

## ULUSAL KİMLİĞİN SEMBOLLER VE EROVİZYONLA TEMSİLİ

Leman Korkmaz  
lemankorkmaz@yahoo.com  
ELYADAL

Birçok bilim dalı, insanı, insan davranışlarını, düşüncesini ve duygularını mercek altına almış ve merak ettikleri insan doğasına ilişkin sordukları sorulara değişik yaklaşımlarla cevap bulmaya çalışmıştır. Ancak günümüzde, bireyle ilgili sorulara yanıt arayan bilim dallarının, bireyi 'sosyal kimliğinden' yani içinde yaşadığı toplumdan, vatandaşı olduğu ülkeden ya da milliyetinden bağımsız olarak ele almanın eksik bir yaklaşım olacağı görüşünde birleştikleri söylenebilir. Çünkü yapılan çalışmalar bireysel özelliklerimizin yanı sıra, doğduğumuz anda bize verilen sosyal kimliklerin (cinsiyet, etnik kimlik gibi), hem kendimizi tanımlamamızda hem de başkalarının bizi tanımlamasında ve bize karşı davranışlarında -olumlu ya da olumsuz- etkin rol oynadığını göstermektedir (bkz. Tajfel ve Turner, 1979). Bu nedenle birey ve toplum arasındaki ilişkiye dikkat çeken ulus, devlet, millet, milli duygular ve sosyal kimlik gibi konular; politika, sosyoloji, psikoloji, antropoloji gibi pek çok değişik disiplin tarafından ele alınıp incelenmiştir. Birey ile millet ve/veya devlet arasındaki ilişkiye, içinde yaşadığımız toplumdan sıyrılıp daha genel, farklı ve sorgulayan bir bakış açısıyla baktığımızda çoğu zaman farkında bile olmadığımız, çok ilginç soruların varlığı ortaya çıkacaktır.

Bir milletin vatandaşları bayraklarına veya milli marşlarına saygısızlık yapılmasını neden kabul edemezler? Uluslararası spor müsabakalarında birinci olan ülkenin vatandaşlarının, kişisel bir kazanç ya da başarı söz konusu değilken, hissettiği gurur nasıl açıklanabilir? Yabancı bir ülkede kendi ülkesinden gelen biriyle karşılaşan kişilerin yüzünde oluşan gülümse ya da zafere ulaşan bir atletin ülkesinin bayrağı göndere çekilirken, ülkesi adına hissettiği kıvanç ve iftiharın sebebi nedir? Bunun gibi sorular bu bağlamda verilebilecek örneklerdir. Bu çalışmada yukarıda sorulan sorular ulus, ulusal kimlik, ulusal semboller gibi kavramlar üzerinde durularak yanıtlanmaya çalışılacaktır. Ayrıca ulusal kimliğin bir sonucunun kendi grubunu (üyeyi olunan ulus) diğer gruplarla (diğer uluslar) karşılaştırmak ve kıyaslamak olduğu (Taylor ve Moghaddam, 1994) ve ulusların kendilerini Erovizyon yoluyla ortaya koydukları görüşlerinden yola çıkılarak Eurovizyon kapsamlı olarak ele alınacaktır.

Öncelikle temel kavram tanımları üzerinden gidebiliriz. "Biz ve diğerleri" ayrımını yapmamıza neden olan ulus tanımıyla başlamak yerinde olacaktır. Anthony Smith'e göre (1991) ulus, tarihsel geçmişi olan toprakları, söylence ve efsaneleri, tarihsel hatıraları, kültürü, ekonomiyi, yasal hak ve sorumlulukları paylaşan insan topluluğudur (akt. Geisler, 2005). Kedourie (1992) ulus kavramını 19. yüzyılın yeni bir icadı şeklinde tanımlamıştır. Ulus tanımı Karl Deutsch (1966) tarafından daha işlevsel bir yaklaşımla yapılmıştır. Deutsch'a göre bir ülkenin vatandaşı olarak, bizimle aynı ulustan gelen kişilerle, daha iyi anlaşır ve daha rahat iletişim kurabiliriz çünkü bu kişilerle yaşantılarımız daha benzerdir ve paylaşımlarımız daha çoktur. Dolayısıyla bu durum 'bütünlüğü ve homojenliği olan bir grup ve diğerleri'nin oluşumuna yol açarak ulus kavramının

ortaya çıkmasına sebep olur (akt. Triandafyllidou,1998). Dünyadaki yönetim sistemleri de genellikle ulus-devlet sistemine dayandığından, yukarıda bahsedildiği gibi, kişilere karşı algımız genellikle "kendi ulusumuzdan olanlar" ve "yabancılar" şeklinde olur. Bu bağlamda ulusal kimlik ise vatandaşlık duyguları ya da aidiyet hissi olarak tanımlanmıştır (Connor, 1978). Bu da bireysel kimlik ve sosyal kimlik arasındaki yakın ilişkiyi oluşturan ulus/millet kavramına işaret etmektedir (akt. Triandafyllidou, 1998).

Görüldüğü gibi pek çok kuramcı ulusu farklı şekillerde tanımlamıştır. Ancak hepsi grup içindeki kişilerin kendilerini diğerlerinden farklı görme, ayırma arayışı nedeniyle diğer ulusların varlığının gerekliliği konusunda uzlaşmışlardır. Her ulus kendi özerkliğini ve teklifini, kendini diğer uluslarla karşılaştırarak kanıtlamaya çalışır. Kültürel özellikler, dil, gelenekler, tarihsel toprak bütünlüğü "biz" ve "diğerleri" ayrımını bir ulus olarak somut bir şekilde yapmamızı sağladığı ve aidiyet hissini güçlendirdiği için önem taşır (Triandafyllidou, 1998).

Bu noktada ulusal sembollerden bahsetmek yerinde olacaktır. Ulusal semboller; bayrak, milli marş ve milli bayramlar gibi ulusal benliği hatırlatan işaretlerdir. Diğer bir deyişle, Smith'in de (1991) bahsettiği gibi, ulusal semboller Milliyetçilik-Ulusçuluk kavramının soyutluğuna, somut bir anlam ve görünürlük katarlar (akt. Geisler, 2005). Dolayısıyla bir ülkenin bayrağını yakmak demek -bayrak sembolik anlamda o ülkeyi temsil ettiğinden- o ülkenin varlığına, bütünlüğüne, bağımsızlığına karşı protesto anlamını da içerir. Bu durumda, ulusal sembollerin pek çok kişide uyandırdığı güçlü duyguların, bu sembollerin sahip olduğu temsil özelliğiyle -milli marşların ülkelerin bağımsızlığını temsil etmesi gibi- açıklanabileceği söylenebilir (Geisler, 2005).

Smith (1991) ulusal sembollerin sadece bayrak, milli marş, savaş anıları, geleneksel kıyafetler ve benzeri olmadığı, o ulusun üyeleri tarafından paylaşılan eğitim uygulamaları, hukuksal düzenlemeler, ülke vatandaşlarının davranış şekilleri gibi pek çok ayırt edici özelliğin de ulusal sembol olarak kabul edilmesi gerektiği görüşünü savunmuştur. Bu örnekler, ulusal olaylar, o ülkenin kültürel ürünü olan müzik, güzel sanatlar, sinema, teknolojik gelişmeler vb. olarak kuşkusuz çoğaltılabilir. Örneğin, 11 Eylül'de, formal olmasa da, Amerika'yı temsil eden Dünya Ticaret Merkezi'ne yapılan saldırının etkisi ulusal sembollerin aslında ne kadar geniş bir perspektifte ele alınabileceğinin göstergesidir (akt. Geisler, 2005).

Yukarıda bahsedilen açıklamaları -kültürel unsurların, dil, sanat, din ve geleneklerin ulusal kimliğimizi tanımlamamızda önemli rollere sahip olduğu- ve ulusal sembollerin daha geniş açıdan ele alınması gerektiği görüşlerini göz önünde bulundurarak, müziğin ulusal kimliğimizi tanımladığı görüşünü ve ulusların kendilerini Erovizyon yoluyla ortaya koydukları iddialarını nasıl değerlendirebiliriz? Yazının devamında bu soruya yanıt aramak amacıyla,

ulusal kimlik, müzik ve Erovizyon kavramları üzerinde durulacaktır.

Pettan (1998, s. 910), müziğin bazı durumlarda bir silah olarak kabul edilebileceğini söylemiştir (akt. Mavra ve McNeil, 2007). Mavra ve McNeil'in (2007) yaptığı araştırma Hırvatistan'da popüler ve folk müziğin özellikle Balkanlar'da yaşanan sıkıntılı dönemlerde ve Hırvatistan'ın bağımsızlık mücadelesi verdiği yıllarda halkın sadakatini sağlanması ve umudunu kaybetmemesi için etkili bir araç olarak kullanıldığını göstermiştir. Diğer bir deyişle yapılan çalışma, sosyal ve politik olarak provakatif doğasıyla müziğin, siyasal ve ulusal amaçlara ulaşmak için temel bir araç olarak kullanılabilirliğini ortaya koymuştur.

Kuşkusuz Erovizyon'un yukarıda bahsedilen şekliyle kışkırtıcı ve provakatif bir araç olması söz konusu değildir. Fakat Erovizyon pek çok ülkenin toprak bütünlüğünü sağladığı modern dünyada müzik-politika ilişkisinin şekil değiştirmiş, evrimleşmiş hali olabilir mi? Erovizyon'un sadece bir şarkı yarışması olarak ele alınması gerektiği ve politik bir yanının olmadığı iddiası kuşkusuz pek çok kişi tarafından kabul görmeyecektir. Ancak Erovizyon ve siyaset, Erovizyon ve sosyal kimlik ilişkisinin daha iyi anlaşılabilmesi için Erovizyon ve Erovizyon tarihi ilgili araştırmaların incelenmesi yerinde olacaktır.

Erovizyon 1956 yılından beri her yıl Avrupa ülkeleri arasında düzenlenmektedir. İlk kez San Remo Şarkı Festivali'nde 7 ülkenin katılımıyla gerçekleşmiş olan bu yarışmaya şu anda 40'ın üzerinde ülke katılmaktadır. Dünyanın en uzun süreli şarkı yarışması olan Erovizyon bugün 400 ile 600 milyon kişi tarafından izlenmektedir. Eurovizyon tarihi boyunca farklı oylama sistemleri kullanılmıştır. Oylama 1997 yılına kadar uzman jüriler tarafından yapılmıştır fakat 1997'den bu yana tele-oylama sistemine geçilmiştir. Bu sistem katılan ülkelerin, seyircilerin oy kullanması için verdikleri telefon numaralarını, izleyicilerin istedikleri sıklıkta arayarak oy vermesi esasına dayanır. Ülkeler kendilerine oy veremezler.

2004 yılında yüksek katılım sebebiyle iki aşamalı sisteme geçilmiştir ve düşük puan alan ülkeler yarı finalde elenmiştir. Kazanan ülke bir sonraki yılda Erovizyon'a ev sahipliği yapar. Her ülke sadece katıldığı şarkıyla değil Erovizyon süresince yayımlanan reklamlarla da kendi ülkesini tanıtır (Gatherer, 2006). Diğer bir deyişle, uluslar kendi

ulusal kimliklerinin farklı ve kendine özgü yanlarını sunarak ulusal kimliğinin diğer devletler önünde temsilini sağlarlar. Oy kullanma sistemi katılan ülkelerin birbirlerini oylaması esasına dayandığından taktiksel ve politik gerekçelerin oy verme sürecini etkilediği düşüncesi Erovizyon tarihi kadar eskiye dayanmıştır. Bu iddia pek çok araştırmacı tarafından irdelenmiş ve ilginç sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Bazı araştırmacılar Erovizyon'u Avrupa'nın uluslar-üstü (Avrupalı olmak uluslar-üstü bir oluşum olarak düşünülmüştür) bir bütünlük olduğu ve Erovizyon'un Avrupa'nın kimliğini yansıttığı yaklaşımıyla ele almış ve incelemiştir. Bu yaklaşımla batı ülkelerinin özellikle komşu oldukları ülkeleri olumlu yönde değerlendirecekleri hipotezini kurmuşlardır. Ortaya çıkan sonuç Batı Avrupa'da böyle bir eğilim olmadığı ama Doğu Avrupa ülkelerinde, özellikle Baltık Devletleri ve Balkan Bloğu ülkelerinde birbirlerini olumlu değerlendirme, yani birbirlerine oy verme eğilimi olduğu yönündedir (Raaum, 2006; Gatherer, 2006). Raaum (2006) bunun nedenini Doğu Avrupa'da ulusal kimliğin harita üzerindeki sınırlardan daha geniş olmasına bağlamıştır. Örneğin; Sovyet rejiminin yıkılmasıyla birlikte Baltık ülkeleri bölünmüş; ancak tam bir ulusal ayrıma gitmemişlerdir. Dolayısıyla bir ülke komşu olduğu ülkeye oy verirken aslında kendisinden çok farklı olarak düşünmediği, yani 'diğerleri' kategorisine koymadığı bir ülkeye oy vermektedir. Bunun da 'Ulusal kimlik-Erovizyon' ilişkisine işaret ettiği söylenebilir.

Spierdijk ve Vellekoop (2006) seçim sisteminde politik önyargı olup olmadığını anlamak amacıyla ülkelerin coğrafi, dinsel, kültürel yapılarını değişken olarak ele almış ve istatistiksel analizlerle bu soruya yanıt aramıştır. Yunanistan ve Kıbrıs 1993-2003 yılları arasında birbirlerine en yüksek puanları vermişlerdir. Bu sonuç coğrafi yakınlığın verilen oylarda büyük ölçüde etkili olduğunu gösterebilir, fakat diğer bir etken olarak iki ülkenin kültür ve dil benzerlikleri benzer müzik zevklerine neden olmuş olabilir. Bu noktada söz konusu değişkenler kontrol altında tutulduğunda dil ve kültür benzerliği olan ülkelerin birbirlerinin şarkılarını bazen beğendikleri bazen de hoşlanmadıkları gerçeği ortaya koyulmuştur. Ancak Fenn ve arkadaşları (2005) yalnızca coğrafi yakınlığın değil, tarihsel ve kültürel bazı nedenlerin de oy verme sürecini etkilediğini söylemiştir. Ayrıca Gatherer (2006), oylamadaki diğer bir faktörün bir ülkenin politik davranışlarına karşı diğer ülkelerin verdik-

Şekil 1. Erovizyon Şarkı Yarışması amblemi

Not. Yukarıdaki amblem 2004 yılından yani İstanbul'daki yarışmadan bu yana kullanılmaktadır. Bu amblemin özelliği "V" harfi yerine kullanılmış olan kalbin içine kazanan ülkenin bayrağının konulmasıdır. Bu da bu yazıda bahsedilen ulusal kimlik, ulusal semboller ve ulusal varlığımızı farklı şekillerde ortaya koyma kavramlarıyla doğrudan ilişkili olabilir.

leri oylarla bu davranışa karşı tutumlarını göstermesi olabileceğini söylemiştir.

Ayrıca tüm ülkeler ele alındığında, din de anlamlı bir değişken olarak bulunmamıştır. Ancak Kıbrıs, İzlanda, İrlanda, Letonya, İngiltere gibi bazı ülkelerin dine göre oy vermekte olduğu gözlenmiştir. Ayrıca görülen odur ki, 1997-1998 yıllarında tele-oylama sistemine geçilmesiyle dinin oylar üzerindeki etkisi de artmıştır. Bu sonuçlar bazı ülkelerin ve ülke vatandaşlarının ulusal kimliklerini tanımlamada dini önemli bir unsur olarak gördükleri şeklinde yorumlanabilir.

Haan ve arkadaşları (2005), 1996'ya kadar devam etmiş olan jüri oylaması sisteminin 1997'de gelmiş olan tele-oylama sisteminden daha nesnel olduğunu ve şarkı kalitesiyle ilgili olmayan faktörlerin jüri oylaması sisteminde tamamen olmasa da, yenisine nazaran daha az etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır (akt. Spierdijk ve Vellekoop, 2006). Bu sonuç 1997 yılıyla beraber vatandaşlık ve milli duyguların daha çok Erovizyon'da temsil edildiği fikrini de beraberinde getirmektedir.

Avrupa'da yaşayan Türklerin özellikle 1997-1998 yıllarında tele-oylama sistemine geçilmesiyle Türk şarkılarına oy vermeleri yukarıda bahsedilen fikri destekleyen bir durumdur. Bu oylara vatansever oylama (patriotic voting) ismi verilmiştir. Türk popülasyonu yaşanan göçler nedeniyle pek çok Avrupa ülkesinde (Belçika, Avusturya, Fransa, Almanya vb.) 37.000'in üzerindedir (Report of the Independent Commission, 2004). Bu popülasyon Erovizyon'da Türkiye'nin söz konusu ülkelerden yüksek oy almasına neden olmuştur. 1996'ya kadar jüri tarafından yapılan oylamalarda, Türkiye'ye verilen oyların, bu ülkelerdeki Türk nüfusundan bağımsız olması da bu görüşü destekler niteliktedir (Gatherer, 2006; Spierdijk ve Vellekoop, 2006). Türkiye'ye verilen oyların 1998 öncesi ve sonrasında, bazı Avrupa ülkelerindeki Türk nüfusundan nasıl etkilendiği Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. 1998 Öncesi ve Sonrası Türkiye'ye Verilen Oylar (Spierdijk ve Vellekoop, 2006)

Oy Veren Ülke	Oy Verilen Ülke	Averaj Önyargı	
		1998 öncesi	1998 sonrası
Avusturya	Türkiye	0.8	1.4
Belçika	Türkiye	0.9	3.0
Danimarka	Türkiye	0.5	1.0
Fransa	Türkiye	0.0	4.6
Almanya	Türkiye	0.8	6.4
Hollanda	Türkiye	0.2	3.1
İsveç	Türkiye	1.0	0.0
İsviçre	Türkiye	2.3	1.7
İngiltere	Türkiye	0.5	-1.3

Ayrıca, Kıbrıs 2003 yılına kadar (Türkiye'nin birinci olduğu yıla kadar) Türkiye'ye oy vermemiştir. Bu da verilen oylarda politik etkenlerin rol oynadığına ve ulusal duyguların verilen oylar üzerinde etkisi olabileceğine bir kanıt olarak sunulabilir. Diğer bir bulgu göstermiştir ki ulusal kimlik kavramı -biz ve diğerleri- sosyal, politik, ekonomik

kriz dönemlerinde kişi için daha dikkat çekici ve belirgin hale gelmektedir. Bu dönemlerde vatandaşlarda "diğer uluslara karşı bir olma" duygusu artmakta ve bu duygular kişinin aidiyet hissini artırdığından kriz dönemini atlama önemli rol oynamaktadır (Triandafyllidou, 1998).

Türkiye'nin Eurovizyon'a katılımı bu görüşü destekler bir örnek olarak verilebilir. Türkiye ilk kez 1975 yılında çok zorlu bir dönem olan Kıbrıs Barış Harekâtı'nın ardından bu yarışmaya katılmış ve heyecanla bu yarışmaya odaklanarak, yaşanan zorlu dönemde pek çok sıkıntıyı unutulmuştur. (Vikipedia).

Toksöz (2011), Erovizyon'un Türkiye'nin ve diğer ülkelerin ulusal kimliğini ortaya koyduğu uluslararası bir platform olduğunu savunmuştur. Bu bağlamda, Erovizyon ve ulusal kimlik temsili ilişkisine dikkat çeken, 1984 yılında Lüksemburg'da gerçekleşen ilginç bir olaydan bahsetmek yerinde olacaktır. Yarışmada ev sahibi ülke, Türkiye'yi Arap müziği ve fesli erkekleri kullanarak tanıtmış ve bu durum Türkiye'de skandal başlığı ile 'Türkiye'nin Arap müziği ve fesle tanıtılmayacağı' şeklinde haberleştirilmiştir. Milliyet gazetesinin (1984) ilgili haberinde Dış İşleri Bakanlığı'nun olayla ilgili olarak Avrupa Yayın Birliği'ne kınama yazısı gönderdiği belirtilmiştir.

Türkiye'nin hem doğu hem de batı öğelerini 'kimliğinde' ve 'müziğinde' barındıran çok kimlikli/çok kültürlü bir ülke olduğunu söyleyen Toksöz (2011) yarışmaya katıldığı ilk yıllarda Türkiye'nin *Batılı* yönüne dikkat çekmek amacıyla şarkılarda daha çok batı öğelerini kullandığını söylemiştir. Yazara göre, 1980'lerde başlayan özgürleşme ve özellikle 1990'larda özel kanalların kurulması ile doğu ve batı öğelerinin birleştiği yeni sesler (sound) şarkılarda yer almaya başlamış ve bu da Türkiye'ye başarıyı getirmiştir. Doğu ve batı öğelerinin yer aldığı "Dinle" şarkısıyla Şebnem Paker 1997 yılında üçüncü olmuş; 2003 yılında Sertap Erener "Everyway That I Can" şarkısı ve Topkapı sarayında çekilen harem hayatının canlandırıldığı görüntüler içeren video klibi ile Türkiye'yi birinciliğe taşımıştır. Doğu ve batının sentezi olan "Düm Tek Tek" şarkısı ile Hadise dördüncü olurken, nu metal müzik tarzını benimsemiş olan Manga grubu 2010 yılında ney, darbuka seslerinin ayırt edildiği, doğu ritim ve melodilerinin yer aldığı şarkılarıyla ikinci olmuşlardır (Toksöz, 2011). Diğer bir deyişle, Toksöz 1997 sonrasında Türkiye'nin Erovizyon'daki başarısını vatansever oylara değil, Türkiye'nin çok kimlikli yapısının şarkılardaki yansımalarına bağlamıştır.

Görüldüğü gibi "Erovizyon ve Ulusal Kimlik" kavramlarını pek çok araştırmacı, farklı yerlere odaklanarak ele almış ve farklı faktörlerin ele alınmasıyla ortaya ilginç sonuçlar çıkmıştır. Ancak özetle, birbirine oldukça yakın duran bu iki kavram için yanıtı aranan soru şudur: Aslında Erovizyon, ulusal kimliğinizi birçok değişik şekilde ortaya koymaya çalıştığımız gerçeğinin bir yansıması mıdır? Bu çalışmada temel olarak yapılan araştırmalara odaklanılarak, bu sorunun cevabı aranmıştır. Ancak bireysel olarak, herkesin kendine özgü yanıtı sanırım Erovizyon'u izlerken hissettiği heyecanda saklı.

#### Kaynaklar

- Erovizyon'da skandal. (5 Mayıs 1984). *Milliyet*, 1.  
Gatherer, D. (2006). Comparison of Eurovision Song



Can Bonomo, 2012 Erovizyon Şarkı Yarışması Türkiye temsilcisi

Contest simulation with actual results reveals shifting patterns of collusive voting alliances. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 9(2).

Geisler, M. E. (2005). *Introduction: What are the national symbols-and what do they do to us? National symbols, fractured identities*. Hanover and London: Middlebury College Press.

Mavra, M. ve McNeil, L. (2007). Identity formation and music: A case study of Croatian experience. *Journal of the Sociology of Self Knowledge*, 2, 1-20.

Raaum, L. (2006). *Does the Eurovision Song Contest fulfil the methodological needs of a European identity?* 6 Mart 2008, [internett.files.wordpress.com/2007/01/lars-raaum.pdf](http://internett.files.wordpress.com/2007/01/lars-raaum.pdf).

Spierdijk, L. ve Vellekoop, M. (2006). *Geography, culture, and religion: Explaining the bias in Eurovision Song Contest Voting*. 18 Şubat 2008, <http://eprints.eemcs.utwente.nl/view/program/CTIT-eProductivity.html>.

Tajfel, H. ve Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. W. G. Austin ve S. Worchel, (Ed), *The social psychology of intergroup relations* içinde. Monterey, California: Brook/Cole Publishing.

Taylor, D. M. ve Moghaddam, F. F. (1994). *Theories of intergroup relations: International social psychological perspective (2. baskı)*. Westport, Connecticut: Praeger Publications.

Triandafyllidou, A. (1998). National identity and the 'other'. *Ethnic and Racial Studies*, 21(4).

Türkiye ve yarışma. (b.t.) 4 Şubat 2008, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Eurovision%27da\\_T%C3%BCrkiye#Oy\\_Tarihi\\_281975-2005.29](http://tr.wikipedia.org/wiki/Eurovision%27da_T%C3%BCrkiye#Oy_Tarihi_281975-2005.29).

Toksöz, I. (2011). Orchestrating multiple eastern-western identities through music: A Turkish story. F. Laurence, (Ed.), *Music and solidarity: Questions of universality, consciousness, and connection* içinde (83-99). New Jersey: Transaction Publishers.