



Toplumsal Cinsiyet Kavramının Konut Mekân Organizasyonu ve Konut Reklamları Üzerine Etkisi

The Effects of Gender Concept on Housing Advertisements and Residential Organization

Gülçin ERDAŞ, Emine Fulya ÖZMEN

ÖZ

Birey doğumundan ölümüne kadar kadın ya da erkek olma özelliğine sahiptir. Bu durum cinsiyeti tanımlamakta olup değiştirilemeyen belirli biyolojik, bedensel özellikleri tanımlamaktadır. Ancak birey toplum içinde var olmaya başladığı andan itibaren, bireye toplum tarafından bazı görevler ve roller yüklenir. Sosyal hayatta ne şekilde var olacağına, etkin olabileceği alanlara ve mekânlara dair bir takım kurallar vardır. Bu kuralların ya da yüklenen rollerin belirlenmesinde kalıpyargılar (stereotip/stereotypes) doğrudan etkilidir. Bütün bu kalıpyargılar "Toplumsal Cinsiyet" kavramını nitelendirir. Değişen ve farklılaşan yaşam alışkanlıkları, toplumun bireye yüklediği rolleri de değiştirip dönüştürmüştür. Kadının ve erkeğin toplumsal rollerinin ve etki alanının değişmesi, mekâna dair karar alanlarını etkilemiş ve aynı zamanda mekânın organizasyonunun yeniden düşünülmesini gerektirmiştir. Bu değişimler, kentlere özel alan-kamusal alan ayrımı olarak yansırken, bu yansımanın en küçük ölçekte temsili ise konutlar olup, toplumsal cinsiyet kavramı ve özel-kamusal ayrımı, konut mekânlarının biçimlenmesini ve konut edinim/satın alım süreçlerini doğrudan etkilemektedir.

Anahtar sözcükler: Konut; konut mekan organizasyonu; konut reklamları; toplumsal cinsiyet.

ABSTRACT

An individual has the feature of being either a male or a female from the birth to the end of his/her life. This biological identification is entitled as "sex" and it describes certain biological and physical features that cannot be altered. However, as soon as an individual begins to exist within the society, some tasks and roles are attributed to the individual by the society. There are a number of rules on how and where individuals can be exist in social life, and the milieu in which they can be active. Stereotypes are directly influential in determining these attributed roles and tasks. All these stereotypes describe the concept of "gender". The changing lifestyles also alter and transform the roles that the society ascribes to the individual. The change of the social roles and the domain of the female and the male has affected the decision areas of the space and at the same time the organization of the space has to be rethought. While these changes are reflected as the difference between private and public spaces in cities, the representation of this reflection on the smallest scale is houses. Moreover, the concept of gender and private-public distinction directly affect the shaping of housing spaces and the processes of acquiring / purchasing housing.

Keywords: House; residential organization; housing advertisement; gender.

Gazi Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Ankara

Başvuru tarihi: 14 Temmuz 2018 - Kabul tarihi: 17 Aralık 2018

İletişim: Gülçin ERDAŞ, e-posta: gulcinerdas@gmail.com

© 2019 Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi - © 2019 Yıldız Technical University, Faculty of Architecture

Giriş

İnsan, yaratılış gereği dişi ve erkek olmak üzere iki ayrı cinsiyetten birine ait olur. Bu aidiyet, değiştirilemeyen belirli biyolojik ve bedensel özellikleri ifade etmektedir. Cinsiyet kavramının, biyolojik boyutunun ötesinde bir de toplumsal boyutu vardır. Toplum, kadın ve erkek için ayrı ayrı roller belirlemede ve bu roller dahilinde hareket etmesini beklemektedir. Bu cinsiyet rollerinin temelinde toplumsal kalıpyargılar vardır ve insanın varoluşundan günümüze kadar süregelen kalıpyargılar “Toplumsal Cinsiyet” kavramını nitelendirir.

Zaman içinde kamusal ve özel alanda yaşanan her değişim, bireye yüklenen rolleri de değiştirmiş, bu değişim kentlere ve mekânların biçimlenmesine yansımıştır. Kent içinde yaşanan özel-kamusal alan ayrımı da temelde “toplumsal cinsiyet” kavramına ve “cinsiyet rolleri”ne dayanmakta, “toplumsal cinsiyet ideolojileri”ni yansıtmaktadır. Bu yansımanın en küçük ölçekte temsili ise konutlar olup, toplumsal cinsiyet kavramı ve özel-kamusal ayrımı, konut mekânlarının biçimlenmesini doğrudan etkilemektedir. Ayrıca, literatür araştırmalarından elde edilen veriler ışığında, çalışmaların büyük bir çoğunluğunda, konut mekânları da özel-kamusal olarak sınıflandırılmıştır. Konut içerisinde özel ve özel olmayan alanların olduğu doğrudur ancak, “kamusal” kelimesinin, “özel olmayan alanlar” için oldukça genel bir ifade olması sebebiyle bu çalışmada, konut içerisinde yaşanan mekânsal ayrımı nitelendirmek üzere “özel-kamusal” yerine “özel-genel” ifadeleri kullanılmıştır.

Toplumsal cinsiyet algısı, konut edinimi sürecinde de karşımıza çıkmaktadır. “Özel-Kadın”, “Kamusal-Genel-Erkek” temsili, konut reklamlarında belirgin bir şekilde işlenmiş, kadın ve erkeğin kalite anlayışı, konuttan beklentileri, konutu kullanım biçimleri ve konut içindeki baskınlık, aidiyet gibi kavramları ayırıştırılmış, hedef kitle doğrultusunda, bireyler etkilenmeye çalışılmıştır.

Toplumsal cinsiyet, konut ve konut edinim süreciyle ilgili olarak, bu kavramların birbirinden bağımsız bir şekilde değerlendirildiği ve reklamların konu edildiği pek çok çalışma mevcuttur. Ancak bu çalışma, toplumsal cinsiyet, konut ve konut edinim sürecini birlikte ele alarak, “toplumsal cinsiyet, konut mekânlarının biçimlenmesini ve konut edinim sürecini nasıl etkilemektedir?” sorusuna cevap araması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda, tarihsel süreçte kadın ve erkeğin rollerini etkileyen değişimlerin konut mekân biçimlenmesine ve konut pazarlama/reklam sürecine etkileri ortaya koyulmaya çalışılmış, yapılan araştırmalardan elde edilen bulgular, bir anket aracılığıyla da sorgulanmıştır.

Ek olarak, cinsiyet kavramı, cinsel kimlik ve cinsel yönelim ile karıştırılmakta, cinsiyet çalışmalarının eşcinsel vb. pek çok bireyi içerip içermemesi gerekliliği tartışılmaktadır. Cinsiyet için iki tercih durumu vardır: kadın ve erkek. Cinsel

kimlik ya da cinsiyet kimliği için de iki tercih durumu vardır: kadınsı ya da erkeksi hissetmek. Bu iki kavram da toplumsal cinsiyet kavramıyla ilişkilidir. Ancak cinsel yönelim, cinsel ve romantik olarak bireyin, kadından, erkekten veya her iki cinsten de hoşlanmasıyla, bireyin arzusuyla ilgilidir. Temelinde cinsiyet ve cinsel kimlikle bağı olsa da toplumda cinsel yönelim türlerinin nasıl karşılandığı ayrı bir sosyolojik çalışma alanıdır. Bu çalışma, cinsel yönelimlerinden dolayı bireyleri ötekileştirmek için değil; toplumsal cinsiyet, cinsiyet ve cinsel kimlik kavramlarının kadın/kadınsı/dişi ve erkek/erkeksi/eril kavramlarına işaret etmesi sebebiyle kadın ve erkek temel alınarak hazırlanmıştır. Cinsiyet değiştiren/değiştirmeyen, farklı cinsel yönelimleri olan/olmayan fakat biyolojik cinsiyetine, görünüşüne aldırmadan “kadın” ya da “erkek” olarak kendini tanımlayan her birey çalışma alanına dahildir.

Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Türk Dil Kurumu cinsiyeti, bireye, üreme işinde ayrı bir rol veren ve erkekle dişi ayırt ettiren yaratılış özelliği, eşey, cinslik, seks olarak tanımlamaktadır. Erkek ya da dişi yaratılmak kromozomal bir eşleşmenin ürünüdür, biyolojik cinsiyettir. Özetle cinsiyet, “cinsel farklılık alanına, bedenlerin morfolojisi meselesine atıfta bulunur”.¹

Vatandaş,² kadın veya erkeği, günlük dildeki yaygın kullanımıyla hem bireyin biyolojik anlamda dişi veya er oluşunu, hem de toplumun bireye sunduğu roller sistemi dâhilinde anlam kazanan kadın veya erkek oluşu ifade eden iki terim olarak tanımlarken, bu terimlerde anlam kazanan biyolojik boyut ile biyolojik yapıda temellenen toplumsal boyutun birbirlerinden çok farklı şeyler olduğunu da belirtir. İşte bu noktada “toplumsal cinsiyet” kavramı karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsal cinsiyet kavramı, sosyolojiye ilk olarak Ann Oakley tarafından dahil edilmiştir. “Ann Oakley’e göre, “cinsiyet” (sex) biyolojik erkek-kadın ayrımını anlatırken, “toplumsal cinsiyet”(gender) erkeklik ile kadınlık arasındaki buna paralel ve toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yapmaktadır. Dolayısıyla “toplumsal cinsiyet”, kadınlar ile erkekler arasındaki farklılıkların toplumsal düzlemde kurulmuş yönlerine dikkat çekmektedir”.³

“Toplumsal cinsiyet biyolojik farklılıklardan dolayı değil, kadın ve erkek olarak toplumun bizi nasıl gördüğü, nasıl algıladığı, nasıl düşündüğü ve nasıl davranmamızı beklediği ile ilgili bir kavramdır”.⁴ Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyeti temel alarak, toplum tarafından şekillendirilen, kültüre, politik-siyasal gelişmelere, tarihsel süreçlere göre farklılaşabilen, bireye yüklenen roller bütünüdür ve bu kavramı biyolojik cinsiyetle açıklamanın mümkün olmadığını Bhasin⁵ şöyle belirtir: “Kadınlar ve erkekler arasında

¹ Grosz, 2011. ³ Gordon, 1999, s. 98. ⁵ Bhasin, 2003, s. 15.

² Vatandaş, 2011, s. 30. ⁴ Akin, 2007, s. 2.

Dişi= Biyolojik bir kategori		Kadın= Kültürel bir kategori	
Eski Atina	Modern Atina	Eski Atina	Modern Atina
XX kromozomları	XX kromozomları	Oy veremez	Oy verebilir
Rahim	Rahim	Hakim olamaz	Hakim olabilir
Yumurtalık	Yumurtalık	Hükümette görev alamaz	Hükümette görev alabilir
Az testosteron	Az testosteron	Kiminle evleneceğine kendisi karar veremez	Kiminle evleneceğine kendisi karar verebilir
Çok östrojen	Çok östrojen	Genelde okuma yazma bilmez	Genelde okuma yazma bilir
Süt üretebilir	Süt üretebilir	Yasal olarak baba ya da kocaya aittir	Yasal olarak bağımsızdır
Tamamen aynı şey		Çok farklı şeyler	

Şekil 1. Kalıpyargılara yönelik dişi-kadın üzerinden bir örnek.⁸

bazı biyolojik farklılıklar olduğunu inkar edemeyiz; ancak kültürler arasında toplumsal cinsiyet rollerinin çok fazla çeşitlenmesi, bunların yalnızca cinsiyet üzerine temellenir ve açıklanamayacağını gösterir. Bilimin basit bir kuralını hatırlamalıyız: değişkenler (toplumsal cinsiyet rolleri) sabitlerle (cinsel organlar ve kromozomlar ya da cinsiyet) açıklanamaz”.

Bhasin’in değişkenler olarak nitelendirdiği toplumsal cinsiyet rolleri, “cinsiyet kalıpyargılarını ya da toplumun belirlediği cinsiyet farklılıklarını yansıtmak üzere kullanılır. Daha özelden, bu terim, geleneksel olarak kadın ve erkekle ilişkili olduğu kabul edilen rolleri ifade eder”.⁶ Bu rollerin belirlenmesinde kalıpyargılar (stereotypes) doğrudan etkilidir. Kalıpyargı, “sosyal sınıfların özelliklerine ilişkin inançlar”⁷ olarak da tanımlanabilmekte olup kalıpyargıların temelinde kategorileştirme eğilimi vardır (Şekil 1).

Toplumsal cinsiyet algısının kavramsal boyutunun ötesinde, bu algının ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin nasıl oluştuğunu ve geliştiğini anlamak da büyük önem arz etmektedir. Bu durum kadın ve erkeğin konumuna dair detaylı bir tarihsel incelemeyi beraberinde getirmekte olup en genel haliyle baktığımızda tarihte kadın ve erkeğe yönelik ilk eşitsizliğin avcılıkla birlikte geliştiğini söylemek mümkündür. Henüz biyolojik sebeplerin sonuçlarına göre hareket eden ve aralarında doğal bir iş bölümü kuran, geçim biçimi sadece toplayıcılık olan ilkel toplumlarda, iş bölümü gerekeceğinden kadın ve erkeğin konumu birbirinden farklı değildir. Ancak avcılığın başlamasıyla birlikte toplumsal yapının türdeşliği de son bulmuş olur. Avcılık ve toplayıcılık olarak başlayan iş bölümü, daha sonraları erkeğin koruma, kadının besleme görevini üstlenmesiyle, yerini av işleri ve ev işlerine bırakmıştır. Ancak, bu anlatım, toplumsal cinsiyet algısının ve toplumsal eşitsizliğin doğal bir süreçle –hatta biyolojik sebeplere bağlı olarak- geliştiği fik-

rini düşündürmektedir. Ancak toplumsal cinsiyet algısının ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin gelişimi bu fikirle açıklanacak kadar basit değildir. Bilhassa cinsiyet çalışmalarının kadın üzerinde odaklanması pek çok durumu birlikte ele almayı gerekli kılmıştır. İcatlar, dinlerin ortaya çıkışı, devrimler, darbeler, savaşlar vb. kadın ve erkeğin toplumsal konumlarını, eşit(siz)liklerini doğrudan etkilemiştir.

Konut- Cinsiyet İlişkisinin Kavramsal Çerçevesi

Konut, ev ya da yuva; kamusal alanın bir parçası aynı zamanda kamusal alandan bağımsız, bireyin özel alanı, barınma, korunma ve her türlü insani gereksinimlerini karşılayabildiği, mahrem alan olarak tanımlanabilir. “İnsanlar konut inşa etmekle yalnız fiziki bir çevre değil, anlam dolu psikolojik bir çevre, belli zevk ve değerler şemasını güçlendiren sembolik bir dünya da yaratır”.⁹

Konut ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişkiyi anlayabilmenin yolu, konutun toplumsal ve kültürel yapısına odaklanmaktan geçmektedir. Çünkü “toplumsal cinsiyet rolü kimlikleri, çoğunlukla mikro düzeyde ev mahalinde yeniden üretilir”.¹⁰ Jarvis vd.,¹¹ gündelik hayatımızın çoğunun hanehalkı, işyeri ve otobüs kuyruğu gibi ortamlarda geçtiğini, bu açıdan hane kurumunun, içerisinde, toplumsal cinsiyetin yeniden yapılanmasının yerel etkilerinin keşfedileceği daha gerçekçi bir ortam sağladığını belirtmektedir.

Konut ile cinsiyet arasında tartışmaya açık bir ilişki vardır. “Ev” ile “evlenmek” arasındaki bağıntıdan, konutun cinsiyetçi sunumuna işaret eden Erkarlan,¹² eril veya dişil kodların baskınlığı tartışması bir yana, evin, geleneksel anlamda üremeye dayalı bir medeni birliği temsil ettiğini söyler. Verschaffel’e¹³ göre ise konut, insanların ait olduğu ‘yer’ olmanın yanı sıra, hayatın devamlılığını sağlayan ka-

⁸ Harari, 2016, s. 156.

¹¹ Jarvis, Kantor ve Cloke, 2015, s. 128.

⁹ Ittelson vd. aktaran E. İmamoğlu ve V. İmamoğlu, 1996, s. 2.

¹² Erkarlan, 2004.

¹⁰ Jarvis, Kantor ve Cloke, 2015, s. 209.

¹³ Verschaffel, 2002 aktaran Gülmez, 2008.

⁶ Dökmen, 2010, s. 29. ⁷ Kayaoğlu, Gökdağ ve Kirel, 2011, s. 42.

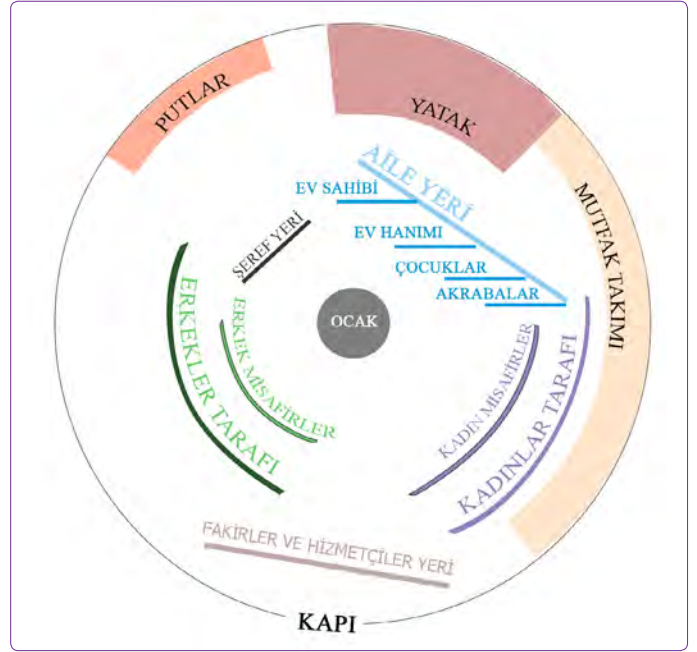
dın işgücünün, kadının dönüştürme eyleminin de yeridir. Baydar'a¹⁴ göre de ev mekânı, egemen eril düşünce biçimlerinin somutlaştığı ve toplumsal cinsiyete dayalı erk ilişkilerini sorgulamanın anlamlı olduğu alanlardır ve Baydar, "ev" in kadınla ilişkili olması durumuna farklı bir bakış açısı getirir. Baydar'a göre ideal ev kavramının kendisi tekelliğe, hakimiyete, kontrole, görselliğe, kısacası kuramsal olarak eril diye nitelendirilen özelliklere denk düşmektedir.

Tarihsel olarak geriye gidildiğinde, konutun ortaya çıkışında da cinsiyetler arası ilişkilerin etkisini görmek mümkündür. Acar,¹⁵ konutun, "kadınla erkek arasındaki fiziksel ayrılıkların değil, üretim mekânlarının ayrışmasının sonucu olarak" ortaya çıktığını belirtir. Acar'ın bu tespiti, ("üretim kamusal alan ile olan ilişkisi", "üretim mekânlarının farklılaşması sonucu konutun doğuşu", "evin öznel ve özel olanla ilişkili olması" olarak üç ayrı başlıkta değerlendirildiğinde) konutun kamusal alan ve özel alan ayrımı bağlamında incelenmesini de gerekli kılmaktadır.

"Kamusalık, kamusal alan ve özel alan gibi kavramlar 17. yüzyıldan itibaren birey ve devletlerin tartışma konusu olmuştur. Tartışmaların sonucunda genel olarak kamusalık, herkesin denetleyebileceği kısım, özel alan ise kısaca mahrem alanı şeklinde tanıma bürünmüştür".¹⁶ Alkan,¹⁷ kamusal – özel ayrımının toplumsal cinsiyetçi bir bölünmeye karşılık geldiğini ve bu iki kavram birbirlerinin karşılığında kurulduğundan, kamusalın ve özeline ne olduğunun birbirinden kesin bir sınırla ayrılmasının olanaklı olmadığını belirtir.

"Mekân paylaşımı bakımından kadınlar ve erkekler arasında, bütün zamanlarda ve her yerde, her kültürde, inanılmayacak kadar adaletsiz ve eşit olmayan bir dağılım vardır. Dünya mekânı, sert kurallı bir ayrımcılıkla bölünmüştür".¹⁸ Tarih boyunca kadınlar özel alan ile erkekler kamusal alan ile ilişkilendirilmiştir. "Toplumsal cinsiyetlere özel mekânsal bölünme ile "kadınların mekânı" ev ve komşuluk birimi ile sınırlanmış; "annelik ve karılık" temelinde -üzeri örtülü olarak- tanımlanan kadınlar, erkeklerin kamusal çalışma alanlarından yalıtılmış ve özel denene alana yerleştirilmiştir".¹⁹

Kamusal-özel ayrımı, sadece kent ölçeğinde yaşanan bir ayrım olmamakla birlikte, konut mekânlarında da genel-özel olarak bu ayrımın izlerini görmekteyiz. "Modernleşme ile geleneksel konuttaki çok fonksiyonlu mekânların artık sabit işlevlerle tanımlanmasıyla, evsel alanda cinsiyete dayalı "kamusal" ve "özel" ayrımları belirginleşmektedir".²⁰ Fakat konut içinde genel/özel ayrımı geleneksel ve modern konutlarda farklılık göstermekle beraber, modern evlerde bu ayrım daha zayıftır. Kamusal-erkek, özel-kadın eşleştirmesinden hareketle, konutun genel alanları/erkek mekânları, salon/misafir odası, holler ve balkon/bahçe/te-



Şekil 2. Göçebe Türk çadırının şematik çizimi.²¹

ras iken, özel alanları/kadın mekânları ise mutfak, oturma odası ve yatak odalarıdır.

Konut Mekân Organizasyonu

Tarih boyunca barınaktan çadırlara, geleneksel Türk evinden modern konutlara kadar cinsiyet, konut mekân biçimlenmesini doğrudan etkilemiştir. Türk toplumları özelinde, kronolojik bir şekilde, barınma/konut mekânlarına bakıldığında (Şekil 2):

Göçebe Türk çadırlarında ocak merkezli biçimlenen plan çerçevesinde, kadınlar ve erkekler tarafının ayrı olduğunu görmekteyiz. Ocağın sol tarafı erkekler için ayrılmıştır. Erkekler tarafının yakınında, kıymetli erkek misafirlerin ağırlandığı "şeref yeri" ve putlar yer almaktadır. Çadırın sağ tarafı ise kadınlara ayrılmıştır. Aile yeri, mutfak ve yatak, kadınlar tarafının arkasında yer almaktadır. Kadınlar tarafının aile yeri, mutfak ve yatağa yakın olması, erkekler tarafının ise şeref ve putlara daha yakın olması da kadın-özel, erkek-genel-kamusal eşleştirmesinin yansımasıdır.

Geleneksel Türk evinde de cinsiyete dayalı mekân biçimlenmesine rastlanmaktadır. Geleneksel Türk evi, kadının mahremiyetini sağlamak amacıyla içe dönük olarak tasarlanmıştır ve mekânsal organizasyon cinsiyet ayrımına dayanmaktadır. Mekânlar çok işlevlidir. Harem denilen oturma odasının, çok işlevli bir mekân olmasının yanında önemli özelliği, kadın mekânı olmasıdır. Erkek ziyaretçilere kapalıdır. Erkeğin mekânı selamlıktır. Erkek ziyaretçiler burada kabul edilir. Erkek üyeler hareme de geçebilir, orada yemek yiyip dinlenebilir. Kadınlar ise evde erkekler olduğu zaman, hizmet etme amacının dışında selamlığa giremez-

²¹ Yazar tarafından hazırlanmıştır.

¹⁴ Baydar, 2009.

¹⁷ Alkan, 1999a, s. 7.

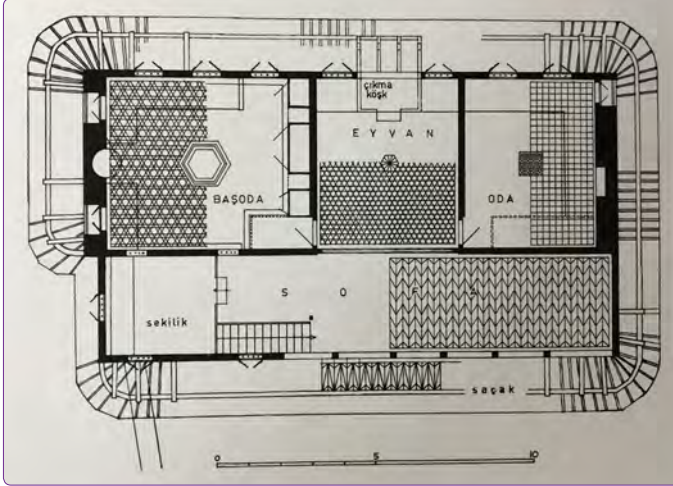
²⁰ Korkmaz ve Allmer, 2000.

¹⁵ Acar, 1983.

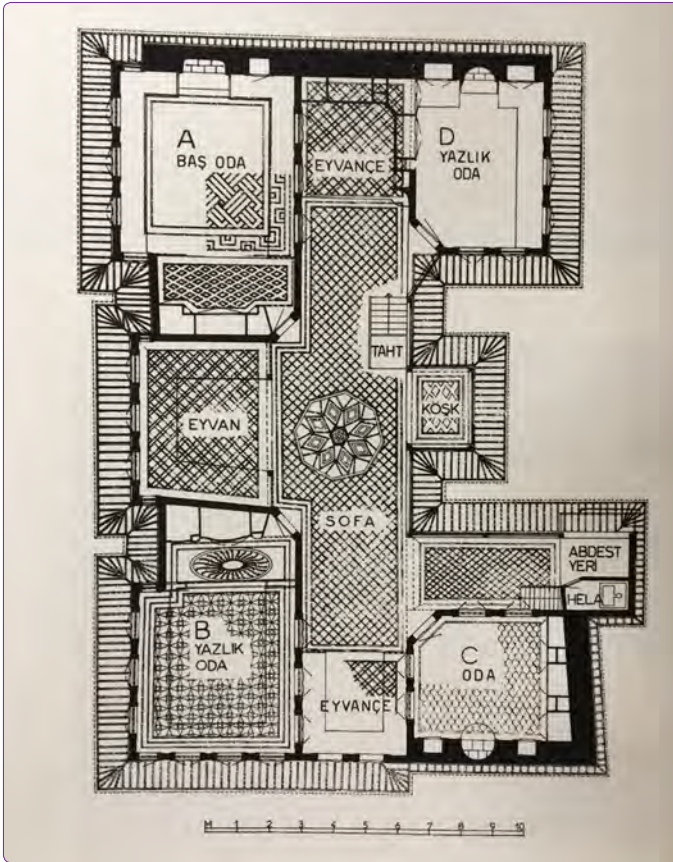
¹⁸ Atauz, 2004.

¹⁶ Erbuyurucu, 2017.

¹⁹ Alkan, 1999b, s. 6.



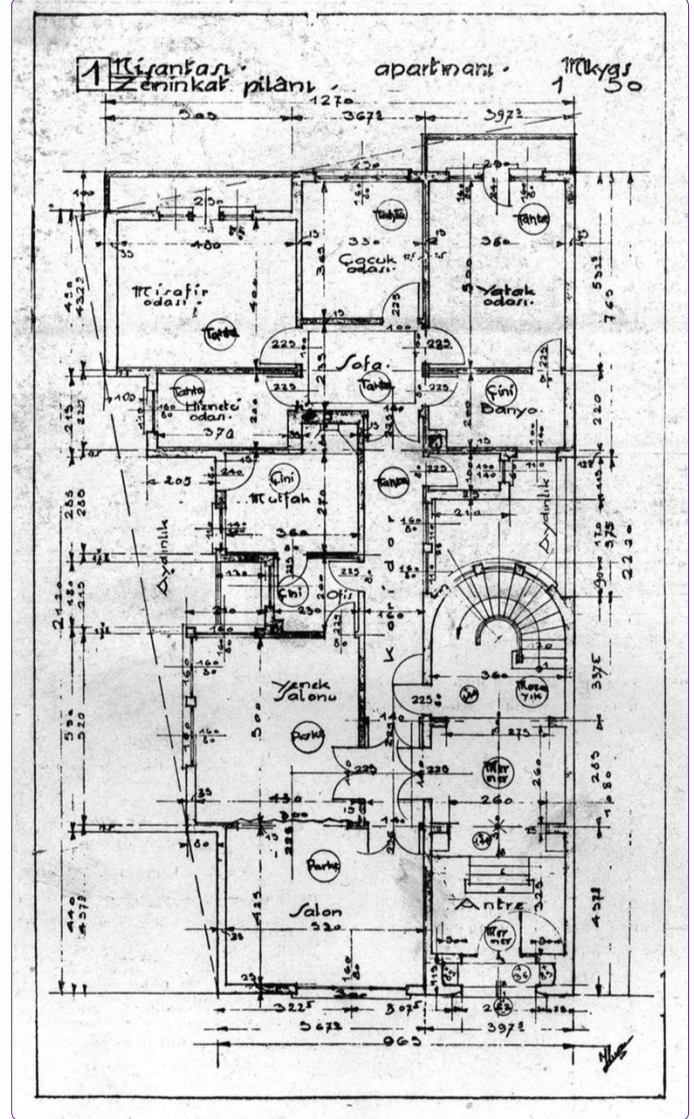
Şekil 3. Bursa Muradiye'deki Ev - 17. Yüzyıl Klasik Osmanlı Evleri.²²



Şekil 4. Birgi Çakırağa Konağı-18. Yüzyıl Osmanlı Barok Dönemi Evleri.²³

ler. Selamlık, haremde daha gösterişli ve düzenlidir, erkek evdeki üstünlüğünü simgeler (Şekil 3 ve 4).

Cumhuriyet dönemine geldiğimizde ise bu dönem, "kadın-erkek mekânlarının belirlenmesinden, kadın-erkek giysilerine kadar cinsiyetler arası ilişkilerin düzenlenmesi medeniyetin başlangıç noktasını oluşturmaktadır."²⁴



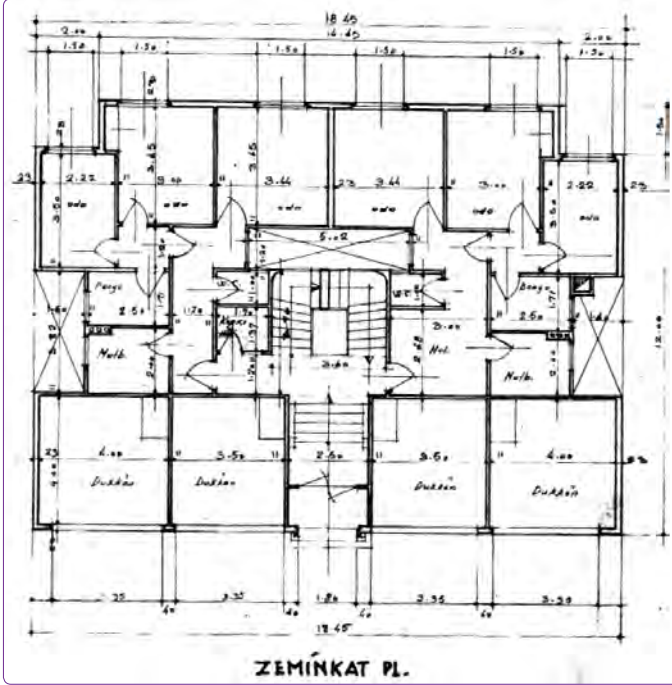
Şekil 5. Nişantaşı Park Apartmanı Zemin kat planı-1930.²⁵

Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte kadın, yeni ideolojilerin, Atatürk'ün vurguladığı "muasır medeniyet" seviyesine çıkmanın kilit taşı konumundadır. Kadın, toplumdaki görünürlüğünün ve kendisine verilen değerin artması sonucu, oluşturulan "Cumhuriyet Kadını" imajını yaşadığı konuta da yansıtmıştır. Bu dönemde "mekânsal ortamdaki değişimin, özellikle kentleşme ve konut üzerine odaklandığı söylenebilir. Konutun biçimi, kullanımı ve üretimi, dönemin en önemsenen tartışma konuları olmuştur".²⁶ Cinsiyete dayalı mekânlar çerçevesinde yaşanan değişimlerden en önemlisi, harem ve selamlığın, oturma odası ve misafir odasına dönüşmesidir. "İleride tüm Türkiye için vazgeçilmez bir standart haline gelecek olan oturma odası kavramı, (...) 1930'larda yaygınlaşmaya başlamıştır ve bu kavramın Osmanlı barınma alışkanlıklarıyla hiçbir ilgisi yoktur".²⁷

²⁵ İhsan, 1931, s. 222

²⁶ Asiliskender, 2008, s. 51.

²⁷ Tanyeli, 1998, s. 139 aktaran Kaya ve Proto, 2016, s. 62.



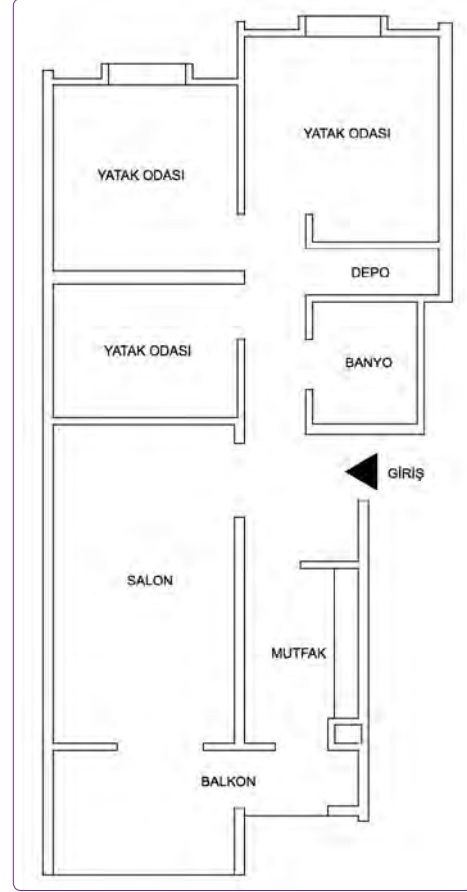
Şekil 6. B. Faik Apartmanı-Ankara-1938.²⁸

Cumhuriyetle birlikte, “önceleri “oda” olarak adlandırılan mekânlar, daha sonra “salon”, “yatak odası” gibi özelleşmelerle karşımıza çıkmıştır”.²⁹ “Misafir odaları, bu dönemde, kadınların dünyaya açılan penceresidir. Kadın için, evin içinde kamusal yaşama geçiş biçimidir.(...)Haremden bozma oturma odaları hala çok işlevlidir. Yemek yeme, oturma, yatma ve çocukların yaşama mekânıdır”³⁰ (Şekil 5 ve 6).

Gür,³¹ bu dönemden itibaren; konutlarda geleneksel sofaların yerini yavaş yavaş koridorların almaya, odaların işlevlerinin Batı’nın etkisiyle belirtik hale gelmeye başladığını, ıslak mekânların bir araya toplanarak koridorlar boyunca dizildiğini, modern uygulamaların ülkemizde 70’li yılların sonuna dek sürdüğünü, konut içindeki yaşamın iyice anonim hale gelerek “üç oda bir salon” a endekslendiğini belirtmektedir.

1980’lere doğru geldiğimizde, cinsiyet algısının toplumsal yansımasının biraz daha farklılaştığını görmekteyiz. “Türkiye’de yakın zamana kadar “mahrem” kabul edilen, adı konmamış birçok alanın ilk kez 80’lerde kamuoyunun gündemine geldi; kamusal bir söz düzeni içinde konuşuldu, ayrıştırıldı”.³² “Kadın olmaktan dolayı yaşanan ayrımcılığı, şiddeti ve eşitsizliği vurgulayan yeni feminist hareket 1980’de darbe sonrası (...) ortaya çıkmıştır”.³³

“1980 Askeri Darbesi’nin etkisiyle kamusal alanın yıkımı, iç mekâna çekilmeyle sonuçlanır; yeni ekonomik politikalarla sızan dekorasyon kavramı Türkiye gündemine yer-



Şekil 7. Çankaya Toplu Konut Sitesi, İkinci Kısım, Birinci Aşama, Oyak-Ankara-1983.³⁶

leşir”.³⁴ “Azımsanmayacak sayıda bir toplumsal kesim, ev iç mekânının estetiğiyle meşgul olur”.³³ Bu dönem konut planları incelendiğinde, “artık geniş giriş hollerinin ve sofa gibi geleneksel kavramların tamamen terk edildiği görülmektedir. Daha dar giriş holleri, giriş holüne doğrudan bağlanan salon, mutfak mekânları ve yatak odaların ulaşmak amaçlı koridorlar tasarlanmıştır”.³⁵ Mutfaklar genişlemeye başlamıştır. Her mutfağın ve genellikle salonun bir balkonu vardır. Salon hâlâ evin en gösterişli mekânı, konutun genel alanı, kadının dışa açılan penceresi olup oturma odaları günlük kullanılan mekânlardır. Yemek odasına ise her evde rastlanmamakla birlikte, bu odanın yaygınlığı giderek azalmaktadır. Salon gibi genel alanla özdeşleşen yemek odaları da bir ayrışma sürecine girmiştir. Yaşama mekânlarındaki günlük-misafir ayrımı, yemek odalarında da yaşanmaya başlamıştır. Mutfaklar genişledikçe yemek masası bu mekâna dahil edilmiş, ancak yemek odası kültüründen de kopulamamıştır. Mutfaktaki yemek masası günlük kullanıma ayrılırken, yemek odası ya da salondaki yemek masası özel davetler, misafirler için ayrılmıştır (Şekil 7–10).

²⁸ Bayraktar, Ayhan, Uysal, Şumnu, 2014, s. 39.

³¹ Gür, 2000, s. 89.

³² Gürbilek, 2001, s. 22.

²⁹ Köseoğlu ve Aydın, 2009, s. 111.

³³ Odabaş, 2012, s. 432.

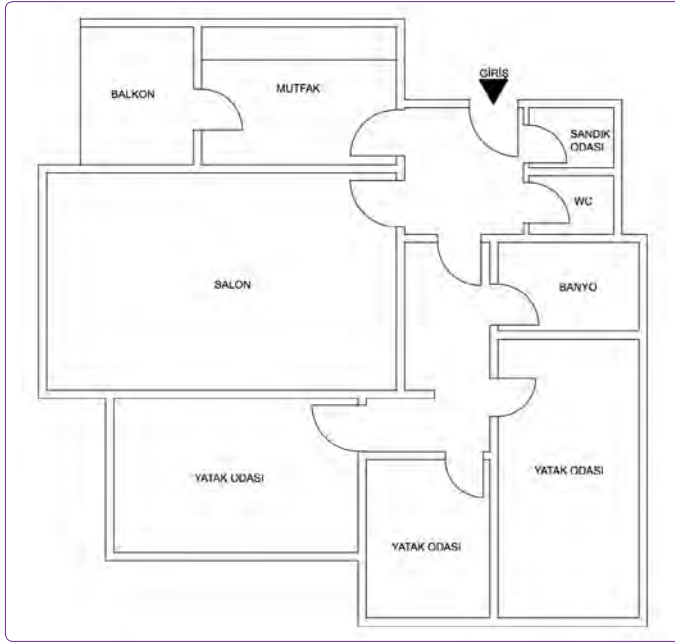
³⁰ Özbay, 1996, s. 56-57.

³³ Odabaş, 2012, s. 432.

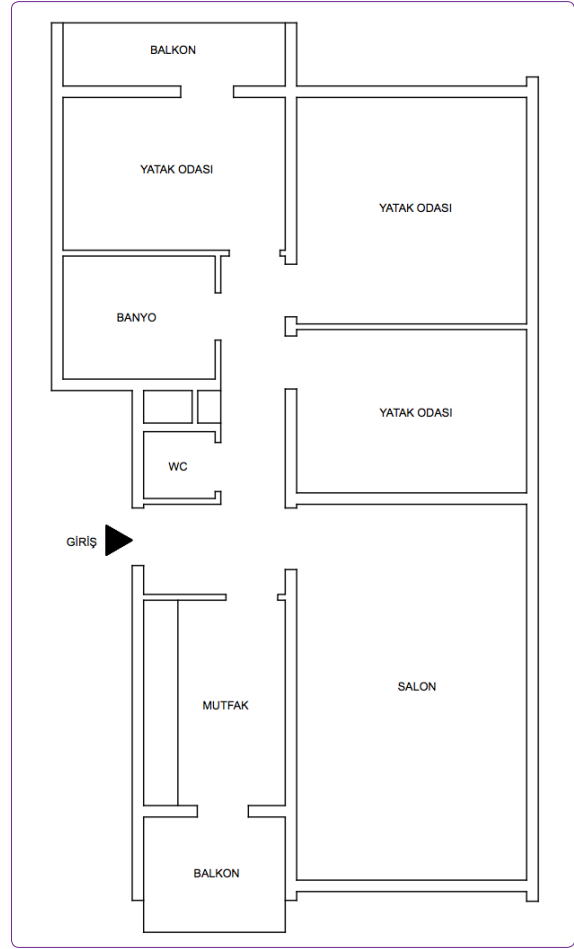
³⁴ Akpınar ve Uz, 2016.

³⁵ Toprak, 2013, s. 39.

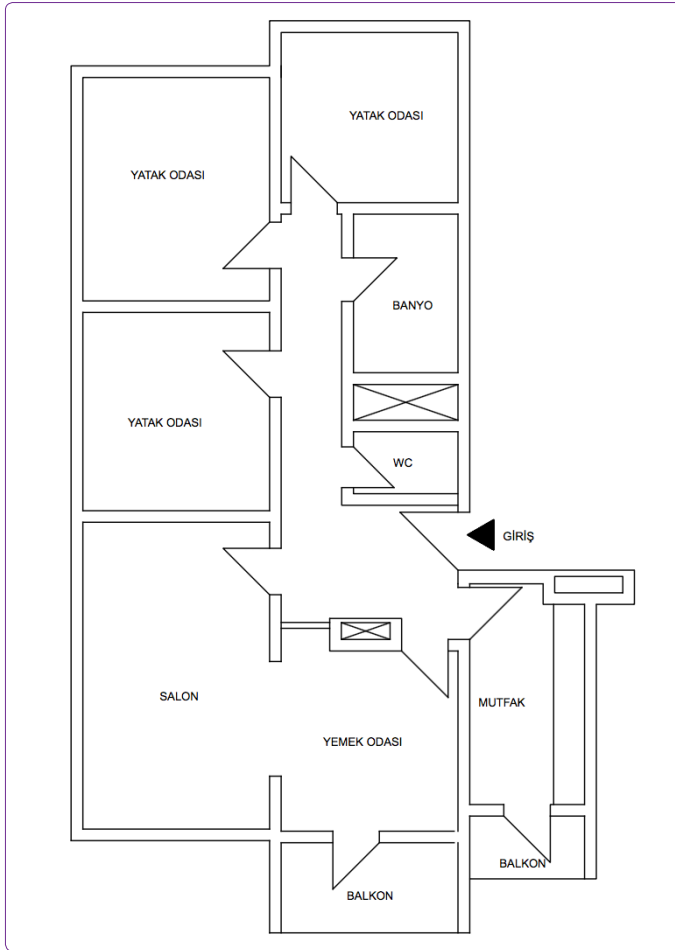
³⁶ Proje tanıtım kataloğu üzerinden yazarın şematik çizimi.



Şekil 8. Koru Sitesi 18 Katlı Bloklar-Ankara-1985-2004.³⁷



Şekil 10. Eryaman Toplu Konut Projesi-Ankara- 1987-1989.³⁹

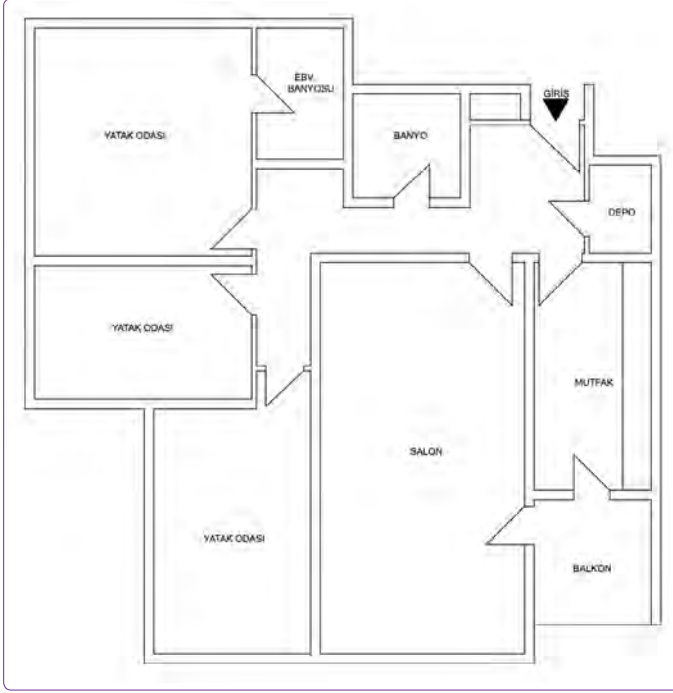


Şekil 9. Çankaya Oyak Sitesi-Ankara-1987.³⁸

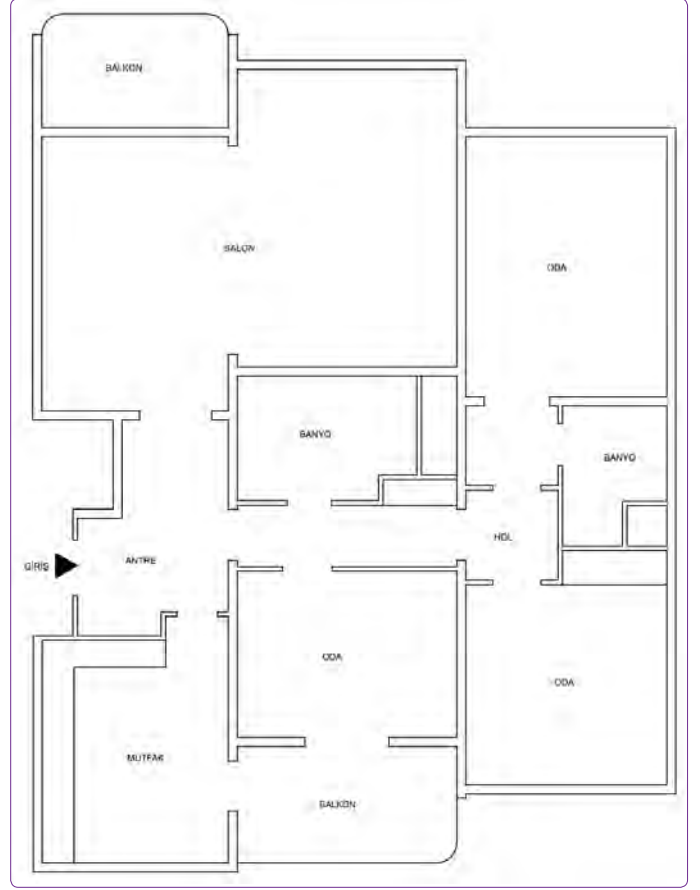
³⁷ Özmen, Gültek, Utkutug, 1995; Makale üzerinden yazarın şematik çizimi. ³⁸ Proje tanıtım katalogu üzerinden yazarın şematik çizimi.

90'lar Dönemi konutlarının en belirgin farkı ebeveyn banyolarıdır. Geleneksel Türk evinde harem, aynı zamanda gece yatak odası, dolaplardan birinin ise gusülhane olarak kullanıldığı düşünüldüğünde, yatak odalarının mekânsal düzlemde oldukça gelişme gösterdiği söylenebilir. Salonlar günlük kullanıma açılmaya, oturma odası kültüründen uzaklaşmaya başlanmıştır. Bu durum, dönemin toplumsal, sosyal ve siyasal algısında olduğu gibi konut içinde de genel ve özel alanın giderek harmanlandığının göstergesidir. 80'lerde yaşam alanına dönüşmeye başlayan mutfaklar bu dönemde de gelişmeye devam etmiştir. Mutfakların büyümesindeki bir diğer etken de kadının iş hayatında giderek daha aktif rol almaya başlamasıdır. Evinde geçirdiği vakit sınırlı olan kadın, bu vakit içerisinde hem ev işlerini hem de ailesine ayıracağı zamanı sıkıştırmak zorundadır. Kadın mutfakta bir yandan yemek yaparken, yanında çocuğu oyun oynayabilecek belki dersini çalışabilecektir. Hatta 1960'lardan sonra hayatımıza giren ancak çok fazla benimsenmeyen açık mutfaklar da kadınların ev yaşamına vakit ayırabilmesi amacıyla oturma odası ya da salonu görece şekilde açık tasarlanmıştır (Şekil 11–13).

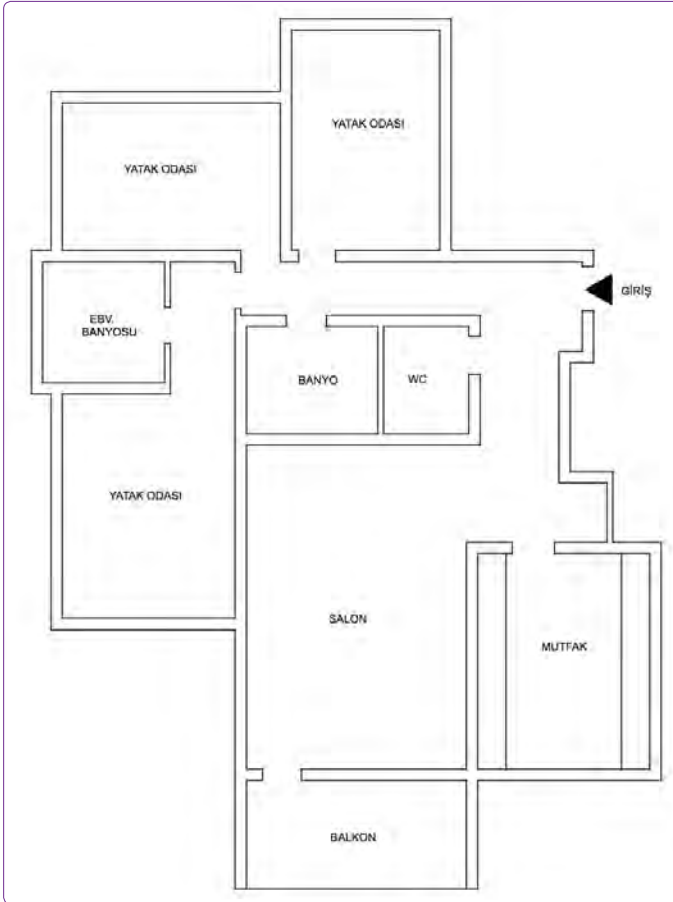
³⁹ Özmen, Gültek, Utkutug, 1995; Makale üzerinden yazarın şematik çizimi.



Şekil 11. Konutkent II-Nokta Blok-Ankara-1991.³⁹



Şekil 13. Bilkent Konutları-Ankara-1997.³⁸



Şekil 12. Dikmen Vadisi Konutları-Ankara-1992.⁴⁰

2000’li yıllarla birlikte, toplumun refah seviyesinin yükselmesi, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel durumunun değişmesi, bireylerin ilgi alanlarını, hobilerini farklılaştırmış, konut içinde atölye, okuma odası, spor odası, sauna vb. mekânların oluşmasına olanak tanımış, bilhassa gelir seviyesiyle doğru orantılı olarak misafir yatak odaları, ütü odası, giyinme odası vb. mekânlar ortaya çıkmıştır.

21. yüzyıl ile, gelişimi dikkat çekici bir şekilde devam eden mekânlar, mutfaklar ve yatak odalarıdır. Mutfaklar daha önceleri mekânsal olarak çok küçükken büyümüş, sonra daha geniş balkonlar eklenmiş ve hatta bugünlerde kış bahçeleri de mutfaka dahil olmuştur. Mutfaklardaki dönüşümün bir diğer nedeni ise, “özel” ve “kadın mekânı” olarak nitelendirilen mutfaka, kamusalın/genelin iki temsilinin dahil olmasıdır: Erkek ve yemek odası/masası. Akarçay,⁴¹ mutfağın, aşın piştiği mekân olarak toplumsal değişimden üzerine düşen payı aldığını ve mekân olarak kadının “dokunulmaz,” “özerk” mekânından erkeğin performans sergilediği ortak paylaşılan mekâna dönüştüğünü belirtmektedir. Bu durum, kaçınılmaz olarak mutfak tasarımlarını etkilemiş, “maskülen mutfak” tasarımları oldukça yaygınlaşmaya ve hatta kadınlar tarafından da oldukça modern ve başarılı bulunmaya başlamıştır.

³⁹ Özmen, Gültek, Utkutug, 1995; Makale üzerinden yazarın şematik çizimi. ⁴⁰ Vanlı, 2006, s.700; Makale üzerinden yazarın şematik çizimi.

³⁸ Proje tanıtım kataloğu üzerinden yazarın şematik çizimi. ⁴¹ Akarçay, 2018.



Şekil 14. Mesa Yonca Evler-Ankara-2001-2002.⁴³



Şekil 15. Park Oran-Ankara-2007-2013.⁴⁴

Yemek masasının mutfağa dahil olması da bu mekânın özel alan olmaktan çıkmasına yardımcı olmuştur. Ancak Aksoy,⁴² ev içi kamusal (ona göre) mekânlar olan salon, yemek odası ve hollerin artık olmamasının evde kamusallığı yok ettiğini, bir misafir geldiği vakit evdeki tüm özel ve mahrem alanları görebilecek durumda olmasının evin mahremiyetinin de olmadığını gösterdiğini belirtmektedir. Yatak odalarının ise, önceleri harem içinde yer aldığı, sonraları ayrı bir mekân olarak



Şekil 16. Temaşehir-Konya-2017-2018.⁴⁵

özelleştiği, 90'lerde ebeveyn banyosu eklendiği, günümüzde uyuma mekânı ayrı tutulup, ona eklenmiş ebeveyn banyosu, giyim odası vb. mekânlarla gelişmeye devam ettiği göz önünde bulundurulduğunda, yatak odasının değişmeye devam ettiğinden söz edebiliriz. Salon ve oturma odalarında ise mekânsal değişimin belirsiz olduğunu söylemek mümkündür.

2000'lerden günümüze, her bir mekân için kesin bir dönüşüm yaşandığını söylemek doğru değildir. Örneğin 1930'lar da harem-selamlık anlayışının keskin bir şekilde salon ve oturma odasına dönüşmesi gibi bir değişim, 80 sonrası dönemde pek yaşanmamıştır. Yaşanan şey, en net tanımla bir "çeşitlenme"dir. Toplumun tek tip yaşama biçiminden uzaklaşmasıyla konut da her bir bireyin kişisel tercihlerine, algısına göre şekillenmektedir. Geleneksel kalıpyargılara sahip aileler için hâlâ salonun aile bireylerine kapalı olduğu, sadece misafir gelince açıldığı, mutfağa bir tek kadının girdiği konutlara rastladığımız gibi, en uç örnekle, bütün mekânların açık olduğu, duvarsız, tek mekânda bütün eylemlerin toplandığı, şeffaf konut tasarımlarına da rastlamaktayız (Şekil 14–16).

Toplumsal Cinsiyet ve Konut Reklamları

"Reklam, büyük kitlelere ulaşabilme ve kodlanmış görselleri tekrar tekrar iletebilme özelliğinden dolayı cinsiyet kalıpyargılarının toplum içinde pekiştirilmesinde önemli bir role sahiptir".⁴⁶ Reklamlarda kullanılan bir takım değerler ve pazarlama stratejileri hem kadınlar hem de erkekler için ortak olup, cinsiyet farkı gözetmeksizin hedef kitleyi etkilemek için kullanılmaktadır.

"Günümüzde konut, pazarlanmasına yönelik olarak hazırlanan güçlü reklam metinlerinden de etkilenen çok boyutlu bir sistemin içine girmiştir. Bu sistem içerisinde konut, ticari bir araç olarak ele alınıp, bir tüketim nesnesi gibi görülmeye başlamıştır".⁴⁷ "Satılması planlanan konutlar, mimari nitelikleri, üzerine yüklenen anlamlar, imajlar ve doğru yer ve zamanda doğru kitleye hitap etme konusundaki pazarlama planlarıyla bir paket olarak düşünülmektedir. Başka bir deyişle, üretilen şeyin niteliği kadar, üretimin sunulma biçimi de bir tasarım sürecinden geçer".³⁹ Konut

⁴² Aksoy, 2015, s. 74. zarın şematik çizimi.

⁴³ Proje tanıtım kataloğu üzerinden ya- ⁴⁴ İnt.1.

³⁹ Özmen, Gültek, Utkutug, 1995; Makale üzerinden yazarın şematik çizimi.

⁴⁵ İnt.2.

⁴⁶ Kalan, 2010.

⁴⁷ Görgülü ve Koca, 2007.



Şekil 17. "Esenler Emlak Konut" Reklam Filmi.⁵⁰

reklamlarının amacı, içeriği, pazarlanan şeyin konut mu yoksa yaşam tarzı mı olduğu, reklamların lüks konut tüketimine yönelik olup olmaması, hedef kitlenin nasıl belirlendiği ve bu kitleye nasıl ulaşılacağı gibi konular ayrı bir tartışma alanıdır. Ancak genel bir kabul varsa, o da bütün konut reklamlarının cinsiyet rolleri doğrultusunda hazırlandığıdır ve bu roller doğrultusunda hedef kitleye ihtiyacı olduğu şey pazarlanmaktadır. "Reklamlar yoluyla oluşturulan ve aktarılan örtük iletiler, bireyin sosyal hayatındaki bir boşluğa işaret ettiği ya da bireyi sosyo-ekonomik koşulları içerisinde tanımlamaya yönelik yardımcı işlev üstlendiği ölçüde başarılı olmaktadır. Kişi, kendisinde olmayan bir özelliği edinebileceği izlenimine kapıldığında reklama cevap vermektedir".⁴⁸ Paralel olarak hedef kitlenin reklama cevap vermesiyle reklam da amacına ulaşacaktır.

Konut reklamlarının büyük bir çoğunluğu, lüks konut alanları, rezidans, villa gibi üst gelir grubuna yönelik hazırlanmaktadır. Kooperatif, TOKİ gibi devlet desteği içeren, orta ve alt gelir grubuna yönelik yapılan konutların reklamları, kullanıcıya yönelik olmaktan ziyade sayısal verilerle desteklenen, kurum/kuruluş tanıtımı yapılan reklamlardır. Dolayısıyla bu reklamlar ile, toplumsal cinsiyet algısını tespit etmek mümkün olmayacağı için seçilen reklamlar lüks konut projelerine yönelik reklamlardır.

Genel bir bakışla konut reklamları incelendiğinde; erkek konutun dışında, iş hayatında, özellikle şantiye, resmi kurum, askeriye gibi eril özellikler taşıyan mekânlarda yer almakta, kamusal temsil etmekte ya da ailesi için en iyisini düşünen, evi geçindirmekle yükümlü, bütçe planlamasını yapan, aile reisi/baba rolünü temsil etmektedir (Şekil 17–19). Konut içinde ise çoğunlukla eşi tarafından işe uğurlanırken veya işten geldiğinde eşi/çocukları tarafından karşılanırken karşımıza çıkmaktadır (Şekil 20 ve 21). "2000 sonrası televizyon reklamlarında erkek karakterin ev içinde görünürlüğü artmaya başlamış olsa da, yine de erkeğin ev ile ilgili görevlerle eşleştirilmeyen, ikincil karakter olmaktan öteye geçmediği söylenebilmektedir".⁴⁹

⁴⁸ Alpman ve Göker, 2010, s. 75.

Korkmaz ve Allmer, 2000.

⁴⁹ Çolakoğlu & Doğaner, 2008 aktaran ⁵⁰ İnt.3.



Şekil 18. "Esenler Emlak Konut" Reklam Filmi.⁴⁷



Şekil 19. "Tual Bahçekent" Reklam Filmi.⁵¹



Şekil 20. "Tual Bahçekent" Reklam Filmi.⁴⁸

Kadın ise çoğunlukla konut içinde karşımıza çıkmaktadır. Konut dışında kadını ya bahçede çocuklarla ilgilenirken ya da konut sınırları içindeki alışveriş merkezinde, mağazalarda, kafeteryalarda vakit geçirirken görmekteyiz. Yani kadının kamusalılığı bile konut alanı ile sınırlandırılmaktadır. Konut reklamlarında kadın, çoğunlukla annelik ve doğurganlıkla, ev ise sıcak yuva, huzur, mutluluk gibi kavramlarla kurgulanmaktadır. Bu durum ise toplumun "yuvayı dışı

⁴⁷ Görgülü ve Koca, 2007.

⁴⁸ Alpman ve Göker, 2010, s. 75.

⁵¹ İnt.4.



Şekil 21. "Tual Bahçekent" Reklam Filmi.⁴⁸



Şekil 22. "Gül İnşaat 11. Mahalle" Reklam Filmi.⁵³

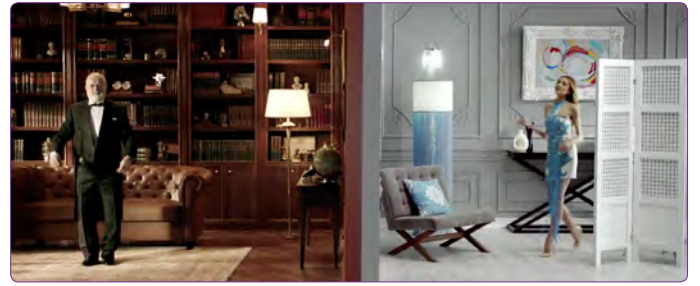
kuş yapar" algısına gönderme yapmaktadır. Aynı zamanda kadın, konut reklamlarında, samimiyet, sıcaklık, komşuluk, güven, mahalle gibi kavramlarını temsil ederken de karşımıza çıkmaktadır (Şekil 22 ve 23). Yani özetle, "konut reklamlarında kadın için mekân, onun korunup kollandığı, çocukları ve ev işleri ile meşgul olduğu bir yer iken; erkek için mekân dışarıdan gelinen ve dinlendiği bir yer olarak karşımıza çıkar".⁵²

Toplumsal cinsiyet algısını en açık izlediğimiz reklam filmlerinden biri de İncek Loft reklam serisidir. Ankara İncek Loft'un 2014 yılında yayınlanan reklam serisinin 2. çalışmasında iki aktör karşımıza çıkmaktadır. Ekonomist, futbol eleştirmeni, yazar Deniz Gökçe ve manken Özge Ulusoy (Şekil 24).

Erkek "Ankara İncek'in en karlı metrekairesine hoş geldiniz." şeklinde giriş yaparak konutun maddi değerine odaklanırken, kadın "Ankara İncek'in en şık metrekairesine hoş geldiniz" şeklinde giriş yaparak estetik değeri ön planda tutmaktadır. Ayrıca mekânsal dil incelendiğinde; erkeğin bulunduğu mekân, kitaplığı, kahverengi tonlarının kullanımı, takım elbisesi, masadaki dünya küresi ile eril özelliklerin, kadının bulunduğu mekân, elbisesi, beyaz ve mavi



Şekil 23. "Gül İnşaat 11. Mahalle" Reklam Filmi⁵⁰



Şekil 24. "Ankara İncek Loft" 2. Reklam Filmi.⁵⁴

tonlarındaki odası, duvarda ki renkli tablosu, mahremiyeti temsil eden paravanı ile dışıl özelliklerin biçimsel temsildir.

Alan Çalışması

Toplumsal cinsiyet kavramının konut edinimi ve konut mekân organizasyonuna etkisini tespit etmeye yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde konut edinimine, üçüncü bölümde kullanıcı-konut ilişkisine, dördüncü bölümde konut-cinsiyet ilişkisine yönelik sorular sorulmuştur. Anket, internet üzerinden "Google Formlar" aracılığı ile düzenlenmiş olup, anket çalışmasına yönelik genel istatistikler şöyledir (Tablo 1):

- Ankete Türkiye genelinde 39 farklı şehirden, 155 kişi katılmıştır.
- Katılımcıların;

Yaş ortalaması 36'dır. %56,1'i kadın, %43,9'u erkektir. %60,6'sı bekar, %39,4'ü evlidir. %66,5'inin çocuğu yoktur. %89,7'si lisans ve üstü eğitim seviyesine sahip olup sadece 1 kadın ilkökul ve altı, 3 kadın ve 1 erkek ortaokul-lise mezunudur. Büyük bir kısmı eğitim, inşaat sektörü ve özel sektörde çalışmaktadır. %29,7'sinin gelir seviyesi 5000 TL ve üzeridir (Tablo 2).

⁴⁸ Alpman ve Göker, 2010, s. 75.

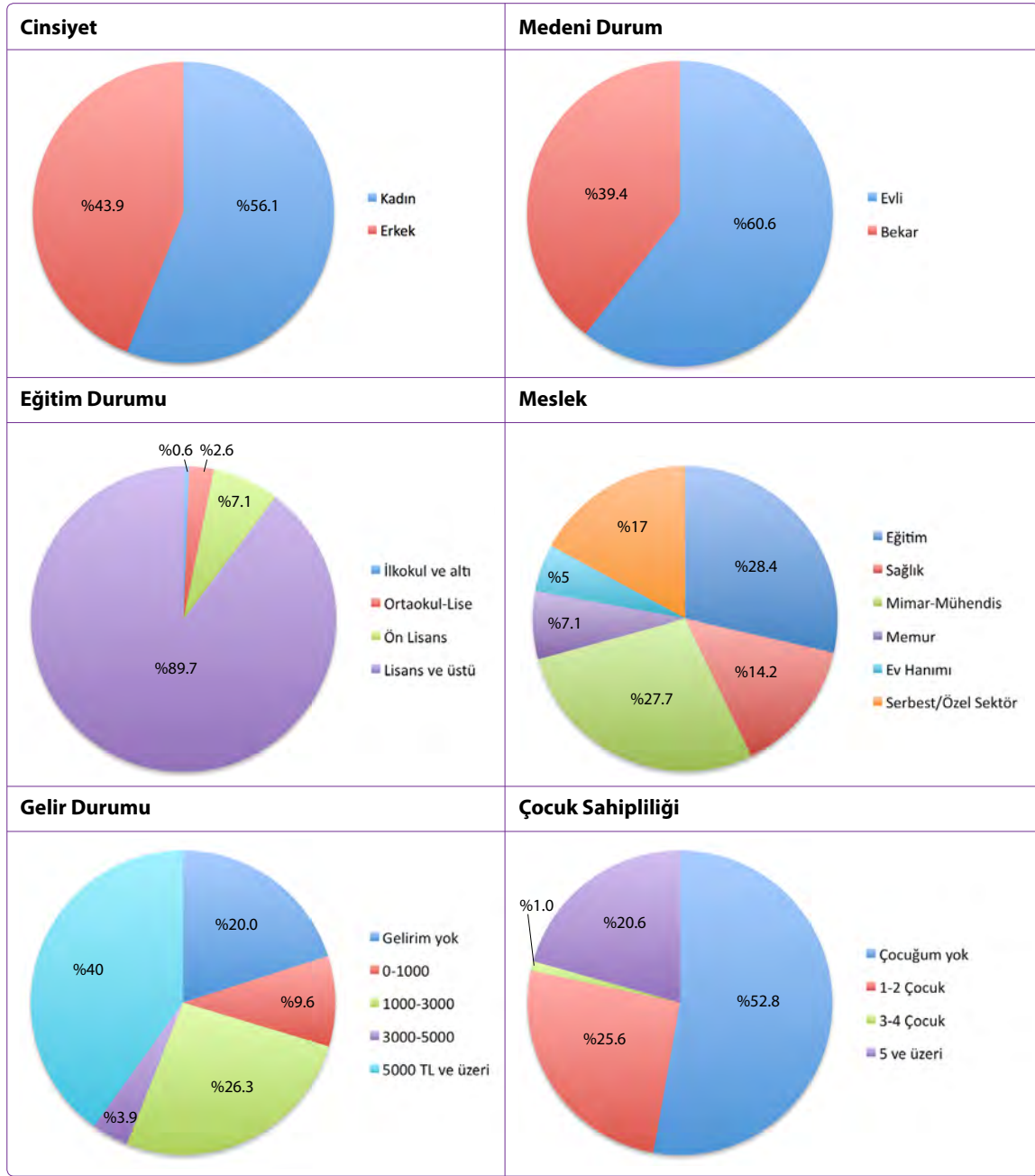
⁵² Durmuş ve Sever, 2010.

⁵³ İnt.5.

⁵⁰ İnt.3.

⁵⁴ İnt.6.

Tablo 1. Genel istatistikler



İkinci bölümde konut edinimi ve cinsiyet ilişkisine yönelik bir tespit yapılması amaçlanmıştır. Bu sorgulamaya dair en önemli veri, konut seçiminde karar sahibinin kim olduğu sorgulamasından elde edilmiştir. “Kendim karar verdim” diyenlerin %62,4’ünü, “Ailem/Akrabalarım” diyenlerin %59’unu kadınlar oluşturmaktadır. “Eşim” cevabını verenlerin %73,7’sini, “Arkadaşlarım” cevabını verenlerin ise %66,6’sını erkekler oluşturmaktadır. Erkeklerin “eşim” cevabını vermesi de kadını işaret etmekte olup konut ediniminde erkeklerin kararı genellikle başkalarına bıraktığı görülmektedir. Kadınlar, konut edinim sürecinde erkeklerden daha söz sahibidir.

Katılımcılara “Yaşadığınız evi seçerken kararınızı etkileyen unsurlar nelerdi?” diye sorulduğunda, verilen cevaplar doğrultusunda kadınların maddi konulara daha çok önem verdiği görülmektedir. Konutun maddi değeri hem erkekler hem de kadınlar için oldukça önemlidir (Tablo 3).

Katılımcılara “yaşadığınız evden memnun musunuz” diye sorulduğunda, memnun olmayan %22,6’lık kesimin %71,5’ini kadınlar oluşturmakta olup, neden memnun olmadıkları sorulduğunda, en çok kadınların işaretlemeye yaptıkları gözlemlenmiştir. Bu durum da konut ile kadının daha çok ilişkili olduğunu göstermektedir (Tablo 4).

Tablo 2. Konut edinimine yönelik sorular

2. Bölüm – Konut edinimi			Kadın	Erkek
1. Oturduğunuz ev	%40	- Kira	%56,5	%43,5
	%28,4	- Kendime ait	%54,5	%45,5
	%29	- Aileme/Akrabalarıma ait	%57,8	%42,2
	%2,6	- Lojman	%50	%50
2. Oturduğunuz konut tipi	%72,9	- Apartman dairesi	%54	%46
	%12,3	- Müstakil ev/villa	%42	%58
	%11	- Toplu konut/site	%76,5	%23,5
	%3,9	- Marka-Lüks konut/site	%50	%50
3. Yaşadığınız evin seçiminde karar kime aitti?	%49,7	- Kendim Karar Verdim	%62,4	%37,6
	%36,1	- Ailem/Akrabalarım	%59	%41
	%12,3	- Eşim	%27,3	%73,7
	0	- Çocuklarım	0	0
	%1,9	- Arkadaşlarım	%33,4	%66,6
4. Yaşadığınız evi seçerken kararınızı etkileyen unsurlar nelerdi? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)	%18,1	- Ödeme Koşulları	%60,7	%39,3
	%46,5	- Uygun Fiyat	%62,5	%37,5
	%21,9	- Konutun yatırım/maddi değeri	%50	%50
	%53,5	- Merkezi olması	%57,1	%42,9
	%42,6	- Toplu taşıma/ulaşım kolaylığı	%62,1	%37,9
	%35,5	- Okul, iş, oyun parkı, sağlık kurumları, AVM vs. yakın olması	%63,6	%36,4
	%11	- Şehirden uzak olması	%52,9	%47,1
	%29	- Sakin olması	%57,7	%42,3
	%12,9	- Komşuluk değerleri	%60	%40
	%32,9	- Güvenlik	%62,7	%37,3
	%12,3	- Kullanıcı profili	%63,1	%36,9
	0	- TV reklamları	0	0
	0	- Gazete/dergi reklamları, reklam panoları	0	0
	%0,6	- Maket veya 3D model görüntüleri	%100	0
	%0,6	- Herhangi bir reklamdan etkilenmedim	%100	0
%36,1	- Konutun kalitesi	%62,5	%37,5	
%9,6	- Sahip olduğu sosyal imkanlar (havuz, spor salonu, eğlence merkezleri vs.)	%60	%40	
%17,4	- Estetik değeri	%70,3	%29,7	
%53,5	- Sahip olduğu mevki	%50,6	%49,4	

Konut reklamlarının etkisini sorgulamak için yönelttiğimiz soruda, katılımcıların %75,5'i konut reklamlarından etkilenmediklerini belirtmişlerdir. Sadece %24,5'lik bir kesim konut reklamlarından etkilenmekle beraber etkilenenlerin %73,7'sini kadınlar oluşturmaktadır. Reklamcılar hedef kitle seçimini kadınlardan yana kullansa da katılımcılar, reklam filmlerinin çoğunlukla her iki cinsiyete de hitap ettiğini düşünmektedir.

Üçüncü bölümde kullanıcı-konut ilişkisi sorgulanmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara ilk olarak "Sizin için konut" sorusu yöneltmiştir. Katılımcıların %52,3'ü hem yatırım aracı hem de yaşam alanı/yuva olduğunu düşünmektedir. %44,5'i ise konutu salt yaşam alanı/yuva olarak görmektedir. 155 katılımcıdan sadece 5'i konutu salt yatırım ara-

cı olarak görmektedir. Erkeğin konutu yatırım aracı olarak görmeye daha yatkın olduğu kanısının aksine erkekler, kadınlardan daha çok konutu yaşam alanı/yuva olarak görmektedir. Kadınlar ise %66 oranla konutun hem maddi değerine hem de yaşam alanı/yuva oluşuna önem vermektedir (Tablo 5).

Evde en çok kullanılan mekânların başında %60,6 oranla salon/oturma odası gelmektedir ve bu mekân, kadınlar ve erkekler tarafından hemen hemen eşit derecede kullanılmaktadır. Salonu, yatak odası/çocuk odası (%24,5) ve mutfak (%12,3) izlemektedir ve bu mekânlarda en çok kadınlar tarafından kullanılmaktadır. Genel oranla balkon/bahçe/teraz ise en çok erkekler tarafından kullanılmaktadır (sadece 1 kişi balkon cevabını vermiştir). Bu durum evin genel-

Tablo 3. Konut edinimine yönelik sorular 5-6

2. Bölüm – Konut edinimi			Kadın	Erkek
5. Yaşadığınız evden memnun musunuz?	%77,4	- Evet	%51,7	%48,3
	%22,6	- Hayır	%71,5	%28,5
6. Yanıtınız hayır ise, evinizin beğenmediğiniz özelliği nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)	%22,7	- Küçük olması	%80	%20
	%6,8	- Çok büyük olması	%66,7	%33,3
	%18,2	- Yeterince ışık/hava almaması	%62,5	%37,5
	%29,5	- Eski olması	%69,2	%30,8
	%40,9	- Gereksinimlere cevap vermemesi	%66,7	%33,3
	%13,6	- Beğenmediğim bir özelliği yok.	%33,3	%66,7
%15,8	- Diğer (Tuvaletin mutfağa yakın olması, daha geniş olabilirdi, Odalar daha çok güneş alabilirdi, sosyal imkanları yetersiz, Bölge insanların yaşam standartları düşük, zemin kat olması, komşular, fonksiyonel olmaması, çatı akıyor)	%83,3	%16,7	

Tablo 4. Konut edinimine yönelik sorular 7-11

2. Bölüm – Konut edinimi			Kadın	Erkek
7. Konut satın almayı düşünüyor musunuz?	%58,7	- Evet	%60,5	%39,5
	%41,3	- Hayır	%50	%50
8. Yanıtınız evet ise, konut edinme amacınız	%58,2	- Kendim oturmak için	%66	%34
	%34,1	- Yatırım için	%51,6	%48,4
	%5,5	- Aile bireyleri için		
	%2,2	- Diğer (Yazlık)	%80	%20
9. Satın almak istediğiniz konut tipi	%45	- Apartman dairesi	%57,2	%42,8
	%37,6	- Müstakil ev/villa	%58,5	%41,5
	%11	- Toplu konut/site	%83,4	%16,6
	%6,4	- Marka-Lüks konut/site	%42,9	%57,1
10. Konut edinim sürecinde, konut reklamlarından etkilenir misiniz?	%24,5	- Evet	%73,7	%26,3
	%75,5	- Hayır	%50,5	%49,5
11. Size göre konut reklamları daha çok hangi cinsiyetin talep ve beğenilerine yönelik hazırlanmaktadır?	%38,7	- Kadın	%46,7	%53,3
	%5,8	- Erkek	%55,6	%44,4
	%55,5	- Her ikisi de	%62,8	%37,2

özel alanlarını ve cinsiyet eşleştirmesini doğrulamaktadır. ilişkilendirilmiştir. Evde en sevilen mekânları sorguladığımızda da verilen cevaplar Soru4 ile paralellik göstermektedir.

Son bölümde ise katılımcılara konut-cinsiyet ilişkisini belirlemek üzere bazı yargılar verilmiş, bu yargılara katılma durumlarını işaretlemeleri istenmiştir (Tablo 6).

Katılımcıların %53,7'si, yaşadığı çevre içerisinde kamusal alan-özel alan ayrımı olduğu yargısına katılsa da %50'si kamusal alanın erkek ile özel alanın kadın ile ilişkilendirildiği ve %39,7'si konutun kadın ile ilişkili olduğu yargılarına katılmamaktadır. Ayrıca katılımcıların %39,2'si mekânların cin-

siyete göre şekillendiği yargısına katılmakta ama %41,8'i mekânların bir cinsiyeti olduğu yargısına katılmamaktadır. Burada elde edilen sonuçlarda bir çelişki vardır. "Kamusal alan-özel alan ayrımı vardır fakat bu ayrım ve konut, cinsiyetle ilişkili değildir" fikrinde olan katılımcılar, kadın ve erkeği mekânlara göre ilişkilendirmeleri istendiğinde kadını evin tamamıyla ve en çok mutfak ile ilişkilendirirken, erkeği evle ilişkilendirmemekte ya da salon ve balkon/bahçe/terasa ile ilişkilendirmektedir. Katılımcılar, soru doğrudan yöneltildiğinde kamusal-erkek, özel-konut-kadın eşleştirmesine katılmazken, soru dolaylı olarak yöneltildiğinde, bu yargıları destekleyen cevaplar vermişlerdir.

Tablo 5. Kullanıcı-konut ilişkisine yönelik sorular

3. Bölüm – Kullanıcı-konut ilişkisi			Kadın	Erkek
1. Sizin için konut	%3,2	- Bir yatırım aracıdır	%40	%60
	%44,5	- Yaşam alanıdır/yuvadır	%49,3	%50,7
	%52,3	- Her ikisi de	%66	%34
2. Evinizi günün hangi diliminde daha çok kullanıyorsunuz?	%0,6	- Sabah	%100	0
	%1,3	- Öğlen	%100	0
	%50,3	- Akşam	%55,2	%44,8
	%26,5	- Gece	%58,5	%41,5
	%21,3	- Tüm gün	%72,7	%27,3
3. Evinizin ne kadarını aktif olarak kullanıyorsunuz?	%6,5	- %0-25	%50	%50
	%30,3	- %25-50	%51	%49
	%32,9	- %50-75	%53	%47
	%30,3	- %75-100	%66	%34
4. Evinizde en çok kullandığınız mekan neresidir?	%12,3	- Mutfak	%79	%21
	%60,6	- Salon/oturma odası	%51	%49
	%24,5	- Yatak odası/çocuk odası	%57,9	%42,1
	%0,6	- Balkon	%100	0
	%1,9	- Bahçe/teraz	%33,4	%66,6
5. Evinizde en sevdiğiniz mekan neresidir?	%15,5	- Mutfak	%58,4	%41,6
	%47,7	- Salon/oturma odası	%52,7	%47,3
	%12,9	- Yatak odası/Çocuk odası	%75	%25
	%11,6	- Balkon	%66,7	%33,3
	%12,3	- Bahçe/Teras	%36,9	%63,1
6. Kendinize ait bir odanız var mı?	%82	- Evet	%58,3	%41,7
	%18	- Hayır	%46,4	%53,6

Sonuç

Toplumsal cinsiyet algısı, uygar toplumlara geçiş süreciyle birlikte daha keskin sınırlarla kendini göstermeye başlamış, kadın ve erkek daha katı kurallarla ayrıştırılmış, kadın ve erkek arasındaki toplumsal fark giderek açılmıştır. Bu fark, kentlere kamusal alan- özel alan ayrımı olarak yansımış olup, bu yansıma en temel ölçekte konutlarda kendini göstermiştir.

Kent, kamusal, eril özellikleri temsil ederken, konut, özel, dişil özellikleri temsil etmekte olup, bazı araştırmacılar, konut mekânlarının biçimlenmesinde temel kaynak erkektir derken, bazı araştırmacılar ise konut biçimlenmesinin kadından bağımsız düşünülmemeyeceğini ileri sürmektedir. Bu soruna daha açık bir yanıt bulabilmek için konutun mekânsal gelişimini, tarihsel süreç ile birlikte ele almak gerekmektedir.

Geleneksel Türk evi, cinsiyete dayalı mekânlardan oluşurken, Cumhuriyet devrimlerine ve devamında yaşanan gelişmelere koşut olarak, haremın oturma odasına, selamlığın ise salona dönüştüğünü, salonun sadece misafirlere açık olan genel bir mekân olmaktan çıkıp, aile fertlerine ve bilhassa kadına açıldığını görmekteyiz.

1980'lerle birlikte, kadın ve erkeğin konumu konutu biçimlendiren en temel unsurdur. Kadının kamusal alana katılması ve vaktinin kısıtlı olması sebebiyle mutfak, daha fonksiyonel tasarlanmaya yaşam alanına dönüşmeye başlamıştır. Balkonların büyümesini ise 80'lerin "özel olanın kamusala açıldığı" bir dönem olma özelliğinin yansıması olarak görmek mümkündür.

1990'larla birlikte, ebeveyn banyosu kavramı karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel Türk evinde haremdeki dolaplardan birinin gusülhane olarak kullanıldığı düşünüldüğünde, ebeveyn banyolu yatak odaları tasarlanması, yatak odalarını sadece uyumak için kullanılan bir mekân olmaktan çıkarmış, konut içerisinde de bir mahremiyet dengesi sağlamıştır. Salon-oturma odası ayrımı yavaş yavaş kaybolmaya başlamıştır. Bu durum da tıpkı siyasal ve toplumsal gelişmelerde, kadın-erkek statüsünde olduğu gibi, konut içinde de genel ve özel alanın giderek harmanlandığının göstergesidir. Bütün aile üyelerinin bir arada mutfakta vakit geçirmesinin, erkeğin mutfığa girmesinin bu dönemde popüler olmaya başlamasına paralel olarak, mutfak, bu yıllarda da konutun en önemli birimlerinden biridir.

Tablo 6. Konut-cinsiyet ilişkisine yönelik sorular

3. Bölüm – Konut-cinsiyet ilişkisi			Kadın	Erkek
1. Yaşadığımız çevre içerisinde kamusal alan-özel alan ayrımı vardır.	%53,7	- Katılıyorum	%63,5	%37,5
	%23,5	- Biraz katılıyorum	%52,4	%48,6
	%22,8	- Katılmıyorum	%47	%53
2. Kamusal alan erkek ile özel alan kadın ile özdeşleştirilmiştir.	%22,4	- Katılıyorum	%53	%47
	%27,6	- Biraz katılıyorum	%54,8	%45,2
	%50	- Katılmıyorum	%57,9	%42,1
3. Mekanlar, onu kullanan kişinin cinsiyetine göre şekillenir.	%39,2	- Katılıyorum	%56,7	%43,3
	%28,8	- Biraz katılıyorum	%61,4	%38,6
	%32	- Katılmıyorum	%53	%47
4. Yapıların/mekanların bir cinsiyeti vardır.	%24	- Katılıyorum	%55,6	%44,4
	%34,2	- Biraz katılıyorum	%59,6	%40,4
	%41,8	- Katılmıyorum	%55,4	%44,6
5. Konut “kadın” ile ilişkilidir.	%26,8	- Katılıyorum	%57,5	%42,5
	%33,5	- Biraz katılıyorum	%51,3	%38,7
	%39,7	- Katılmıyorum	%54	%46
6. Kadın, aşağıdaki mekanlardan hangisi ile ilişkilendirilebilir?	%87,6	- Mutfak	%61,5	%38,5
	%21,4	- Salon/oturma odası	%50	%50
	%53,3	- Yatak odası/çocuk odası	%57,2	%42,8
	%25,5	- Balkon/bahçe/teras	%61,6	%38,4
	%59,3	- Hepsi	%56,4	%43,6
	%43,5	- Hiçbiri	%66,7	%33,3
7. Erkek, aşağıdaki mekanlardan hangisi ile ilişkilendirilebilir?	%12,4	- Mutfak	%100	0
	%78,6	- Salon/oturma odası	%58,8	%41,2
	%46,7	- Yatak odası/çocuk odası	%50	%50
	%74,5	- Balkon/bahçe/teras	%50	%50
	%40,7	- Hepsi	%51	%49
	%56,5	- Hiçbiri	%70	%30

2000’li yıllarla birlikte yatak odası değişmeye devam etmiş, ebeveyn banyosundan sonra yatak odasına, soyunma/giysi odası eklenmiştir. Salonlar, oturma odası gibi tamamen günlük kullanıma açılmıştır. 1980 dönemi öncesi ve sonrası kıyaslandığında, konut mekânlarında keskin bir dönüşüm olduğu açıktır. Ancak 80’den günümüze kadar olan süreç içinde yaşanan değişim yavaş olmakla birlikte, 80 öncesi ve sonrası kadar keskin değildir. Sadece mekânların büyümesi, mekânlara küçük birimler eklenmesi, konut içindeki yarı açık/genel alanların çoğalması/genişlemesi gibi değişimler yaşanmıştır.

Toplumsal cinsiyet algısı, konut mekânlarını biçimlendirdiği gibi konut edinim sürecini de doğrudan etkilemekte ve cinsiyet rolleri reklamlarda sıkça işlenmektedir. Erkek konutun dışında, kamusal alanda görünürken, kadın konut içinde, özel alanda görülmektedir. Konut reklamlarında vurgulanan değerler de hedef kitle doğrultusunda

değişmektedir. Kadınları etkilemek için estetik, kalite, güvenlik, yuva, sıcaklık, komşuluk gibi değerler ön planda tutulurken, erkeklere yönelik hazırlanan reklamlarda kar oranı, maliyet, yatırım değeri gibi kavramlar vurgulanmaktadır.

Araştırmayı desteklemek için yapılan anket çalışmasında ise, sonuç verilerinin genellikle literatür verilerini desteklediğini görmekteyiz. Farklı olarak, “erkek konutun maddi değeriyle, kadın estetik değeriyle ilişkilidir” yargısı geçerliliği kaybetmiştir. Konut reklamları, kadın ve erkek üzerinde sanıldığı kadar etkili değildir. Kadının kamusal alana açılması, konut reklamlarının içeriğinin yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır. Ek olarak katılımcıların, toplumsal cinsiyet algısına dair bilgileri olduğu, bazı kalıpyargıları kabul etmedikleri görülse de sorular dolaylı olarak yöneltildiğinde, katılımcıların geleneksel toplumsal cinsiyet algılarında hiçbir değişiklik olmadığı açıktır.

Kaynaklar

- Acar, E. (1983) "Kadın, Konut, Kent: Kadın Açısından Konut Sorunu", Mimarlık, 187, Yıl 21, Sayı 1, s. 8-11.
- Akarçay, E. (2018) Mutfağın sosyolojisi, t24 Bağımsız İnternet Dergisi, İnternet Adresi: <http://t24.com.tr/k24/yazi/mutfagin-sosyolojisi>,1565, Erişim Tarihi: 16.08.2018.
- Akın, A. (2007) "Toplumsal Cinsiyet (Gender) Ayırıcılığı ve Sağlık", Toplum Hekimliği Bülteni, Cilt 26, Sayı 2, s. 1-9.
- Akpınar, İ., Uz, F. (2016) Konut, Türkiye Tasarım Kronolojisi, İstanbul.
- Aksoy, O. A. (2015) Sosyal Ve Siyasal Bağlamda Kamusal Alanın Özel Alan Ve Konutlar Üzerindeki Etkisine Avrupa-Türkiye Ekseninde Bakış, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Alkan, A. (1999a) Özel Alan - Kamusal Alan Ayırımının Feminist Eleştirisi Çerçevesinde Kentsel Mekân, AÜ SBE Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Doktora Programı "Güncel Toplumsal Sorunlar" Semineri Kent ve Çevre Bilimleri Doktora Programı Ders Notları, No:16, AÜ SBF Basımevi.
- Alkan, A. (1999b) Toplumsal Cinsiyet ve Kentsel Mekânın Düzenlenmesi Çerçevesinde Kent Planlaması Disiplini, AÜ SBE Kent ve Çevre Bilimleri Doktora Programı Ders Notları, No:17, AÜ SBF Basımevi.
- Alpman, P.S., Göker, G. (2010) Sınıfsal Farklılıklar Bağlamında Aseptik Mekânların Temsili: Konut Reklamları Örneği, Akdeniz İletişim Dergisi, 13, s. 67-92.
- Asiliskender, B. (2008) Modernleşme ve Konut; Cumhuriyetin Sanayi Yatırımları İle Kayseri'de Mekânsal ve Toplumsal Değişim, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Atauz, A. (2004) "Toplumsal Cinsiyet, Mekân ve Kentler" Mimarist, 14, s. 54-58.
- Bakacak, A. G. (2009) "Cumhuriyet Dönemi Kadın İmgesi Üzerine Bir Değerlendirme", Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi, 44, Güz 2009, s. 627-638.
- Baydar, G. (2009) İdeal Ev, Gerçek Ev Ve Öteki Evler, XXI Yirmibir, 79, 12-13.
- Bayraktar, N., Ayhan, E. S., Uysal, Y. Y., Şumnu, U. (2014) Sivil Mimari Bellek: Ankara 1930-1980 Sergi Kataloğu, Koç Üniversitesi Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi VEKAM, Ankara.
- Bhasin, K. (2003) Toplumsal Cinsiyet, (Çev. Kader Ay), Liseli Kivılcım Eğitim Broşürleri.
- Dökmen, Z. Y. (2010) Toplumsal Cinsiyet - Sosyal Psikolojik Açıklamalar, Remzi Kitabevi, İkinci Baskı, İstanbul.
- Durmuş, S., Sever, E. (2016) "Reklam-Retorik-Mimarlık: Konut Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Algısı", I. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, ASOS'16, Elazığ, s. 1162-1182.
- Erbuyurucu, İ. (2017), Hannah Arendt Düşüncesinde Kamusal Alan ve İnsanlık Durumu, Ülker Yükselbaba (Editör), Kadın, Kamusal Alan ve Hukuk, Tekin Yayınevi, İstanbul, 115-140.
- Erkarıslan, Ö. E. (2004) "XX-XY: Tasarımda Baskın Gen Cinsiyetler Arası Mücadele Alanı Olarak Modern Konut Tasarımı", Mimarist, 14, s. 59-62.
- Gordon, M. (1999) Sosyoloji Sözlüğü, Çev: Osman Akınhay, Derya Kömürcü (çeviri), Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Görgülü, T., Koca, S.K. (2007) "Türkiye'de Barınma Biçimlerinde Yaşanan Değişimler: Son Dönemde Yapılan Tüketim Odaklı Konutlar", Mimarlık, 337.
- Gülmez, N.Ü. (2008) Metropolde Çeşitlenen Hanehalkları ve Konut, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Günay, R. (2017) İstanbul'un Kaybolan Ahşap Konutları, Yem Yayın, 2. Baskı, İstanbul.
- Gür, Ş.Ö. (2000) Doğu Karadeniz Örneğinde Karadeniz Kültürü, YEM Yayın, İstanbul.
- Gürbilek, N. (2001) Vitrinde Yaşamak 80'lerin Kültürel İklimi, Metis Yayınları, Üçüncü Basım, İstanbul.
- Grosz, E. (2011) Deneysel Arzu: Queer Özneliğini Yeniden Düşünmek, Cogito, 65-66, s. 7-36.
- Harari, Y.N. (2016) Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens İnsanın Türevinin Kısa Bir Tarihi, Çev: Ertuğrul Genç (çeviri), 22. Baskı, Kolektif Kitap, İstanbul.
- İhsan, A. (1931) "Park Apartmanı-Nişantaşı", Mimar, 7, s. 220-223.
- İmamoğlu, E. ve İmamoğlu, V. (1996) İnsan, Evi ve Çevresi: Ankara'da Bir Toplu Konut Araştırması, Konut Araştırmaları Dizisi:15, T.C. Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Ankara.
- Jarvis, H., Kantor, P., Cloke, J. (2015) Kent ve Toplumsal Cinsiyet, (Çev. Yıldız Temurtürkan), 1. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara.
- Kalan, Ö.G. (2010) "Reklamda Çocuğun Toplumsal Cinsiyet Teorisi Bağlamında Konumlandırılışı: Kinder Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Journal 1, s. 75-89.
- Kaya, E., Proto, M.E. (2016) "Erken Cumhuriyet Döneminde Süreli Yayınlarda Mobilya (Asri Evin Modern Mobilyaları)", Aydın Sanat, Yıl 2, Sayı 3, s. 61-73.
- Kayaoğlu, A., Gökdağ, R., Kirel, Ç. (2011) Sosyal Psikoloji-I, Ed: Ünlü, S.(editör), Anadolu Üniversitesi Yayını No:2291, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1288, Eskişehir.
- Korkmaz, S.A., Allmer, A. (2000) "Mekânın DNA'sı: Toplumsal Cinsiyetin Mekânsal Kalıplarının Sorgulanması", Kadın/Woman, 14, s. 107-133.
- Köseoğlu, B. D., Aydın, D. (2009) Müstakil Konut Alanlarında Morfolojik ve Bağlamsal Değişim: Konya Meram Öğretmen Evleri, Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 11(2), 110-123.
- Odabaş, O. (2012) "1990'lı Yıllarda Türkiye'de Toplumsal Kimlik Ve Cinsiyet Politikalarının Çağdaş Sanattaki Yansımaları", İDİL, 2012, Cilt 1, Sayı 5 / Volume 1, Number 5, s. 427-443.
- Özbay, F. (1996) "Evler, Kadınlar ve Ev Kadınları", Diğerlerinin Konut Sorunları, TMMOB Mimarlar Odası, Ankara, s. 52-64.
- Özmen, F., Gültek, M. ve Utkuğ, Z. (1995) "Son 15 Yılda Toplu Konut Uygulamalarında Toplumsal Yönlenme-Mekan Organizasyonu İlişkisi; Yıldız Oran Bandı, Kuru Sitesi, Konutkent", Uluslararası VII. Yapı ve Yaşam Fuarı ve Kongresi Kongre Kitabı "Kültür ve Mekan", Mimarlar Odası Bursa Şubesi, Bursa, 422-439.
- Toprak, G. K. (2013) 1930 Yılından Günümüze Yarışma Projeleri İçinde Konut Mimarisine Yönelik Projelerin Yeri Ve Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Vanlı, Ş. (2006). Mimariden Konuşmak: Bilinmek İstenmeyen 20. Yüzyıl Türk Mimarlığı: Eleştirel Bakış. 3. Cilt, Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı, Ankara.
- Vatandaş, C. (2011) "Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı", Sosyoloji Konferansları, s. 29-56.

İnternet Kaynakları

İnt.1 <http://parkoran.net/a3-1.html> [Erişim tarihi 10.04.2018].

İnt.2 <http://temasehir.com.tr/kat-planlari.html> [Erişim tarihi 10.04.2018].

İnt.3 <https://www.youtube.com/watch?v=x7Jt7mO75Sg> [Erişim tarihi 30.03.2018].

İnt.4 https://www.youtube.com/watch?v=nMK_vWH0V48 [Erişim tarihi 30.03.2018].

İnt.5 <https://www.youtube.com/watch?v=MPbBmeT1UAW> [Erişim tarihi 30.03.2018].

İnt.6 <https://www.youtube.com/watch?v=tN2HxSMo8Pg> [Erişim tarihi 30.03.2018].