen bu süreçte birey kendi bedeni üzerinde daha fazla kontrol sağlarken, daha gevşek sınırları olan alternatif cemaatlerin mevcudiyeti, bireyin zorunlu ilişkilerin sınırlayıcılığından bir nebze kurtulmasının önünü açtı. Bunun en önemli göstergelerinden birisi modanın modern çağda gözle görülür şekilde gelişmesidir. Skivko (2018: 6)'nın belirttiği gibi, "hepimiz modanın kentsel bir fenomen olduğu konusunda hemfikiriz", ya da Simmel(1904: 137)'in ifadesiyle, "moda, modern zamanda daha göze çarpan bir rol oynuyor "ve geniş anlamda ise "modanın mekanı metropoldür" (Ünsaldı& Geçkin, 2015: 161).

Bunlara ek olarak buhar makinesinin ortaya çıkışının tetiklediği Sanayi Devrimi, bir taraftan ekonominin üretim hacmini çok ciddi bir şekilde artırırken,

diğer taraftan da daha büyük meblağdaki metanın daha uzak mesafelere taşınmasını mümkün kıldı. Bu teknolojik ilerleme yeni pazarların yaratılmasını zorunlu kılıyordu. Bu zorunluluk kapitalizmin daha küresel bir biçim almasına yol açarken, dünyanın her yerinde katlanarak artan kırdan kente göçü tetikledi. Toplamlar arasında iktisadi alışverişin gelişmesi, bireyin yaşam kalitesi, eğitim seviyesi, okuma yazma oranı, sağlık bilinci gibi alanlara olumlu katkı sunar. Yaşanan bu küresel ilişkiler ağı kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte bireyin içine girebileceği potansiyel cemaat yelpazesini daha da genişletti. Bu vesileyle artık kültürel öğeler tıpkı meta gibi daha geniş bir alana daha kolay bir şekilde akarken, kültür ve değerlerin toplumlar arasında geçiş yapması, bir toplumdaki başka bir topluma aktarılması, hatta “endüstrileşmesi”⁶ yeni dönemin temel karakteristiklerinden birisi oldu. Bunun önemli sonuçlarından birisi de ekonomik refahın getirmiş olduğu yaşam biçiminin *modernleşme* adı altında evrensel bir gelişim şeması olarak kabul görmeye başlamasıdır. Haklı olarak 1960’lerde ciddi itirazlarla karşılaşsa da⁷ Modernleşme Batı merkezli kültürel öğelerin evrensel bir kalıp haline gelen küresel bir değer ve kültür türü ortaya çıkarması anlamında toplumsal yapının-ve de bireyin yaşamının-şekillenmesinde önemli bir rol üstelendiği de yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte “görüntüler ve düşüncüler bir yerden diğerine daha kolay ve hızlı bir şekilde gönderilebilir hale geldikçe, insanların gündelik yaşamlarını derinden etkilemeye başladı” (Steger, 2013:100). Öyle ki, yeni bir olay, icat veya moda saniyeler içerisinde bir kıtadan başka bir kıtaya yayılabilir hale geldi. Bu bağlamda moda ve tarz, içinde yaşadığı cemaat, sınıf, yöre ya da toplumun sınırlarını parçalayıp daha küresel bir olgu haline gelmeye başladı.

Endüstriyel alanlar ya da sektörler küreselleştikçe üretici aktörlerin baş etmesi gereken rekabet ortamı da gelişmektedir. Bu ortamda ürünün kendisinden ziyade tanıtım daha büyük önem taşıyabilmektedir. Ne gariptir ki üretici için yüksek maliyetli reklamalar, ayakta kalabilmenin ya da daha çok kazanmanın en önemli anahtarlarından birisi olmaktadır. Diğer bir yol ise belli etkinliklerle yapılan ürün tanıtımlarıdır. Söz konusu ürün elbiseyse hemen defileler akla gelecektir. Özellikle bazı mekânlar bu tarz etkinliklerden dolayı oldukça ün kazanmıştır. İtalya’nın

⁶“Kültür Endüstrisi” için bkz. (Theodor. A.(2011). *Kültür Endüstrisi ve Kültür Yönetimi*. Gen. E, Ülner. N ve Tüzel. M.(Çev.).

⁷ Bu konuda Latin Amerika’da ortaya çıkan Bağımlılık Okulu’nun eleştirilerine bakılabilir.

Florence şehri bunlardan birisidir. Kentin ortaçağdan kalma Fortezza da Basso kalesi içinde 1972 yılından beri her yıl Kış ve Yaz (Ocak ve Temmuz ayları) olmak üzere iki defa 4 gün süren dünyanın en ünlü moda etkinliklerinden birisi olan “*Pitti Immagine*” fuarı düzenlenir. Dünya genelinde binlerce üretici ve meraklının katılım gösterdiği etkinlikte çeşitli kategorilerde moda ve ürün tanıtımı yapılır. Bunlardan belki de en ünlüsü *Pitti Immagine Uomo* ya da kısaca *Pitti Uomo* (Pitti erkeği) denilen yetişkin erkek giyim kategorisidir. *Pitti Uomo* Mr. Erbil’in kurulmasına ilham verecektir.

Almanya’ya gittiğinde henüz 10 yaşında olan ve 14 yıl boyunca hayatını Almanya’da geçiren görüşmecilerden Ahmed Nawzad için modacılık, hayalini kurduğu mesleklerden biri olduğundan dolayı orada yaşadığı dönem boyunca moda grupları ile beraber çalışabilmek için kendine imkân oluşturmıştır. 2014 yılında Kürdistan Bölgesel Yönetimine dönerek iki arkadaşıyla (Ömer Nihad ve Goran Pshtiwan) beraber 2015 yılında düzenlenen *Pitti Uomo* fuarından ilham alarak, Irak’ta buna dönük bir boşluğun olduğunu, buna yönelik bir şeyler yapılabileceğini fark ederler. Böylece Tarihi mekânı ve modayı bir araya getiren Pitti Uomo’ya benzeyen ama ona alternatif bir moda etkinliği yapmaya fikri doğdu. Erbil surları tam da Fortezza da Basso surlarının yerine kullanılabilirdi. Önce grup üyeleri Şubat 2016’da çeşitli sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlarıyla Mr. Erbil grubunu tanıtmaya başladılar. Nihayetinde, 5 Kasım 2016’da *Gents Gathering Erbil* (GGE16) adında bir moda buluşması tertip ettiler. (Suhail, 2017 & Ziv, 2017). Böylece Irak’taki ilk moda grubu olma özelliğine sahip olan grup ortaya çıkmış oldu.

Her bir grup, kuruluş, örgüt ve kulübün kendine özel prensip ve ilkeleri vardır. Bu unsurlar grubun sembolü olur ve çalışma yöntemini belirler. Kurulduğu ilk dönemde “Mr. Erbil” kendisinde ağır üyelik şartları barındıran bir grup değildir. Modaya ilgili, kabiliyetli ve modacı bir kişilik sergileyen biri, grubun etkinliklerine katılabilir. Bu durumda ilk dönemde grupta üye sayısı artış göstererek 50’ye ulaşır. Gruba üye olmak isteyen kişi sayısının çokluğundan kısa sürede kalabalık bir grup ortaya çıkar. Fakat grup liderlerinin söylediğine göre, üye sayısının fazla olması kontrolü sağlamanın zor olmasına, grubun kontrolden çıkmasına ve dağınıklık yaşanmasına çıkmasına neden olur. Sayısı çok olan bir grupta anlaşma, amaç ve hedefler birbirleriyle çatışır. Bu yüzden daha iyi bir şekilde grubun kontrol altına alınması amacıyla üye sayısının azalmasına gidilir. Buna binaen grup içi etkinliklere katılım göstermeyen ve grubu desteklemedikleri düşünülenler zaman içinde gruptan

çıkarılmaya başlanır. Özellikle Erbil dışında olan üyelerle, kendi meslekleriyle uğraşıp zaman bulamayan üyeler gruptan ayrılırlar. Sürecin sonunda grubun ilkeleri ve hedefleri doğrultusunda yüksek düzeyde çaba sarf etmeleri amacıyla üye sayısı 18'e iner. Şüphesiz sosyal gruplarda üye sayısının az olması durumunda daha sıkı bir sosyal ilişki hissedilirken sosyal birleşme daha fazla görünür. Sağlam ve bağımsız bir vücut gibi işlerini yürütürler. Nitekim sayının azalmasından sonra kalan üyeler, birbirleriyle iletişimlerinin daha olumlu yönde ilerlediğini ve kendi aralarında anlaşma ve koordinasyonun daha kolay olduğunu; buna paralel olarak da etkinliklerin daha olumlu ve aktif bir şekilde yapılabildiğini belirtmişlerdir. Bir tür cemaate dönüşen grupta şu prensipler fiili olarak aranır olmaya başlanmıştır.

1. Üyenin moda hayalleri olmalı, grubun hedeflerine bağlı olmalı.
2. Kürtçe haricinde yabancı dil bilme zorunluluğu vardır. Bunun da amacı üyenin yabancı yayın organları ile yapılacak röportajlarda grubu ve etkinliklerini farklı bir dilde en kapsamlı şekilde anlatmasıdır.
3. Üyeler grubun etkinliklerinde ve ülke dışı seyahatlerinde "Mr. Erbil" markasının kıyafetlerini giymeli ve anılan marka için çalışmalı.

Grup ilk kurulduğu zamanlarda grubun üyeleri etkinlikleri bir hobi olarak görüyorken ilerleyen zamanlarda işin büyümesi ile birlikte bu durum bir hobi olmaktan çok ciddi bir kurumun yaptığı iş haline dönüşmüştür. Bu anlamada, grubun iki üyesinin 8-11 Ocak 2019 tarihleri arasında gerçekleşen 95. Pitti Uomo fuarına katılarak moda stilini tanıtmaları önemli bir dönemeçtir. Akabinde 17 Ocak tarihinde içinde berber salonu, terzihane, ürün satış bölümü ve kafe bulunan *Mr. Erbil Gentlemen's House* adlı mekânı açarak faaliyetlerine ticari bir boyut kazandırır. Kısa sürede Mr. Erbil'i bir markaya dönüştürmeyi başaran gençler *Rishn* adında bıyık ve sakal bakım ürünleri markasını yaratarak işi bir adım öteye taşırlar.

Şekil 1: Mr Erbil Gentlemen's House Girişi



Kaynak: Araştırmacı, 20.04.2019

3.2.1. Mr. Erbil'in Hedefleri

Gelişmiş toplumlar arasında görünen faktörlerden biri de sivil toplum örgütleri, kuruluşlar ve farklı grupların kurulmasıdır. Bu kuruluşlar toplum içerisinde faal gruplar olarak toplum içerisinde kendi rollerine soyunur. Modern dünya ile birlikte ortaya çıkan bir olgu da toplum kapılarının farklı gruplara açılması olur. Toplumun gelişmesindeki en önemli unsurlardan biri söz konusu grupların aktif olmasıdır. Büyük şehirlerde açık biçimde görünen bu durum sosyal yapıya etki ederken, çoğunlukla çağdaş değer ve geleneklere uygun şekilde kültürel yapıyı etkileme amacı taşırlar.

Sosyal gruplar, birbirleriyle kapsayışı ve güçlü sosyal ilişkileri olan, onları diğerlerinden ayıran kendilerine has davranış biçimlerine sahip, birbirlerine bağlı, aralarında güçlü bir bağ olan, ortak menfaat ve duygulara sahip topluluklardır. Sosyal gruplar arasında bir sosyal etkileşim söz konusudur ve ortak bir amaç doğrultusunda hareket ederler (Al-Hasan, 2012:483).

Bir diğer deyişle, "sosyal gruplar, ortak özelliklere sahip, bir amaç uğruna beraber hareket eden ve bunda ısrarcı olan kişiler topluluğudur" (Hekim, 2006:151).

Yani grubun her bir üyesi grubun sembolünü taşır ve amaçları doğrultusunda hareket eder. Kabaca üye amaç ve sembole bağlı olmazsa bu hakkını kaybeder. Dolayısıyla "grup en basit biçimde bir insan topluluğudur. Ancak, her rastgele toplanmış insan topluluğu sayılamaz. Bir topluluğun grup sayılabilmesi için hiç olmazsa ortak bir amaç için bir araya gelmeleri ve etkileşim içinde olmaları gerekir" (Gönüllü, 2001:191).

Bu görüşler göz önünde bulundurulduğunda, "Mr. Erbil" grubu moda sektöründe faaliyet gösteren sosyal bir grup sayılabilir. "Yeni bir stilin birkaç grup tüketici tarafından benimsenmesiyle oluşan sosyal yayılım süreci" (Sevil, 2006: 2) olarak tanımlanan moda, grup üyelerinin hayali ve arzusu konumundadır. Grup üyelerine neden moda ve giyim sektörü diye sorulduğunda hemen hepsi, Erbil'in moda konusunda geri kaldığını, 2003 yılından sonra müzik, tiyatro, sinema ve dans alanlarıyla ilgili onlarca grup, kuruluş, merkez ve enstitünün bulunduğunu; ancak aralarında herhangi bir moda ve giyim grubunun bulunmadığını ifade etmişlerdir. Bundan dolayı grup üyelerine göre, Erbil'de moda alanında faaliyet gösteren bir grubun bulunması önem arz eder. Öte yandan, onlara göre moda küresel bir olgu haline geldiğinden bu çağda sadece Erbil'de değil, tüm diğer şehirlerde de moda gruplarının bulunması olmazsa olmazdır.

Kapitalizmin ve ardından modernitenin ortaya çıkmasıyla birlik çağdaş insanın önemli gündemlerinden birisi olan bireycilik kendini kültürel yapı içerisine koyabilen yeni bir olgu olmuştur. Bilhassa son yirmi yılda "İnternet ve diğer yeni teknolojilerin sağladığı olanaklar sayesinde, bireycilik, tüketicilik ve çeşitli dini ifade tarzlar, daha önce görülmemiş bir serbestlik ve yaygınlıkla dünyayı dolaşmaktadır" (Steger, 2013: 100).İnsan hayatının bireysel amaç ve hayaller çerçevesinde dönmesiyle özgecilik (alturizm) aşınmaya başlar. Bu durum, bir yandan toplumun kültürel değerlerinden kopma anlamına gelirken, öte yandan bireyin sadece kendi inandığı ve kurduğu hedefler çerçevesinde hareket etmesi anlamına gelir. Başka bir deyişle kendi dışındaki yaşamla ilgisi asgariye inen, kendine dönük bir insan ortaya çıkar. Yine de toplum var olduğu sürece bu atomizasyon sınırlı kalır. Bireycilikle mücadele eden ve bundan uzaklaşmaya çalışan gruplar da oluşur. Grup, tek bir amaç, hayal ve arzu etrafında toplanarak ya bireysel hedefleri ortak bir hedef içinde asimile eder ya da ortak hedefi doğrudan onların yerine ikame eder. Bu şekilde bireyciliği aşındıran bir mekanizma üretir.

Benzer bir şekilde grup kurulmadan önce farklı arzu ve hayallere sahip üyeler, Mr. Erbil'in kurulmasıyla birlikte hayallerini ve arzularını bir kenara bırakıp ortak bir hayal ve amaç etrafında birleşmişleridir. Üyelerle yapılan görüşmelerde bu amaç ve hedefler şu şekildedir.

1. “Mr. Erbil” de Erbil'deki yenilikçi gruplardan biri olarak görülür ve moda alanında kente yenilik katmayı amaçlar.
2. Grubun modasını tanıtmak ve yaymak amacıyla uluslararası bir marka oluşturmak. Yani “Mr. Erbil” adında bir giyim markası oluşturmak tüm üyelerin ortak hayalıdır (Görüşmesirasında bu amaçlarını dile getirmişlerdir. “Mr. Erbil” markası KBY’de oluşan ilk giyim markası özelliğini taşır ve gruba özeldir).
3. Halkın kendilerini örnek alacak şekilde şık giyinmeye önem ve özen göstermek. Öte yandan insanların renk kombinasyonuna önem vermesini teşvik edecek kombinasyonlar ortaya koymak. Bununla beraber halka mevsimlere göre renk seçimi yapma bilincini aşılacak. Yani mevsimlere göre renk kombinasyonu oluşturmak.
4. Irak'ın kuzeyi elbise ve moda ithalinin çokça yapıldığı bir bölge sıfatı taşır. Grubun amaçlarından biri de “Mr. Erbil” markasını geliştirerek yerel moda ürünleri ortaya koymak. Grup halkın yerel giyim ve modaya yönelmesini amaçlar, böylelikle bahsi geçen marka, moda sektörünü işgal eden yabancı ve uluslararası markaların yerini almayı hedefler.
5. Erbil onlarca tarihi ve turistik bölgeye sahip dünyanın en eski şehirlerinden biri konumundadır. Söz konusu bölgeler kentin sembollerinden biridir. Yaptıkları etkinlikler, tarihi ve turistik mekanlarda çektikleri videolar sayesinde “Mr. Erbil” bu mekanları dünyaya tanıtmaya amacındadır. Böylelikle yabancıların ilgisini çekebilmek için bir araç olurlar.
6. Grubun başlıca hedeflerinden biri de markayı geliştirerek yerel işçiler için istihdam alanları sağlamaktır.
7. Etkinlik ve çekilen videolarlakadın, çevre ve birlikte yaşam konusunda bilinç oluşturmak.

Erbil'de kısa sürede sembol bir grup haline dönüşen Mr. Erbil'in grup içi dayanışma ve uyumu arttırmak, grubu tanıtmak ve toplumsal duyarlılığı arttırmak

adına grubun amaç ve hedefleri çerçevesinde kendine has çeşitli rutin faaliyetleri vardır. Etkinlikler sadece Erbil’le sınırlı kalmayıp ülke dışında da yapılabilmektedir. “Mr. Erbil’in etkinlikleri şu şekildedir:

1. Önemli futbol maçlarını beraber izlerken ayda bir kez de vizyondaki bir filme birlikte giderler.
2. Perşembe günleri sosyal medya aracılığıyla toplumun başarılı bir kadını Mr. Erbil Gentleman’s House adlı kafeye davet ederler, başarılı olduğu alanla ilgili onun için seminer düzenlerler. Bu etkinlik söz konusu kişiyi topluma tanıtırken, bir yandan da kişinin toplumdaki kadınlara örnek olması ve onları toplumda aktif olmaları yönünde teşvik etmesi amacıyla yapılır.
3. Bahar mevsiminde, özellikle de Nevruz günlerinde birlikte piknik yaparlar.
4. Grubu dış dünyaya daha fazla tanıtmak amacıyla farklı ülkelere seyahatler gerçekleştirirler.

Bu tarz faaliyetler dışında bir gruba üye olmak üyelere bazı rutin işler ve alışkanlıklar da yükler. Bu durum günlük yaşamda ve davranışlarda açık bir biçimde kendini gösterir. Temelde çoğu grubun asıl amacı üyelerinin tutumunu ve görüşünü değiştirmek, daha sonrasında etkilerini çevreye ve topluma aktarmaktır. İnsan doğası gereği bir süreliğine yaşamını belirli bir grup veya komitede sürdürürse, düşünce ve davranışlarının grubun amaçlarına yöneldiği hissedilir. Kişi eğer kendi isteğiyle gruba katılır, grubun hedeflerini zirveye çıkarmak ve geliştirmek isterse, bu durum yaşamına daha hızlı bir şekilde yansır.

Bu çerçevede “Mr. Erbil” grubu ve hedefleri grup üyelerinin yaşamına oldukça etki eder. Grubun üyeleri genel olarak grup etkinlikleri dışında günlük yaşantılarında da görev hissinde bulunduklarını her gün stillerine, özen gösterdiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca insanların yaptıkları işin ciddi bir iş olduğunu görmelerini ve modanın hayatlarının bir parçası olduğunu bilmelerini istediklerini belirtmişlerdir. Yaptıkları işi bir görev olarak gördüklerinden hem aile yaşantılarında hem de sosyal yaşantılarında işlerini ciddi bir şekilde sürdürmektedirler.

Grup liderlerinin deyişiyle: "Temelde amacımız, günlük yaşamlarında grubumuzu temsil edecek biçimde modamızın tüm üyelere yansması. Sonraki

aşamada bunun yavaş yavaş toplum bireylerini etkilemesini ve onların ‘Mr. Erbil’ modasına kapılmasını istiyoruz".(Ü 2. 28 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen’s House, 3.01.2019).

Genel bir şekilde, moda olgusunun Ortadoğu’da, özellikle de Irak’ta yeni olması, zengin dünyanın nüfuzu, teknoloji ve internet ağı ve tüketim kültürünün yayılmasıyla modanın hızlı bir şekilde toplumda yayıldığı görülebilir. Özellikle genç bireylerde bunun karşılık bulması daha kolay olabilmektedir. Gerçekten de 2003 yılından sonra Erbil’de ekonomik sermayenin gelişmesi ve birikmesi, genç neslin yönünü modaya doğru değiştirir. Bahsi geçen durum açık bir şekilde hissedilir ve önceki dönemler için böyle bir durum söz konusu değildir. “Mr. Erbil” grubu da yeni bir olgu olarak etkilerini üyeleri üzerinde hissettirir ve günlük yaşamlarında bir sembol durumuna gelir.

3.2.2. Grup Üyelerinin İlişkisi

"İnsanı diğer varlıklardan ayıran unsur toplum bireyleri ve çevreleriyle karmaşık sosyal ve sembolik ilişki ağına uygun olmalarıdır" (Bruce, 2010: 42). İnsan sosyal bir varlık olup, daima içerisinde bulunduğu sosyal ilişkilere devam etmeye hazırdır. Zaten hayatın devam etmesi de sosyal ilişkilere bağlıdır. İlk ve eski çağlarda insanların iletişimi aşiretleri ve küçük gruplar çerçevesinde sıkışır. Sosyolojik açıdan toplum henüz oluşmazken sadece basit ve dağınık gruplar vardır. Ticaret alanı, siyaset ve ekonomi sisteminin olmaması, sade bir yaşam tarzının varlığından dolayı grup ve aşiret fertlerinin diğer gruplarla etkileşimi yoktur. Yani iletişim sade ve sınırlıdır.

İnsanlığın gelişimi, grupların birbirleriyle etkileşimi ve bunun sonucunda ilkel toplumların oluşması bireyin sosyal ilişkilerinde temel değişiklikler meydana getirir. Her bir bireyin sosyal ilişki seviyesi katlanarak artarken yalnızca kendi dar ilişki çevresinde kalmaz, tersine karmaşık bir ağa doğru evrim geçirirler. Bir başka deyişle,

Önceki sosyal ilişkiler çaresizliktir, insanın sosyal ilişkileri zorunlu olarak kendi aşiret ve grubu çerçevesindedir. Fakat toplumun oluşumuyla farklı ilişkiler ortaya çıkar ve insanlar istedikleri şekilde farklı insanlarla ilişki kurar. Arkadaş grupları, okul ve iş yerlerindeki yeni sosyal alanlar ilkel aşiretlerde olduğu gibi zorunlu değildir (Aziz,2001: 27).

Tarihi dönüşüm noktaları ve dünyadaki büyük değişimler toplumlarda temel değişiklikler oluşturur. Şüphesiz belirli bir toplumun sosyal yapısındaki herhangi bir değişiklik, sosyal ilişkileri de kapsarken bunlara farklı bir form verir. Toplamların gelişmesi, yeni siyasi ve ekonomik sistemin oluşması, beraberinde kapitalizmin gelişmesi ile sosyal ilişkilerde yeni bir dönem yaşanır. 19. yüzyıldan sonra, özellikle bilişim teknolojisinin gelişmesiyle sosyal bilimlerde bazı toplumlar için yeni kavramlar oluşturuldu. Örneğin: endüstriyel toplum, bilgi toplumu vb. toplumlar. Yeni adlandırmalarla beraber anılan toplumlar içerisindeki sosyal ilişkiler de değişir, çünkü modern dünya ve teknolojik icatların ortaya çıkışı sosyal ilişkilerde de değişimler yaratırken yeni ilişkiler de meydana gelir. Anılan ilişkiler eski değerlerini kaybeder ve çağdaş yeni değerler edinir. Bir başka deyişle, maddi ve teknolojik değişimler genel olarak toplum statüsünde değişiklik yaratır, özellikle de sosyal ilişkilerde.

Genel olarak teknolojik araçlar ve internetin icat edilmesi, sadece kurumların günlük işlerinde kolaylık sağlayıp insanların kişisel bilgi ve donanımını arttırmaya yardımcı olmaz, anılan araçlar sosyal ilişkileri de değiştirir. Bununla birlikte artık ilişkiler yüz yüze olacak şekilde kalmaz, saydamlığa ve yok olmaya yüz tutar. "Geçtiğimiz yıllar teknoloji ve internetin gelişmesiyle insanın sosyal ilişkilerdeki etkisinin azaldığını açık bir şekilde gösterir ve bu tüm toplumların acı bir gerçeği haline gelir" (Aziz, 2009: 320).

Bu çerçevede özellikle son birkaç yılda sosyal ilişkiler elektronik bir biçim alır, his ve sevgi aktarımı elektronik mesaj ve aygıtlarla yapılır. İlişkilerin büyük oranı hissiz elektronik cihazlar içerisine girer. Şüphesiz "Mr. Erbil" grubu da bahsi geçen yenedünyanın beraberinde getirdiği yenilik rüzgârına kapılır. Teknolojik değişimlerin açık bir şekilde görüldüğü, teknoloji ve internetin birey hayatında etkin rol oynadığı bir topluma mensup olan genç grup üyeleri için telefon, internet ve sosyal medya sürekli kullanılan bir araçtır. Onlar da internet dünyasından yararlanırlar, diğer üyelerle etkinlik ve toplantılar için internet üzerinden iletişime geçerler. Üyelerin iletişim aracı daha çok sosyal medyadır, bu ağda bulunan grup üzerinden diyalog halinde olup etkinlik ve işleri hakkında konuşurlar. Fakat bunların yanında grup üyelerinin deyişle: "Hafta sonları ve tatillerde sürekli yüz yüze görüşmek için çabalarız. Eğer böyle bir fırsat olmazsa yine sosyal medya üzerinden iletişim halinde oluruz. Çünkü hepimiz kendimizi bir ailenin üyesi olarak görürüz, birbirimize karşı büyük bir saygı ve sevgimiz var". (Ü, 8. 24 yaşında, Mr. Erbil

Gentlemen's House-7.01.2019) Grup üyelerinin demeçlerinin özeti böyledir. Her ne kadar iletişim için sosyal medyayı kullansalar da kendilerini bir ailenin üyesi olarak görürler ve grup üyeleri arasındaki sosyal ilişkinin güçlü olduğu açıktır. Bu yüzden "Mr. Erbil" her ne kadar internet dünyasının dalgalarına kapılmış olsa da, üyeler arasında derin ve sağlam bir ilişki olması için büyük çaba sarf edilir. İlişkiler güçlü olduğunda yardımlaşma ve çaba daha fazla olurken hedeflere yönelik sağlam adımlar atılır.

3.3. ORTA SINIF KAPSAMINDA MR. ERBİL'İN HABİTUSU

Orta sınıf, ekonomik, siyasi ve toplumsal şartları burjuva ve işçi sınıfı arasında yer alan bir tabakadır. Toplumsal araştırmada orta sınıf diğer toplum tabakalarına oranla daha yeni bir kavram olsa da, tabaka hakkındaki düşünceler eskilere dayanır. Örneğin "Aristo'nun meşhur yorumuna göre, bir toplumda orta sınıfın diğer iki sınıfa göre çoğunlukla olması o toplumun istikrarının bir göstergesidir." (Erdem, 2018: 539).

Orta sınıf sosyolojik olduğu kadar siyasi ve ideolojik bir kavram da olabilir. Yani bu kavram farklı ideoloji ve siyasi görüşler bakımından açıklanabilir. Mihirdad'ın (2019: 24-57) da belirttiği üzere orta sınıf, gelişmemiş toplumlarda iki şekilde ele alınabilir; Bunların bir bölümü, küçük ve orta mülkiyetleri olan, yaptıkları mesleklerde orta sınıf konumuna sahip kişilerdir. Yani küçük ve orta ticaret hacmine, ekonomik, endüstriyel ve ziraat projelere sahip bireylerdir. Diğer, din adamları ve geleneksel devlet çalışanlarıdır. Orta sınıfın başka bir tabakası da yeni ortaya çıkan, endüstriyel ve modern toplumun bir ürünü olan kişileri kapsar. Yani modern değerlerle ortaya çıkan yenilikçi dünyanın belirmesi ve gelişmesi ile oluşan kişilerdir(Mihirdad, 2019: 24-57). Sosyal, siyasi ve ekonomik yapının büyük dönüşümü, bunun yanında İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra refaha dayalı modern devletlerin kurulması, anılan tabakanın gelişmesine zemin hazırlamıştır. Genel anlamda bunlar aydınlar, teknokratlar, üniversite ve meslek diplomalarına sahip kişilerdir. Bu kişiler diploma, bilimsel ve akademik rütbelere sayesinde doktor, mühendis, öğretmen, avukat, özel alanlarda ve devlet kadrolarında uzman olarak çalışan statüsüne kavuşurlar. Anılan bireyler ekonomik ve sosyal yapı içerisinde teknik, yönetim ve ticaret alanlarında çalışan aktif birer üye olurlar.

Genel olarak orta sınıf düşünsel, bilimsel ve bilinçli işleri kendinde barındıran ve büyük mülkiyetlere sahip olmayan kişileri kapsar. Bu nedenle Marksist terminolojide küçük burjuvazi olarak adlandırılır. Lenin'e göre "küçük burjuvazi geneliyle küçük mülk ve üretim aracı sahibidir. Sahibi olduğu üretim araçlarının değerinin, üretim kapasitesi ve teknik düzeyinin düşüklüğü onu burjuvaziden ayıran bir noktadır" (Karadağ, 1984: 8). Bu durum onların modern dünyanın önemli bir tabakası olmasını sağlarken, birçok uzman bu kişilerin toplumun geleceğini ve gelişimini üstlendiğini ifade eder.

Kapitalist/burjuvazi ve proletarya/işçi sınıfına ek olarak tanımladığı küçük burjuvazi, bir ara tabaka olarak ilgili yazındaki geleneksel orta sınıfı oluşturur. Küçük burjuvazi, kendi hesabına çalışan ve zanaatkârlar ile serbest çalışan avukat, doktor, eczacı, mühendis, muhasebeci, sanatçı ve devlet memurlarının kapsar(Aslan, 2012: 59).

"Yeni orta sınıf çoğunlukla yenice ortaya çıkmış yüksek mesleki pozisyonlarda daha yüksek gelir ve sosyal statü ile çalışanları tanımlar" (Aslan, 2012: 65). Yeni orta sınıfın özelliklerinden biri, düzenli etkinlikler ve belirli kültürel kimliğe sahip olmalarıdır. Onlar sivil toplumun ilkelerini dengede tutarlar. Bir toplum içerisinde orta sınıfın olmaması veya olsa da zayıf olması ekonomik ve sosyal düzeyde eşitsizliği gösterirken, toplum içerisinde sosyal parçalanmayı ve krizi simgeler. Orta sınıfın varlığı ve güçlü konumda olması tabakalar arasındaki eşitsizliği azaltırken, toplumsal alanda dengeyi kurar. Kaniî'e göre (2012, 317-336) toplumsal ve siyasi huzurun gelişmesi direkt olarak orta sınıfın aktif olması ile ilişkilidir. Çünkü söz konusu sınıfın güçlü olması, alt ve üst sınıflar arasında farkın azalması, dolayısıyla sosyal eşitliğin yüksek olması anlamına gelmektedir.

Orta sınıfın ortaya çıkması bir toplumda demokrasi ve özgürlük anlayışlarının şekillenmesinde etken bir rol olabilir. Temelde bu sınıf demokrasinin bir ürünüdür, çünkü orta sınıf ekonomik, sosyal ve siyasi düzeylerde yeni yetenek, yeni bilinç ve modern bilgilere sahip halktan oluşur. Zaten yeni orta sınıf reformist ve ılımlı bir tabaka olarak bilinir. "Devrim ve şiddete inancın gelişkin olmadığı bu sınıf, reformun, ekonomik, siyasi ve kültürel gelişimin sivil akımla ve şiddet olmadan yapılacağına olan inanç daha güçlüdür"(Kaniî, 2018).

Şimdiki çağda kalite ve yaşam tarzı bakımından üst sınıf ile orta sınıf arasında bazı benzerlikler bulunur, fakat bu benzerlik ekonomik gelir ve mülkiyette bulunmaz. Bununla birlikte orta sınıf yeni davranış, his, görenek ve buluşlara sahiptir. Çünkü benzer bir sosyal yapıya bağlıdırlar ve üyeleri benzer yaşam tarzını

benimserler. Öte yandan orta sınıf üyeleri eğitim, diploma ve aylık gelir konusunda farklı seviyededirler. Yani farklı mesleklere sahip olan bu kişiler tek bir orta tabaka türü olarak değerlendirilemez. Çünkü farklı mesleklere, rollere sahip bu kişilerin ekonomik gelirleri de farklıdır. Bu yüzden orta sınıf 3 türe ayrılır:

1. Üst orta sınıf: bunlar orta sınıfın en üstünde yer alan ve doktorlar, avukatlar, muhasebeci, mimar, yüksek düzeydeki bilim adamı ve mühendis gibi meslek sahiplerinin oluşturduğu gruptur.
2. Orta orta sınıf: orta orta sınıfın üyelerini devlet okullardaki öğretmenler, sigortacılar, satış elemanlar tezgâhtarlar oluşturduğu bir gruptur.
3. Alt orta sınıf: büro işçiler, büro çalışanlar, yine kısmen beyaz yakalı, eğitim ve uzmanlık gerektiren mesleklerden oluşur (Erdem, 2018:543-545).

Sahip olma bakımından şimdiki çağda eski orta sınıf ile yeni orta sınıf arasında fark bulunur. Eski orta sınıf daha çok ekonomik sermaye üzerinden tanımlanırken; yeni orta sınıf, deneyim, diploma, bilim ve eğitimin getirdiği kültürel sermaye üzerinden tanımlanmaktadır (Mihirdad, 2019: 24-57). Yeni orta sınıf temelde ekonomik gelirlerini bu kültürel sermayesine borçludur.

Buradan hareketle, Mr. Erbil'in orta sınıf arasında yer alan bir grup statüsündedir. Grup üyelerinin aylık geliri, toplumsal çerçevedeki yaşamları, yaşam tarzları, diplomaları, bilimsel seviyeleri ve aylık harcamalarına bakıldığında, onların orta sınıf üyesi olduğu görülür. 18 üyeye sahip grubun 16 üyesi ile yapılan görüşmede, sadece bir üye henüz eğitim hayatını tamamlamadığını ve öğrenci olduğunu belirtmiştir. Diğer 15 üye farklı diploma ve uzmanlık alanlarına sahiptirler. Ayrıca üyelerin her biri kendi mesleği ve aylık gelirine sahiptir. “Gelirinizin kaynağı nedir?” şeklindeki soruya, 15 üye kendi gelirlerine sahip olduğunu belirtirken, bir üye de ailesinin maddi gelir ihtiyacını karşıladığını ifade etmiştir. “Ailenizin gelir durumu nedir ve ne kadardır?” sorusuna verdikleri cevaplardan, aile gelirlerinin ortalamasının 1737 dolar olduğu saptanmıştır. Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki ekonomik refah seviyesi düşünüldüğünde bu gelir oldukça yüksek bir seviyededir.

Kürdistan Bölgesel Yönetimi/Erbil’de, 2018’de aylık kişi ve aile başına ortalama harcamaları şöyledir:⁸

⁸<http://www.krso.net/Default.aspx?page=article&id=899&l=1&#krso2>

Tablo 3: Kürdistan Bölgesel Yönetiminde Kişi ve Aile Bazlı Ortalama Aylık Harcama

	Dinar	Dolar
Kişi Başı Ortalama Harcamalar	211.000	175
Aile Ortalama Harcamaları	1.118.000	930

Görüşme yapılan üyelerin yaşadıkları yerleşim yerleri ve mahalleler üzerinde durulması gereken bir başka önemli husustur. Bu yerler, hem yüksek tabakaya ait yerleşim yerleri, hem de alt tabakanın oturduğu yerleşim yerlerinden farklı olarak kendi aralarında bir benzerlik bulundurmaktadırlar. Erbil'in merkezinde bulunan Öğretmen ve Memur Mahalleleri buna örnek olarak gösterilebilir. Öte yandan, grup üyelerinin alışveriş yaptığı yerler ve günlük hayatlarında kullandıkları maddi araçlar da aynı şekilde benzerlik göstermektedir. Üyeler, boş zamanlarını değerlendirdikleri ve alışveriş yaptıkları yerleri birbirlerinin ortak değer yargıları ve ekonomik durumlarına göre seçtiklerini belirtmişlerdir. Bu yüzden de çoğu zaman beraber vakit geçirip alışveriş yapmaktadırlar. "Hafta sonları ya da tatillerde arkadaşlarımızla Alış Veriş merkezlere gidiyoruz, özellikle elbise satın almak ve bir şekilde sohbet etmek için, ayrıca bize, Erbil'de Tablo Mall ve Rayan Mall⁹ alışveriş yapmak için daha uygundur, biz hep oraya gidiyoruz" (Ü 12. 25 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 8.01.2019). Erbil'in ekonomik ve sosyal durumu göz önünde bulundurulduğunda, üyelerin verdiği yanıtlar ve ekonomik durumları, onların orta orta sınıfın üyesi olduğunu gösterir.

Dolayısıyla aynı hayale, amaca, yaşam tarzına ve aynı sosyal tabakaya mensup bir grup gencin modern bir proje etrafında toplanması şeklinde beliren Mr. Erbil'i sosyal tabaka çerçevesinde analiz etmek önemlidir. Bu bağlamda, sosyal tabakanın önemli bir konusu olan Bourdieu'nün *Habitus* kavramı göz önünde bulundurulmalıdır. Bir başka deyişle, grupla ilişkili en temel konulardan biri onların yaşamı ve yaşam tarzıdır. Bourdieu'ya göre toplumsal ayırım, farklı *Habitus*ların oluşumunun temel ilkesidir. Yani her bir sosyal tabaka kendinde has bir *Habitus*a sahiptir. Bourdieu'nin görüşüne göre, tabaka farkı sadece maddi ve ekonomik sermaye ilkelerine bağlı değildir, bu ayırım yaşam tarzı ve davranış şeklini de kapsar.

⁹ Erbil'de farklı alışveriş merkezleri bulunmaktadır. Bunlardan bazıları ekonomik açıdan hemen hemen her kesim için uygunken bazıları sadece gelir seviyesi daha yüksek olanlar tarafından tercih edilmektedir. Family Mall ve Majidi Mall genellikle gelir durumu yüksek olanlar tarafından tercih edilirken Rayan Mall ve Tablo Mall her kesime hitap edebilmektedir.

Bu yüzden "Bourdieu kendi sınıf tahliline, mesleğin ve gelirin yanı sıra hayat tarzına işaret eden unsurları, beğenileri, eğitim vasıfları, toplumsal cinsiyeti ve yaşı da dâhil eder" (Swartz, 2011: 206).

Bourdieu'ye göre *Habitus* zaman, eğitim, gelişim ve sosyal durum ile insanda yer bulan zihinsel ve algısal bir sistemdir. Bu süreç insanın sosyal davranışlarına ve psikolojisine yön verir. *Habitus* insanın içinde bulunan ilkelere bağlı olarak yaptığı günlük davranışlardır. Bundan dolayı Bourdieu'ye göre, insan ne bilinçli ne de bilinçsiz bir varlıktır, çünkü belirli toplumsal alanda ona verilen kurallar çerçevesinde yaşam sürecini geçirir. Bir başka deyişle, her bir belirli tabakanın kültürel mirası ve eserleri, toplum çerçevesinde bireyin vücudunun, imajının ve düşüncelerinin bir parçası olur. Çünkü *Habitus*, özel bir yaşam çerçevesinde doğduğu günden beri bireye verilen, onun doğasında ve yaşantısında beliren şeylerin tamamıdır. Sade bir biçimde Bourdieu'ye göre "habitus, tabakalı bir toplumsal dünyada insana nereye ait olduğu ve nereye ait olmadığı duygusunu kazandırır" (Swartz, 2011: 152).

Bourdieu ifade ettiği gibi "sınıflar aynı habitusa sahip biyolojik bireyler kümesidir. Başka deyişle Bourdieu, benzer hayat koşullarına ve bunlara tekabül eden yatkınlık kümelerine sahip her türlü birey grubunu toplumsal sınıf olarak tanımlar" (Swartz, 2011: 215). Bu anlamda Mr. Erbil, birçok ortak değere, uygulamada özel ve ortak bir *habitus*a sahiptir. Mr. Erbil grubu üyelerinin hemen hepsi aylık gelire sahiptir ve maddi mülkiyet bakımından birbirlerine yakın durumdadırlar. Üniversite diplomaları vardır ve bunun sayesinde bir meslek edinmişlerdir. Kültürel sermayeye sahip olma bakımından aynı seviyededirler. Hepsinden önemlisi de, onların giyim şekline ilişkin arzuları, aynı kültürel ve toplumsal alana bağlı olduklarının bir göstergesidir. Bu bağlamda tüm bu ortaklıklar onların özel bir *habitus*a bağlı olduklarını ve bunun da Erbil'de orta orta sınıf çerçevesinde olduğunu gösterir.

3.4. KÜRDİSTAN BÖLGESEL YÖNETİMİNDEYENİ DÖNEMVE ORTA SINIFIN DÖNÜŞÜMÜ

Mr. Erbil'in ortaya çıkması zamansal ve mekânsal anlamda bir tesadüften çok yeni dönemin ruhuyla alakalıdır. Kürdistan Bölgesel Yönetimi için 2003 yılı yeni bir dönemin başlangıcıdır. Bu dönem genel anlamda toplumun tümünde özelde ise orta sınıfın dönüşümünde önemli bir dönüm noktasıdır.

3.4.1. 1991-2003 Yılları Arasında Orta Sınıfın Çöküşü

Ekonomik ve siyasi krizler toplumsal yapı ve toplum bireylerin yaşam tarzını doğrudan etkileyen faktörlerin başında gelir. Her kriz ve savaş beraberinde toplumsal statünün çatlamasını, kimi durumlarda ise kopuşunu ve toplumsal yapının çökmesini beraberinde getirir. Özellikle de sağlam ve gelişmiş bir yapıya sahip olmayan toplumlarda bu dönüşüm daha dramatik bir şekilde görülür. Bu tarz toplumlarda bireyin yüklendiği toplumsal bilinç yeterince gelişkin olmadığı için, toplumsal yapıyı oluşturan faktörler kısa bir süre içerisinde parçalanmaya başlar ve bireyin yaşamı sorunlu ve olumsuz bir yönde ilerler. Ayrıca siyasi ve ekonomik krizler eşitsizliği derinleştirerek sınıflar arası farkın açılmasına neden olur.

Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki siyasi ve ekonomik iniş çıkışlar, sürekli olarak toplumsal gerçeği büyük bir krize uğratan olgulardan biridir. Kürdistan Bölgesel Yönetimi, coğrafi konumundan dolayı sürekli olarak krizi kendinde barındıran bir görüntü sunar, toplumsal gerçeklik bakımından ise istikrarlı bir siyasi ve ekonomik sistemin ortaya çıkmasına olanak sunan dengeli bir seviyeye ulaşamamıştır. Irak'ta 20. yüzyılın son çeyreğinde üst üste yaşanan krizler toplumsal ve kültürel statüyü doğruca kendi nüfuzu altına alan etkenlerden biridir. Bu durum yeni ve çağdaş toplumsal değer ve düzgülerin ortaya çıkıp gelişmesini engellemiştir, böylelikle de toplumsal yapının sürekli olarak kopması ve çatlamasına neden olmuştur. "Bu dönemde yaşanan savaş ve krizler kültürel projelerin ortaya çıkıp toplumun ilerlemesine bir örnek teşkil etmesine büyük bir engel teşkil etmiştir"(Şerif, 2008).

"1991 yılı ve Kürdistan Bölgesel Yönetiminde Baas Partisi'ne karşı yapılan ayaklanmadan sonra bölgede yeni bir başlangıç olan yeni siyasi ve ekonomik dönem ortaya çıktı. Önceki dönemlerden farklı olarak daha farklı ve istikrarlı bir toplumsal yapının oluşmasına zemin hazırlayan bu dönem, toplumun açılıp gelişmesi dönemi olarak kabul edilmektedir"(Kadir, 2012). Fakat siyasi ve ekonomik krizin yaşanması, bununla beraber YNK ve KDP (PDK-PUK) arasında "kardeş öldürme" (*bırakuji*) olarak adlandırılan iç savaşın(1992-1997) başlaması, toplumsal yapının tamamına etki ederek, toplumun nerdeyse tümünden parçalanmasına neden olacak bir süreç yaratmıştır. Bu savaş ve kriz doğruca kültürel unsurlar ve eğitim merkezlerini etkilemiştir, öyle ki eğitim projeleri pasifleşip parçalanmış, üniversitelerin eğitim kalitesi kötüleşmiş, devlet daireleri, iş ve hizmet projeleri yok olmaya yüz tutmuştur.

Toplumsal yapı parçalanarak Kürdistan Bölgesel Yönetimi, yeşil (YNK bölgesi)ve sarı (PDK bölgesi)olmak üzere iki bölgeye ayrılmış; iki bölgede de kriz ve toplumsal sorunlar belli bir müddet toplumsal yapının restorasyonunu imkânsız kılmıştır.

İç savaş döneminde demokrasi ilkelerinin ortadan kalkması, eğitim durumunun kötüye gitmesi ve sivil toplum ilkelerinin yok olmasından dolayı alt ve üst sınıf arasındaki gedik oldukça açılırken, bu fark orta sınıfı bir azınlık haline getirerek, büyük ölçüde etkisiz kılmıştır. Bahsi geçen dönemde orta sınıfa mensup kişiler toplumsal ve siyasi konumlarını önemli ölçüde yitirdiler. Yani toplumun önemli yerlerinde görülecek kadar güçlü bir konuma sahip olamadılar. Orta sınıfın bu dönemde başlıca sorunlarından biri de, siyasi ve ekonomik zorunluluğun getirmiş olduğu mevcut ideolojinin kurallarına boyun eğmek zorunda kalmalarıdır. Bu yüzden alt sınıf gibi orta sınıf da iç savaş ve krizin bir kurbanı olarak toplumsal ve kültürel alanlarda varlık gösterememiş, toplumsal yapıya etki edebilecek genel bir tavra sahip olamamışlardır. Dolayısıyla toplum için yeni kültürel değerlerin üretimi akamete uğramıştır.

"Orta sınıfı tanımlayan unsurlardan biri de, şüphesiz onların sivil toplum ilkelerine ve kültürel projelere sahip çıkmalarıdır, çünkü eğitilmiş ve bilimsel akla sahip tabaka olarak bilinirler. Eğitim ve kültür bağlamında güçlü bir konuma sahip olan bu sınıf, demokrasi isteyen yumuşak güç olarak kabul edilir" (Kanii, 2012: 317-336). Fakat bu dönemin karmaşıklığı tüm güçlerini elinden almış, bu sınıfı toplum bireylerine örnek olabilecek kültürel projelere öncülük yapabilecek olanaklardan yoksun bırakmıştır. Örneğin: doktor, avukat ve üniversite öğretim üyesi gibi topluma etki etmeye çalışan kişiler, krizin getirmiş olduğu zorunlulukla projelerinden uzaklaşıp vazgeçmişlerdir. Söz konusu yıllarda kültürel ve entelektüel etkinlik azalmış ve bu dönem orta sınıfın etkinliğini kaybettiği dönem olarak görülmektedir. Durumun hiçbir kültürel harekete olanak vermeyecek kadar düzensiz bir hal almasıyla, kültürel etkiyi topluma taşımayı amaçlayan, en azından bu potansiyele sahip, kişiler yurt dışına çıkmaya başladılar. Köy ve kasabalardan kent merkezlerine doğru göç de neredeyse bitmiş, ekonomik çöküntü kentlerin modern bir görüntüden uzaklaşmasına neden oldu. Var olan eğitim yapısı ise bir neslin eğitim ve öğretim hayatını, küresel değer ve yeniliklere aşina olmasını engelleyecek kadar kötü bir seviyeye geriledi. Çağdaş kültür ve eğitim merkezlerinin işlevsizliği, toplumsal yapının taklitçi bir çerçeveye bürünmesini, çağdaş yeni değerlerden uzaklaşmayı ve kültürel sermaye gelişiminin durmasını beraberinde getirdi.

İç savaşın sona ermesiyle beraber, 1997-2003 yılları arasında bölgede belirli bir istikrar oluşmuş, ama bu istikrar toplumsal yapıyı toparlayacak düzeyden çok uzaktır. Çünkü söz konusu istikrar neredeyse salt siyasi alanı kapsayıp ekonomik ve kültürel bakımdan kayda değer bir gelişim sağlamadı. Bu anlamda bu dönem, ekonomik ve kültürel kriz bakımından önceki dönemin bir uzantısı sayılabilir. Hatta ortaya çıkan jeopolitik bölünme toplum tabakalarını daha fazla çatlatıp birbirinden uzaklaştırmıştır. Bahsi geçen dönemde orta sınıf, birçok ayırıcı etkinlik ve simgeye sahip olduğu 1960'lı ve 70'li yıllardaki konumundan henüz çok uzaktadır. "Yani orta sınıfın tam olarak toparlanması mümkün olamamıştır" (İbrahim, M. vd, 2009: 2263-2272)

3.4.2. 2003 Yılından Sonra Orta Sınıfın Gelişimi

Irak 20. ve 21. yüzyıllarda inişli çıkışlı ve farklı siyasi olayların yaşandığı bir dönemden geçmiştir. Irak Ortadoğu nezdinde siyasi ve mezhepsel çekişmeler konusunda derin bir tarihe sahip ülkelerden biri olarak kabul edilebilir. Birbiri ardına gelen rejimler ve komşu ülkelerle yaşadığı çekişmelerin bir sonucu olarak, Irak sürekli bir biçimde siyasi ve ekonomik istikrarsızlık içerisinde olmuştur. Söz konusu siyasi karışıklık, çekişme ve istikrarsızlık 2003 yılından sonra Saddam Hüseyin'in Baas rejimi yıkılana kadar devam etmiştir. Yeni süreç Irak'ın genelinde olduğu gibi ülkenin kuzeyi üzerinde de ciddi bir etki yaratmıştır. Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki şehirler genel olarak istikrara kavuşup iktisadi anlamda önemli mesafeler kat ederlerken, özellikle tarih boyunca ekonomik, siyasi ve kültürel çekişmelerin en önemli merkezlerinden biri olan Erbil, gözle görünür şekilde büyüyen ve gelişen şehirlerden biri olur. Irak'ta Kürt ve Arap siyasi partilerin anlaşması ve yeni hükümetin kurulmasıyla birlikte KBY'de astronomik rakamlarda bütçe akışı kısa bir sürede ekonomide temel değişiklikler meydana getirir. Bireyin yaşam statüsü ve geliri önemli ölçüde artış gösterir. Ekonominin gelişmesi, şehirlerin büyümesi, farklı kültür ve değerlerin iç içe geçmesiyle Kürdistan Bölgesel Yönetiminde seküler kökler ve demokratik değerler daha da sağlamlaştı.

Her bir siyasi dönüşümün toplumsal yapıyı oluşturan unsurları doğrudan etkilediği açıktır, çünkü her dönüşüm toplumsal kurumları ve toplumsal yapının yönü ve rolünü başka tarafa çeker. Siyasi değişimlerin olumlu etkisi olması şart değildir, tersine bazı durumlarda derin krizler üretebilir, örneğin; bahsi geçen 2003

yılından önceki dönem gibi. Bu yüzden söz konusu dönemde yaşanan siyasi dönüşüm birinci derecede toplumsal yapının yönünü değiştirmiş ve ona başka bir form kazandırmıştır, çünkü değişimler küçük boyutta olmamış, sadece tek bir şehirde yaşanmamış ve tüm Kürdistan Bölgesel Yönetimi bölgesini kapsamıştır. Bu değişimler makro değişim olarak kabul edilir, çünkü değişimler tüm toplumsal unsurları kaplamıştır ve bu dönem bütünsel değişiklik dönemi olarak bilinir. Yeni dönemde eğitim ve öğretim kurumları yenilikçi ve çağdaş bir yöne girer, eğitim seviyesi, üniversite ve enstitüler değişir, genel olarak okuma yazma bilenlerin oranı artar, toplumsal hareketlilik kısa süre içerisinde tamamen gelişir, eğitim ve öğretim sistemi eski formundan çıkarak yeni bir biçim alır, devlet kurumlarında topyekûn bir hareketlilik yaşanır, kriz ve sorun döneminden istikrar ve toplumun gelişim dönemine geçilir.

Bu dönemde gelişimin en belirgin özelliklerinden biri de büyük şehirlere yapılan göç oranının artmasıdır. İnsanlar daha uygun ve gelişmiş bir yaşam elde edebilmek adına büyük şehirlere göç etmişlerdir. İç göçlerden dolayı kısa süre içerisinde şehirlerdeki nüfus artar ve kalabalık bir hal alır. Şehirlerdeki olumlu istihdam alanlarından dolayı eğitilmiş kişiler, doktor ve öğretmenler büyük şehirlere yönelmiştir. Böylelikle de büyük şehirler kısa süre içerisinde eğitilmiş kişilerle dolmuş ve bunlar iyi bir konum elde etmiştir. Dolayısıyla eğitilmiş kişilerin konumunun değişmesi bu dönemin en belirgin özelliklerinden biri olmuştur. Diploma sahibi kişiler toplum içerisinde etkili bir toplumsal hareket rolü görmüş, önceki dönemde kaybettikleri konumu tekrardan elde etmişlerdir. Bahsi geçen gelişim, tabaka değişimini birinci dereceden etkilemiş ve farklı bir toplumsal ayrım oluşmasına neden olmuştur.

Bu dönemin bir diğer belirgin özelliği siyasi gelişim ve açılmıdır. Bununla beraber seküler ilkeler toplum içerisine girmiş ve toplum bir adım daha taklitçi yapısından uzaklaşmıştır. Şüphesiz bu ilkeler, orta sınıfın olaylara etkisini bir o kadar arttırmıştır, çünkü siyaset, meclis ve devlet kuruluşları bakımından bu dönemde orta sınıf doğruca söz sahibi olmuş ve şehirlerdeki nitelik gelişimine katılmıştır. Bu dönem siyasi açıdan önceki dönemden büyük bir kopuş anlamını taşımaktadır. Öte yandan siyasi seviyede yaşanan en büyük olaylardan biri de 2009 yılında siyasi muhalefet partisi olan Gorran'ın¹⁰ kurulmasıdır. Bu durum genel

¹⁰ Değişim Hareketi.

olarak orta sınıfın siyasi hareketi olarak kabul edilir, çünkü yüzlerce öğretmen, doktor, avukat ve eğitimli kişi söz konusu siyasi partisinin üyesi olmuş, demokratik ve sivil ilkelerin yerleşmesi için çalışmış, aşiretçi siyasi bakışı kırma çabası içerisinde olmuşlardır. Orta sınıf, bu yolla kendi sembolleri olan demokrasi ve sivil değerleri yerleştirme ve yayma çabasını göstermiştir. Dolayısıyla bu olay orta sınıfın ayaklanması olarak kabul edilir, çünkü orta sınıf alt ve üst sınıflar arasındaki eşitsizlik seviyesini azaltmak için aktif bir katılım sergilemiştir.

Genel olarak 2003 yılından sonraki bu yeni dönemde orta sınıf kendini üst sınıftan ayıran ve nüfuzundan uzaklaştıran bir konum elde etmiştir. Bunun göstergelerinden birisi orta sınıfın tarihsel olarak bu sınıfla özdeşleşen “efendi” gibi birçok kültürel unsur ya da sembolü yeniden üretmeyi başarmasıdır. Bu kurtuluşla beraber üniversite, yüksekokul, okul ve diğer eğitim merkezleri orta sınıfın nüfuzuna girer. Bu bağlamda orta sınıf toplumun diğer bireyleri üzerinde etkili olur ve bu durumla beraber orta sınıf gelişmiş, önceki yıllarda oluşan sınıfsal farklılıklar azalmıştır. Bu dönemden sonra orta sınıfın toplum içerisindeki azınlık görüntüsü kaybolmaya başladı. Orta sınıftan sayılabilecek kişilerin sayısı artarken bunların sınıfsal konumları devamlı olarak güçlenir. Orta sınıfın ayakları üzerinde durmaya başladığı bu dönemle birlikte bireyin yaşam kalitesi önemli bir seviyeye yükselirken, tüketim kültürü ve boş zamanlarını değerlendirme pratikleri gelişmeye başlamıştır. Yeni dönem bu tabakayı tüketim ve günlük hayatta sürekli aktif olma yönüne doğru dönüştürmüştür. Öte yandan bu tabaka toplum bireylerine belirgin bir örnek olması adına birçok değer ve normların gelişmesi ve yayılması çabasında olmuştur, bunu da kültürel ve entelektüel etkinlikler yoluyla yapmıştır. Böylelikle birçok yeni olgunun ortaya çıkmasında pay sahibi olmuş ve toplumun sosyal yapısına yeni bir görünüm vermek için çabalamıştır.

Tüm bu gelişmelerde Erbil’in ayrıcalıklı bir konumu vardır. Erbil’in coğrafi konumu, bu şehirde çok önemli projelerin hayata geçmesine neden olurken, özel sektörlerde de gözle görülür bir şekilde gelişim yaşanır. Hizmet, yerleşim alanları, büyük alışveriş merkezleri, oteller, moteller ve restoranların inşası, ayrıca ulaşım araçlarının, teknoloji ve internetin gelişimi gibi yeniliklerle beraber yabancı şirketlerin gelişi, bölgesel ülkelerin Erbil’de yatırım yapması, Erbil’in gelişimi ve istikrarına çok ciddi bir katkı sundu. Bunun sonucunda köylerden ve diğer şehirlerden insanlar Erbil’e göç edip daha önce bilmedikleri farklı bir yaşama başlar. Daniel Lerner’in (1965: 76)dediği gibi,

"Modernleşme süreci bireylerin yaşam alanlarını ve tarzını büyük ölçüde değiştirir. Derin bir ilişki seviyesinde bulunan, belirli bir köyde aynı tarzda ve birleşik bir yaşam süren bireylerin, kalabalık şehirlere göç etmesi, farklı ve tanınmamış bir kimlik ile tanışmaları, günümüzde Ortadoğu’da modernleşmenin en belirgin unsurlardan biridir".

Yaşanan tüm değişikliklerin bir sonucu olarak, bir değişim merkezi haline gelen Erbil, kalabalık ve hareketli bir şehir statüsü aldı. Anılan değişimler açık bir şekilde Erbil’de yaşayan ailelerin ya da bireylerin yaşam tarzını çok radikal bir şekilde dönüştürmeye başladı. Bireyin sade ve taklitçi rolü değişirken, aynı anda birçok farklı rol içerisinde bulunmasının zemini oluştu. Sosyal ilişkiler yalın ve geleneksel hallerinden sıyrılıp daha karmaşık bir hal aldılar. Anılan etkenler küresel sosyal değerlerin Erbil’e aktarılmasına neden olurken, halkın öncelik verdiği geleneksel değerlerin zayıflamasına yol açtı.

"Endüstrinin ve ekonomik ilkelerin devamlı gelişim sağlaması ile birlikte sosyal ve toplumsal ilişkiler zayıflar. Bu etkenler ailelerin akrabaları ile olan yakın ilişkilerini ortadan kaldırırken, bu durum sosyal ve akraba ilişkilerinde bir dönüşüm yaratır. Daha sonra anılan ilişkileri başka şekil ve türler ile yeniden tanımlar" (İlyas, 2010: 79).

Bunların yanında Batılı eğitim sisteminin gelişmesi, modern eğitim sistemi sunan özel üniversitelerin ve özel eğitim alanlarının açılması, yabancı dil öğreniminin yaygınlaşması, farklı grupların oluşması, sivil toplum örgütlerinin kurulması, modern mimarinin ortaya çıkması vb. etkenler kısa süre içerisinde Erbil’i Irak’ın diğer şehirlerinden farklı bir konuma getirmiştir. Erbil büyük ölçüde klasik ve geleneksel şehir formundan, modern ve değişime açık bir şehir formuna kavuşmuştur. Meydana gelen tüm değişimlerle birlikte kültür değişiminde kapsayıcı bir olgu ortaya çıkarken, farklı grupların oluşması da sıkça görülen olaylardan biri haline gelmiştir. “Mr. Erbil” grubunun ortaya çıkması bunlardan biridir.

Biz Mr. Erbil Grubu olarak toplumumuzun bu yıllarda iyi bir değişim yaşadığını hissediyorduk, bu yüzden toplum için iyi ve yeni şeyler yapma ihtiyacı duyduk. Etrafımızda bulunan insanlar için yeni bir örnek olabilmek adına modayı seçtik, çünkü etrafımızda modaya da diğer ihtiyaçlar gibi gerek duyuluyor. Bu yüzden de etkimizin olduğunu ve iyi bir ün kazandığımızı hissediyoruz (Ü. 7, 23 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen’s House, 7.01.2019).

Grubun yarattığı bu hızlı etki, toplumsal yapının yeni olgu ve konulara hazır olmasından kaynaklanır. Çünkü yüksek kültürün zemin kazanması ve moda grupları gibi oluşumların ortaya çıkıp popüler olabilmesi için güçlü bir iktisadi yapıya ihtiyaç vardır. Çünkü toplumsal elitler, yeni değerler üretip onu toplumun bireylerine ulaştırabilmesi için toplumsal istikrara ihtiyaç duyar. Diğer bir deyişle, siyasi ve

ekonomik istikrarla orta sınıf daha fazla kültürel aktivitelerde bulunurken topluma etki etmek için çabalar. Bu da modanın ya da Mr. Erbil gibi bir grubun 2003 yılından sonra ortaya çıkmasını açıklar.

3.4.3. Kültür ve Yeniden Üretim

1970’li yılların ortalarında yaşanan iç savaş, daha sonra uzun soluklu Irak-İran savaşı (1980-1988) ve Körfez Savaşı (1990-1991) ile birlikte Irak’ın tamamında ekonomik, siyasi ve sosyal durum kaotik bir hal alır. Ayrıca devlet kurumları kontrolden çıkar, toplumsal düzende bir çöküş meydana gelir. Körfez Savaşı’nın ardından 1990’lar boyunca Kürdistan Bölgesel Yönetiminde yaşanan iç savaşla siyasi, ekonomik ve toplumsal yapılar yok olmaya yüz tutarken, artık normal bir yaşam sürebilmek için toplumsal şartlar elverişli değildir. Yaşanan savaşlar ve bu sürecin getirdiği göçmenlik, zor yaşam şartları ve ülke yapısının bozulması onlarca kültürel değer ve olgunun ortadan kaybolmasına neden olmuştur. Kaybolan olgulardan biri de “efendi” kavramının kullanışdır ve bu kavram artık tarih olmuş, kültürel oluşumun bir parçası olmaktan çıkmıştır.

İkinci Dünya Savaşı’nın getirmiş olduğu toplumsal yıkımların ardından genel olarak büyük güçler savaş sonrası toplumların gelişimi ve ilerlemesi için bir toparlanma dönemine girdiler. Benzer bir şekilde, Irak’ta da art arda patlak veren savaşların dinmesiyle bir toplumsal istikrar dönemi başlamış oldu. Ekonomik durum iyileşirken, toplumsal gerçeklik yeni bir form almış ve yaşam tarzı başka ona göre yeniden şekillenmeye başlamıştır. Hayatın içine yeni bazı olgular girerken, çatışmalı dönemde kaybolmuş birçok olgu ve gelenek de tekrardan yeni bağlamlarda yeniden üretilmeye başlanmıştır. Kürdistan Bölgesel Yönetiminde geleneksel toplum yaşantısından beri benimsenen “efendi” kavramı yeniden üretilen kültürel öğelerden bir tanesidir. Bizans’ta saygınlık ifadesi olarak kullanılan bu kavram, Osmanlı İmparatorluğu’nda eğitimli ve toplum içerisinde yüksek bir ilim seviyesine sahip olan kişiler için kullanılmıştır.¹¹ Osmanlı’da geleneksel toprak rejiminin bozulmaya başlamasıyla ortaya çıkan toprak aristokrasiyle özdeşleşen bu kavram, bu sınıfın düşüşüyle 1960-70’lerde daha çok öğretmen, doktor, mimar ve devlet çalışanları gibi

¹¹ Bkz. <https://www.nisanyansozluk.com/?k=efendi>

orta sınıf üyeleriyle özdeşleşmeye başlandı. Bu kişiler her zaman resmi ve modern giyim tarzları ile görünürler.

Bu giyim tarzı Kürt ya da Arapların geleneksel giyim tarzından oldukça farklıdır. Irak toplumu geleneksel yaşamın hâkim olduğu bir toplum olduğu için şık giyinen veya takım elbise ile ortaya çıkan kişi sayısı azdır. Bir kişinin yüksek bir eğitim seviyesine, belli bir ekonomik ve sosyal statüye sahip olduğu giydiği elbiseden çok kolay fark edilebilirdi. Yani şık giyinmek söz konusu kişilerin tanınmasında bir semboldür ve toplum içerisinde de bu kişilerin resmi isimlerinin yerine “efendi” sözcüğü kullanılır. “Efendi” adıyla çağrılan biri, her zaman toplum içerisinde saygı görmüştür ve “efendi” kavramı yüksek bir sosyal statüye tekabül etmektedir. Öte yandan o dönemde okuma yazma bilmeme oranının çok yüksek olmasından dolayı, “efendi” olarak bilinen kişilerin konumu çok daha özel olmuştur.

2003 yılından sonra Kürdistan Bölgesel Yönetiminde yaşanan kalkınma, ekonomik, siyasi ve sosyal istikrar, birçok farklı olay ve olgunun birbiriyle iç içe geçmesine zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda modern bir olgu olan “Mr. Erbil” grubunun ortaya çıkması anılan yeni olguların en belirgin örneğidir. Erbil’in kültürel değerlerini yeniden canlandırma amacıyla olan grup, “efendi” kavramını yeni bir form içerisinde toplumun sosyal yapısına kazandırmayı hedefler. Bunu da “efendi” kavramını Erbil halkı içerisinde ilgi çekici hale getirerek yapar. Grup bu yöntem ile hem geçmişte yok olan bir kültürü yeniden ortaya çıkartır, hem de moda ve şık giyinmeyi toplumda koruma altına alır. Bourdieu’ya göre de, birey hem yaşadığı sosyal konumun, hem de içinde bulunduğu durumun ve dönemin yaşam tarzını değiştirmek için gösterdiği bireysel çabanın bir ürünüdür. Birey bu çabayı alışkanlıklarının kendine getirdiği konumu ve çıkarı korumak için gösterir, alışkanlıkları onun ayırıcı kimliğidir.

“Mr. Erbil” grubunun üyelerinden biri, söz konusu olayın önemi hakkında şu ifadelerle yer verir:

Dedemin ve babamın fotoğraflarına baktığımda, şık bir giyim tarzı görürüm. Onlar 70’li ve 80’li yılların efendi şahsiyetleridir. Ben de bu kültürü canlı tutma arzusu içerisindeyim, bu kültürü canlı tutmam gerektiğini hissediyorum, çünkü bu olgu Erbil’in sembollerinden biridir. Bu yüzden Mr. Erbil’i bu hedefimde bir araç olarak görüyorum (Ü 1. 28 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen’s House, 3.01.2019).

Grubun bir diğer üyesine göre ise;

Ne yazık ki Irak’ta devamlı bir şekilde yaşanan savaşlar, dedelerimizin kültürlerinin seyrekleşmesine ya da yok olmasına neden oldu. Bu yüzden toplum içerisinde güzel bir kültür olan ‘efendi’ olgusu önemini yitirdi. Biz Mr. Erbil grubu yolu ile

dedelerimizin kültürünü yeni bir şekilde ortaya çıkarmaya çabalamaktan gurur duyuyoruz. Bir diğer önemli hedeflerimizden biri de, 'efendi' kavramının önemini yeniden ortaya çıkararak, toplumun bu olguya saygı göstermesini sağlamaktır (Ü 2. 28 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 3.01.2019).

Yaşam tarzı, değer ve amaç bakımından Mr. Erbil üyelerinin aynı düşüncede olması, onları "efendi" kavramını yeniden ortaya çıkarma konusunda ortak bir rüyaya bağlı kılmıştır. Dedelerinin söz konusu kültürel değeri kendinde barındırmasından dolayı, onlar da uzun yıllardır yok olan dedelerinin kültürünü yeniden ortaya çıkarma ve kopyalama amacı taşırlar. Bu yüzden dedelerinin kültürel değerlerini yeni dönemde yeşertme çabası içerisindeyler. Sewayli'nin deyişiyle;

Aynı toplumun sosyal tabakası veya yapısına bağlı bireyler, tekrar eden deneyimlere sahip olurlar. Bu deneyimler de sistematik bir şekilde ortak *habitus* oluşturur. Söz konusu alışkanlık özelliklerini kendinde barındıran kişiler, başka bir dönemde toplumsal yapıda ve bireysel girişimlerde kendini gösterirken, davranış şeklini, düşüncesini, giyimini ve toplumsal tavırlarını düzene sokar. Ayrıca bunlara ortak bir sınır çizer. Fakat aynı zamanda başka bir form ve dönemde bireysel yeniliğine de zemin hazırlar(Sewayli, 2010: 72).

Bu çerçevede "efendi" olgusu farklı bir dönem ve formda yeniden canlanabilen bir kültürel değer olarak tanımlanır. Bu da grup üyelerinin aynı özellik ve *habitus*a sahip olmasından kaynaklanmıştır. Söz konusu ortak özellikler onların bir moda grubu çerçevesinde belirmelerine neden olurken, içerisinden geçtikleri kültürün sosyal yapı ve değerlerini yeniden üretmelerini sağlar. Bu sayede sosyal hiyerarşide ortak bir alışkanlık edinirler ve bu kendilerine toplumsal bir miras olarak kalır. Bir başka deyişle; "habitus bizden öncekilerden miras kalan bir dürbündür. Bu miras bizi dünyaya bakmaya zorunlu kılacak kadar önemlidir. Sahip olduğumuz ölçülü özgürlük sayesinde, şartlar uygun olduğunda başka bir dönemde bize kalan mirası yeniden üretebiliriz" (Sewayli, 2010: 75).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BİR FENOMEN OLARAK MR. ERBİL

Sosyal medyada görünmeye başladığı 2016'dan bu yana Mr. Erbil dikkatleri ziyadesiyle üzerine çekmiş, bu nedenle dünyanın çeşitli ülkelerinde başta moda dergileri olmak üzere çeşitli medya kanallarında haber olmuşlardır. Mr. Erbil'in tanınmasını sağlayan şey PR çalışmalarında sosyal medyayı çok etkili bir şekilde kullanmaları oldu. Instagram hesapları bugün (28.09.2019) itibariyle 98,9 bin kişi tarafından takip edilen bir sosyal medya fenomenine dönüşmüş durumdadır. Sosyal medya fenomenliği son yıllarda çoğunlukla genç birçok kişinin kısa sürede tanınır olmasını olağan üstü bir popülerliği yakalamasını anlatan bir ifade. Bu anlamda karşımızda çok da olağan üstü bir örnek yok. Ancak Mr. Erbil örneğinde esas önemli olan, 30 yaşın altında profesyonel olmayan üç gencin yaratmış olduğu bir moda grubunun dünyanın birçok ülkesinde yayınlanan önemli moda dergilerinde ve basın-yayın kuruluşlarında yer bulmasıdır.

Sosyal medyadaki başarının bunda payı büyük elbette. Euronews'te (2019) çıkan haber tam da bu noktaya işaret etmektedir: "Mr. Erbil: Irak'a Stil Veren Sosyal Medyanın Etkileyici Kullanıcıları." Ancak Mr. Erbil'in bu kadar ciddiye alınmasının nedenini salt sosyal medyada fenomen olan bir hesabın haberleştirmesine indirgenemez. Bu grup, üyelerinin kişisel yetenek ve bireysel çabalarından, içinden çıktığı toplumun dönüşümü ve travmalarından, global anlamdaki dönüşüm ve değer yargılarından bağımsız düşünülemez. En azından grup sosyolojik bir analize tabi tutulacaksa Mills'in belirttiği, önceki bölümde değinilen çok boyutluluğu dikkate almak gerekir.

4.1. KÜLTÜREL SERMAYE OLARAK DİL

Mr. Erbil üyelerinin en önemli ortak yanlarından birisi çok dilli olmalarıdır. "Mr. Erbil" grubu ile yapılan bir görüşmede "Kürtçe dışında hangi dilleri biliyorsunuz?" sorusuna, bireyler, en az 2 dil bildiklerini belirtmiştir. Üyelerin hepsi iyi bir seviyede İngilizce bilirken, sırasıyla Arapça, Türkçe ve Almanca bildikleri diğer dillerdendir. Mr. Erbil'in popülaritesinin altında bu kişisel becerilerin olduğu

açıktır. Yabancı dil bilme sayesinde üyeler dış dünyayla daha kolay ve kaliteli bir iletişime geçebilmektedirler. Özellikle röportajlarda bu, kendilerini anlatmak için önemli bir avantaj olmaktadır. Birçok dilde kendilerine dair haber çıkmasının en önemli nedenlerinden birisi budur. Bu anlamda Mr. Erbil, kültürel sermayenin ekonomik sermayeye dönüştürülmesinin başarılı bir örneği sayılabilir.

Bu noktada üyelerin bu kültürel sermayesinin kaynağı sorulabilir. Üyelere söz konusu dilleri nasıl öğrendikleri sorulduğunda üyelerin büyük bir bölümünün, 16 üye arasında 13'ünün özel üniversite, okul ve dil merkezlerinde yabancı dil öğrendikleri veyahut geliştirdikleri anlaşılmıştır. Yani grup üyelerinin yabancı dil öğrenme konusundaki ortak noktaları özel eğitim alanlarıdır. Üyelerin yabancı dil öğrendiği merkezler; American University, Cihan University, Kurdistan University, Cambridge Language Centre vb. özel eğitim kurumlarıdır. Tabi, bu tarz özel kurumlarda eğitim görmek için belirli bir ekonomik gelire sahip olmak gerekir. Bir önceki bölümde anlatıldığı üzere, bu insanların orta sınıf ailelerden gelmiş olması bunu mümkün kılmıştır. Tüm bu merkezler Erbil'de dilin dönüşümü ve yayılmasının asıl unsurlarıdır. Söz konusu merkezlerde eğitim yabancı dilde verilirken, öğrencilerin istedikleri bölümde okuyabilmeleri için dil öğrenmeleri gerekmektedir.

Buradan, kültürel etkinlik ile iktisadi etkinlik arasında oldukça önemli bir ilişkinin olduğu sonucuna varılabilir. Toplumda iktisadi artı değer büyüdükçe kültürel üretimin artma eğilimi artar. Diğer bir değişle artı değer bir kısmı kültürel değere dönüştürülür. Bu dönüşüm tersini de, yani kültürel değer de iktisadi değere dönüştürülmesini, mümkün kılar. Bunu şöyle bir örnekle açıklayabiliriz. Bir aristokrat zevki için evine bir heykel dikmek isteyebilir. Bu, ancak bir heykeltıraş himaye etmesiyle mümkün olur. Yani heykel onu üreten usta için bir iktisadi değere dönüşmüştür. Bu karşılıklılığa en iyi örneklerden birisi, Antik Yunan'daki Sofistlerdir. Bu filozoflar bilgilerini para karşılığında aktarıyorlardı. Bu olgu o dönemlerde yeni olacak ki Sokrates gibi filozoflar bunu erdemsizlik olmak olarak kabul ediyorlardı. Rönesans bu anlamda bir dönüm noktası sayılır. Kurdukları sömürgelerle zenginleşen bazı İtalyan aileler bu refahı kültürel değere dönüştürmek suretiyle tarihi yeni bir rotaya soktular. Şöyle ki, iktisadi ve kültürel göstergeler sosyal sınıf bünyesinde daha fazla harmanlanmaya başladı. Gelineen noktada, kültürel öğeler olamadan salt gelir üzerinden bir sosyal tabakayı çözümlemek neredeyse imkânsızdır. Bordieu “alan”, “habitus” ve “sermaye” kavramlarıyla temelde bu olguyu çözümler.

Kısaca belirtmek gerekirse, çağdaş dünyada toplumsal işleyişin sağlıklı oluşunun göstergesi kültürel sermayeyi oluşturan unsurların ne derecede geliştiği ile ilgilidir. Toplum içerisinde önemli ve karmaşık bir oluşuma sahip kültürel sermaye, hemen her zaman ekonomik sermayeyle bir bağlantı içerisinde. Ekonomik sermayenin zayıf olduğu toplumlarda bireyler, daha az bir oranda toplumun ihtiyaç duyduğu kültürel sermayeyi geliştirme çabasına yönelirler çünkü bireyin esas çabası yaşamı daha anlamlı kılmak yerine ayakta kalmaya yönelir. Toplumun ekonomik refahının yükselmesi ekonomik değerin kültürel değere dönüşümünü hızlandırılacağından, daha doğru bir ifadeyle, ekonomik ve kültürel öğeleri karşılıklı değiştirilebilir değerlere dönüştüreceğinden ebeveynler çocuklarının kültürel sermayelerini geliştirmek, onların geleceğini garanti altına almak ve parlak bir gelecek sağlamak isterler. O halde ekonomik sermayenin kültürel sermayenin gelişmesinin başlama noktası olarak kabul edebiliriz.

Bu bağlamda Erbil’de ekonomik sermayenin gelişmesi daha çok 2003 yılından sonrasına denk gelir. Bu gelişim, birden ve hızlı bir şekilde meydana gelmiştir. Ekonomik gelişim ya da kapitalizmin nüfuzu kente farklı bir sima kazandırmıştır. Söz konusu ekonomik sermayenin büyük bir bölümü kültürel sermayenin tüm yapılarına (eğitim, müzik, sinema, tiyatro vb.) hizmet etmiştir. Anılan dönemden önce hiçbir özel üniversite ve enstitü bulunmazken ekonomik sermayenin büyük gelişimi ile birlikte ortaya çıkan olgulardan biri de özel üniversitelerin, okulların ve dil merkezlerinin açılması olmuştur. Bu unsurların her biri Erbil’deki kültürel sermayenin gelişmesinde rol oynamıştır. Hissedilen en temel unsurlardan biri de başta İngilizce, Arapça, Türkçe ve Almanca olmak üzere yabancı dil öğreniminin yaygınlaşmasıdır. Ekonomik sermaye sayesinde özel eğitim alanlarında üye olan kişiler, burada edindikleri dil sermayesi sayesinde saha fazla ekonomik sermaye edinme olanakları elde etmişlerdir.

Küreselleşmenin etkisinin yoğun olarak hissedildiği günümüzde bir kültürel sermaye olarak dil öğreniminin yaygınlaşması ekonomik kapital üretmede önemli olsa da yerel dil üzerindeki dönüştürücü etkisi de bir o kadar önemli olabilmektedir. İnsanlar arasında ilişkiyi/iletişimi sağlayan bir araç olarak dil, modern bir toplumdaki en önemli kültürel değerlerden birisi olarak kabul görmektedir. Özellikle de modern ulus devletin kurumsallaşma sürecinde dil, etnik/ulus kimliği tanımlayan en önemli kültürel öğelerin başında geldiği için stratejik bir öğe olarak kabul görmektedir. Her ne kadar dilin durağan olmadığı, sürekli değişime açık olan bir

yapısı olduğu kabul edilse de dildeki en ufak bir değişim kimliğe yönelik bir tehdit olarak kabul edilebilmektedir. Bu nedenle dil asimilasyonu çağdaş toplumların en önemli gündemlerinden birisi olmaktadır.

Asimilasyon, bir kültürün başka bir kültür üzerinde hegemonya kurarak onu bitirme ya da belli bir derecede yeniden kodlayarak kendi içine dâhil etme sürecini ifade eder.

Asimilasyon, kişilerin ve grupların diğer kişi ve grupların anılarını, hisselerini ve davranışlarını edinip, deneyim ve tarihlerini paylaşarak ortak bir kültürel yaşama dâhil iç içe geçme ve kaynaşma sürecidir. Bu gelenek paylaşımını ve ortak deneyimlere samimi katılımı ifade ettiği sürece asimilasyon, kültürel ve tarihi süreçte merkezi rol oynar (Park & Burgess, 2017: 11).

Asimilasyon aslında dil değişiminin doğal bir sonucu olan bir nevi sentezlenme sürecidir. Nitekim tarihte birçok dil kendi geçmişinden ciddi bir şekilde kopmuş ya da yeni diller bu şekilde ortaya çıkmıştır. Ancak modern ulus devlet sürecinde asimilasyon, başka millet veya grupların kültürel değer ve kimlikleri üzerinde egemen olmak için uygulanan bir politika olabildiğinden buna dönük bilinç ya da tehdit algısı da derinleşmiştir. Yine de çoğunlukla asimilasyon yavaş işleyen bir süreç olduğundan buna dönük tehdit algısı işe yaramamaktadır.

Küreselleşen dünyada dil asimilasyonu olgusu, hâkim olan dillerin hem ekonomik hem de kültürel anlamda yeterince üretken olamayan toplumlarda nüfuz sağlamasıyla gerçekleşir. İngiliz emperyalizmi ardından Amerika'nın küresel hegemonik bir güç olmasıyla birlikte son bir yüzyılda İngilizce, dünyaya hâkim hale gelmiş ve ortak bir dil (lingua franca) oluşturmuştur. "O yüzden yüzyıl içinde İngilizcenin dünyadaki insanların onda biri yerine dörtte birinin kullanım dil haline gelmesi ve okuyabilen insanların dörtte biri yerine yarısı tarafından okunabilmesi muhtemeldir" (Park & Burgess, 2017: 34).

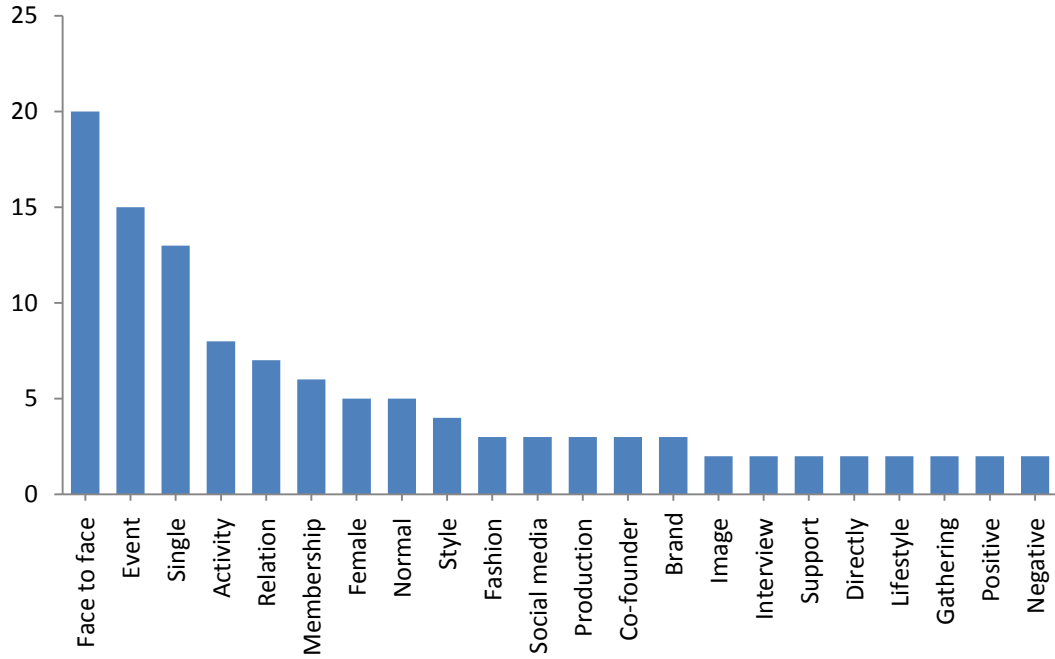
Öte yandan teknolojik araçların gelişimi, dil öğrenme uygulamalarının dilin yayılmasında sağladığı kolaylık, söz konusu dil asimilasyonu sürecinin daha hızlı işlemesini sağlamıştır. Bu da internetin dünyayı daha küçük bir yer yapması ve sınırları ortadan kaldırmasından kaynaklanır. "Bu durum bu şekilde seyretmesinin en temel nedeni yaşadığımız dünyanın Marshall McLuhan'ın (1962) tabiri ile "global bir köy" e dönüşmesidir.

İngilizcenin yayılma ve dillerin asimile olma süreci öyle bir şekilde işler ki, bazı toplumlarda İngilizce neredeyse kültürel temellerden biri haline gelerek dil yapılarında *İngilizceleşme* meydana gelir. Bunun bir sonucu olarak ilk etapta birçok

sözcük asimile olur, İngilizce sözcükler ana dilde kendilerine yer açar ve asıl sözcük yok olmaya yüz tutar. Bahsi geçen durum ana dilde konuşanlarda açıkça hissedilir. Birey günlük konuşmasında zorunlu olarak ikinci dil olan İngilizce sözcükler kullanır.

Yüksek dil seviyesine sahip Mr. Erbil grubu üyeleriyle yapılan Kürtçe görüşmelerde İngilizce sözcük kullanımının oldukça fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu yüzden böyle bir grupta sağlıklı bir görüşme yapabilmek için düşük seviyede bile olsa araştırmacının İngilizce bilmesi gerekmektedir. Bu durum, Kürdistan Bölgesel Yönetiminde İngilizcenin hızla yayılması ve nüfuzunun eğitim alanlarında var olmasının bir sonucudur. Ayrıca yabancı şirketlerde iş imkânı bulmak adına İngilizce bilmenin gerekliliği de nedenlerden biridir. Öte yandan İngilizce bilmek ve konuşmada bu dilden sözcükler kullanmakla, yüksek bir statü göstergesi olarak algılanır.

Bu bağlamda grup üyelerinin konuşmalarında dilin bu asimilasyonu hissedilir. Grup üyelerinden biri İngilizce kullanımı hakkında şu ifadeleri kullanır: "Konuşma sırasında İngilizce sözcükler kullanmazsam düzgün bir cümle kuramam, bu yüzden cümlelerimde sürekli olarak İngilizce sözcükler kullanmak zorundayım. Bazen kullandığım sözcüklerin Kürtçe anlamını dahi bilmiyorum" (Ü 12, 25 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 8-01-2019). Bu konuşma birçok sözcüğün asimile olmasının açık bir örneğidir, çünkü İngilizce sözcüğün Kürtçe anlamını bilmemek, birçok İngilizce sözcüğünün ana dilde bulunan sözcüklerin yerine geçtiğinin açık göstergesidir. Aşağıdaki grafikte görüşme sırasında grup üyeleri tarafından sıkça kullanılan sözcükler görülmektedir.



Şekil 2: Görüşmelerde Sıkça Kullanılan İngilizce İfadeler¹²

Bu ifadelerin bir kısmının teknik olması ve Kürtçe birer karşılıklarının olmaması nedeniyle kullanımı normal görülebilir. Ancak İngilizcenin etkisi o kadar fazladır ki, gündelik hayatta çok sık kullanılan kelimeler bile artık iletişime aracılık etmemektedir. Bu etkiyi sadece konuşma dilinde değil, isim seçimindeki bilinçli tercihte de görebiliyoruz.

4.2. TOPLUMSAL TRAVMANIN İLACI OLARAK MR. ERBİL

Yabancı basında Mr. Erbil'in haberleştirilmesinde dikkat çeken en önemli tema grubun, özelde Irak'ın genelde Ortadoğu'nun yaşadığı toplumsal travmaların ortasında doğan bir umut olduğudur. İspanyolca yayın yapan kültür, moda dergisi *Revista Diners'in* attığı başlık "Mr. Erbil: Irak'ı Değiştirmek İsteyen Erkek Modası"(Mena, 2017) ya da Endonezyaca yayınlanan haber sitesi *Tirto.id*'in kullandığı başlık "Mr. Erbil: Militan Kürt Milleti'nin Ortasındaki Şık Erkekler"

¹² Konuşmalarda tespit edilen diğer İngilizce kelimeler şöyledir: *finance, research, test, worldclass, against, represent, transfer, edit, report, magazine, follower, guest, agency, disappoint, management, culture, traditional, hope, responsibility, local, expert, axes, share, humble, foundation, basic, advance, sponsor, casual, gentleman, house, grand, Kurdishculture, general, class, series, feedback, sector, symbol, uniform, influence, collaboration, fox, economiccries, models, manager, week, inspiration, differentcommunity, foreign, season, message, successful, effect.*

(Aurelia, J. 2018) bu temayı çok iyi yansıtmaktadır. Gerçekten de savaş ve iç çatışmalarla yıllarca boğuşan bu coğrafya, tam durulacakken bir kez daha IŞİD'in başlattığı yeni bir şiddet sarmalının içine hızlı bir şekilde çekiliyordu. IŞİD'in Musul'u kontrol ettiği 2014'ten 2017'ye kadar geçen süre, Kürdistan Bölgesel Yönetimi için yeni bir altüstün eşiği olabilirdi. Bu kadar olumsuz bir durumun ortasında Mr. Erbil gibi bir grubun kurulması dikkat çekmeyecek gibi değil. Bu olağanüstülük haber başlıklarına yansımaktadır: "IŞİD'den Birkaç Kilometre Uzaklıkta Iraklı Kürt Dandiler" (Respcet, 2017); "Mr. Erbil, IŞİD'e (Kurşun) Sıkmayan, En Azından İyi Giyimli Kürtler"¹³ (Linkiesta, 2017); "Irak'taki Sakallı İslam Devletine Karşı Duran Hipster Kulübü" (Carrion, F. 2019). Ancak söz konusu tema bu olağanüstülükten öte anlamlar taşımaktadır.

Defalarca çeşitli ülkelerde dünyanın en saygın kuruluşlarının haberleştirilmek kuşkusuz Mr. Erbil'in PR çalışmasının bir parçası ve başarısıdır. Ancak bu haberlerde reklamı yapılan sadece Mr. Erbil ya da "onun" modası değildir. Her şeyden önce Ortadoğu'daki kaotik durum bölge ülkelerinin kendi iç meselelerinden ibaret değildir. Burada yürüten çatışmalarda Batı ülkeleri baştan beri hep bir taraf oldu. Ancak bu angajmanın meşruiyeti sıkça tartışılmalıdır. Amerika'nın körfez savaşına girdiğinde temel argümanı "Irak'ı Saddam'ın diktatörlüğünden kurtarmak, ülkeye demokrasi getirmek"ti. Saddam Hüseyin'in 2003'te devrilmesinden bu yana 16 yıl geçmesine rağmen Irak, demokrasinin vadettiği o "umut"tan ve "iyi olma hali"nden oldukça uzak görünmektedir. Bu anlamda Mr. Erbil tam da beklentiye uygun bir rol model olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden görünüşte herhangi bir önemi olmayan bir sosyal medya fenomeni olan bu grubun açtığı "Mr. Erbil Gentlemen's House" adlı moda kafenin açılışına Irak'ta bulunan birçok yabancı ülke temsilcileri katılmıştı. Grubun Facebook hesabında yayınlanan 30.01.2019 tarihli teşekkür duyurusunda bunu net bir şekilde görebiliyoruz.

"Amerika Birleşik Devletleri, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Kanada ve Almanya Başkonsolosları ile birlikte KRG dış ilişkiler departmanı başkanı, KRG diplomatları ve KRG hükümet yetkililerinin desteğini almaktan inanılmaz derecede memnunuz." (<https://www.facebook.com/mistererbil/>)

Bu açıklamadan anlaşıldığı üzere, Kürdistan Bölgesel Yönetimi (KRG) için de Mr. Erbil önemli olmuştu. IŞİD tehdidinin henüz başlamadığı 2014 öncesi

¹³ Bu haber açıktır ki IŞİD'in Şengal ve Musul saldırıları sırasında savaşmadan geri çekilen Peşmerge'ye atıfta bulunmaktadır.

dönemde bölgesel hükümet yetkililerinin Erbil'in "Yeni Dubai" olacağı yönünde bir iyimserliği vardı (Özgentürk, 2011). Erbil, Saddam sonrası dönemde en hızlı gelişen yerlerin başında gelir. Güney bölgelerinde gerginlikler devam ederken yatırım için en avantajlı yer olarak Erbil ön plana çıkmıştı. Şehrin eski mahallerinin dışında üst sınıfların ikamet edeceği lüks uydu kentler, oteller ve AVM'ler kentin çehresini değiştirmişti. Merkezi hükümetle anlaşmazlıklara IŞİD tehdidi de eklenince umutlar çok çabuk bir şekilde söndü. Böylece birçok yatırımcı bölgeden çekildi (Duran, 2014). Aslında tehditten öte, IŞİD saldırıları Kürdistan Bölgesel Yönetimi Bölgesi'nin bazı zaafalarını ortaya çıkarmıştı. Petrole dayalı kazanç ekonomik üretime aktarılmadığı için ekonomik yapının sağlam bir temeli oluşmamıştı. Peşmerge paralı askere dönüştüğü için ekonomik durağanlık en çok savunma kabiliyetini zaafa uğratmıştı. Bunun yanında Kerkük referandumu sonrasında Kerkük'ün çok kolay bir şekilde terk edilmesi, Bölgedeki iki büyük parti olan KDP ve YNK arasında husumetin aşılamadığını gösterdi. Sonuç olarak bölgenin en güçlü figürü olan Mesut Barzani'nin sahneden çekilmesine neden oldu. Tüm bu olumsuzluklar içinde Mr. Erbil'in "yerli" bir marka olarak ortaya çıkması, KRG açısından sarsılan imajını düzeltmek için bir vasıta olarak görülmüş olması çok yüksek bir ihtimal gibi duruyor.

Son olarak, Mr. Erbil'in eski "efendi"leri kendilerine referans aldıkları söylemi aslında kendi modaları için uydurulmuş bir kılıftan, Hobsabawm'ın (2000:12) deyişiyle, "eylemi meşrulaştırıcı ve grup birliğinin çimentosu olarak tarihin kullanılması"ndan yani "geleneğin icadı"ndan başka bir şey değildir. Moda, demeç ve etkinliklerine bakılacak olursa aslında Mr. Erbil'in liberal Batı yaşam tarzını savundukları açıkça görülebilir. Bu, batı yaşam tarzının üstünlüğünü, bu yüzden de rol model olarak alınması gerektiğini savunan modernleşmeci ve orientalist eğilimlere sempatik geldiği açıktır. Bazı haber başlıkları Mr. Erbil'in bazı ön yargılar çerçevesinde nasıl görüldüğüne iyi birer örnektir: "Irak'taki İlk Centilmenler Moda Kulübü Batı Hipsterliğine Kolayca Rakip Oluyor" (Barba-Court, 2017); "Mr. Erbil - Sizden Daha Şık Iraklı Adamlar" (Akerman, 2018). "Mr. Erbil: Irak Gözlerinize İnanmayacağınız Gibi" (Jacomet, 2017); "Peşmerge'yi bırak, Hipster'a bak!" (Koç, 2017).

Buradaki başlıklarda "bizim (batılı) gibi olmaya çalışan (ama olamayacak) ötekiler" fikrini görebiliyoruz. Zaten hipster ya da dandy kavramlarında da üst tabakadan olmaya çalışan ama asla olamayacak gibi bir çağrışım vardır. Bu yüzden

Türkçe 'de “dandik” gibi olumsuz çağrışımlı bir kelime “dandy”den türemiştir. Bu düşünce Mr. Erbil üyelerince hoş karşılanmıyor olsa gerek üyeler her fırsatta kendilerinin hipster olmadıklarını kendilerine ait tarzlarının olduğunu vurgulamaya gayret ediyorlar. Bu yüzden “gentelmen/centilmen” gibi daha evrensel ve pozitif yüklü bir kavramı tercih ediyorlar. Ve bu yüzden bu kavrama en yakın olarak gördükleri “efendi”yi sıklıkla vurguluyorlar.

4.3. YEREL VE EVRENSEL DEĞERLERİ SENTEZLEMEK

Mr. Erbil'in başarısının altında yatan en önemli faktörlerden birisi de evrensel ve yerel ya da ulusal değerleri harmanlayarak hem dış kamuoyunda hem de iç kamuoyunda kabul edilebilirliğini arttırmasıdır. Üyeler grubun bakış açısını anlatırken modernizm, yaratıcılık, özgürlük barışçı, eşitlikçi, çevreci, saygılı gibi evrensel değerlerle yüklü bir profil çizerler (Ziv, 2017; Akerman, 2018, Barnes, 2017). Bu ideali patrikle bağdaştırmak için yerel ya da ulusal değerleri kullandıkları sosyal sorumluluk etkinlikleri düzenlerler. Örneğin Nevruz Kürtler için genelde ulusal travmaları çağrıştıran, direnişi sembolize eden bir bayramken Mr. Erbil için yerel toplumsal gruplara ait kıyafetlerin şıklığının gösterildiği, etnik gruplar arası sosyal birlik ve dayanışmanın vurgulandığı bir barış günüdür. Bu yüzden Türk medyasında haber olabilmışlerdir. Anadolu Ajansı Nevruz'u kutlayan grubu şöyle bir başlıkla haberleştirmişti. “Mr. Erbil'den 'birlikte yaşam' pozu” (Okudcu, 2017).

Şekil 3: Mr. Erbil farklı kültürler ile Newroz bayramında. Erbil kalesinde. 24 Mart 2017.



Kaynak: https://www.instagram.com/p/BSB_eIJBIFM/?igshid=12wk4w8umewh8

Grup içinde yaşadığı toplumu evrensel ve modern değerler doğrultusunda dönüştürücü bir misyon üstlenmiştir. Diğer bir hedef olarak da kendi ülke ve toplumunun olumlu bir imajını yaratıp yaymak olarak belirlemişlerdir. Üstünde yaşadıkları toprakların sefaletle ve savaşla özdeşleşmesini kırmak isterler. Şıklığı ön plana çıkaran modanın esas işlevlerinden birisi budur. Kendilerine ait kültürü ve coğrafyayı tanıtmak için fotoğraf çekimlerini tarihi ve doğal güzellikleri yansıtan mekânlarda yaparlar. Öte yandan, yerel hammaddeleri ya da ürünleri kullanmaya çalışırlar. Tüm bunlar bir taraftan yerel ekonomiye destek verirken diğer taraftan grubun karşı geldiği geleneksel yapı tarafından tolere edilmesini sağlar.

Şekil 4: Mr. Erbil'in ilk faaliyeti, Erbil eski kalesinde.4 Şubat 2016.



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/BBXyCx7NkUc/?igshid=yxwi4wfgtukh>

Bu anlamda toplumsal dönüşümü hedefleyen bir grup olarak Mr. Erbil müdahaleci yöntemler yerine uzlaşmacı yöntemleri benimser. Bu da onları Jakoben tarzı radikal modernleşmecilerden ayırır. Bu bağlamda, Mr. Erbil liberal bir sivil toplum örgütü görüntüsü çizer. Sivil toplum ve işletmeciliği/ticarethaneyi bir araya getiren örgütlülük mantığı Mr. Erbil'in önünü açan diğer faktördür.

4.4. MR. ERBİL'İN ERKEKSİ FEMİNİZMİ

Her toplumun özgün kültürel yapısı, bir cinsiyetin diğeri üzerindeki baskınlığın derecesini belirler. Geleneksel taklitçi toplumlara bakıldığında, kültürel değerlerin erkeksi bir çehreye sahip olduğu, kadının ikincilliğinin oldukça belirgin olduğu görülür. Bu anlamda, geleneksel taklitçi toplum kadını sadece çocuk yapma aracı ve ev hizmetçisi statüsüne indirgeyerek köleleştiren ve makineleştiren toplumdur. Bir başka deyişle, "geleneksel toplumda kadın bedeni geleneksel patriarşi toplum değerlerinin öngördüğü şekilde düzenlenmekte" (Bilgin, 2016: 220); erkeğin değer ve normlarının nüfuzu altında erkek kurallarına uymak zorunda bırakılmaktadır. Böylece toplumun tüm yetkileri sadece erkeğe bağlanarak ataerkillik toplumun gerçek hâkimi kılınır. Bu durumda "kadınlar, her an erkeklerin kontrolü altındadır; her kadın genelde en azından bir erkeğin koruması ve kontrolü altındadır. Tüm hareketler o erkek ve onun üstünde olarak da tüm ataerkil sistem tarafından denetlenmekte ve sınırlandırılmaktadır" (Demren,2001: 4). Ataerkil toplumda pasifleştirilen kadının toplumsal gerçeklikle temas alanı daralır, dış dünya ve kamusal alanla ilişkisi neredeyse tümünden yasaklanır. Kural bozucu bir eylem olarak kadının öncülüğünün kabul görmesi çok zordur. Buna karşın erkek, kamusal alanla daha çok temas halinde olduğu için hayallerini daha kolay gerçekleştirebilir. Bu anlamda ataerkilliğin baskın olduğu Irak gibi bir toplumda neden Mr. Erbil yerine Ms. Erbil gibi bir grubun çıkmadığı anlaşılır bir şeydir.

Mr. Erbil sadece erkek kıyafetleri üreten erkeksiliği ön plana çıkaran bir erkek kulübüdür. Bu yönüyle grubun kapılarının kadınlara kapalı olduğu görülür. "Grubunuzda neden kadın üyeniz yok? Sizin tercihiniz mi yoksa kadınlar mı sizden kaçıyor?" sorusuna üyelerden biri şu şekilde yanıt vermiştir:

Aslında birçok kadın gruba katılmak istiyor. Fakat grup isminin 'mister' olması ve bunun da erkek hitabı olmasından dolayı gruba katılmadılar. Onlara göre, erkek adı taşıyan bir moda grubuna katılmak uygun olmaz(Ü5, 24 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 6.01.2019).

Çelişkili gelebilir ama Mr. Erbil'in kadını dışlayan yapısı grubun feminist bir tutum sergilemesi önünde engel değildir. Zira onlar kadın sorununa duyarlılığını cinsiyet eşitliğine olan inançlarını her platformda dile getirir. Bu, savundukları modernleşmciliğin bir parçasıdır. Onlara göre, toplumun açılması ve gelişmesi için olmazsa olmazlardan biri kadın özgürlüğüdür. Modern projenin amacının, bilinen değer ve normların kadınlara açılması olduğu açıktır. Modern dünyanın ortaya çıkışı

ve modern değerlerin gelişimi ile beraber kadınların yolunun açıldığı, iş, siyaset, ekonomi ve kültür dünyasına girdiği görülür, başka bir deyişle "modernite gündelik hayatta bir bütün olarak ideasını bedeni *iyileştirme dönüştürme* ve *özgür kılma* üstünden sürdürmüştür" (Bilgin, 2016: 226). Bu anlamda, centilmenlik veya efendiliğin bir norm olarak benimsenmesi tesadüfi değildir. Zarafete karşılık gelen bu kavram şıklığı, modayı toplumsal davranışla bütünleştirirken, saygın olma kadar saygılı olmayı da içerir.

Yani grubun hayalleri tek taraflı, tek proje ve sadece tek bir cinsiyete yönelik değildir. Tersine cinsiyet özgürlüğünü somutlaştıracak birçok hayalleri vardır. Onlar özgür bir toplumsal alan için çalışmaktadırlar. Bu alan, iki cinsiyetin de eşit şekilde etkin olabileceği bir alandır. Bu amaçla kadınların kendilerine dönük bilinç düzeyini arttırmaya çalışırlar. Grup, kadınların dört duvar arasında oturup çocuk üretme ve besleme makinesi olarak gören genel görüşü ortadan kaldırmak için çalışmaktadır. Ayrıca kadınları ataerkil norm ve değerlerden kurtararak modern ve yenilikçi değerlere kavuşturmak grubun bir diğer amacıdır. Kadının vücut özgürlüğü ve varlık ispatı onların öncelikleri arasında yer alır.

Mr. Erbil'in kadın savunuculuğu söylemden ibaret değil elbette. Cinsiyet eşitliğine yönelik bir adım olarak çağdaş bir kadın moda ve giyim grubunun oluşmasına önayak olmak gibi bir niyetleri olduğu anlaşılmaktadır.

Aslında hepimiz kadınların toplumda etkin olmasını istiyoruz. Gruba katılmak isteyen çok kişi oldu. Kadınların gruba çokça katılmak istemesinden dolayı gelecek yıl " Ms. Erbil " grubunu kurmayı planlıyoruz. Bu sayede iki cinsiyet arasında bir denge oluşur ve sadece "Mr. Erbil " sahada yer almaz. Tüm üyelerin yardımıyla gelecek yıl bu rüya gerçekleşecek (Ü 1, 28 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 3.01.2019).

Böylece iki cinsiyetin de kendi özel dünyalarında bulunan fiziksel istek ve arzularının yerine gelmesine olanak sağlayacak bir norm ve değer oluşturma çabası içine girdikleri söylenebilir. Bu bağlamda "Ms. Erbil" grubunun kurulmasına yönelik atılacak adımlar kadınların, " Mr. Erbil " grubu gibi toplumsal alana inmelerini ve ataerkil dünyasının kadın üzerine olan geleneksel görüşü kırmalarını sağlaması beklenmektedir.

Grubun kadınlara yönelik diğer çalışmalarından biri de, toplum içerisinde aktif olan kadınlar için haftalık etkinlikler düzenlemeleridir. Onlar kadınları çevreye daha çok tanıtmayı amaçlarlar. Bu yüzden de her Perşembe akşamı "Mr. Erbil Gentlemen's House"ta moda alanında başarılı olan kadınlara yönelik söyleşi,

seminer, sergi vb. etkinlikler düzenlenir. Bu etkinlikler de, kadınların aktifliğini arttırmak, başka kişilerin farklı alanlara girmesinin önünü açmak ve eşit bir cinsiyet norm ve değeri oluşturmak adına cesurca çalışmak için yapılır.

Grup üyeleri her ne kadar cinsiyet özgürlüğü ve kadınların toplum alanlarına katılmasına inansalar da, grup ve marka isminin norm ve değerleri bireylerin erkekliğe tekabül eden bir tür kolektif bilinçaltına karşılık gelir. Bu durum, ataerkilliğin baskın olduğu toplumlarda erkekliğe biçilen öncü rolle alakalıdır. Bu toplumda “kadını savunmak” da erkeğe düşer. Mr. Erbil’in konu hakkındaki samimiyeti bir tarafa, bu erkeksi feminizm grubun gerek uluslararası platformlarda, gerekse yerel toplumda kabul edilebilirliğini arttırdığı bir gerçektir. Kulübün etkinliklerinden birisine katılan gazeteci yazar Sazan Mandalawi (2019) bu deneyimi şöyle aktarır.

Güçlü-açık sözlü-kadını iç sesim, bunun bir centilmenler evi olduğuna hiç de kıskançlık duymuyor. Burada, kadınları kutlamak ve onlara bir ses vermek için platformunu kullanan bir mekân olan Mr. Erbil’de, arzuladığım kadar rahat tek başına oturan Kürt bir kadın olarak daha gururlu olamazdım.

4.5. MR. ERBİL VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

Kapitalizmin gelişmesiyle birlikte özellikle gelişmiş Batı toplumlarında tüketim önemli ve merkezi bir konumu işgal etmeye başlamıştır. Bu, kapitalist sistemin doğasıyla alakalıdır. Tüketim ne kadar gelişir, bireye ve sosyal gruplara ne kadar inerse, kapitalizm de o derece gelişir ya da sürdürülebilir olur. Bu nedenle kaçınılmaz olarak tüketim bireyi merkeze koyan bir ideoloji haline gelemeye başladı. Buna göre, kapitalist sistem farklı metalar üretip piyasaya sürer. Bunu yaparken de ürünü bireyle ilişkilendirerek, bireyde bu eşyalara bir ihtiyaç gözüyle bakma düşüncesini oluşturur. Yani devamlı olarak sahte ve gereksiz ihtiyaçlar oluşturur (Marcuse, 2002: 9). Bu anlamda tüketim doğal bir olgu veyahut insana doğüstü bir güç tarafından bağışlanan, insanın değişmez bir değeri, yaradılışına ait bir parça değildir. Tüketim ekonomik durumun şekillendirildiği psiko-sosyo bir olgudur. Bu olgunun anlam ve belirtileri toplumun tabakalarına göre farklılık gösterir. Buna karşın, toplumun farklı tabakalarının bu olgu üzerinde etkisi de farklılık arz eder.

Kapitalizm tüketimi bireye dayatmakla kalmaz aynı zamanda tüketimin bireyin kimliğinin önemli bir parçası haline gelmesine de yol açar. Böylelikle, tüketimin azalması veya sınırlandırılması, birey kimliğinde zayıflık veya bunun bir

bölümünün ortadan kalkması anlamına gelir. Kimlik ve tüketimin iç içe geçmesi, bireyi, bunu sahip olduğu kimlik içerisinde muhafaza etmek için çaba sarf etmesi hususunda motive eder.

Tüketim kültürü, tüketicilerin çoğunlukla statü arama, başkalarına karşı farklılığını ortaya koyma, yenilik arama ancak bunun da son model olması gibi maksatlarla ürün ve hizmetleri tutkuyla arzuladıkları, peşine düştükleri, elde etmek için çalıştıkları bir kültüre denk gelir (Kırılmaz & Ay parçası, 2016: 47).

Çünkü insan bu eşyalar olmadan yaşayamayacağı, mutlu olamayacağı, sosyal ve insani değerinin olmayacağı hissine kapılır. Ya da Frankfurt Okulu üyelerinin de belirttiği gibi,

Kapitalizm insanın bilinçsizliği üzerine etki etme seviyesine inerek tüketim üzerinde etki sağlar. İnsanların otomatik olarak ve düşünmeyerek söz konusu eşyaların alımını gerekli görmesi, bunların varlığı ve kullanımını yaşamın ayrılmaz ve doğal bir parçası olarak algılamalarını sağlar. Bu eşyaları alan insan, kendini kandırarak sahte bir mutluluk hisseder, bu eşyaların onu mutlu ettiğini ve edeceğini zanneder (Kanii, 2018: 76).

Yaşanan bu süreçten sonra Marcuse'un (2002) da altını çizdiği gibi, bireyin kendine ait bir benliğinin olduğu şüphelidir. Çünkü kapitalizm bunu tüketimin somut bir aracına indirger. Alışveriş ve tüketim mantığı toplumda egemen bir mantık haline gelirken, insana tüketim sınırlarından çıkmayan yeni bir paradigma sunar. Baudrillard'ın (2018: 15) işaret ettiği gibi "Bugün tüm çevremizde nesnelerin, hizmetlerin, maddi malların çoğaltılmasıyla oluşturulmuş ve insan türünün ekolojisinde bir tür temel dönüşüm oluşturan akıl almaz bir tüketim ve bolluk gerçekliği var."

Öte yandan küresel bakımdan ticaret hacminin genişlemesiyle tüketim daha yoğun şekilde gelişir ve farklı bir yaşam niteliği oluşturur. Küreselleşme olgusuyla beraber daha da gelişen yeni yaşamda getirdiği tüketimin yoğun bir şekilde gelişmesinin ardından, birey özgürlüğünü kaybeder ve genel seviyede kitle kültürü çeşitli araçlarla yönlendirilir. Bu bağlamda özellikle modern dönemin piyasası, tüketim seviyelerini belirleyen temel olgudur. Liberal ve kapitalist toplumlar içerisinde piyasanın büyük nüfuzu, bireyin yaşam tarzının temel belirleyicisi olarak tüketimin ilk ve son sınırını oluşturur. Piyasa ve sistem ne kadar gelişir ve güçlenirse, tüketim kültürü de o kadar yaygınlaşır, sonuç olarak da toplumu piyasanın bir şekli haline getirir.

Son yıllarda Kürdistan Bölgesel Yönetimin de tüketim olgusu topluma "tüketici" kimliğini kazandıracak kadar egemen ve belirgin bir olgu olmuştur.

Kanii'nin (2018: 70) tespit ettiği gibi, "tüketim toplumumuzun her yeri, seviyesi, iktidarı ve tabakasında hazır durumdadır. Bu değişim de sade, etkisiz ve sonuçsuz bir değişim değildir, tersine bu değişim toplumsal, kültürel, siyasi ve ahlaki yaşamın seviyeleri üzerinde büyük etki yaratır". Bu olgunun temel nedeni direkt olarak birey gelirinin yükselmesi yani bir şekilde kente giren gelirle ilişkilidir. Ortada bir gösteriş toplumu vardır ve bireyin kimliği tüketim kültürü etrafında döner. Kentten kente ya da bir kentin değişik bölgelerine göre yaygınlık gösteren farklı tüketim manzaraları göze çarpar. Kent merkezi ve çevresinde veyahut ana caddeler boyunca uzanan çeşitli çarşı, restoran, otel, motel, alışveriş merkezleri ve dinlenme mekânları bulunur. Bu yerlerde temel etkinlik para harcamaktır. Para harcama ve tüketim hayatının merkezine yerleştiği insan sürekli olarak tüketim araçları ve ürünleriyle her daim temas halinde olan bir varlığa indirgenmiştir.

Bunun bir neticesi olarak temel kimliği tüketim olan dış görünüşüne önem veren bu yüzden de günlük ve haftalık olarak yüzlerce doları giyim ve tıraş stiline harcayan gösterişli bir birey tipi ortaya çıkmıştır. Daha çok genç nüfus içinde belirgin bir şekilde görünen dış görünüşe yönelik tüketim, bireysel kimliğin bir parçası olma seviyesine varır. Böylece moda ve giyim Kürdistan Bölgesel Yönetiminde bulunan tüketim dünyasının görünen bir olgusu haline gelmiştir. Bu olgunun temel noktası, kullanılan eşyaların, giyilen kıyafetlerin hemen hemen hepsinin ithal, çoğunlukla da taklit, olmasıdır. Yani bu amaçla harcanan yüklü meblağın neredeyse tümü yabancı ürünler içindir.

Bu çerçevede Mr. Erbil, bahsi geçen tüketim ve gösteriş kültürünün gelişmesi ve genişlemesiyle ortaya çıkan tüketici profilinin belirgin bir örneğidir. Grup üyelerinin bugüne kadar giyindiği kıyafet ve tercih ettikleri markaların tamamı yabancı ve ithaldir. Ancak yeni yeni Mr. Erbil'in markalaşmasıyla yerli el yapımı ürünler kullanılmaya başlanmıştır. Bu karar, tüketim kültürünü üretici bir kültüre payanda yapma niyetiyle atılmış önemli bir adım olarak görülebilir.

4.5.1. Mr. Erbil'in Modası ya da Hipster ya da Dandy Elitizmi

Tüketim kültürünün temellerinden biri moda olgusudur. Moda toplumun sosyokültürel yapısının önemli bileşenlerinden birisidir. Bu nedenle modanın yüklendiği anlam ve üstlendiği toplumsal rol, söz konusu yapının değişimine paralel olarak yeniden tanımlanır. Barthes'in de dediği gibi "Moda, dil gibi sosyal anlam

üreten bir sistemdir" (Skov&Melchior, 2008: 8). 19. Yüzyıl öncesi ve sonrasındaki moda kavramı birbirinden tamamen farklıdır. 15. yüzyılda bireyin şık giyinmesi, o dönemde var olan toplumsal tabakalaşmanın bir göstergesidir. Yüksek tabaka kendini alt tabakalardan ayırmak için moda ve giyimi kullanmıştır. Şık ve pahalı giyinmek o dönem aristokrasisi ve yüksek tabakanın kimliğinin bir parçasıdır.

20. ve özellikle da 21. yüzyılda Modanın demokratikleştiği bir dönemdir¹⁴. Moda elit tabakanın tekelinden çıkarak popülerleşmeye, toplumun diğer tabakaları arasında yaygınlaşmaya, başladı. "Moda sınıflar arasındaki sınırların daha az katı hale geldiği yerlerde demokrasinin gelişimini yansıtır" (Kawamura, 2016: 56). Artık moda ve giyimin, önceden belirgin şekilde üstlendiği toplumsal tabakalar arasındaki ayırıcı rolü kaybolurken, bu rolü markalar üstlenmeye başladı. Pratikte herkesin edinemeyeceği ürünleri sunan pahalı markalar, sınıfsal bir ayrım yaratabilmektedir. Ancak yine de bu ayrım eskiden olduğu kadar keskin değildir. Emegın ucuz olduğu yerlerde üretilen taklit ürünler alt sınıfların bu lüks tüketim kültüründen dışlanmasını bir nebze telafi ederken, üst sınıflarda lüks giyim sınıfsal kimliğin tanımında çok da merkezi bir rol oynamadığından popüler giyim üzerinden de bir benzeşme olabilmektedir.

Moda ve giyim insanın dış görünüşünü ilgilendiren bir araçtır. Toplumsal bir varlık olarak insanın ilgi çekmek veyahut başka amaçlarla genel olarak dış görünüşe önem verdiği açıktır. Şehirlerin büyümesi, toplumların ekonomik gelişimi ve bunların bir sonucu olarak da kapital sistemin kök salması ve çoğu toplumlarda yaygınlaşması, dış görünüşe önem vermenin gelişmesindeki asıl nedendir. Kapitalizm insanın dış görünüşünde temel değişiklikler meydana getirmiştir, binlerce tür moda ve kıyafeti piyasaya sokarak insanı, yeni insan olma biçiminden kopamayacak şekilde dış görünüşe takıntılı hale getirmiştir. Öyle ki, dış görünüş için astronomik paralar harcamak sık görülen bir olgu haline geldi. Bunun bir sonucu olarak da tüketim kültürel köklerdeki yerini sağlamlaştırır.

Tüketim, öyle bir hale geldi ki, Anthony Giddens'in dediği gibi; vücut neredeyse bir proje haline geldi ve birey tarafından da proje olarak görülüyor. Tüm bunlar vücudu artık sadece biyolojik bir anlam taşımaya indirgemez; vücudu sergilemenin büyük piyasasının yanında artık vücudun toplumsal, simgesel ve bireysel anlamları büyür ve önem kazanır. Vücut moda ve giyim yoluyla yavaş yavaş insanın kendini, isteklerini, arzularını ve görüşlerini ifade etme araçlarından biri haline geldi. (Kani, 2018: 125).

¹⁴<https://moda.webcam/2018/10/10/modanın-gelisimi-nasil-olmustur/>

Böylece Moda ve giyim birey kimliğini belirlemede temel değer haline geldi. Çünkü "bireyler moda sayesinde varoluşlarını sergilemeye çalışırlar. Kim olduklarını, nerede yaşadıklarını, nasıl düşündüklerini, nerede çalıştıklarını, sahip olduklarını veya olmadıklarını, toplumsal rol, statü değerlerini anlatmaya çalışırlar" (Duman, 2018: 110).O yüzden "giyim, tüketimin en görünür biçimlerinden biri olarak, kimliğin kurulmasında önemli bir rol oynar" (Crane, 2018: 13).

Bu çerçevede Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki toplumsal ve yapısal dönüşümlerin tetiklediği tüketim kültürü, moda ve giyime önemli bir anlam kazandırdı. Dış görünüş kentlerde birey kimliğini tanımlayan temel etken olmaya başladı. Bir başka deyişle; tüketim yakışıklı, güzel, genç ve ilgi çekici olma değerlerini önemli bir değer haline getirerek, şehirlerin sosyal sınırları içerisinde büyük bir alana yayıldı. Yani tüketim, bireyi onun önem verdiği çekici bir görünüşe indirgeyerek sürekli değişen modaya bağlı kalma konusunda bir baskı oluşturdu. Bu bağlamda tüketim kültürü, ortak düşlem ve arzuları oluşturup toplamak adına birçok resim, belirti ve simge kullanır. Bahsi geçenler de, romantik bir asillik önerip bireyin istek ve arzularını tatmin için dış görünüşü ön plana çıkararak modacı ve şık bir insan yaratmaya çalışır. Bu yöntem ile bireyde romantik ve narsist bir his oluşturarak bunu tüketicinin kimliği haline getirir. Örneğin: şimdilerde KBY’de yer alan şehirlerdeki gençlerin gözle görünür bölümü giyim, moda ve saç kesimleriyle kendilerini sergiliyor. Bu durum önceki dönemlere göre çok farklıdır. Dış görünüş eskisi gibi sade bir yapıda değil tersine tüketim dış görünüşün anlamını değiştirerek narsist bir dış görünüş kimliğine dönüştürmüştür.

“Aslında günümüzde dışarda ya da genelde bizim toplumda, insan ne kadar güzel ve şık bir şekilde dışarıya çıksa o kadar önemli, çünkü eğer bir kişi elbiseleri ve dış görünüşleri uyumlu ise, karşısındaki insanlar ona daha fazla saygı gösteriyor, o yüzden ben her zaman şık ve düzenli bir şekilde dışarıya ve partilere çıkıyorum" (Ü.10. 31 yaşında, , Mr. Erbil Gentlemen’s House, 8.01.2019)

Bu bağlamda “Mr. Erbil” grubu moda ve giyimde var olan geniş tüketimin bir örneğidir. Tüm grup üyeleri, "dış görünüşün, giyimin, moda ve şıklığın bireyin ihtiyaçlarından biri olduğu konusunda hem fikir olup, çevresinin ilgisini çekmek adına bireyin ilgi çekici kıyafetlere ihtiyaç duyduğunu" ifade ederler.

Genel bağlamda, dış görünüşe önem verilmesi ve kıyafetlerin ilgi çekici olması onların ortak noktalarından biridir. Bu da tüketim olgusunun onlarda görünmesini bir o kadar açık kılmıştır. İki grup üyesi dış görünüşün ve modanın önemine ilişkin şu ifadeleri kullanır: "Her gün giyimime özen gösteririm, kendime

ve dış görünüşüme verdiğim bu önem hayatımın bir parçası haline geldi"(Ü 7, 23 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 7.01.2019).

Giyim ve şıklıktan çok hoşlanırım, sürekli olarak şık ve düzenli görünmeyi severim. Asla kıyafetime, saç ve sakal şeklime özen göstermeden evden dışarı çıkmam. Bu hayatımın bir parçası haline geldi, şık görüldüğümde psikolojik olarak kendimi huzurlu hissediyorum" (Ü 4, 25 yaşında,, Mr. Erbil Gentlemen's House, , 6.01.2019).

Buradan anlaşıldığı üzere ekonomik sermaye ve sosyal hedefler doğrultusunda araçsallaştırmakla Mr. Erbil'in modanın gündelik hayatı gitgide daha fazla domine eden tüketim kültürünün en önemli bileşenlerinden birisi olduğunu çok iyi kavradığını göstermektedir. Bir başka ifadeyle Mr. Erbil'in kısa sürede büyük bir popülerite yakalaması modanın tüketim kültür için anlamını yeterince ortaya koymaktadır. Bu anlamıyla da, çok doğru bir yatırım aracı olduğu kesindir.

Hemen hemen tüm haberlerde söz konusu grubun takip ettiği moda ya da felsefesi *hipster* ya da *dandy* olarak tanımlanmıştır. Bu kavramlar grubun Irak toplumunun sınırlarını aşan daha global bir olgunun bir parçası olarak da incelenebileceğini bize gösterir. O halde, bu kavramlara yakından bakılabilir.

Her iki kavramın ortak yönü yaygın kültürden sapmayı ifade eder. 1940'lardaki Jazz Çağ'ıyla özdeşleşmiştir hipster kavramı daha çok moda da yeni eğilimleri takip eden gençler için kullanılmıştır. (Pfeiffer, 2015). Alkol ve uyuşturucuyla özdeşleşen 1960'ların alternatif alt kültürü için kullanılan "hippie" kavramı pejoratif anlamda kullanılan hipsterlikten başka bir şey değildir. 1990'larda yeniden yaygınlaşan hipster kavramı soylulaştırılan mahallelerdeki orta sınıf gençlerin oluşturduğu alternatif müzik ve giyime dayanan alt kültürler için kullanılmaktadır. Shelton(2013) hipster deyince kendini "isyankâr alt kültür(ler)"le özdeşleştirirken, "egemen sınıfla ilişkili ayrıcalıklardan" da yararlanmaktan geri durmayan; "insani kurumsal değişikliklerden ziyade tüketim tercihlerini yeniden düzenlemekle ilgili" bir itirazı olan kişilerin akla geldiğini vurgular. Daha çok görünüş itibarıyla belli bazı steryotiplere karşılık kullanılan kavram, saçları yandan oldukça kısa üst tarafları uzun olabilen undercut saç modeli, uzun bıyıklı ve sakallı, erkeksiliği ön plana çıkaran giysiler giyen genç erkekler için kullanılmaktadır. Mr. Erbil üyelerinin bu stereotipe uyması onların hipster olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Ancak bundan daha önemli olan, (Pfeiffer'in (2015) "Gerçekten "hip" [yeni modaları takip eden] bireyler şimdi, yerel ürünler alıp satan ve mikro işletmeler işleten girişimci olma eğilimindedir." tespiti tam da Mr. Erbil'i tarif eder.

Şekil 5: Mr. Erbil üyeleri Sami Abdülrahman Parkı-Erbil. 6 Şubat 2017.



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/BQLJllyAH-E/?igshid=1702vv7ivt59e>

Dandy ya da *Beau* kavramı ise kendi dış görünüşüne aşırı önem veren insanlar için kullanılmaktadır. Özellikle kavram 19. Yüzyılın başlarında İngiltere’de yaşamış George Bryan "Beau" Brummell (1778 –1840) adlı bir gencin giyim ve kişisel bakım alışkanlığıyla özdeşleşmiştir. Ailesi tarafından bir centilmen gibi yetiştirilmeye çalışılan Brummel genç yaşlarında yaygın giyim tarzının dışına çıkarak, şıklığı ve temizliği ön plana çıkarak erkek modasının ikonu haline gelmiştir. Dandyizmin sembolü olarak Brummel, aslında aristokratik zarafete meyleden orta sınıf bireyi temsil eder. Mr. Erbil’in modası veyahut söylemleri incelendiğinde bu eğilim açık bir şekilde görülebilir. Grubu tanımlayan üç özellik olarak, metroseksüellik, klasiklik ve centilmenlik ön plana çıkar. Grup üyeleri kendilerini hipster ya da dandy gibi kavramların değil centilmenliğin ya da Irak’ta bilinen adıyla “efendi”lik kavramının kendilerini temsil ettiğini belirtmektedirler. Osmanlı’dan devralınan efendi kavramı önceleri toprak sahibi aristokratik sınıf için kullanılsa da daha sonra toprak ağalığının yavaş yavaş ortadan kalkmasıyla orta sınıf erkekleri için kullanılmaya başlanmıştır. Bu nokta tam da Brummel’in önyak olduğu orta sınıfın ekonomik sermayeyi belli bir kültürel sermayeyle bütünleştirme eğilimini çağrıştırır.

Orta sınıftaki bu elitist eğilim açıktır ki, aristokratik sınıfın düşüşüyle birlikte toplumda kültürel alandaki liderliğin yeni bir taşıyıcıya ihtiyaç duymasıyla alakalıdır.

Şekil 6: Mr. Erbil çekimlerinden bir kare. 17 Temmuz 2017.



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/BH964OzDMX6/?igshid=x1vq2kftzga>

Vilfredo Pareto'ya göre sosyal elit, toplumdaki alanlardan birinde yetenek ve tecrübeye sahip kendilerine has özellikleri olan veya kültürel etkinliklerde kendilerini büyük bir yetenekle gösteren kişilerdir (akt. Hekim, 2006: 260-293). Bir başka deyişle sosyal elit, toplumda özel ve bağımsız bir role sahip olan ve onları diğerlerinden ayıran özellikleri ortaya çıkaran işler yapan kişilerdir, bu yüzden çevrelerinde bulunan kişilerden daha farklı bir konuma sahip olurlar. Bu yaklaşım ışığında sosyal elitin sadece siyasi iktidar, para ve ekonomi dünyasıyla ilgili olmadığı söylenebilir. Aynı zamanda bu kesim kültürel etkinlikler çerçevesinde bazı değer ve normlarda değişiklik yaratmaya çalışan kişilerdir. Çünkü sosyal elitlerin özelliklerinden biri, kendilerine yer etmek ve kültürel değişim yapmak adına yüksek bir sosyal güce sahip olmaya çalışmaktır. Bu özellik de açık bir şekilde Mr. Erbil grubunda görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında kültürel etkinlikler yapan ve moda alanında kendilerini gösteren Mr. Erbil, yüksek kültürü benimseyip onu yaygın bir toplumsal modele dönüştürmeyi amaçlayan bir elitist grup görünümündedir. Bunda bir nebze kadar başarılı oldukları da söylenebilir.

Grubu kurduğumuzda ve yaptığımız işlerin başlangıcında birçok eleştiri ve kötü söz aldık. Bazı kişiler yaptığımız işe garip bakıyordu, ama şimdi bunlar kalmadı. Günlük

ve haftalık olarak birçok kişi kıyafet tasarlamamız için bizimle iletişime geçiyor. Bu da Mr. Erbil'in mesajının iyi bir şekilde ulaştığını ve diğerleri üzerinde etkili olduğunu bize gösterir (Ü 13, 26 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House,12-01-2019).

Yine de grubun elitist eğilimiyle topluma öncülük etme hedefi arasında bir tutarsızlık olduğunu söylenebilir. Çünkü yüksek kültür toplumun özel bir sosyal elit tabakasına özgü olanı ifade etmekle belli bir tüketim seviyesinde olmayı zorunlu kılar. Gerçekten de, Mr. Erbil'in öncülük ettiği moda sıradan bir gelire sahip bir birey için büyük bir lüktür. Dolayısıyla iyi bir ekonomik seviyede bulunmayan biri söz konusu yüksek kültürün etkisi altına giremez, çünkü ekonomik durumu bu kültürü uygulamasına engeldir.

4.5.2. Marka

Tüketimin temel özelliklerinden biri de küresel markalardır. Giyim markaları tüketim dünyasında önemli bir konuma sahiptir. Günümüzde çarşı ve alışveriş merkezlerine bakıldığında, küresel markaların bireyin istek ve arzularının tamamına el koyduğu görülür. Markalar farklı isim ve sembollerle bireylerin istek ve arzularında kendini fetişleştirir. "Markanın en önemli özelliği, tüketiciyi kendisine bağımlı hale getirmesidir. Çünkü marka tüketiciye, ürünün kendisinden daha değerli görünmektedir" (Duman, 2018: 103). Böylece belli bir marka bireyin değerini belirleyen ilk ve son kimliği olur. Bu yüzden markalaşma üretimin kendisinden daha stratejik bir konuma gelmiştir.

Küresel çaplı büyük markalar belli bir tüketim gücüne bağlıdır. Bu bağlamda Erbil'in büyümesi ve yeni dönemle birlikte ekonomisinin gelişmesi, Erbil'i markaların satışı için büyük bir piyasa konumuna getirdi. 2003 yılından sonra birçok giyim markası rotasını Erbil'e çevirdi ve marka ürünlerinin kullanımında büyük bir dönüşüm yaşandı. Tercih edilen markaların hepsi ithaldir ve hiçbir küresel markanın yerel muadili yoktur. Bu durum da markaların tüketim kültürü içerisinde güçlü bir konuma sahip olmalarını sağlamıştır. Özellikle kıyafet ve moda piyasası üzerinde markanın nüfuzu muazzamdır.

"Mr. Erbil" Kürdistan Bölgesel Yönetiminde ilk giyim markası olma özelliğini taşır. Grup üyeleri bir yandan markalarını Erbil'de popüler hale getirmeyi amaçlarken, diğer yandan ürünlerinin daha fazla tercih edilmesi ve yabancı markaların yerini alması için çalışırlar. Öte yandan "Mr. Erbil" markası uluslararası ölçütleri kendinde barındırırken, piyasada tutunmak ve daha fazla satış yapmak için işe diğer ünlü markaları incelemekle başlamışlardır.

Erbil'deki giyim piyasasında yabancı markaların güçlü konuma sahip oldukları açıktır. Biz ilk Kürt giyim markasını, marka standartlarına göre kurmayı gerekli gördük. Bu amaçla, küresel markaların nasıl kurulduğu ve nasıl çalıştığını öğrenmek için Almanya'yı ziyaret ettik. Yabancı markalardan faydalanarak markamızı oluşturduk ve insanların birinci tercihi olması için de çalışacağız (Ü 12, 25 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 8.01.2019).

Bir diğer üye de markaya ilişkin, "En büyük hayalim ilk Kürt giyim markası olmamızdı, bu hayalim gerçekleşti. Artık Mr. Erbil markasının popülerleşmesi için çalışacağım"(Ü 3, 29 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen's House, 3.01.2019). Sözlerini kullanır.

Şekil 7: Mr. Erbil Gentlemen's House'ta Pazarlanan Bir Ürün



Kaynak: Araştırmacı, 20.04.2019.

Artık piyasaya dâhil olan Mr. Erbil küreselleşmek ve yerel çerçevenin dışına çıkmak için çaba göstermektedir. Bu adım da yaygınlaşmanın ve tüketim kültürü dünyasına dâhil olmanın temel adımıdır.

4.5.3. Teknoloji

Günümüz tüketim kültürü bu yaşamın en önemli bileşenlerinden birisi kredi kartlarıdır. Kredi kartı mevcut bütçenin dışında bir harcama imkânı verdiği için tüketimin limitlerini zorlamaya yarayan bir araçtır. Gelişmiş ülkelerde kredi kartı, debit kart gibi kredi sunan araçlar fiziki paranın alışverişte kullanılması seviyesini çok önemli bir oranda düşürmüştür. Bu müşteri için belli bir oranda özgürlük getirirken, hiçbir zaman bitmeyen bir tüketim ve borçlanma döngüsü içine sokmakla onu aynı zamanda özgürlüğünü törpüleyen bir bağımlılık ilişkisi içine de sokmaktadır. Bu, tüketimi arttırdığı için her hâlükârda satıcı için kârlı bir şeydir.

2003 yılından sonraki gelişimler Kürdistan Bölgesel Yönetiminde bu yaşam biçimini doğursa da bankacılık sisteminin gelişkin olamaması, kredi kartı altyapısındaki eksiklikler bunun genelleşmesinin önünde engel olmuş ve olmaya da devam etmektedir. Erbil’de süreç içinde tüketim kültürünü sembolize eden birçok alışveriş merkezi kurulmasına rağmen kredi kartı kullanımı çok da yaygın değildir. Küçük bir işletme olmasına rağmen Mr. Erbil Gentlemen’s House’ta alışverişin kartla yapılmasına olanak veren alt yapı henüz yolun başından itibaren kurulmuştur. Kredi kartının kullanımında ısrarcı olma durumu yeni bir postmodern belirti olarak kabul edilebilir. Yani grup, postmodern dünyanın yaşam tarzına bağlı farklı bir sosyal yaşamı geliştirmede pay sahibidir. Öte yandan bu adaptasyon gruba ekonomik sermayeyi artırma ve daha fazla ünlenme fırsatı sunmuştur. Oldukça iyi sayıda yabancı ziyaretçi kıyafet almak için ya da sadece vakit geçirmek için mekânı ziyaret etmektedir. Bu ziyaretçilerin diğer ülkelerde olduğu gibi kredi kartı kullanabilmeleri işyerinin alışveriş potansiyelini arttırmaktadır. Bu durum da grubun daha fazla ünlenmesi ve dünyaya açılmasının önünü açmıştır.

Tarihi süreç içine bakıldığında kredi kartı kullanımı çok da yeni değildir. Ancak kredi kartının internet ağıyla kombinasyonu sonucu ortaya çıkan sanal alışveriş oldukça yeni bir olgudur. İnternet üzerinden alışveriş, alıcının zamandan tasarruf etmesi, iade kolaylığı, ürünleri karşılaştırma imkânı, mekâna bağımlılığı düşürmesi gibi birçok avantajı bulunmaktadır. Mr. Erbil grubu bu yöntemi de başarılı bir şekilde kullanmaktadır. "İnternet ve sayfa yoluyla Almanya’da yaşayan Almanlara da satış gerçekleştirdik, çünkü ürün almak isteyen kişiler için kolaylık sağlamaktayız. Biz kredi kartı yoluyla alışverişte kolaylık sağlıyoruz, bu yeni bir durum ve öncüsü biziz"(Ü 14, 27 yaşında, Mr. Erbil Gentlemen’s House,

12.01.2019). Bu görüş postmodern değer ve yaşam tarzının yavaş yavaş gruba sızdığının ve toplumun sosyal yapısının bir parçası olacağının göstergesidir, çünkü temelde,

Postmodern düşünce, bireyleri ve grupları kendi yaşam şekillerinin yaratıcısı olarak görmektedir. Bu yaklaşımda toplumsal bütünleşmelerde ferdin ve grubun ezildiği ve yok edildiği kabul gördüğünden, insanları kaynaştıran ve kitleler halinde bütünleştiren araçların yeri olmadığı gibi bütünleştirme düşüncesi, araçları ve çabaları da olumsuzlaşmakta, bireylerin ve grupların bireysel benlikleri ve farklılıkları yüceltilerek vurgulanmaktadır (Akça, 2005: 9).

Bu bağlamda Mr. Erbil grubunun postmodern değerlerin kullanımı konusunda bir başlangıç ve öncü olduğu söylenebilir. Belirtiler az oranda olsa da, postmodern değerler grupta kendini gösterir.

SONUÇ

Moda tarihi bir olgu olarak modern dönemde başka bir anlam kazanmış ve belirgin bir toplumsal değer olarak ortaya çıkmıştır. Moda devamlılığını sürdüren toplumsal bir süreç olduğu için sürekli olarak gelişip dünyaya yayılmaya devam etmektedir ve devam edecektir. Bu devamlılık da hem tarihi seyir içerisinde hem de çağımızda farklı anlam ve belirtiler taşımaktadır, bu yüzden modanın kendinde barındırdığı anlam ve kodları ortaya çıkarmak için moda değeri üzerine yapılacak araştırmalarda farklı metot ve biçimlere ihtiyaç duyulur, çünkü modanın mekanik bir özelliği vardır ve sürekli yeni belirtiler kazanır. Bir başka deyişle, modayı toplumsal bir değer olarak analiz etmek, modanın ortaya çıktığı dönemin toplumsal ve ekonomik durumunu çözümlemeye ihtiyaç duyar. Bu da olgunun tarihi köküne inmekle yapılır, moda da bir toplumsal yapı olarak tarihi köke sahiptir ve tarihi kök, bu değerın toplumsal anlam ve belirtisini, ideolojisini ortaya çıkarmaya yardımcı olur.

Genel formda bu araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan biri de, kültürün yeni ve modern olgu ve değerlerle etkileşiminin ardından büyük bir değişim yaşadığıdır, çünkü 21 yüzyılda Kürdistan Bölgesel Yönetiminde büyük bir kültürel açılım yaşanır. Bu açılımla beraber modern olgu ve değerler kültür içerisine girerek modern değişiklikler meydana getirir. Söz konusu kültürel değişim maddi ve manevi yönleri kapsamıştır, yani sadece manevi norm ve değerleri değil, maddi kültürü de kapsamıştır; mimari yapılar, yollar ve ulaşım araçları bu değişimden paylarını almışlardır. Bu bağlamdaki kültürel değerlerden biri de moda ve giyimdir. Moda, Kürdistan Bölgesel Yönetiminde moderniteyle beraber yaşanan değişimlerin bir parçası olan modern bir olgudur. Bu da modanın bir değer olarak yeni bir şekil ve formda ortaya çıkmasına zemin hazırlayan birçok değişimle gerçekleşmiştir, ayrıca moda birçok yenilikçi anlam ve belirtiyi kendinde barındırmaktadır. Mr. Erbil grubu bir moda örneği olarak bu değeri taşımakta ve Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki bu

modern dönemi yansıtmaktadır. Bu yüzden moda değeri son yıllarda eskiden var olan milli biçimin yerini almıştır. Milli biçim günümüzde küresel ve çağdaş değerlere dönüşmüştür. Öyle ki, Kürdistan Bölgesel Yönetiminde var olan giyim tarzı modern ve Batı toplumlarında bulunan giyim tarzıyla tamamen benzeşmektedir.

Araştırmada ortaya çıkan bir diğer sonuç, KBY’de modanın direkt olarak Batı tüketim kültürüyle bağlantılı olduğudur. Bu durum Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki ekonomik yapının tamamen gelişmesiyle açık bir şekilde görülmüştür. Tüm alanlarda değişim yaşatan bu ekonomik gelişimin sonucunda, tüketim bir olgu olarak toplumsal alanlarda yayılmıştır. Söz konusu tüketim kültürü moda olgusunun unsurlarından biridir. Moda yaygın bir tüketim olgusu olarak ortaya çıkmış ve küresel giyim markaları sürekli tüketim sembolü haline gelmiştir. Bu durum yeni ve çağdaş markaların sürekli olarak tercih edilmesine yol açmıştır. Bu bağlamda Mr. Erbil grubu, küresel bir marka haline gelip sürekli tüketimin bir parçası olmak adına kendi markasını yaratmıştır. Bu durum şüphesiz modern ve çağdaş dünyanın bir parçası olma çabası olarak kabul edilir. Bu yüzden moda, modernleşme dünyasının bir tüketim kültürü olarak Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki yeni dönemle beraber ortaya çıkan bir sonuçtur.

Araştırmanın bir diğer belirgin sonucu ise, Kürdistan Bölgesel Yönetiminde orta tabaka ve moda arasındaki bağlantıdır. Tarihi olaylar 20. yüzyılda orta tabakanın kendine has birçok sembol ve konuma sahip olduğunu göstermektedir, bu tabaka sürekli toplumda aktif ve önemli bir sosyal elit sayılmıştır. Bu yüzden gerçekte devlet ve eğitim kuruluşlarında güçlü bir bilimsel konuma sahip bu tabaka, etkin rol oynayıp toplumsal yapıya etki etmiş ve toplumun diğer bireyleri için örnek teşkil etmiştir. Konumları, onların kolaylıkla diğer kişilerin ilgisini çekmesini sağlamıştır, bu yüzden o dönemde belirgin ve etkili bir elit olarak ortaya çıkarlar. 2003 yılından sonraki ve toplumda yeniden güçlü konum elde etkileri dönemden sonra orta tabaka bir kez daha ve yenilikçi bir formda ortaya çıkar. Bu tabaka etkisini tekrardan toplum kültürünün siyasi, ekonomik ve sosyal seviyelerinin tamamında göstermiştir. Bu durum belirgin şekilde hissedilir ve izleri toplumsal yapının unsurlarında açık şekilde görülür. Bu çerçevede orta tabaka ve Mr. Erbil grubu arasındaki bağlantı, orta tabakanın çabalarından biri olarak kabul edilir, yani yeni formdaki moda olgusunun ortaya çıkması orta tabakanın kültürel çabasına dayanmaktadır, ancak bu kültürel çaba yenilikçi ve moderndir.

Burada en belirgin örnek, kendi sembolleri olarak gördükleri efendi olgusunun yeniden ortaya çıkması ve yenilenmesidir, ancak farklı bir biçim ve formda. Şekil olarak bu olguda değişim vardır fakat içerikte bu olgunun yenilenmesi ve yeniden yaşam paradigmasında üretilmesi yönünde bir çaba mevcuttur. Bununla beraber yeni orta tabakayla önceki orta tabakanın konumu ve çabalarının değiştiği belirtilmelidir. 2003 yılından önceki dönemde orta tabaka eğitim merkezleri ve devlet kuruluşlarında düşük seviyede görülmektedir. Bu dönemde orta tabaka belirgin kültürel etkinliğe sahip olmayıp sınırlı çabalarda bulunmuştur, ama 2003 yılından sonra bu tabaka daha güçlü bir konuma ve geniş etkinlik alanına sahip olmuştur. Öyle ki, siyasi kararlara ve ekonomiye katılım sağlamışlardır, en önemlisi de kültürel oluşumlar üzerinde etkili olmuşlardır. Bu yüzden orta tabakanın moda olgusu ve bunun yayılması üzerindeki etkisi araştırmanın temel sonuçlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Kürdistan Bölgesel Yönetimindeki toplumsal değişim ve modernleşme sonuçlarından biri, ekonomik ve kültürel sermaye arasındaki dengenin gelişimidir. Ekonomik sermaye bu dönemde kültürel alanlarda tamamen etkili olmuştur, ayrıca kültür ve eğitim merkezlerindeki değişiklik yaşanan ekonomi gelişimden kaynaklanmaktadır. Bu durum söz konusu alanların tamamen kültürel sermaye alanından kopmasına neden olmuştur. Genel formda farklı bir kültürel paradigma oluşmuştur ve bu paradigma Mr. Erbil grubunun önemli bir sembolü olarak kabul edilmektedir. Grup içerisindeki kültürel sermaye oranı, ekonomik sermayenin kültürel sermaye unsurları içerisindeki aktifliğinin bir sonucudur. Kültürel sermayenin gelişim formu tamamen modern bir formdur ve modernleşme dünyasının getirmiş olduğu değişikliklerin bir parçasıdır.

Eleştiri bakımından araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan biri günlük konuşma dilindeki değişimdir. Anadil günlük yaşamda birçok değişikliğe uğramıştır, bu da bir yandan internet ve teknolojinin kullanımından, diğer yandan konuşma sırasında yabancı sözcükler kullanmaktan kaynaklanmaktadır. Yani sürekli olarak yabancı sözcüklerin kullanımı anadildeki sözcüklerin yerini almıştır ve bu durum grup üyeleri içerisinde bazı sözcüklerin yok olmasına neden olmuştur. Üyeler bazı sözcüklerin Kürtçe anlamını bilmedikleri için konuşmalarında o sözcükleri tercih etmek zorunda kalmışlardır. Bu durum İngilizce nüfuzunun arttığını ve dilin yabancı dile yöneldiğini gösterirken, ileriki yıllarda anadil üzerinde bir tehlike arz eder ve birçok sözcüğün asimile olmasına neden olur. Bir başka deyişle, yabancı dil bilme

seviyesi grup üyeleri içerisinde ne kadar yüksek de olsa, bunun tehlikeli bir sonucu da mevcuttur, o da anadildeki sözcüklerin silinmesi ve ortadan kalkmasıdır. Bu da 2003 yılından sonraki dönemde yaşanan ekonomik gelişim ve değişimin bir sonucudur.

Grup içerisindeki erkeklik olgusu ve ataerkillik araştırmanın bir diğer sonucu olarak kabul edilir. Psikolojik bakımdan grup üyelerinin kolektif bilinçaltında erkeksi eğilim vardır, bu durum da Orta Doğu'nun küçük bir örneği sayılabilir. Yani modern değerlerin etkisinde kalsa da, grup üyelerinin kolektif bilinçaltında birçok taklitçi değer mevcuttur ve bu günlük yaşamlarına yansımaktadır. Bir başka deyişle, Mr. Erbil erkeksi bir grup olarak her ne kadar modern değerleri kendinde barındırsa da, halen tamamen Orta Doğu kültüründe var olan ataerkillik ve taklitçi değerlerden arınamamıştır.

Sonuç olarak modernleşme süreci farklı seviye ve biçimde kendini gösteren son dönemlerde Kürdistan Bölgesel Yönetiminin en belirgin simalarındandır. Yarattığı etki toplumun sosyal yapısında bir tür kopuş meydana getirmiştir. Bu kopuş, toplumun genel formlarını taklitçi ve klasik şekilden modern ve yeni şekle dönüştürmektir. Bu yüzden son dönemde ortaya çıkan olgu ve değerler, Kürdistan Bölgesel Yönetimine gelen modernite dalgasının etkilerine bağlıdır. Bu bağlamda değerlerin değişmesi söz konusu değişimlerin belirgin özelliklerindendir. Moda da en belirgin değerlerden biri olup Kürdistan Bölgesel Yönetimi genelinde var olan değişim rüzgârına kapılmıştır.

KAYNAKLAR

- Ahmet, Ş. (2008). *Çend Babeteki Fikri*. Süleymaniye: Çapxaney Serdem.
- Akça, G. (2005). Modernden Postmoderne Kültür ve Kimlik. Konya. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (15), 1-24.
- Al-Hasan, İ. (2012). *Ensiklopedia Komelnasi*. Dana Hasan (Çev.). Hewler: Çapxaney Mukriyani.
- Altun, F. (2017). *Modernleşme Kuramı*. İnsan yayınları. İstanbul.
- Arlı, A. (2007). Klasik Sosyolojide Derin Revizyon: Pierre Bourdieu Sosyolojisi. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Der.), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (ss. 131-161) içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aslan, Z. (2012). Geçmişten Bugüne Eleştirel bir Orta Sınıf Değerlendirmesi. *Toplum ve Demokrasi*. 6 (13-14), 55-92.
- Aziz, D. (2001). *Çemkekani Antropoloji*. Hewler: Çapxaney Mehwi.
- Aziz, H. (2009). *Bnamakani Felsefei Komelnasi*. Hewler: Çapxaney Hani.
- Başiriye, H. (2005). *Tyori Kültüri*. (Teyfur M.Çev.). Süleymaniye: Çapxaney Serdem.
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim ve Toplum*. (Tutal, N.&Keskin, F. Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilgin, R. (2016). Geleneksel ve Modern Toplumda Kadın Bedeni ve Cinselliği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 26 (1), 219-2443.
- Bostan, M. (2012). *C. Wright Mills'in Sosyoloji Anlayışı*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel bir Antropoloji İçin Cevaplar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*. (Sevil, K. Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2007). Viva La Crise. Sosyal Bilimde Heteredoksi İçin. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Der.), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (ss. 33-52) içinde. İstanbul. İletişim Yayınları.

- Bourdieu, P. (2015). *Ayrim*. (Şanan, D. & Berkkurt, A. Çev.). Ankara. Haretik Yayınları.
- Bruce, C. (2010). *Derwazekani Komelnasi*. (Şerif H. Çev.). Hewler: Çapxaney Çwarçra.
- Bulut, Y. (2010). *Sosyolojiye Giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Burhan, H. A. (2010). 1980 Sonrası Sosyal Değerler ve Sosyal Çözülme: Öğretmenler Üzerine Uygulamalı bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilim Enstitüsü. İstanbul.
- Cansöz, N. (2015). Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak 14 Şubat Sevgililer Günü. *Sosyal Bilim Enstitüsü Dergisi*, 34, 135-143.
- Crane, D & Bovone, L. (2006). Approaches to Material Culture: The Sociology of Fashion and Clothing. Paris: *Poets*, 34(6), 319-333..
- Crane, D. (2018). *Moda ve Gündemleri*. (Çelik, Ö. Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demren, Ç. (2001). *Ataerkillik ve Erkeklik Biçimlerinin Karşılıklı İlişkileri ve Etkileşimleri*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Doğan, N. & Alver, K. (2018). *Kültür Sosyolojisi*. Çizgi Kitapevi. İstanbul.
- Duman, Z. (2018). *Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Durkheim, E. (2004). *Sosyolojik Yöntemin Kuralları*. (Saraçoğlu, C. Çev.). İstanbul: Bordo Siyah Klasik Yayınları.
- Eisenstadt, S. N. (2014). *Modernleşme*. (Küçük, U. Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Elyas, S. P. (2010). *Mqavamat Mujtama' Al-Medeni*. Hewler: Çapxaney Zanko.
- Erdem, T. (2018). *Sosyoloji Notları*. İstanbul: Milli Basım Yayın.
- Fildiş, B. (2016). Bir Yöntem Olarak C. Wright Mills'in Toplumbilimsel Düşününü Çözümlemek. *International Journal of Social Science*. (51), 139-156.
- Giddens, A. (2010). *Sosyoloji: Başlangıç Okumaları*. (Altaylar, G. Çev.). Ankara: Say yayınları.
- Gökçeli, B. (2014). *Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi'nin İlk Modernleşme Hamleleri Sürecinde Bugüne Cumhuriyet Halk Partisi'nin Müzik Politikaları*. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Gönüllü, M. (2001). Grup ve Grup Yapısı. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 2(1), 191-201.

- Güneş, H. (2016). *Sosyoloji Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Güzel, B. (2014). Sanayi Devrimi'nin Ortaya Çıkardığı Toplumsal Sorunların Edebiyattaki İzduşümü: Émile Zola'nın Germinal Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33), 157-165.
- Hekim, M. vd. (2006). *Derwazekani Komelnasi*. Hewler: Çapxaney Aras.
- Herdi, R. vd. (2017). *Moderne*. Süleymaniye: Çapxaney Serdem.
- Hobsbawm, E. (2000). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- İbrahim, M. vd. (2009). *Ensiklopedia Hewler*. Hewler: Çapxaney Green Glory.
- Kadir, S, M. (2012). *Bırakuji*. Hewler: Çapxaney Rojhalat.
- Kanii, M. W. (2012). *Siyaset u Dunya*. Süleymaniye: Çapxaney Awene.
- Kanii, M. W. (2018). *Fikir u Dunya*. Süleymaniye: Çapxaney Endeşe.
- Kanii, M. W. (2018). *Le Çi Estayekde Dejin*. Süleymaniye: Çapxaney Endeşe.
- Karadağ, A. H. (1984). *Küçük Burjuvazi ve Devrim Savaşımı*. İşçinin Sesi Yayınları.
- Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji*. (Özüdoğru, Ş. Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kaya, M. (2012). Klasik Sosyolojik Perspektifte Modernleşme Tartışmaları. *Birey ve Toplum*. 2(4), 111-131.
- Kırılmaz, H. & Parçası, F. A. (2016). Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları. *İnsan & İnsan*. 3(8), 32-58.
- Lerner, D. (1965). *The Passing of Traditional Society, Modernizing the Middle East*. New York: The Free Press.
- Marcuse, H. (2002). *One-Dimensional Man*. London and New York: Routledge.
- McLuhan, M. 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mihrdad, A. (2019). *Çepi Nwe*. Hewler: Çapxaney İdea.
- Miran, R. (2010). *Maarife, Tak ve Komelga*. Hewler: Çapxaney Çwarçra.
- Mirawdeli, H. (2007). *Ferhengi Komelnasi*. Hawler: Çapxaney Roşnbiri.
- Morsümbül, Ş. (2014). *Değerlerin Kuşaklar Arası Değişim: Ankara Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*. (Özgü, S. Çev.). Ankara. Siyasal Kitapevi.

- Outhwaite, W. (2006). *Modern Social Thought*. Malden: Blackwell Publishing.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde "Habitus", "Sermaye", ve "Alan" Üzerine. *Liberal Düşünce*, 16 (61-62), 121-141.
- Park, R. E. ve Burgess, E. W. (2017). *Asimilasyon ve Sosyal Kontrol*. (Sayar P.ve Çalı K. Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Punch, K. (2006). *Sosyal Araştırmalara Giriş*. (Akyüz, Z, Bayrak, D.& Arslan, H. Çev.). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Sevil, B. (2006). *Moda Sektöründe Küresel Marka Yaratılması: Markalaşma Çalışmaları Üzerine bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Simmel, G. (1904). Fashion. *International New Work Quarterly*. (10), 130-155.
- Siweyli, R. (2010). *Pierre Bourdieu u Komelnasi*. Hewler: Çapxaney Mukriyani.
- Skivko, M. (2018). *Fashion in the City and the City in the Fashion: Urban Representation in Fashion Magazines*. P.H.D. Thesis. University of Weimar, Bauhaus.
- Skov, L. & Malchior, M. R. (2008). Research Approaches to the Study of Dress and Fashion. *Creative Encounters*. <https://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/7766/Creative%20Encounters%20Working%20Papers%2019.pdf?sequence=1> (erişim: 21.10.2019)
- Solmaz, B. (2011). Modernlik ve Modernleşme Kuramlarına Yöneltilen Eleştiriler. *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (32), 35-58.
- Sorokin, P. (1994). *Centemporary Sociological Theories*. New York: Harper and Brothers.
- Steger, M. B. (2013). *Küreselleşme*. (Ersoy, A. Çev.). Ankara: Kültür Kitaplığı.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar*. (Genç, E. Çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Şerif, R. (2008). *Rehende Komelayetekani Na-Saqamgiri le Heremi Kürdistan*. Hewler: Çapxaney Aras.
- Tönnies, F. (2019). *Cemaat ve Cemiyet*. (Güler, Çev.). İstanbul: Vakıf Bank Kültür Yayınları.
- Uysal, E. (2003). Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsani Erdemler-İslami Erdemler. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*, 2, (1), 51-59.
- Ünsaldı, L. & Geçgin, E. (2015). *Sosyoloji Tarihi, Dünyada ve Türkiye’de*. Ankara: Heretik Yayıncılık.

- Wagner, P. (2005). *Modernliğin Sosyolojisi*. (Küçük, M. Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Yarç, S. (2011). Pierre Bourdieu’da Sosyal Sermaye Kavramı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 125-137.
- Yazıcı, M. (2014). Değerler ve Toplumsal Yapıda Sosyal Değerlerin Yeri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 209-223.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 23(112), 7-17.
- Yumuş, S. (2017). *Orhan Kemal’in Romanlarında Sosyal Değerler*. Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Bursa.

İnternet Kaynakları

- Akerman, I. (2018). Mr Erbil – The Iraqi Men Who Are More Stylish Than You. *Vogue Arabia*. (29.03.2018). <https://man.vogue.me/fashion/mr-erbil-iraq-style-collective/>
- Aurelia, J. (2018). Mr. Erbil: Pria-Pria Gaya di Tengah Bangsa Militer Kurdi. *Tirto.id*. (21.08.2018). <https://tirto.id/mr-erbil-pria-pria-gaya-di-tengah-bangsa-militer-kurdi-cTBv>
- Barba-Court, K. (2017). Iraq’s First Gentlemen’s Fashion Club Easily Rivals Western Hipsteriness. *Plain Magazine*. (07.02.2019). <https://plainmagazine.com/iraqs-first-gentlemens-fashion-club-mr-erbil-rival-hipsters/> .
- Barnes, S. (2017). “Stylish Men Start Iraq’s First Gentlemen’s Fashion Club While Doing Social Good.” *My Modern Met*. (24.01.2017). <https://mymodernmet.com/mr-erbil-kurdistan-fashion/>
- Carrion, F. (2019). El club 'hipster' que planta cara en Irak a los barbudos del Estado Islámico. *El Mundo*. (04.01.2019) <https://www.elmundo.es/papel/lifestyle/2019/01/04/5c2e51bdfc6c83433c8b45b8.html>
- Duran, A.E. (2014). Erbil’de IŞİD paniği ekonomiyi vurdu. Deutsche Welle. (09.08.2014) <https://www.dw.com/tr/erbilde-i%C5%9Fid-pani%C4%9Fid-ekonomiyi-vurdu/a-17843393>
- Euronews, (2019). "Mr. Erbil: the social media influencers styling up Iraq." *Euronews*. (05.04.2019) <https://www.euronews.com/2019/04/05/mr-erbil-the-social-media-influencers-styling-up-iraq>
- Jacommet H. (2017). Mr. Erbil: Iraq As You Won’t Believe Your Eyes. *Parisian Gentleman*. (07.02.2017). <https://parisiangentleman.co.uk/2017/02/07/mr-erbil-iraq-as-you-wont-believe-your-eyes/>

- Koç, A. T. (2017). "Peşmerge'yı bırak, Hipster'abak!" *Hürriyet*. (21.03.2017).
www.hurriyet.com.tr/kelebek/stil/pesmergeyi-birak-hipstera-bak-40399189
- Kurdistan Regional Statistics Office. (2018). Indicators.
<http://www.krso.net/Default.aspx?page=article&id=899&l=1&#krso2>
- Linkiesta (2017). Mr. Erbil, i curdi che non sparano all'Isis ma che almeno si vestono bene. *Linkiesta*. (25.01.2017)
<https://www.linkiesta.it/it/article/2017/01/25/mr-erbil-i-curdi-che-non-sparano-allisis-ma-che-almeno-si-vestono-bene/33040/>
- Mandalawi, S. (2019). Mr. Erbil opens its doors to a dream: A Kurdish girl at a gentlemen's house!. *My Nest in Kurdistan*. (12.09.2019)
<https://mandalawi.me/2019/02/12/mr-erbil-opens-its-doors-to-a-dream-a-kurdish-girl-at-a-gentlemens-house/>
- Mena, O. (2017). Mr. Erbil: la moda masculina que quiere cambiar a Irak. *Revista Diners*. (13.03.2017) https://revistadiners.com.co/moda/43603_mr-erbil-la-moda-masculina-quiere-cambiar-irak/
- Modanın Gelişimi Nasıl Olmuştur. (2018).
<https://moda.webcam/2018/10/10/modanin-gelisimi-nasil-olmustur/>
- Okudcu, İ. (2017). Mr. Erbil'den 'birlikte yaşam' pozu. *Anadolu Ajansı*. (21.03.2017).
<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/mr-erbilden-birlikte-yasam-pozu/776272>
- Özgentürk, J. (2011). Erbil'indüşüDubai olmak. *Radikal*. (16.04.2011)
<http://www.radikal.com.tr/yazarlar/jale-ozgenturk/erbilin-dusu-dubai-olmak-1046336/>
- Pfeiffer, A. (2015). The hipster is dead. Long live the hipster. *The Guardian*, 03.10.2015. <https://www.theguardian.com/culture/2015/oct/03/hipster-social-phenomenon-commercial-success>
- Respect (2017). Des dandys kurdes-irakiens à quelques kilomètres de Daech. *Respect*. (08.03.2017) <https://www.respectmag.com/26508-erbil-dandy-kurdes-irakiens>
- Shelton, W. C. (2013). Dear hipster. *The Somerville Times*, (13.09.2013).
<https://www.thesomervilletimes.com/archives/42150>
- Suhail, U. (2017). Mr ERBIL – Iraq's First Gentlemen's Fashion Club. *Umm Suhail*. (24.01.2017). <https://ummsuhail.com/2017/01/24/mr-erbil-iraqs-first-gentlemens-fashion-club/>
- Zîv (2017). "The Effendis are Back on Track". *Zîv*. (03.03.2017).
<https://zivmagazine.com/2017/03/03/the-effendis-are-back-on-track/>

EKLER

EK A: SORU FORMU

Birinci: Genel Sorular

1. Yaş () Yıl
2. Medeni durum: Evli () Bekar () Boşanmış ()
3. (Bekarsa) Kiminle yaşıyorsunuz?
4. Eğitim : İlkoul () Ortaokul () Lise () Yüksek Okul ()Lisans () Yüksel Lisans+
()
5. Çalışıyor musun? Evet ()Hayır () cevabın evetse hangi işi yapıyorsunuz?
6. Okuma yazma oranın : Kürtçe dilinden başka hangi dili biliyorsun? Arapça ()
Farsça () Türkçe () İngilizce (). Başka.....
7. Eğer başka dil biliyorsan, nerde nasıl öğrendin?

İkinci: Grubun Amaç ve Hedefleri

1. Grup hangi yılda kuruldu?
2. Grubu kurma fikri nasıl oluştu..... Fikri bir kişiden yoksa sizle aynı
amacı taşıyan başka bir gruptan aldınız?
3. Grubu kurma fikrinin oluşmasına herhangi bir grup var mı.....?
4. (MR.Erbil) ne demek? Bu ismi kullanma fikri nasıl oluştu.....?
5. Bu grup nedir diye sorulduğunda grubunuz nasıl tarif ediyorsunuz? (örnek:
Moda kulübü, erkek kulübü, düşünce kulübü)
6. Grubun amaçları/misyonu nelerdir.....
7. Gruba katılmak için herhangi bir şartınız var mı? Varsa nelerdir.....?
8. Grup ilk kurulduğunda kaç kişiyle kuruldu şimdi kaç üyeniz var?
9. Kimler girebilir? Herkese açık mı?
10. Gruptan ayrılan oldu mu? Varsa neden?

11. Gurubu organize eden bir başkanı var mı? Yoksa kendiniz takım çalışması ile mi yönetiyorsunuz?
12. Yabancı TV'ler bile sizden bahsetti, Grup nasıl oldu da bu kadar popüler oldu? Bunu siz mi amaçladınız yoksa tesadüfen mi oldu?
13. Grubun ne gibi faaliyetleri/etkinlikleri var? Örneğin bir araya gelip maç mı izliyorsunuz belli günler buluşup bu kıyafetlerle yürüyüş mü yapıyorsunuz?
14. Bir Mr. Erbil üyesi olarak, günlük hayatınızı nasıl geçiriyorsunuz.....?
15. Günlük kıyafetlerinizde Mr Erbil Modasına uyuyor musunuz? Yoksa sadece özel günlerde mi bunu yapıyorsunuz?
16. Genelde grup olarak mı vakit geçiriyorsunuz yoksa belli vakitlerde mi bir araya geliyorsunuz? Ne kadar sıklıkla bir araya geliyorsunuz?
17. Grubun diğer üyeleriyle ilişkiniz nasıldır? Daha fazla sosyal medya üzerinden mi? yoksa yüz yüze görüşüyorsunuz?
18. Gurubunuz sadece moda mı özel yoksa müzik, tiyatro gibi unsurlara da ilgi duyuyorsunuz?
19. Grubunuzda neden kadın üyeniz yok? Sizin tercihiniz mi yoksa kadınlar mı sizden kaçıyor?
20. Bu gruba katılmakla neyi hedefliyorsunuz.....?
21. Grup olarak belli bir gelir kaynağınız var mı.....? aidat, yardım, sponsorluk, reklam vs.
22. Bu grubu kurmakta herhangi bir ekonomik amacınız var mı?

ÜÇÜNCÜ: Değerlerin değişimi ve kültür

1. Sizce kıyafet ya da dış görünüş neden bu kadar önemli?
2. Bu Grup size ne kattı? Kendiniz de herhangi bir değişim ve yenilenme hissediyor musunuz.....? Dünyaya bakışınız değişti mi?
3. Kendinizi batılı mı, doğulu mu hissediyorsunuz?.....?

4. Giydiğiniz kıyafetler yüzünden toplumda herhangi bir sıkıntı yaşadınız/yaşıyor musunuz....? Yaşıyorsanız ne gibi sıkıntılar?
5. Hiç eleştiri/tehdit aldınız mı? Genelde kimler bunu yapıyor?
6. Grupta en sık yaşadığınız temel sorun ve problem nedir.....?
7. Kendinizi ifade etmek için yeterince fırsat buluyor musunuz?

DÖRDÜNCÜ: Ekonomik Sorular

1. Nerede ve nasıl bir ailede doğdunuz?
2. Ailenizin ekonomik durumu nasıldı? Bu gruba dâhil olmanızda ailenizin ne gibi bir rolü var?
3. Birey olarak gelir kaynağınız nereden geliyor.....?
4. Ailenizin ortalama aylık geliri ne kadardır? Yaklaşık olarak () Dinar
5. Kıyafetleri tedarik etmek için zorlanıyor musunuz?
6. Kıyafetlerinizde belli bir markayı mı tercih ediyorsunuz yoksa diktiriyor musunuz?
7. Kıyafet konusunda ya da kulüp faaliyetleri için size sponsor olan bir kuruluş var mı?

EK B: Görüşmeci Profili

Üye	Yaş	Medeni Durumu	Eğitim	Mezun olduğu Üniversite	Dil Bildikleri/Kürtçe Dışında	Görüşme Tarihi
Ü.1	28	Bekâr	Lisans	Işık Üniversitesi	Arapça, İngilizce, Türkçe	3.01.2019
Ü.2	28	Bekâr	Lise	-	İngilizce, Almanca	3.01.2019
Ü.3	29	Bekâr	Lisans	Amerikan Üniversitesi	İngilizce, Arapça	3.01.2019
Ü.4	25	Bekâr	Lisans	Jihan Üniversitesi	İngilizce, Arapça	6.01.2019
Ü.5	24	Bekâr	Lisans	Jihan Üniversitesi	İngilizce, Arapça	6.01.2019
Ü.6	25	Evli	Lisans	Işık Üniversitesi	Arapça, İngilizce, Türkçe	6.01.2019
Ü.7	23	Bekâr	Lisans	Salahaddin Üniversitesi/Devam Ediyor	İngilizce, Arapça	7.01.2019
Ü.8	24	Bekâr	Lise	-	İngilizce, Almanca	7.01.2019
Ü.9	24	Bekâr	Lisans	Jihan Üniversitesi	İngilizce, Arapça	8.01.2019
Ü.10	31	Bekâr	Lisans	Jihan Üniversitesi	Arapça, İngilizce, Türkçe	8.01.2019
Ü.11	30	Evli	Lisans	Amerikan Üniversitesi	Arapça, İngilizce, Türkçe	8.01.2019
Ü.12	25	Bekâr	Lisans	Işık Üniversitesi	İngilizce, Arapça	8.01.2019
Ü.13	26	Bekâr	Lisans	Amerikan Üniversitesi	İngilizce, Arapça	12.01.2019
Ü.14	27	Bekâr	Lisans	Kürdistan Üniversitesi	İngilizce	12.01.2019
Ü.15	23	Bekâr	Lisans	Jihan Üniversitesi	İngilizce, Arapça	15.01.2019
Ü.16	25	Bekâr	Ön lisans	Salahaddin Üniversitesi	İngilizce	15.01.2019

ÖZGEÇMİŞ

Abdalla RasulAbabakr1989 yılında Süleymaniye’de doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Süleymaniye’de tamamladı. 2012 yılında Salahaddin Üniversitesi Sosyoloji bölümünden mezun oldu. Sonra Gaziantep Üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde yüksek lisansını tamamlamıştır.

VITAE

Abdalla Rasul Ababakr was born in 1989 in Süleymaniye. He accomplished his primary, secondary and high school education in Süleymaniye. In 2012, he graduated from the Sociology Department of Salahaddin University. Then, he completed his master’s degree in Social Science Institute of Gaziantep University.