



TÜRKİYE'DEKİ ARMAĞAN ÇALIŞMALARI ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ELEŞTİREL DEĞERLENDİRME

A Systematic Critical Evaluation on Gift Studies in Turkey

Abdurrahim KORKMAZ*

Gökhan GÖKULU*

ÖZ

Armağan, bütünsel bir sosyal olgu olarak, toplumdaki sosyal, kültürel, dini, ekonomik ve politik ilişkiler veya etkileşimler hakkında kapsamlı bilgiler sunar. Bundan dolayı sosyal bilimlerin bütün disiplinlerinde ve uluslararası literatürde yüzyıldır tartışılır. Türkiye’de ise 2000’lerden sonra, konunun tartışılmasında artış yaşanmıştır. Ancak bu artışa rağmen, akademik çalışmaların sistematik bir eleştirel değerlendirmesi yapılmamıştır. Çalışmada; literatüre katkı sunmak amacıyla, sistematik literatür taraması yöntemi kullanılarak, Türkiye’deki armağan konulu akademik makale çalışmaları incelenmiş ve çalışmaların genel eğilimleri eleştirel olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın örnekleme; *Hediye Kitabı* (2007) ve TrDizin, Google Akademik, Dergipark web veri tabanlarındaki armağan konulu 70 akademik makaledir. Veri toplama sürecinde ve verilerin analizinde doküman analizi ve tematik içerik analizi tekniği birlikte kullanılmış ve Maxqda.24.6. nitel veri analiz programından yararlanılmıştır. Türkiye’deki armağan çalışmaları; tarihi, edebi/folklorik, ekonomik, antropolojik/sosyolojik ve diğer bakış açılarıyla armağan olgusunu ele almaktadır. Bu bakış açıları veya bu temalar; şematik olarak verilmiş, çalışmaların genel eğilimleri betimlenmiş, yorumlanmış ve eleştirel olarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmede, armağan çalışmalarının belirli bakış açılarına hapsedildikleri ve kendini tekrar eden sınırlı bir alan içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: armağan, hediye, sistematik literatür taraması, nitel doküman analizi, nitel tematik içerik analizi.

ABSTRACT

Gift, as a total social fact, provides comprehensive information about social, cultural, religious, economic and political relations or interactions in a society. For this

* Doktora Öğrencisi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Çanakkale/Türkiye. E-posta: a.korkmaz.sosyoloji@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4966-6148.

* Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Çanakkale/Türkiye. E-posta: gokulugokhan@gmail.com. ORCID: 0000-0003-0374-7487.

reason, it has been discussed in all disciplines of social sciences and in the international literature for a century. In Turkey, there has been an increase in the discussion of the subject after the 2000s. However, despite this increase, a systematic critical evaluation of academic studies has not been conducted. In this study, in order to contribute to the literature, academic article studies on gift in Turkey were examined using the systematic literature review method and the general trends of the studies were critically evaluated. The sample of the study is *Hediye Kitabı* (2007) and 70 academic articles on gift in the TrDizin, Google Scholar, Dergipark web databases. In the data collection process and analysis of the data, document analysis and thematic content analysis techniques were used together and Maxqda.24.6. qualitative data analysis program was utilized. Gift studies in Turkey; It examines the gift phenomenon from historic/historical, literary/folkloric, economic, anthropological/sociological and other perspectives. These perspectives or these themes are given schematically, the general tendencies of the studies are described, interpreted and critically evaluated. In this evaluation, it has been concluded that gift/present studies are confined to certain perspectives and are within a limited area that repeats itself.

Keywords: gift, present, systematic literature review, qualitative document analysis, qualitative thematic content analysis.

Giriş

Armağan olgusu, 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında akademik bir inceleme konusu haline gelmiş olmasına rağmen, Türkiye’de bu kavramın literatüre girişi ve tartışılmaya başlanması ancak 2000’li yıllara dayanmaktadır. 21. yüzyıl öncesinde Türkiye’de armağan konusuna yönelik çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu dönemde armağan, yalnızca sınırlı sayıda telif eser, tez ve makalede ele alınmıştır. Marcel Mauss’un 1924 yılında yayımlanan *Armağan Üzerine Deneme* adlı çalışması, yayımlanmasından yaklaşık on yıl sonra Sadri Etem tarafından *Hibe: Arkaik Cemiyetlerde Mübadelenin Şekilleri ve Sebepleri* (1934) adıyla Türkçeye çevrilmiştir. Ancak bu çeviri, bazı yönleriyle eksiklikler içermektedir; özellikle Mauss’un dipnotları çeviriye dahil edilmemiştir. Oysa bu dipnotlar, armağan kuramlarının inşasında önemli birer referans noktası olmuş; birçok çalışmaya kaynaklık etmiştir. Örneğin Emile Benveniste’nin 1966’da yayımlanan “Hint-Avrupa Sözcük Haznesinde Armağan ve Değiş-Tokuş” (2021) isimli çalışması, Mauss’taki bir dipnottan (bk. Mauss, 2018: 232’deki dipnot) hareketle yapılmıştır. Yurt ve Yıldız’ın da ifade ettiği üzere; “Benveniste’nin katkısıyla, armağana ve değiş-tokuşa ilişkin tüm dilsel belirlenimler, minör bir söylem olmaktan çıkıp majör bir söyleme dönüşür” (Yurt ve Yıldız, 2021: 12). Etem ise bu dipnotları çevirmez ve Tunçbilek’in de vurguladığı gibi; Etem, Mauss’u

daha çok Gökalpçi çizginin takip ettiği Emile Durkheim'ın ekolüne bağlı bir ardıl olarak gördüğü için Mauss'un eserini çevirmişti (Tunçbilek, 2023: 21, 27-28). Bu durum bir bakıma, bu çevirinin “önsöz” yazılmak için yapıldığı anlamı da taşır. Çok erken denilebilecek bir dönemdeki bu çeviriyle, armağan olgusu Türkiye'deki sosyal bilimler literatürüne girmiş olmasına karşın, Abdülkadir Şener'in *İslam Hukukunda Hibe* (1984) isimli doçentlik tezine kadar, 50 yıllık süreçte, hiçbir çalışmaya rastlanmaz. Şener'in çalışması ise, armağan olgusunu merkeze almamaktadır. Bu çalışma, armağan olgusunun hukuktan, dine ve ekonomiden, sosyal hayata kadar, anlam kümelerini barından, kavramsal açıdan zenginliğini göstermek bakımından önemlidir. Şener'in çalışmasından 15 yıl sonra, Ali Akay, 1999'da verdiği ders notlarını derleyerek, *Armağan* (1999) çalışmasını yapar. Akay bu çalışmasında; daha çok armağan konusuna dair düşüncelerini ve mevcut yaklaşımları veya teorileri, ders biçiminde verir. Bu yönüyle Akay'ın çalışmasının, kuramsal veya kavramsal düzeyde olmadığı söylenebilir. Ancak Akay, yer yer armağana dair bazı pencereler açar ve bazı tespitlerde bulunur. Akay'a göre; sosyolojik analiz ve toplumsallığı anlamak için “armağan olgusu” iyi bir araştırma nesnesi olsa da Türkiye'de konuyla ilgili çok az çalışma yapılmıştır. Akay'ın ifadeleriyle; “hars ve medeniyet arasında bir ‘yapısalcılık’ aramasını varsay-sak bile, Gökalpçi bir sosyoloji ‘armağan ekonomisiyle’ pek uğraşmadı. Sosyoloji, yakın zamanlara kadar bu konulara uzak kaldı” (Akay, 2016: 12). Bu anlamda, armağan konusunun sosyoloji başta olmak üzere, Türkiye'deki sosyal bilimlerde nasıl göz ardı edildiği tespitini yapar. Oysa Fransa'da veya Avrupa'da, armağan olgusu, yüzyıldan fazla bir süredir çalışılmaktadır. Türkiye'de ise armağan olgusu çalışmaları, ancak 2000'lerden sonra yapılmaya başlanmıştır.

Mauss'un eserinden sonra, konu özellikle Fransa'da çok ciddi bir çalışma alanı haline gelir. Claude Lévi-Strauss gibi antropologlardan Pierre Bourdieu gibi antropolog-sosyologlara; Maurice Godelier gibi sosyal bilimcilerden Jacques Derrida gibi felsefecilere kadar alanında hatırı sayılır bir üne sahip olan teorisyenler tarafından konunun çalışıldığı görülür. 1950'lerden 1990'ların ortalarına kadarki süreçte yaşanan tartışmalar, 2000'lerden sonra Türkçeye çevrilerek literatüre kazandırılır. Bu tartışmalar neticesinde; başlarda antropoloji, sosyoloji ve felsefe disiplinlerinin ele aldığı armağan konusu; 1980'lere gelindiğinde ekonomistlerden siyaset bilimcilere, feminist çalışmalar yapanlardan edebiyatçılara kadar, çok geniş bir kesim ve farklı disiplinler tarafından araştırma nesnesi haline gelir. Elbette 1980'lerde konuya artan ilgi, Türkiye'de de 2000'lerden sonraki artışa sebebiyet verir. Bu-

nunla birlikte 1980’lerde diğer disiplinlerdeki artışla ve ekonomi temelli piyasa çalışmalarının armağan konusunu ele almaya başlamasıyla birlikte, buna karşı çıkan *La Revue du M.A.U.S.S.* [Sosyal Bilimlerde Fayda Karşısı Hareket] dergisini burada anmak gerekir. 1981 yılında kurulan bu disiplinler arası ve uluslararası dergi, 2021 yılına kadar yaklaşık kırk yıl varlığını sürdürür. Dergi; “Anti-faydacı” paradigmaya dayanarak, sosyal bilimlerde insan ve toplum hakkındaki birçok ekonomist görüşün ötesine geçen ahlaki, politik ve felsefi bir eleştiri önerir. Aynı zamanda dergi, bir armağan paradigması oluşturmayı da hedefler. Bu paradigmanın temsilcilerinden biri olan Jacques T. Godbout’un Türkçeye *Armağan Dünyası* (2003) olarak çevrilen eseri, bu paradigmayı inşa etme amacı taşır. Godbout’un eserine Ahmet İnel, sunuş mahiyeti taşıyan “Armağan Sorunsalının Açtığı Ufuk” (2003) isimli bir giriş yazısıyla katkıda bulunur. Ahmet İnel’in hem bu dergi hareketinin içinde yer aldığını hem de Türkçe literatürde 2000 öncesinde konuyla ilgili “Armağanın Günümüz Ekonomisindeki Yeri” (1995) isimli çalışmayla katkı sunduğunu vurgulamak gerekir. Bu çeviri telif eserden sonra, Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç editörlüğünde, *Hediye Kitabı* (2007) yayımlanır ve bu eser, konuyla ilgili makalelerden oluşur. Daha sonra Lewis Hyde’in *Armağan* (2008) kitabı çevrilir. Eserde; sanatsal yaratıcılığın dünyayı nasıl değiştirebileceği, tanrı vergisi yeteneğin sanatçıya verilen bir armağan olduğu ve sanatçının aldığı armağanı tekrar armağan olarak kendi eserleri aracılığıyla diğerlerine vermesi gerekliliği üzerine bir tartışma yürütülür. Bu eserlerden sonra, Mehmet Birekul’un *Armağan Kültürü* (2014) isimli kitaplaştırmış saha çalışması, armağanı sorunsallaştıran ilk çalışma özelliği taşır. Bir saha çalışması sonucu olarak ortaya çıkan eserde Türk toplumundaki kültürel pratikler ve hediye arasındaki ilişki irdelenerek, kapitalizmin dönüştürücü etkisine yönelik eleştiriler ışığında bazı sosyal dönüşümlere dikkat çekilir. Birekul’un eserinden sonra, Wilhelm Schmid’in *Hediye Vermek ve Hediye Almak* (2021) çalışması ile Engin Yurt ve Erdal Yıldız tarafından *Armağanın Fenomenolojisi* (2021) isimli seçki çeviri çalışması yapılır. Binalı Kılıç ve Emel Gönenç Güler, önce *Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşmeler. Serhat Şehri Ardahan Örneği* (2022) çalışmasını, ardından da aynı yazarlar *Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme Kültürü: Edirne Örneği* (2023) çalışmasını yayımlar. Bu ortak yazarlı “gastro-nomik hediyeleşme” kavramsallaştırması üzerine kurulan eserlerde; şehirlerin ünlenmiş ve şehirlerle özdeşleşmiş meşhur ürünlerinin hediye nesnesi olarak alınması, satılması, sunulması ve armağan edilmesi konusu işlenir. Daha sonra Şeyda Sevde Tunçbilek’in *Marcel Mauss’un Armağan Üzerine Deneme’si -Bir Tahlil-* (2023) isimli çalışması yayımlanır. Mauss’un eserinin

hâlâ zengin içeriğiyle araştırmacılar için ilham kaynağı olduğunu ve Fransa sosyal bilimleri için çığır açıcı etkisini ele alır. Buraya kadar Türkçede yer alan telif eserler kronolojik olarak sıralandığında ve içerikleri kısaca özetlendiğinde, konunun ne kadar az çalışıldığı daha net görülmektedir.

Armağan olgusunu çalışma gerekliliği; onun toplumu anlamak açısından uygun bir araştırma nesnesi olması ve toplumu anlama, açıklama ve yorumlama noktasında çeşitli imkânlar sunmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum, süreç içerisinde –özellikle 2000’li yıllardan itibaren– Türkiye’deki araştırmacılar tarafından da fark edilmiştir. Bununla birlikte, yukarıda belirtilen telif eserlerin dışında, bazı çeviri kitaplarda her ne kadar başlıkta “armağan” ya da “hediye” kavramları yer almasa da, içeriklerinde armağan konusuna yer verildiği görülmektedir. Bu bağlamda çevrilen telif eserler içinde; Georges Bataille’nin *Lanetli Pay* (2010); Claude Lévi-Strauss’un *Yapısal Antropoloji* (2021); Pierre Bourdieu’nün *Bir Pratik Teorisi İçin Taslak – Kabiliye Üzerine Üç Etnoloji Çalışması–* (2018) ve *Pratik Nedenler* (2022); Marshall Sahlins’in *Taş Devri Ekonomisi* (2016); Maurice Godelier’in *İnsan Topluluklarının Temelinde* (2022) ve Charles Eisenstein’in *Kutsal Ekonomi* (2022) çalışmaları zikredilebilir. Bu çalışmalarda, armağan konusu tartışılmıştır. Ancak Türkçe literatürde, ulaşıldığı kadarıyla, başlığında “armağan” veya “hediye” kavramı olan çalışmalar, yukarıda zikredilen telif eserler dışında yoktur. Bununla birlikte, YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde “armağan” veya “hediye” kavramları aratıldığında, “armağan” kavramıyla ilgili toplam 24 tez çalışmasına ulaşıldığı görülmektedir. Bu tezlerin 21’i yüksek lisans, 3’ü ise doktora düzeyindedir. 2000 yılı öncesine tarihlenen çalışma sayısı ise yalnızca ikidir. Başlığında “hediye” kavramı geçen tezler ayrıca incelenmiş ve bu kavramla ilişkilendirilebilecek 67 tez tespit edilmiştir. Bu tezlerin 53’ü yüksek lisans, 14’ü ise doktora tezidir. Tıpkı “armağan” kavramında olduğu gibi, “hediye” başlığı taşıyan tezlerden yalnızca ikisi (yüksek lisans) 2000 yılı öncesine aittir. 2025 yılı Ocak ayı itibarıyla “armağan” ve “hediye” kavramlarını içeren toplam 91 tez (74 yüksek lisans ve 17 doktora) bulunmaktadır. Hem telif eserlerin hem de tezlerin neredeyse tamamına yakını, 2000 sonrasındaadır.

2000’lerden sonra, armağan konusuyla ilgili telif eser veya tez çalışmalarının yanı sıra, makale çalışmalarında da artış olduğu görülür. Bu makalelerin büyük çoğunluğu tez çalışmalarından üretilmiştir. Bu makalelerde, mevcut telif eserlerden bazıları ile mevcut tezler ve önceki yerli literatürün sık sık tekrar edildiği görülür. Bu çalışmalar, sistematik literatür taraması yöntemiyle ve eleştirel bir değerlendirmeye ele alınmamıştır. Böyle bir ça-

lışıma, armağan olgusunun Türkçe literatürde hangi konularla birlikte ele alındığı, nasıl kavrandığı, nasıl bağlamsallaştırıldığı, literatürdeki genel eğilimlerin ne olduğu noktasında literatüre katkı sunabilir. Eldeki çalışma, tez ve telif eserleri kapsam dışında tutarak, armağan olgusunu ele alan makale çalışmalarını, sistematik literatür taraması yöntemiyle irdelemeyi ve eleştirel olarak değerlendirmeyi hedeflemektedir.

Yöntem

Çalışmada sistematik literatür taraması yöntemi ve bu yöntemi desteklemek için nitel veri analiz teknikleri bir arada kullanılmıştır. Türkiye’de akademik makalelere konu olan armağan olgusunun hangi bağlamsal ve kavramsal açılardan irdelendiği ve armağan çalışmalarının nasıl bir genel eğilim taşıdığı sorusu, araştırmanın problemini oluşturmuştur. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Türkiye’de armağan olgusu üzerine yazılmış makalelerde konunun ele alındığı bağlamsal ve kavramsal çerçeveleri birlikte değerlendirerek genel eğilimleri anlamak, tasnif etmek, yorumlamak ve eleştirel bir bakışla literatüre katkı sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, konuya ilişkin çalışmalar sistematik literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir.

Sistematik literatür taraması ya da incelemesi, ele alınan konuya dair mevcut bilgilerin daha kapsamlı bir biçimde anlaşılmasına olanak tanıdığı için araştırma tasarımı açısından daha güvenilir bir temel sunar. Sistematik taramalarda, çalışmaların hangi gerekçelerle seçildiği ve nasıl analiz edildiği açık biçimde ifade edilir; bu da yöntemin potansiyel olarak tekrarlanabilirliğini sağlar. Ayrıca, ele alınan konuyla ilgili çalışmaların dahil edilme ya da hariç tutulma kriterleri şeffaf biçimde ortaya konur. Hangi çalışmalara nasıl ulaşıldığı ve bu çalışmaların ne şekilde seçilip elendiği ayrıntılı olarak açıklanır (Toker, 2022: 320–322). Bu bağlamda, araştırmanın örneklem çerçevesi, veri toplama süreci ve veri analiz teknikleri aşağıda ayrıntılı biçimde sunulmuştur.

Çalışmanın evreni; armağan konusunda yapılmış olan tüm çalışmalardır. Ancak evrendeki tüm çalışmaları incelemek mümkün olmadığı için örnekleme ihtiyacı vardır. Bu minvalde örnekleme dâhil etme ve dışarıda tutma kriterleri belirlenmiştir. Bu noktada yukarıda verilen “armağan” veya “hediye” konulu telif eserler ile YÖK Tez Merkezi’nde yayımlanmış olan yüksek lisans ve doktora tezleri, bu çalışmada kapsam dışında tutulmuştur. Ancak araştırmaya dâhil edilen bir telif eser vardır: Bu telif eser Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç editörlüğünde yayımlanan *Hediye Kitabı*’dır (2007). Bu telif eserin dâhil edilmesi, içeriğinin armağan konusundaki makalelerden

oluşması nedeniyledir. Hatta bu yönüyle kitap, hacimli bir dergi görüntüsündedir. Bu telif eser ve armağan olgusunu konu edinen makaleler, araştırmanın çalışma evrenidir. Çalışma evreninden örneklem seçilirken, birkaç örnekleme tekniği birlikte kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmada amaçlı örnekleme ve rasgele örnekleme teknikleri aracılığıyla *Hediye Kitabı* (2007) içinde yer alan 11 makale seçilmiştir. Kolay ulaşılabilir örnekleme tekniği aracılığıyla ise web veri tabanlarındaki 59 makale seçilmiştir. Nihayetinde çalışma evreninden 70 makale seçilmiş ve örnekleme dâhil edilerek analiz edilmiştir. Bu 70 çalışmanın 59'u web veri tabanlarında (TrDizin, Google Akademik, Dergipark) elektronik olarak ulaşılabilen çalışmalardır.

Bu çalışmada, “armağan” ve “hediye” kavramları ilgili veri tabanlarında ayrı ayrı taranmıştır. Tarama süreci, belirli kriterlere göre üç aşamadan oluşmuştur. İlk aşamada, başlığında bu kavramlardan en az biri geçen çalışmalar; ikinci aşamada, özet kısmında bu kavramlardan en az biri yer alan çalışmalar; üçüncü aşamada ise, akademik hakemli bir dergide yayımlanmış olma koşulunu sağlayan çalışmalar örnekleme dahil edilmiştir. Bu üç ön koşulun ardından indirilen ve dosyalanan çalışmalar, içerik açısından değerlendirilmiştir. Bu aşamada, yalnızca içeriğinde “armağan” veya “hediye” konusunu esas alan çalışmalar örnekleme tutulmuştur. Ancak bu süreçte bazı zorluklarla karşılaşmıştır. Özellikle “armağan” kavramı tarandığında, bu kelimenin “ithaf” anlamında kullanıldığı çalışmalar da sonuçlar arasında yer almıştır. Örneğin, “...kişiye/kuruma armağan” ifadeleriyle başlayan ve eserin ithaf edildiğini belirten çalışmalar, araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu gibi kullanımlar, sistematik taramada kavramın doğru bağlamda seçilmesini güçleştirmiştir. *Hediye Kitabı* (2007) ve veri tabanlarından indirilen makaleler dosyalanmış, içerik değerlendirmesi sonrasında örneklem 70 makaleden oluşacak şekilde belirlenmiştir. Bu 70 makale, araştırmanın analiz birimlerini oluşturmuş ve her biri veri sağlayıcı doküman/metin olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle, çalışmada sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Söz konusu metinler, armağan olgusunun nasıl algılandığına, nasıl bir tutumla ele alındığına ve hangi bağlamda/kavramsallaştırmayla değerlendirildiğine dair veriler sunmaktadır. Bu doğrultuda, nitel araştırma süreci izlenmiş; verilerin analizi için doküman analizi ve tematik içerik analizi teknikleri birlikte kullanılmıştır.

Sosyal bilimlerde herhangi bir olguyu, durumu, tutumu, algıyı ya da eğilimleri ortaya koymak amacıyla sıklıkla nitel araştırma metodolojisinden yararlanılır. Bu çalışmada da Türkiye’de armağan olgusuna ilişkin yapılmış

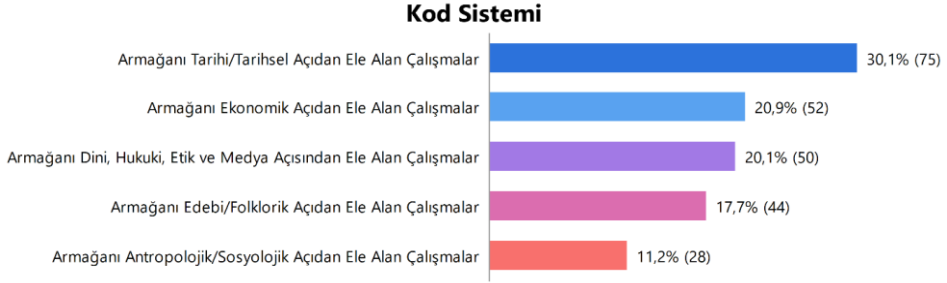
akademik araştırmalar derinlemesine incelenmekte ve bu literatürdeki genel eğilimler ortaya konmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle, araştırma bağlamına en uygun yaklaşım nitel araştırma metodolojisi. Denzin ve Lincoln'un (1998) de belirttiği gibi, nitel araştırmalar anlamaya yönelik bir çaba olup, bu amaç doğrultusunda detaylı ve kapsamlı incelemeleri esas alır. Nitel araştırmalarda veriler genellikle gözlem, görüşme ya da dokümanlar yoluyla elde edilir. Bu çalışmada ise veri kaynağı, "armağan" ya da "hediye" olgusunu ele alan akademik çalışmalardan oluşmaktadır. Bu yönüyle araştırma, nitel doküman analizi tekniğine dayanmaktadır. Diğer yandan, belirli kriterlere göre seçilerek örnekleme dâhil edilen bu dokümanlar, Braun ve Clarke'ın (2006) geliştirdiği tematik içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, bulgulara dönüştürülerek sistematik biçimde raporlanmıştır. Nitel araştırma metodolojisi aynı zamanda bir şemsiye kavramdır. Creswell'in (2017) de belirttiği üzere, nitel araştırmalar genellikle birden fazla yaklaşımı, stratejiyi ve tekniği bir arada kullanır. Bu bağlamda, doküman analizi ile tematik içerik analizi birbirinden tamamen bağımsız yöntemler değildir, aksine birbirini tamamlayan ve bütünleyici işlev gören tekniklerdir.

Nitel araştırmalarda doküman analizini ele aldığı çalışmasında Bowen, doküman analizinde araştırmacının amacı, anlamları ortaya çıkartmak ve veri olarak kullanılan dokümanları inceleyerek yorumlar geliştirmek olduğunu vurgular. Ancak araştırmacının bazı kriterler kullanması ve sistematik olması gerektiğine dikkat çeker (2009: 27). Kırıl'ın belirttiği üzere, doküman analizi; yazılı belgelerin içeriğini sistematik ve titiz bir şekilde inceleyerek, ilgili konuya dair ampirik bilgi geliştirmeyi ve anlam oluşturmaya yönelik verilerin analiz edilmesini sağlar. Bu yöntem, belgelerdeki verilerin bulunması, seçilmesi, anlamlandırılması, değerlendirilmesi ve nihayetinde sentezlenmesi süreçlerini içerir. Doküman analizi, içerik analiziyle birlikte kullanıldığında ise, verilerin ana temalar, kategoriler ve vaka örnekleri çerçevesinde organize edilerek araştırmaya anlamlı biçimde katkı sunmasına olanak tanır (2020: 173-175). Bu bağlamda, sistematik literatür taraması ile doküman analizi arasında önemli benzerlikler bulunur. Aynı şekilde, doküman analizinin son aşamasını oluşturan tema ve kategori oluşturma süreci de, tematik içerik analiziyle örtüşmektedir (Braun & Clarke, 2006: 2). Bu analiz yöntemi; verilerdeki örüntüleri belirleme, analiz etme ve raporlama süreçlerinde oldukça işlevseldir. Ayrıca veri setlerini yeterli derinlikte açık-larken, araştırma konusunun farklı boyutlarının yorumlanmasına ve çeşitli tematik analiz modelleri aracılığıyla kavramsal çerçevenin genişletilmesine

olanak tanır (Braun & Clarke, 2006: 6). Tematik analiz sürecinde temaların şematize edilmesi ve modeller aracılığıyla analiz edilmesi, araştırmacının veri ile sürekli etkileşim içinde olmasını sağlar. Braun ve Clarke (2006: 15), bu sürecin döngüsel niteliğine dikkat çekerek, analiz öncesi, sırası ve sonrasında araştırmacının kodlar, temalar ve yorumlarla sürekli olarak ileri-geri bir hareket içinde olması gerektiğini belirtir. Tematik içerik analizinin uygulanmasında izlenmesi gereken altı temel adım da aynı çalışmada açıkça ortaya konmuştur: Verilere aşinalık kazanma, başlangıç kodlarının oluşturulması, temaların aranması, temaların gözden geçirilmesi, temaların adlandırılması ve son olarak raporlanması (2006: 35). Bu noktada, analiz sürecinin dijital araçlarla desteklenmesinin önemi de vurgulanmalıdır. Creswell (2017: 196), nitel veri analizinde manuel kodlama yerine yazılım destekli analiz tekniklerinin (NVivo, ATLAS.ti, Maxqda gibi) daha işlevsel ve pratik olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda, eldeki çalışmada tematik içerik analizi yapılırken, bilgisayar destekli nitel veri analiz programlarından biri olan MAXQDA 24.6 sürümünden yararlanılmıştır. Yazılım aracılığıyla, kodlama süreci sistematik bir şekilde gerçekleştirilmiş, temalar arasında bağlantılar kurulmuş ve veriler bütünsel bir biçimde değerlendirilmiştir.

Bulgular

Yukarıda vurgulandığı üzere, örnekleme toplam 70 makale yer almıştır. *Hediye Kitabı* (2007) içinde yer alan 11 makale elektronik ortamda bulunmadığı için, araştırmacılar tarafından elle fişlenmiş (kodlanmış) ve ardından fişler (kodlu kısımlar) word dosyasına yazılıp dijital hale getirilmiştir. Böylece 70 dijital doküman tek dosyada toplanmış ve Maxqda programına yüklenerek, kodlama sürecine başlanmıştır. Çalışmada Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği tematik içerik analizi tekniği adımları izlenmiştir. 5. adım olan temaların oluşturulmasından sonra, bulgulara dair genel resim, daha net bir biçimde görünür olmuş ve 6. adım olan raporlamaya geçilmiştir. Bu doğrultuda, verilerin tematik içerik analizinden sonra, Türkiye'deki armağan çalışmaları, 5 tema altında toplanmıştır. Bu temalar oluşturulurken; çalışmanın konusu, çalışmanın alanı/disiplini, çalışmanın armağanı ele aldığı bağlam ve çalışmalarda armağanın kavramsal durumu gibi kategorilerden hareket edilmiştir. Bunun sonucunda çalışmalar 5 tema biçiminde ortaya çıkmış ve bu temaların isimleri, kod sistemindeki yüzdelik olarak kapladıkları alan ve kod frekansları aşağıdaki gibi çıkmıştır:

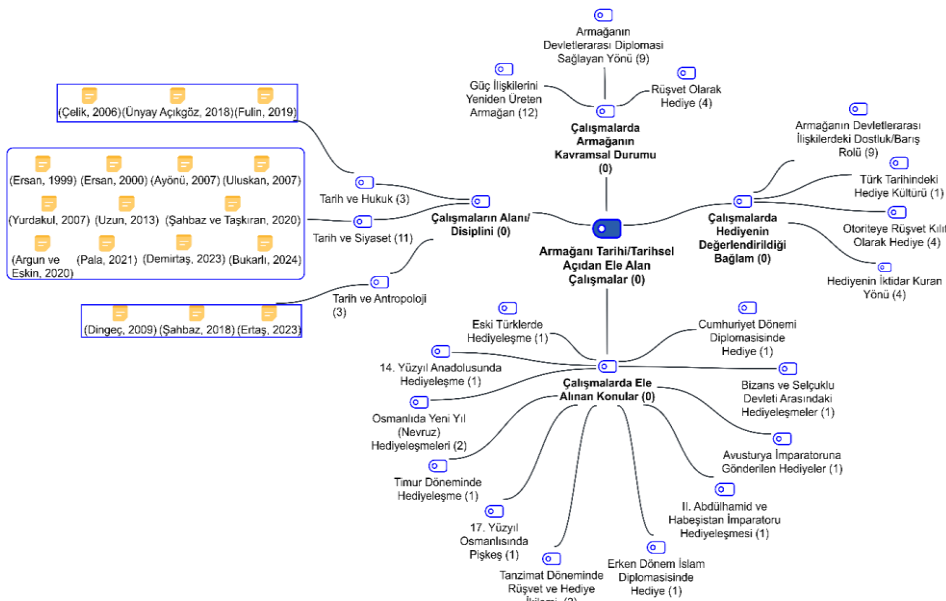


Şekil 1. Türkiye’deki Armağan Çalışmaları ve Temaların Genel Görünümü

Şekil 1’de görüldüğü üzere “Armağanı Tarihi Açidan Ele Alan Çalışmalar” 17 tanedir. Bunlar, 75 kod ve alt-kod ile toplam kod sistemi içinde %30’luk bir yer kaplar. “Armağanı Ekonomik Açidan Ele Alan Çalışmalar” 13 tanedir ve 52 kod ve alt-kod ile toplam kod sistemi içinde %21’e yakın bir alan kaplamaktadır. “Armağanı Dini, Hukuki, Etik veya Medya Açısından Ele Alan Çalışmalar” 15 tanedir ve 50 kod ve alt-kod ile toplam kod sistemi içinde %20’ye yakın bir alan kaplamaktadır. “Armağanı Edebi-Folklorik Açidan Ele Alan Çalışmalar” 18 tanedir ve 44 kod ve alt-kod ile toplam kod sistemi içinde %18’e yakın bir alan kaplamaktadır. “Armağanı Antropolojik/Sosyolojik Açidan Ele Alan Çalışmalar” 7 tanedir ve 28 kod ve alt-kod ile toplam kod sistemi içinde %11’lik bir yer kaplar. Burada bu temaların isimleri, çalışma sayısı, kod ve alt-kod toplamaları (frekansları) ile toplam örneklem içinde kapladıkları yüzdelik alanlar, analize dair genel bir çerçeve sunmak içindir. Ebette nitel araştırmalara daha uygun olan durum; temaların, kategorilerin ve kod modellerinin birlikte verilerek, derinlemesine sunulmasıdır. Bu bağlamda aşağıda her bir tema ayrı ayrı ele alınarak, mevcut durum verilmiştir. Temaları oluşturan 4 çekirdek/ana kategori vardır. Bu kategorilerin altında ise kod ve alt-kod durumları yer almaktadır. Her temada yer alan ana kategoriler şöyledir: 1. Çalışmaların alanı/disiplini; çalışmanın hangi bilim disiplinine veya alanına yakın olduğuna göre kodlanmıştır. 2. Çalışmalarda ele alınan konular; çalışmanın armağan/hediye olgusunu nasıl konu edindiğine göre kodlanmıştır. 3. Çalışmalarda kavramsallaştırma durumu; çalışmanın armağan olgusunu nasıl kavramsallaştırdığına göre kodlanmıştır. 4. Çalışmalarda bağlamsallaştırma durumu; çalışmanın armağan olgusunu nasıl bir bağlam içinde ele alındığına göre kodlanmıştır. Aşağıda analizler sonucunda ortaya çıkan 5 tema ve bu temaların alt kategorileri ile kod hiyerarşilerinin nasıl bir şematik model oluşturduğu sunulmuştur.

1. Armağanı Tarihsel Açıdan Ele Alan Çalışmalar

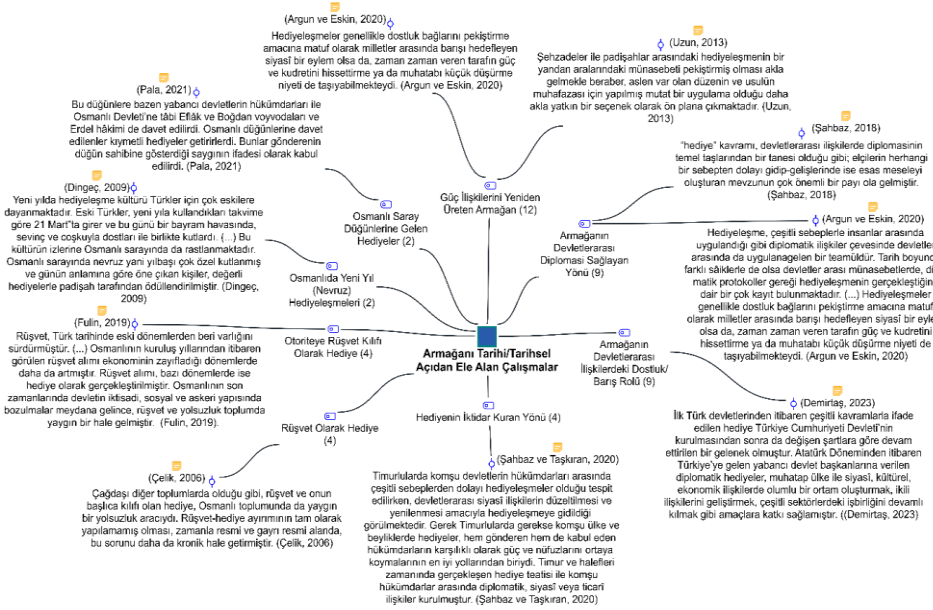
Armağan olgusunun tarihsel bir yönü bulunmaktadır ve insanlık tarihi-
nin başlangıcından bu yana armağan, sosyal hayatın önemli bir parçası
olarak varlığını sürdürmüştür. Bu bağlamda, geçmiş dönemlerde armağan
olgusunun toplumsal yaşamdaki konumunu anlamaya yönelik çalışmalar,
genellikle belirli bir yüzyıl, tarihsel süreç ya da bir devletin veya devlet yö-
neticisinin dönemi ekseninde şekillenmektedir. Bazı çalışmalarda ise odak
noktası, ilgili dönemlerdeki belirli bir kavramsal bağlam ya da konu (örne-
ğin; düğün, rüşvet, pişkeş vb.) olmaktadır. Bu çalışmalar Maxqda progra-
mında kodlandıktan sonra, temaya ilişkin kategoriler ve kodların hiyerarşik
yapısı “Tek-Vaka Modeli-Kod Hiyerarşisi” başlığı altında görselleştirilmiştir:



Şekil 2. Armağanı Tarihsel Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek-Vaka Modeli - Kod Hiyerarşisi-

Çalışmaların büyük çoğunluğu tarihsel dönemlerdeki siyasal durumu ve bu bağlamda güç-iktidar ilişkilerini armağan üzerinden ele almaktadır. Ersan, Selçuklu döneminde hediye ve hediyeleşme konusunu incelerken, armağanın iktidar kuran, güç ilişkilerini yeniden üreten ve itibar kazandıran yönüne vurgu yapmaktadır (Ersan, 1999; Ersan, 2000). Benzer şekilde, Uzun da armağanın güç ilişkileri oluşturan yönüne dikkat çekmekte ve Sultan II. Bayezid'in şehzadelerine verdiği hediyeleri ele alarak, hediyelerin hem bağ kurucu hem de hiyerarşik yapı üreten özelliklerini vurgulamaktadır (Uzun, 2013). Bu temadaki çalışmalarda güç ilişkileri, yalnızca iç siyasal bağlamda

değil, devletlerarası düzeyde de ele alınmaktadır. Bu çerçevede, Bizans ve Selçuklu arasındaki hediyeleşmeler (Ayönü, 2007), Osmanlı'nın Avusturya İmparatorluğu'na gönderdiği hediyeler (Uluskan, 2007), II. Abdülhamit'in Habeşistan İmparatoru ile gerçekleştirdiği hediyeleşmeler (Yurdakul, 2007) ve 19. yüzyılda Osmanlı ile Almanya arasındaki diplomatik armağan alışverişleri (Bukarlı, 2024) bu kapsamda değerlendirilen örneklerdir. Bu çalışmalarda, "diplomatik hediye" kavramı üzerinden hediyeleşmenin uluslararası ilişkilerdeki olumlu katkılarına dikkat çekilmektedir. Diplomatik armağanlar; İslam dönemi (Argun ve Eskin, 2020), Timur dönemi (Şahbaz ve Taşkıran, 2020) ve Cumhuriyet dönemi (Demirtaş, 2023) bağlamlarında, "diplomasi aracı olarak armağan" şeklinde ele alınmaktadır. Bazı çalışmalarda ise düğünler veya şenlikler gibi ritüel yönü güçlü kültürel törenlerdeki devletlerarası hediyeleşmeler konu edilmekte; bu törenler vesilesiyle gönderilen armağanların, diplomatik bazı adımların atılmasına aracı olduğu vurgulanmaktadır. Pala (2021), yaptığı çalışmada Osmanlı düğünlerine Türkistan ve İran'dan gelen hediyeleri incelemekte ve bu hediyelerin diplomatik ilişkiler açısından olumlu katkılar sunduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, armağanı tarihsel açıdan ele alan çalışmalarda, "hediyeleşmenin devletlerarası dostluklar kurucu yönü" ve "diplomasiyi sağlayan bir araç olarak armağan" olgusu, genellikle belirli bir tarihsel dönem ya da şahsiyet çerçevesinde değerlendirilmektedir. Öte yandan, bazı çalışmalarda armağan kavramı siyasal alanın dışına çıkarılarak, antropolojik bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Örneğin, Osmanlı'daki yeni yıl kutlamaları ve bu kapsamda gerçekleşen hediyeleşme pratikleri (Dingeç, 2009), eski Türklerdeki hediye kültürü ve ritüelleri (Şahbaz, 2018) ile 14. yüzyıl Anadolu'sunda sosyal dayanışmayı güçlendiren şehirli zümrelerin hediyeleşme biçimleri (Ertas, 2023) bu türden çalışmalardır. Bunun yanı sıra, "rüşvet olarak hediye" konusu da literatürde yer bulmaktadır. 17. yüzyıl Osmanlı'sında otoriteye verilen "pişkeş"ler (Ünyay Açıkgöz, 2018), 19. yüzyılda Tanzimat dönemi Osmanlı'sındaki yolsuzluk ve rüşvet vakaları (Çelik, 2006) ile Osmanlı'daki rüşvet ve bu duruma ilişkin ceza uygulamaları (Fulin, 2019) bu kapsamda ele alınan örneklerdendir. Bu çalışmalarda, "hediye-rüşvet" ayrımı ve "otoriteye verilen hediye'nin rüşvet olarak değerlendirilmesi" gibi meseleler detaylı biçimde incelenmektedir. Armağanı tarihsel açıdan ele çalışmaların oluşturduğu temada en çok tekrar eden 8 koda bakıldığında genel eğilimlere dair en yaygın durum ortaya çıkar. Bu kodlar, Maxqda programında Tek Vaka Modeli -Kodlu Bölümler- ile gösterilmiştir:



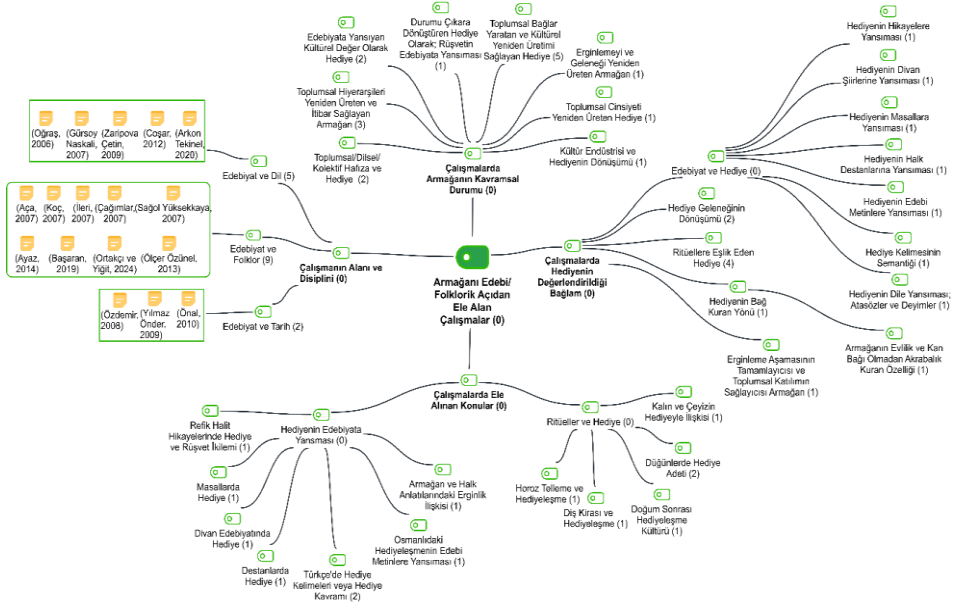
Şekil 3. Armağanı Tarihîsel Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek-Vaka Modeli - Kodlu Bölümler-

Modelde de görüldüğü üzere, armağanı tarihîsel açıdan ele alan çalışmalarda, armağanın “güç ilişkilerini yeniden üreten” bir olgu olarak değerlendirildiği ve bu bağlamda hediyenin iktidar kuran yönünün ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bu güç ilişkileri kimi zaman bireyler arasında, kimi zaman sultan ve şehzadeler arasında, kimi zaman ise devletlerarası hediyeleşme aracılığıyla tesis edilmektedir. Devletlerarası ilişkilerin ele alındığı çalışmalarda ise armağanın diplomatik ilişkiler kurma işlevi ile devletlerarası dostluk ve barışı teşvik eden rolü üzerinde durulmaktadır. Öte yandan, literatürde sıklıkla karşılaşılan bir diğer tema da “rüşvet olarak hediye” meselesidir. Bu bağlamda, “otoriteye sunulan hediyenin rüşvet biçiminde meşrulaştırılması” konusu dikkatle ele alınmaktadır. Bazı çalışmalarda ise armağan, Türk kültürü ve geleneği bağlamında değerlendirilmekte; bu çerçevede hediyenin iktidar kuran veya güç ilişkileri inşa eden yönüyle kültürel kodlar arasında bağlantılar kurulmaktadır.

2. Armağanı Edebi/Folklorik Açıdan Ele Alan Çalışmalar

Armağan olgusu, edebi-folklorik çalışmalara da konu olur. Bu çalışmalarda, gelenek içindeki kültürel ürünler veya ritüeller incelenir. Bu kültürel ürünlerin dildeki yansımaları; edebiyat alanındaki çalışmalara konu olurken, bu alan içinde, dil dünyasının ürünleri sayılan; atasözleri, deyimler, destanlar, mitler, masallar, şiirler vb. tüm edebi ürünler/türler de araştırma nesnesi

halini alır. Çalışmalarda bunlar, hediyeyle bağları kurularak irdelenir. Bu temadaki çalışmalarda; armağan olgusu, antropolojiyle yakın bağları olan folklor disiplini çatısı altında ele alınır. Bu çalışmalar, hem edebiyat hem folklor hem de antropoloji yaklaşımını barındırır. Genellikle gelenekler, ritüeller üzerine odaklanılarak, mikro boyutlardaki kültürel durumlarla ilgilenilir. Armağanı edebi/folklorik açıdan ele alan çalışmalar, Maxqda programında kodlandıktan sonra, temanın kategorileri ve kodlarının hiyerarşik görünümü, “Tek-Vaka Modeli -Kod Hiyerarşisi-” ile gösterilmiştir:

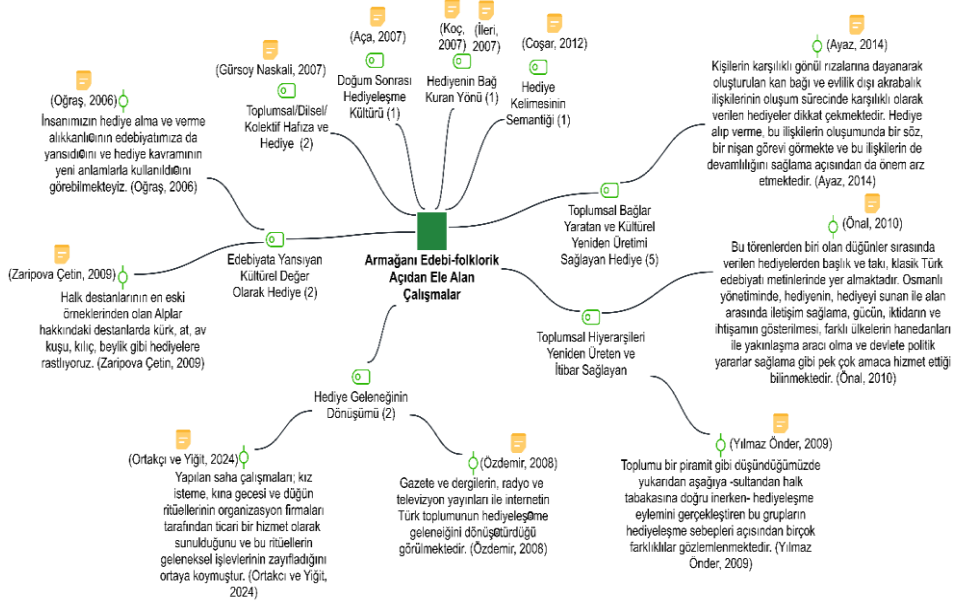


Şekil 4. Armağanı Edebi/Folklorik Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek-Vaka Modeli -Kod Hiyerarşisi-

Modele bakıldığında; edebiyat veya dilsel kültür ürünleri üzerinden armağanın ele alındığı görülür. Bu bağlamda; divan edebiyatındaki şiirlere yansıyan hediye (Oğraş, 2006), Türkçede hediye yerine kullanılan sözcükler olarak “hediyelik kelimeler” (Gürsoy Naskali, 2007), halk destanlarında hediye (Çetin Zaripova, 2009), Osmanlı edebiyatına yansıyan hediye (Önal, 2010) ve doğrudan Türkçe dilindeki hediye kavramının yansımaları (Coşar, 2012) gibi konular çalışmalarda ele alınmıştır. Bazı çalışmalarda, doğrudan bir edebi şahsiyetin hikâyelerinde geçen hediye (Arkon Tekinel, 2020), bazı çalışmalarda ise; dilsel kültür ürünü olan masal türü içindeki hediye durumu, toplumsal cinsiyet mefhumuyla bağları kurularak (Başaran, 2019) ele alınır. Bu çalışmalar, antropolojiye de oldukça yakındır.

Bu bağlamda Ölçer Özünel (2013), halk anlatılarındaki armağan olgusunu erginliğin tamamlayıcısı olarak ele almakta; erginleşme ile toplumsal katılım ve toplumsal kabul arasındaki ilişkilere odaklanarak edebiyat ile antropolojiyi bir araya getirmektedir. Edebiyat ile antropolojinin bir arada görüldüğü bu tür çalışmalarda, armağan olgusu genellikle gelenek ve görenekler ekseninde ele alınmakta ve folklor alanı içinde değerlendirilmektedir. Bu çalışmalar, büyük ölçüde folklorik öğelere odaklanmakta; aynı zamanda antropolojinin teorik ve metodolojik çerçevesinden de yararlanarak belirli bir geleneği incelemektedir. Örneğin Aça (2007), doğum sonrasında gerçekleşen hediyeleşme pratiklerini ele almakta ve armağanın bağ kuran yönünü vurgulamaktadır. Ayaz (2014) sağdıçlık, musahiplik, kirvelik, yengelik, ahretlik gibi kan bağına dayanmayan akrabalık benzeri ilişkilerin kurucu unsuru olarak armağanı işaret etmekte; bu yönüyle armağanın hem aileler arası bağları hem de sosyal yapıyı tesis eden bir unsur olduğuna dikkat çekmektedir. Armağanın, toplumsal bağları kuran ve toplumsal/kültürel yeniden üretimi sağlayan yönü birçok çalışmada ön plana çıkmaktadır. Bu vurgu, çeşitli ritüel ve törenlerdeki hediyeleşme pratikleri üzerinden ele alınmaktadır. Örneğin; horoz telleme ritüeli (İleri, 2007), düğünler ve düğün ritüellerindeki hediyeleşme (Çağmlar, 2007; Ortakçı ve Yiğit, 2024) ya da düğün öncesi, sırası ve sonrasındaki kalın ve çeyiz gibi uygulamalar (Sağol Yüksekaya, 2007) armağan üzerinden değerlendirilen konular arasında yer almaktadır. Bu değerlendirmelerde, armağanın toplumsal bağı güçlendiren ve kültürel sürekliliği sağlayan işlevi vurgulanır. Bazı çalışmalarda armağanın güç ve iktidar ilişkileri kuran yönüne de dikkat çekilmektedir. Örneğin, dış kirası gibi âdetler (Koç, 2007) ele alınarak, bu tür armağan pratiklerinin iktidarı/gücü yeniden üreten merasim ve törenlerle olan ilişkisi ortaya konmaktadır; armağanın hem itibar sağlayan hem de toplumsal hiyerarşileri yeniden inşa eden boyutu ön plana çıkarılmaktadır. Ancak armağanın bu itibar sağlayan yönü, tarihsel bir metinden hareketle toplumsal bağ ve güç ilişkileri arasındaki bağlantılar ele alındığında dahi genellikle olumlayıcı bir yaklaşımla değerlendirilir (Yılmaz Önder, 2009). Bununla birlikte, doğrudan medya etkisiyle armağan anlayışının dönüşümüne ilişkin çalışmalara da rastlanmaktadır. Özdemir (2008) bu bağlamda, medyanın etkisiyle değişen hediye algısına dikkat çekmekte; geçmişe özlem, nostaljik bir atmosfer ve eskisinin daha değerli olduğu yönündeki anlatıların, hediyeleşme pratiklerinin dönüşümünü nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Armağanı edebi/folklorik açıdan ele alan çalışmaların oluşturduğu temada en çok tekrar eden 8 kodlu bölüme bakıldığında, genel eğilimler kendisini gösterir. Bu ça-

lışmalarda en çok tekrar eden kodlar, Maxqda programında Tek Vaka Modeli -Kodlu Bölümler- ile gösterilmiştir:



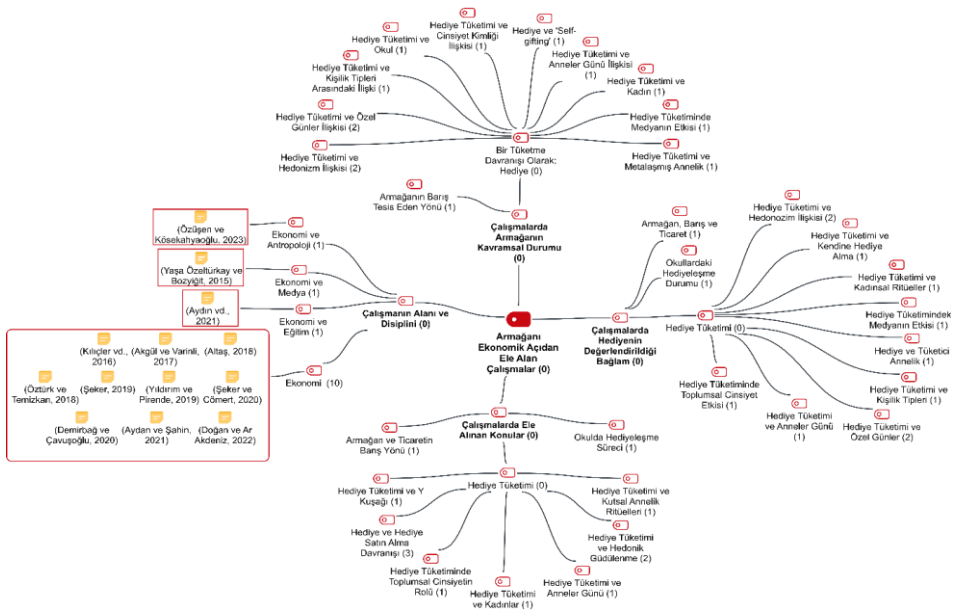
Şekil 5. Armağanı Edebi/Folklorik Açıdan Ele Alan Çalışmaların; Tek-Vaka Modeli -Kodlu Bölümler-

Modelde de görüldüğü üzere; armağanı edebi/folklorik açıdan ele alan çalışmalarda, “Edebiyata Yansıyan Kültürel Değer Olarak Hediye” durumu vardır. Bu kodun alt-kodları ise şöyledir: “Divan Edebiyatında Hediye”, “Hediyenin Masallara Yansıması”, “Atasözleri ve Deyimlerde Hediye”, “Toplumsal/Dilsel/Kolektif Hafıza ve Hediye”, “Halk Anlatılarında veya Destanlarda Armağan”, “Hediyenin Hikâyelere Yansıması” ve “Rüşvetin Edebiyata Yansıması” biçimindedir. Bu bağlamda “Toplumsal Bağlar Yaratıcı ve Kültürel Yeniden Üretimi Sağlayan Hediye” durumu ile “Toplumsal Hiyerarşileri Yeniden Üreten ve İtibar Sağlayan Armağan” anlayışı genel bir eğilim içindedir. Öte taraftan “Hediye Geleneğinin Dönüşümü” ve bu dönüşümde kültür endüstrisi veya medyanın etkili olduğuna dair bir eğilim vardır.

3. Armağanı Ekonomik Açıdan Ele Alan Çalışmalar

Armağan olgusunun ekonomik bir yönü bulunmaktadır ve bu yön, ilk armağan kuramcılarının da dikkatini çekmiştir. Ancak, söz konusu kuramcılar armağanı ekonomik indirgemeci bir bakış açısıyla ele almanın yetersiz olacağını belirtmişlerdir. Buna rağmen, Türkiye’de armağan olgusunu ekonomik açıdan ele alan çalışmalarda bu uyarının çoğunlukla göz ardı edildiği görülmektedir. Özellikle davranışsal iktisat perspektifinden yola çıkılarak,

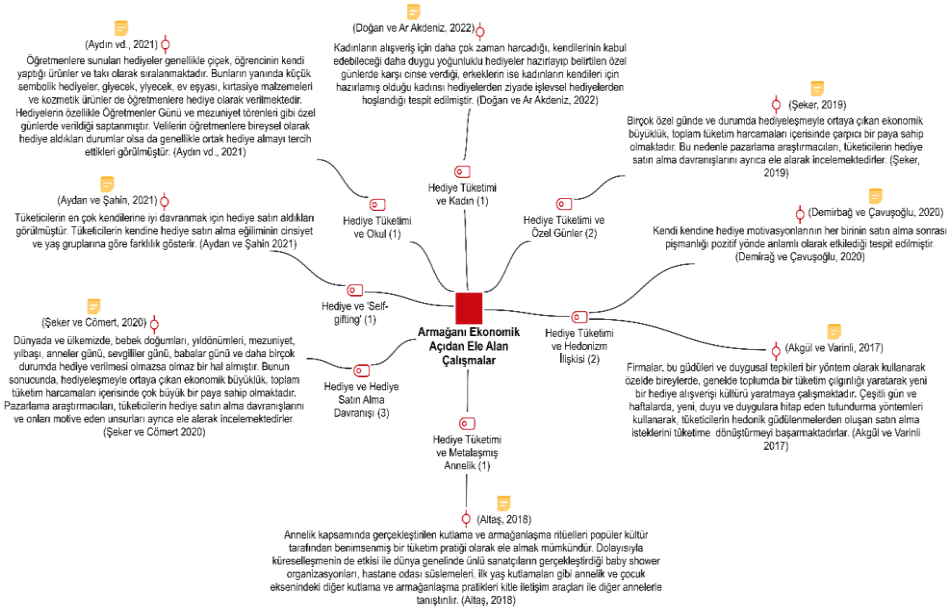
psikoloji veya medya gibi disiplinlerle ilişkilendirilmiş çalışmaların sayıca fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda genellikle tüketim davranışı üzerine odaklanılmakta; özel günlerdeki tüketim alışkanlıkları armağan verme pratiğiyle ilişkilendirilerek incelenmektedir. Neredeyse tüm çalışmalarda “tüketici davranışı olarak hediye” olgusuna yoğunlaşılmakta ve bu odaklanma sonucunda motivasyon gibi psikik faktörler ön plana çıkarılmaktadır. Armağanı ekonomik açıdan ele alan çalışmalar, Maxqda programında kodlanmış; ardından temaya ilişkin kategoriler ve kodların hiyerarşik yapısı “Tek Vaka Modeli – Kod Hiyerarşisi” başlığı altında görselleştirilmiştir.



Şekil 6. Armağanı Ekonomik Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek-Vaka Modeli -Kod Hiyerarşisi-

Modele bakıldığında; armağanı ekonomik açıdan ele alan çalışmaların neredeyse tamamında, konunun “bir tüketme davranışı olarak hediye” üzerinden ele alındığı ve psikik durumlarla bağları kurularak değerlendirildiği görülür. Bu çalışmalarda pazarlama stratejileri, özel tüketim günleri, hediye satın alma davranışları veya motivasyonları ile hediye ve tüketim davranışları ele alınmıştır. Özel tüketim günlerinin giderek arttığı, bunun tüketiciler için duygusal anlam taşıdığı, tüketim psikolojisinin de işin içine girdiği ve buradan hedonik güdülenmelerle bireylerin tüketmeye yöndikleri gibi unsurlar vurgulanır. Akgül ve Varinli; hedonik ve faydacı güdülenmeler, tüketim kültürünü nasıl etkilediğini (Akgül ve Varinli, 2017) ele alır. Bu hedonik güdülenme başka çalışmalarda da (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2020) konu

edilir ve bazı çalışmalarda “kendine hediye/self-gifting” bağlamında (Aydan ve Şahin, 2021) değerlendirilir. Bazı çalışmalarda; bu hedonik durumlar, özel tüketim günleri ve hediye satın alma davranışları, ya anneler günü (Öztürk ve Temizkan, 2018) ya öğretmenler günü (Aydın vd., 2021) gibi özel bir güne odaklanılarak ya da genel olarak tüm özel tüketim günleri dâhil edilerek (Şeker, 2019; Yıldırım ve Pirende, 2019; Şeker ve Cömert, 2020) çalışılmıştır. Bu bağlamda kimi çalışmalar, sadece tüketicilerin hediye satın alma davranışlarına veya motivasyonlarına odaklanır. Bu çalışmalarda, cinsiyetlerin veya cinsiyet kimliği rollerinin etkisi (Kılıçer vd., 2016; Doğan ve Ar Akdeniz, 2022), bağlı olunan yaş kuşağı ve medya etkisi (Özeltürkay ve Bozyiğit, 2015), tüketimle ilişkili olan yeni kutlama biçimleri (Altaş, 2018) üzerine odaklanılır. Bunlar dışında, ticaret ve barış arasında bazı ilişkiler kuran, armağan-ticaret/alışveriş arasındaki bağa dikkat çeken (Özüşen ve Kösekaş-yaoğlu, 2023) spesifik çalışmalar da vardır. Armağanı ekonomik açıdan ele alan çalışmaların oluşturduğu temada en çok tekrar eden 7 kodlu bölüme bakıldığında, genel eğilimlere dair en yaygın durum ortaya çıkar. Bunlarda en çok tekrar eden kod kategorileri, Maxqda programında Tek Vaka Modeli - Kodlu Bölümler- ile gösterilmiştir:



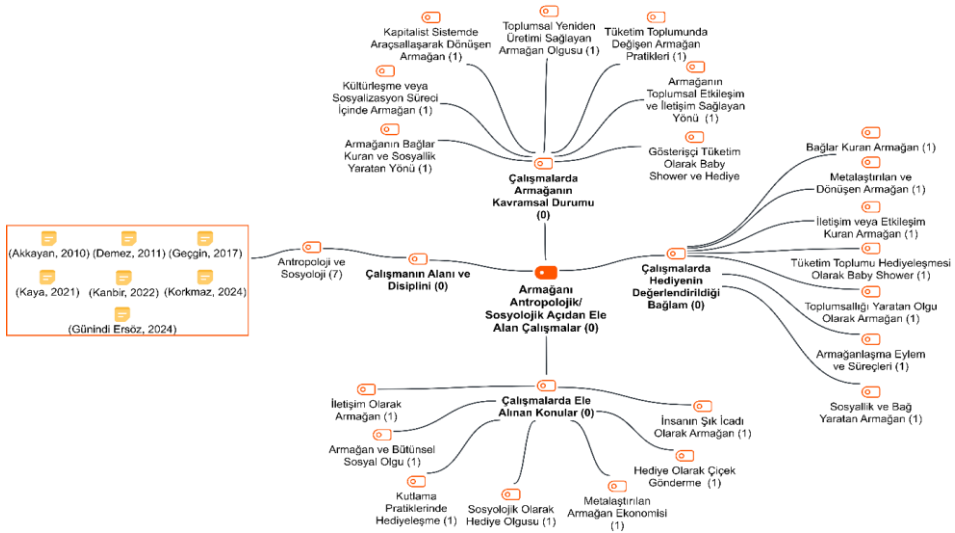
Şekil 7. Armağanı Ekonomik Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek-Vaka Modeli -Kodlu Bölümler-

Bu çalışmalarda, “Hediye Tüketimi” kategorisi en belirgin genel eğilimdir. Bu kategorinin altında; “Hediye Tüketimi ve Hedonik Güdülenme”, “He-

diye Tüketimi ve Hedonozim İlişkisi”, “Hediye Tüketimi ve Kutsal Annelik Ritüelleri” ve bu bağlamda “Tüketici Annelik” veya yine hedonizm ile ilişkili olarak “Hediye Tüketimi ve Kendine Hediye Alma” yani “self-gifting” gibi kodlar olduğu bulgulanmıştır. Öte taraftan “Bir Tüketme Davranışı Olarak Hediye” kategorisinin altında; “Okullardaki Hediyeleşme Durumu”, “Hediye Satın Alma Davranışında Cinsiyet Kimliği Rolünün Etkisi”, “Hediye Satın Alma Davranışının A ve B Tipi Kişilik Özellikleri”, “Hediye Tüketiminde Medyanın Etkisi”, “Hediye Tüketimi ve Y Kuşağı”, “Hediye Tüketimi ve Anneler Günü İlişkisi” gibi durumlar kodlanmıştır. Nihayetinde bir tüketme davranışı olarak hediye durumu, satın alma davranışındaki motivasyonlar ve hediye ile özel tüketim günleri arasındaki ilişkiler, armağanı ekonomik açıdan ele alan çalışmaların genel eğilimidir.

4. Armağanı Antropolojik/Sosyolojik Açıdan Ele Alan Çalışmalar

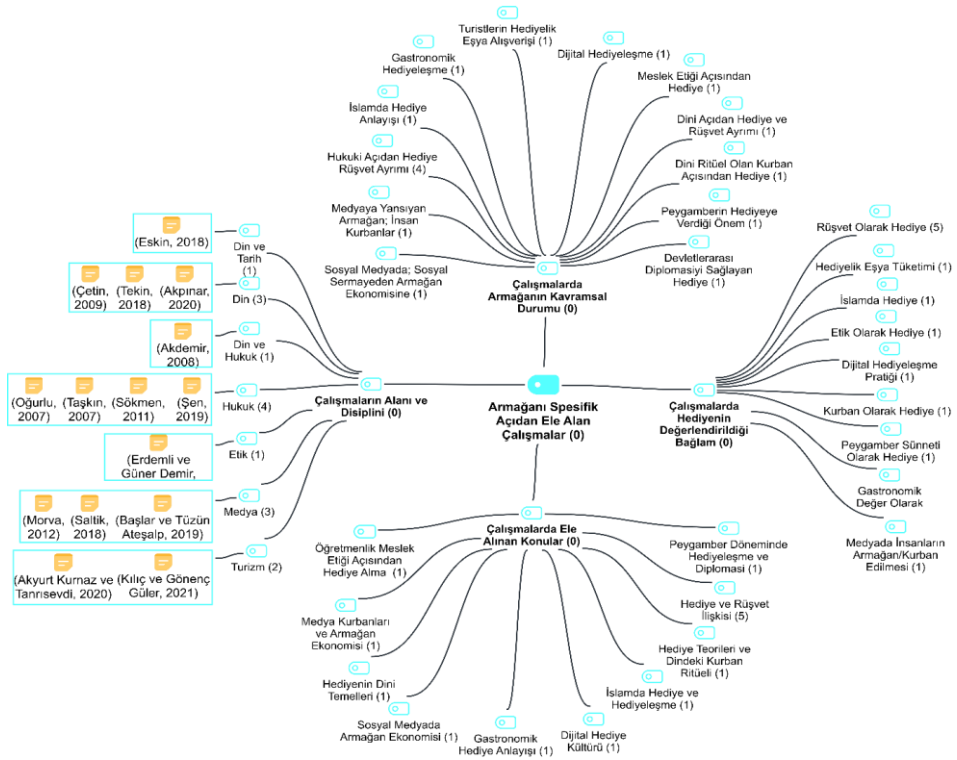
Armağanın kültürel ve sosyal bir olgu olarak antropolojik ve sosyolojik bir boyuta sahip olması nedeniyle, armağanı bu perspektiflerden ele alan çalışmalar genellikle mikro düzeyden ziyade makro ölçekli yaklaşımlar benimsemektedir. Bu tema altında sınıflandırılan çalışmalar, antropoloji ve/veya sosyoloji disiplinlerine ait kuramsal çerçevelerden yararlanarak armağan olgusuna ilişkin çeşitli değerlendirmelerde bulunmaktadır. Armağanı antropolojik ve sosyolojik açıdan ele alan bu çalışmalarda temaya ait kategoriler ve kodların hiyerarşik yapısı “Tek Vaka Modeli – Kod Hiyerarşisi” başlığı altında görselleştirilmiştir.



Şekil 8. Armağanı Antropolojik/Sosyolojik Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek Vaka Modeli -Kod Hiyerarşisi-

Modele bakıldığında; antropolojik/sosyolojik açıdan armağanı ele alan çalışmalarda, armağan olgusunun hem çok boyutlu ve kapsamlı hem de geniş bir bağlam içinde ele alındığı görülür. Akkayan yaptığı çalışmada; armağan sunanı, armağan sunulunu, sunulan armağanı, ortamı, çevreyi, yaşayan düzeni ve işleyen kuralları bir bütün olarak değerlendirir (Akkayan, 2010). Bu yönüyle, armağan alışverişindeki eylem süreçlerine odaklanarak, armağanın kültürleşme veya sosyalizasyon durumunu irdeler. Demez, armağanın değişen anlamlarını çiçek gönderme ritüeli üzerinden okur ve tüketim toplumunda değişen-dönüşen armağan olgusuna dikkat çeker. Çalışma; tüketime odaklanma noktasından dolayı ekonomik alana yakınlaşıyor olsa da Boudrillard'ın "tüketim toplumu" kavramsallaştırmasından hareket etmesi ve sosyal olanda kalma çabası, çalışmayı sosyolojik alan içinde tutar ve bu bağlamda armağanın sosyal boyutlarına odaklanır (Demez, 2011). Armağan ve tüketim arasında ilişki kuran başka bir çalışma, Günindi Ersöz'ün yeni bir kutlama türü olarak nitelediği "baby shower"ı, "gösterişçi tüketim" teorisi üzerinden ele aldığı çalışmadır. Yazar, "baby shower"ı, gösterişçi tüketim ve metalaşmış annelik üzerinden değerlendirerek, dönüşen anneliği dönüşen armağan durumuna bağlar (Günindi Ersöz, 2024). Geçgin ise; minnet ekonomisine dayalı olan armağan ekonomisinin, başka bir ifadeyle armağan değiş-tokuşunun, piyasa sistemi içinde metalaştırıldığına dikkat çeker. Kapitalist sistemdeki metalaştırma mantığının, kültürel gelenekleri dönüştürerek, bu anlamda armağan ekonomisini araçsallaştırarak, yeni bir ideoloji barından kültür haline getirdiğini vurgulayarak bunu eleştirir (Geçgin, 2017). Kaya, armağan olgusunu Luhmann'ın "sistem kuramı" üzerinden ele alarak, armağanın iletişimsel yönüne ve sosyal iletişim ile sosyal etkileşimleri sağlayan boyutuna dikkat çeker (Kaya, 2021). Kanbir, armağan olgusunun toplum için önemine odaklanarak, armağanın toplumsal bağları tesis eden yönüne ve armağanın toplumsal yeniden üretimi sağlayan boyutuna vurgu yapar (Kanbir, 2022). Korkmaz ise, Mauss'un "bütünsel sosyal olgu" kavramsallaştırmasından hareketle, armağanın sosyolojik analiz imkânı sağlayan yönüne ve toplumu anlamının veya açıklamanın anahtarı (Korkmaz, 2024) olduğuna dikkat çeker. Armağanı antropolojik/sosyolojik açıdan ele alan çalışmaların oluşturduğu temada en çok tekrar eden 7 kodlu bölüme bakıldığında; bu temadaki genel eğilimler görünür. Armağanı antropolojik/sosyolojik açıdan ele çalışmalarda en çok tekrar eden kod kategorileri, Maxqda programında Tek Vaka Modeli -Kodlu Bölümler- ile gösterilmiştir:

niflandırılmıştır. Son yıllarda armağan olgusunun; din, hukuk, etik, medya ve turizm gibi çeşitli disiplinlerde de araştırma konusu haline geldiği görülmektedir. Bu bağlamda armağanın dinsel, hukuki veya etik boyutları; medyanın hediyeleşme pratikleri üzerindeki etkisi ya da turizm sektöründe hediyein yeri gibi konular literatürde yer bulmaktadır. Armağanı bu tür spesifik bağlamlarda ele alan çalışmalar, Maxqda programında kodlandıktan sonra, temaya ilişkin kategoriler ve kodların hiyerarşik yapısı “Tek Vaka Modeli – Kod Hiyerarşisi” başlığı altında görselleştirilmiştir:



Şekil 10. Armağanı Spesifik Açıdan Ele Alan Çalışmaların Tek-Vaka Modeli - Kod Hiyerarşisi-

Din olgusu, hem arkaik toplumlarda hem de sekülerleşmiş modern toplumlarda, insan davranışlarının biçimlenmesinde ve ritüel temelli toplumsal pratiklerin sürdürülmesinde hâlâ önemli bir rol oynamakta ve bu yönüyle akademik çalışmalara konu olmaktadır. Nitekim tüm dinlerde, ritüeller armağanla iç içe geçmiş bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede armağan üzerine yapılan çalışmalar, dini alandaki armağan pratiklerini; tanrıya (ya da tanrılara) minnettarlık veya korunma talebi gibi motivasyonlarla sunulan kurbanlar ve bunların ritüel ya da geleneklerle birleşerek nasıl bir

değerler sistemi içinde yer aldığı (örneğin bayramlar), ya da hediyeleşme nosyonunun kutsallık ya da dini yükümlülükler kaynaklı pratikler (örneğin zekât, sadaka, hac hediyelikleri) şeklinde nasıl tezahür ettiğini ele almaktadır. Bu bağlamda Tekin (2018), İslam dininde armağan anlayışını, hediyeye verilen değer üzerinden değerlendirerek, dinsel inanışın bir vecibesi olarak armağanı analiz etmektedir. Başka bir çalışma; peygamber dönemindeki hediyeleşme pratiklerini ve peygamberin “devletlerarası diplomasi” için hediyeleşmesini, bu diplomatik hediyeleşmelerin devletlerarası dostluklar kuran yönüyle bağlarını kurarak ele alır (Eskin, 2018). Başka bir çalışmada, Kuran ve sünnetteki armağan anlayışı ile İslamiyet’teki hediyeleşme pratiği incelenmiş ve bu durum, dinsel inanışın bir vecibesi olarak armağan anlayışına bağlanmıştır (Akpınar, 2020). Ayrıca, doğrudan belirli bir dinsel pratik ya da ritüel ile armağan arasındaki ilişkiye odaklanan ya da kökeni dine dayanan ve zamanla dinî ritüele dönüşen uygulamalara eşlik eden hediyeleşme bağlamını inceleyen çalışmalar da mevcuttur. Örneğin, kurban pratiği ile armağan olgusu arasındaki ilişkiyi ele alan Çetin, bu ilişkiyi çeşitli kurban kuramları çerçevesinde analiz etmektedir. Söz konusu analizde bazı kuramların, kurban olgusunu tanrı(ların) sevgisini kazanma aracı olarak değerlendirdiği; bazı kuramların ise kurbanı, tanrıya sunulan bir tür rüşvet olarak yorumladığı ileri sürülmektedir. Bu bağlamda, “Ben veriyorum ki sen de karşılığında ver” anlayışı ön plana çıkar (Çetin, 2009). Dinlerdeki armağan anlayışının ele alındığı çalışmalarda, “rüşvet” de sıkça konu edilmiştir. Akdemir yaptığı çalışmada; dinsel açıdan hediye ve rüşvet arasındaki farkı irdeler. İslam’ın rüşveti yasakladığını, hediyeleşmeyi mümkünse Allah için veya dinsel inançla yapılan karşılıksız alma-verme durumuyla sınırladığını belirtmiştir (Akdemir, 2008).

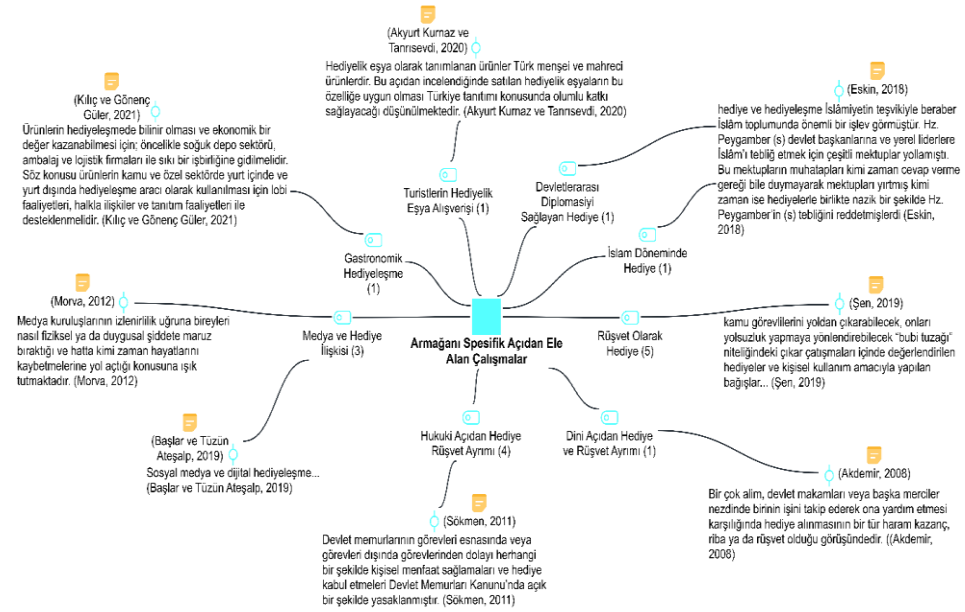
Hukuk alanında yapılan çalışmalarda “rüşvet” konusu sıkça ele alınmıştır. Dini açıdan konuyu ele alan çalışmalardan farklı olarak modern hukukta hediye ve rüşvet farkı konu edinilir. Bazen 657 Sayılı Kanun (Oğurlu, 2007) bazen doğrudan hukuktaki hediye ve rüşvet farkı (Taşkın, 2007; Sökmen, 2011) bazen de memurlara kurulan “bubi tuzakları” (Şen, 2019) üzerinden, “rüşvet olarak hediye” konusu ele alınır. Çoğunlukla bu çalışmalar şöyle bitirilir: Ülkemizde hukuki mevzuat hediye almayı kesinlikle yasaklamıştır. Şen’e göre; hediye veren ya da bağışta bulunanın niyetini kestirmek zor olduğuna göre, kamu görevlisi kendisine şu soruyu sorarak bir çıkış yolu bulabilir: “Ben kamu görevlisi olmasaydım ya da işgal ettiğim makam ve mevkide bulunmasaydım, bu hediye yine de bana verilecek miydi?” Cevap kesinlikle evet ise, hediye almada ahlaki açıdan bir sakınca bulunma-

maktadır. Cevap hayır ise, bu hediye rüşvettir ve kamu görevlisi bu hediye almalıdır (Şen, 2019). Rüşvet olarak hediye durumunun etik boyutu da vardır. Bazı çalışmalarda, hediye kabul etmenin veya almanın etik boyutu tartışılır. Erdemli ve Güner Demir, yaptıkları çalışmada; öğretmenler gününde, öğretmenlerin hediye kabul etme durumunu etik açıdan tartışır (2018). Bu anlamda, armağanın veya hediyenin, ne zaman veya nasıl kabul edileceği ve bu kabul etme durumlarının makullüğü değerlendirilir.

Medya ile armağan pratikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalarda, reklamların tüketicilere adeta “bubi tuzakları” kurduğu; tüketicilerin ise bu tuzaklara bazen isteyerek ve farkında olarak, bazen de istemeden ya da farkında olmadan düştüğü ifade edilmektedir. Bu bağlamda medya, hediye nesnesinin tüketimi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Genellikle ekonomik perspektiften hareket eden bu tür çalışmalarda, medya ile armağan arasındaki ilişki irdelenmekte; medya etkisiyle şekillenen hediyeleşme pratikleri üzerinden, toplumsal değişim süreçleriyle bağlantılar kurulmaktadır. Örneğin Morva (2012), medyanın insan kurbanları üzerinden hem armağan hem de kurban olgusunu nasıl yeniden ürettiğini tartışmakta, bu bağlamda medyanın insanları adeta feda ettiğine dikkat çekmektedir. Günümüzde sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bu mecraların hediyeleşme pratikleri üzerindeki etkisi de akademik incelemelere konu olmaktadır. Saltık’ın (2018) çalışmasında, sosyal medya, sosyal sermaye ve armağan arasında ilişkiler kurularak, hem sosyal medyanın armağan üzerindeki etkisi hem de armağanın sosyal sermayeyi artırıcı işlevi vurgulanmaktadır. Başka bir çalışmada ise sosyal medyanın etkisiyle “dijital hediye” kültürünün giderek yaygınlaştığı belirtilmektedir (Başlar ve Tüzün Ateşalp, 2019).

Bu çalışmalar, bireylerin medya kullanım biçimleri, medyanın dönüşümü ve özellikle sosyal medyaya bağlı olarak gelişen gösterişçi tüketim pratikleri ile armağan olgusu arasındaki ilişkiyi tartışmaktadır. Sosyal medyanın gösterişçi tüketim aracı olarak kullanılması, özellikle bireylerin turistik gezi pratiklerinde kendini göstermektedir. Tatil, gezi veya keşif amacıyla gidilen yerlerde edinilen deneyimlerin sosyal medya üzerinden paylaşılması, aynı zamanda bu mekânlarda sunulan ürünlere yönelik rağbeti de artırmaktadır. Bu durum, turistlerin hediyelik eşya ya da nesne tüketme alışkanlıklarını gündeme taşımakta; armağan olgusunu, ekonomik yaklaşımlar çerçevesinde turizm alanıyla ilişkilendiren çalışmaları ön plana çıkarmaktadır. Armağanın farklı akademik bağlamlarda ele alınmasını sağlayan bu çalışmalar, yalnızca ekonomik yaklaşımlarla sınırlı kalmamakta; turistlerin tüketim pra-

tiklerinin ötesine geçerek gastronomik deneyimlere de odaklanmaktadır. Sosyal medyanın yaygınlaşması, Türkiye’de gastronomik hareketliliği artırmış; yemeklerin paylaşılması, sunulması ve görsel olarak sergilenmesi süreçleri bir tür “show business” haline gelmiştir. Bu süreç, özellikle sosyal medya fenomenleri ve içerik üreticileri tarafından tüketimin yeniden üretimi biçiminde yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda, turizm alanındaki hediyeleşme konusu kimi zaman hediyeleşme eşya tüketimi (Akyurt Kurnaz ve Tanrısevdî, 2020), kimi zaman ise gastronomik değere sahip ürünlerin tüketimi (Kılıç ve Gönenç Güler, 2021) üzerinden ele alınmakta ve armağan olgusuyla ilişkilendirilmektedir. Her ne kadar konu ve disiplin farklılık gösterse de, bu çalışmalarda armağan, genellikle “tüketim davranışı olarak hediye” bağlamında değerlendirilir. Armağanı spesifik açıdan ele alan çalışmaların yer aldığı temada en çok tekrar eden 8 kodlu bölüme bakıldığında; genel eğilimler ortaya çıkar. Bu çalışmalarda en çok tekrar eden kod kategorileri, Maxqda programında Tek Vaka Modeli -Kodlu Bölümler- ile gösterilmiştir:



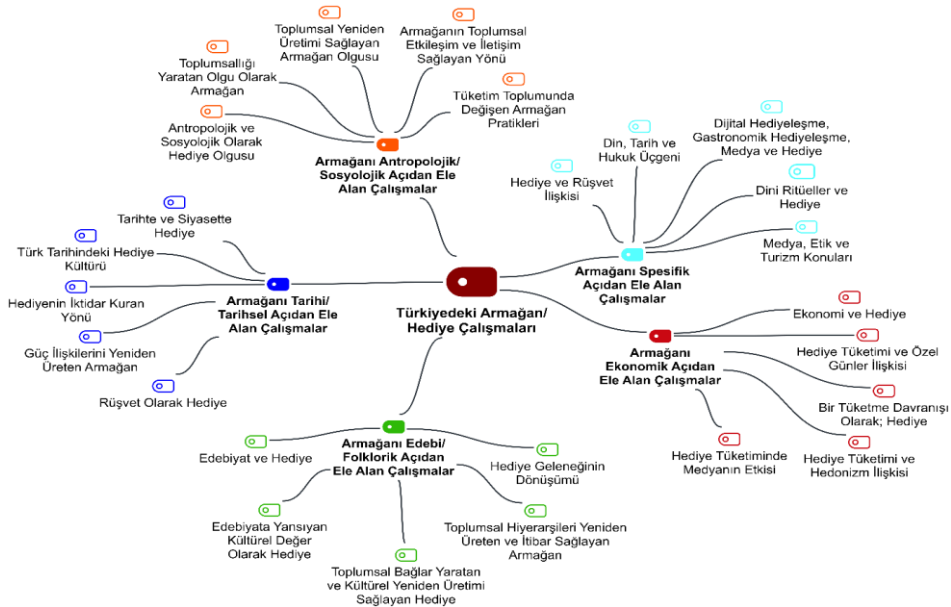
Şekil 11. Armağanı Ele Alan Diğer Çalışmaların Tek -Vaka Modeli -Kodlu Bölümler-

Modele bakıldığında “Hediye ve Rüşvet ilişkisi” kategorisi görülmekte ve bu çalışmalar ya “Hukuki Açısından Hediye Rüşvet Ayrımı” durumunu ya da “Dini Açısından Hediye ve Rüşvet Ayrımı” durumunu ele almaktadır. Bununla birlikte, “Hediyenin Dini Temelleri” veya “İslam’da Hediye ve Hediyeleşme” gibi kategoriler, “Devletler Arası Dostluklar Kuran Hediye” veya “Peygamber

Döneminde Hediyeleşme ve Diploması” bağlamında değerlendirilir. Yine bazı çalışmalarda dinsel ritüellerle hediye olgusunun bağları kurulur. Bu anlamda “Hediye Teorileri ve Dindeki Kurban Ritüeli” gibi kategoriler ortaya çıkar. Din ve hukuk disiplinleri dışında yer alan, bazı spesifik çalışmalarda; turizm disiplini, ekonomi disiplininden yararlanarak “Hediyelik Eşya Tüketimi” kategorisinde konumlanır. Bu tarz çalışmalarda “Gastronomik Hediyeleşme” gibi kavramsallaştırmalar yapılır. Yine bu tema altında “Dijital Hediyeleşme” kavramsallaştırması, “Sosyal Medyada Armağan Ekonomisi” ve “Meslek Etiği Açısından Hediye” kategorisi gibi, armağanı spesifik konular üzerinden ele alan çalışmaların olduğu bulgulanmıştır.

Tartışma: Türkiye’deki Armağan Çalışmaları Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme

Bu çalışmada sistematik literatür taraması yöntemi benimsenmiş ve bu yöntem ışığında, armağan olgusunu konu edinen çalışmalar, nitel veri analiz programı Maxqda.24.6. aracılığıyla analiz edilmiştir. Tematik içerik analiz tekniğinden yararlanılarak veriler bulgulara dönüştürülmüş ve yukarıda verilen temalar modellenmiştir. Bu temaların genel görünümü, Türkiye’deki armağan literatürüne yönelik genel eğilimleri vermektedir ve bu eğilimler Maxqda programında Tek Vaka Modeli -Kod Hiyerarşisi- ile gösterilmiştir:



Şekil 12. Türkiye’de Armağan Çalışmaları; - Temaların Genel Görünümü-

Türkiye’deki armağan çalışmalarının beş farklı temada toplandığı görülmektedir. Bu çalışmalarda armağan olgusu çoğunlukla tarihsel ve edebi-

folklorik açılarından ele alınmaktadır. Armağanı tarihsel açıdan inceleyen araştırmalar, belirli bir döneme odaklanmakta; kimi zaman devletlerarası ilişkilerde, kimi zaman yöneten-yönetilen ilişkilerinde ya da doğrudan halk kesimleri arasındaki hediyeleşme pratikleri ve bu pratiklere eşlik eden ritüeller üzerinden konuya yaklaşılmaktadır. Bu tür çalışmalarda genellikle “Türk tarihindeki hediye kültürü”ne odaklanılarak, armağanın dayanışmacı ya da uzlaşmacı yönü öne çıkarılmıştır. Bununla birlikte, “güç ilişkilerini yeniden üreten armağan” ya da “hediyein iktidar kurucu işlevi” gibi konulara da dikkat çekilmektedir. Ayrıca “tarihte ve siyasette hediye” olgusu üzerinden, hediyein iktidar ilişkileriyle olan bağlantısı, devletlerarası diplomasi-deki rolü, kültürel ve geleneksel boyutları tarihsel bir perspektifle ele alınmaktadır. Öte yandan, sıkça işlenen konulardan biri de armağanın rüşvetle ilişkili biçimidir. Bu bağlamda, pişkeş gibi tarihsel ve sosyo-politik pratikler üzerinden hediye mefhumu tartışmaya açılmakta ve eleştirel değerlendirmelere tabi tutulmaktadır. Ancak armağanı tarihsel çerçevede ele alan bu temada, çoğu zaman konular oldukça dar bir bağlamda ve tek boyutlu biçimde ele alınmakta, bu da armağanın çok katmanlı doğasına ters düşmektedir. Nitekim Mauss’un da vurguladığı üzere, armağan “bütünsel bir sosyal olgu”dur ve bu çok yönlülük, değerlendirmelerde dikkate alınmalıdır.

Armağanı edebi/folklorik açıdan ele alan çalışmalarda, edebi türler ve dilsel kültür ürünleri ele alınır ve çoğunlukla küçük toplumsal grup veya topluluklardaki spesifik bazı gelenekler, değerler sisteminde yer alan örnekler üzerinden değerlendirilir. Bu bağlamda “edebiyat ve hediye” ile “edebiyata yansıyan değer olarak hediye” kategorileri en genel eğilim olarak ortaya çıkar. Ayrıca “toplumsal bağlar yaratan ve kültürel yeniden üretimi sağlayan hediye”, “toplumsal hiyerarşileri yeniden üreten ve itibar sağlayan hediye” ve “hediye geleneğinin dönüşümü” kategorileri de genel eğilimler içindedir. Bu anlamda armağanı edebi/folklorik açıdan ele alan çalışmalarda; geleneksel veya kültürel hale gelerek kemikleşmiş yapıp-etmeler ile kültürel pratikler, yüzeysel ve betimsel bir biçimde aktarılır. Yöresel mekanlarda, mikro kültür örüntülerde yer alan ritüellere ve törenlere eşlik eden armağanlaşma pratiklerini konu edinen bu çalışmalarda “X mekânında Y ritüelinde hediyeleşme” biçiminde formüle etme anlayışı hâkimdir. Bununla birlikte gelenekler, ritüeller ve süreçler konu edilirken; armağan mefhumu, iktidarlar veya hiyerarşileri yeniden üreten ve toplumsal çatışmalara sebebiyet verebilme ihtimali olan durumlarda dahi olumlu olarak aktarılır. Bu yönüyle, edebi/folklorik yaklaşımla yapılan çalışmalarda, öz değerler ve öz kültürel durumların yüceltilmesi hali vardır. Örneğin, x töreninde veya ritüe-

linde, “veren el alan elden üstündür” durumu, neredeyse eleştirilmeden olumlu bir bağlam içinde vurgulanırken, armağanın iktidar üretici yönüne/boyutuna vurgu yapıldığında bile iktidar olumlanır. Oysa antropolojiyle sıkı bağlar kurmasına rağmen bu çalışmalarda, bu durumun “soft” olarak geçirilmesi sorunludur. Bu çalışmalara yansıyan durumlar için, daha farklı bakış açıları veya eleştirel değerlendirmeler gerekir. Bu bağlamda gerek Nietzsche’nin ve gerekse de Mauss’un dikkat çektiği “armağanın zehir yönü” ve bununla ilişkili olarak “armağanın çatışma yaratan boyutu” göz ardı edilmekte, bu çalışmalar naif armağan tasavvurundan hareket etmekte veya armağanı romantikleştirmektedir. Armağanın övülmesi, yüceltilmesi, nostaljik bir tınıyla sürekli olumlanması durumu sorunludur ve bu durumların aşılması gerekir.

Türkiye’de yapılan armağan çalışmalarındaki başka bir tema ise ekonomiye dairdir. Bu temada “bir tüketme davranışı olarak hediye” kategorisi genel eğilimi yansıtmaktadır. Bu kategoriyi destekleyen veya tamamlayan “hediye tüketimi ve özel günler ilişkisi”, “hediye tüketimi ve hedonizm ilişkisi” ile “hediye tüketiminde medya etkisi” temaları da armağan çalışmalarının genel eğilimini yansıtmaktadır. Bu temalarda çoğu zaman armağan olgusu, ekonomik indirgemeci bir perspektifle ele alınmaktadır. Her ne kadar armağan kuramının kurucuları olarak kabul edilen Boas, Malinowski ve Mauss, armağanın ekonomik boyutuna dikkat çekmiş olsalar da, armağanın salt ekonomik indirgemeci bir bakış açısıyla değerlendirilmesine karşı çıkmışlardır. Bu kuramcılar, armağanın aynı zamanda sosyal ve siyasal, dolaşısıyla güç ilişkileri ve sömürü mekanizmaları yaratan bir olgu olduğuna vurgu yapmışlardır. Ancak bu ilk kuramcılara referansla hazırlanan ve armağanı ekonomik bağlamda ele alan birçok çalışma, armağanı yalnızca ekonomik bir nesne olarak değerlendirmekte ve indirgemeci bir yaklaşıma saplanmaktadır. Bu çalışmalar, genellikle piyasa araştırmaları çerçevesinde, davranışsal iktisat yaklaşımı ile yürütülmekte; böylelikle iktisadın hem bölüşüm bilimsel yönü hem de politik boyutu göz ardı edilmektedir. Bu bakış açısı doğrultusunda armağan olgusu, “tüketici davranışı olarak hediye” anlayışıyla sınırlanmakta; çoğunlukla özel günler bağlamında yapılan tüketim davranışlarına ve bu davranışların psikolojik motivasyonlarına odaklanılmaktadır. Söz konusu çalışmalar, kapitalist sistemin eleştirisinden uzaktır ve bireylerin nasıl daha etkin biçimde yönlendirilebileceğine dair öneriler geliştirmektedir. Bu noktada sorun, armağanın ekonomik yönüne yapılan vurgu değil armağanın yalnızca “bir tüketim davranışı” olarak ele alınmasıdır. Oysa bu tüketim davranışının ardında, Mauss’un “toplam yükümlülükler

sistemi” olarak tanımladığı sosyal ve kültürel bir yapı yer almaktadır. Başka bir deyişle, armağan verme eylemi bireyin yalnızca öznel kararı ya da psikolojik motivasyonlarıyla açıklanamaz; bu davranışın oluşmasında gönüllü rıza üreten ve kimi zaman bireyi zorlayan yapısal mekanizmalar da rol oynamaktadır. Bu bağlamda, yapı ile birey arasındaki ilişkiyi göz ardı eden ekonomik yaklaşımlar, armağan olgusunu indirgemeci bir çerçevede değerlendirmektedir. Oysa armağanın ekonomik yönü, toplumsal ve kültürel pratiklerden, ritüellerden bağımsız değildir. Örneğin Anneler Günü’nde hediye satın alan bir kişinin davranışı yalnızca tüketim psikolojisiyle değil, “annelik kurumu”nun toplumsal anlamı ve bu kurumun mevcut kültürel bağlamda nasıl şekillendiğiyle birlikte ele alınmalıdır. Aksi takdirde, armağan olgusu yalnızca “bir tüketim davranışı” gibi değerlendirilerek, indirgemeci ve sığ bir yaklaşıma mahkûm edilir. Armağanın bu biçimde davranışsal iktisada hapsedilmesi sorunludur ve aşılması gereken temel bir yaklaşımsal sınırlılıktır.

Türkiye’de yapılan armağan çalışmalarındaki başka bir tema ise armağanı spesifik açıdan ele alan çalışmalardır. Bu spesifik veya diğer olarak adlandırılan temada yer alan çalışmalarda, yukarıda değinilen tarihsel, edebi/folklorik ve ekonomik bakış açısıyla armağanı ele alan çalışmaların etkisi oldukça yüksektir. Bu temada armağan olgusu daha spesifik konu ve alanlarla bağları kurularak ele alınır. Din ve armağan arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmalarda, çoğunlukla dini kökenli veya gelenekselleşmiş pratikler (örneğin bayramlar), ibadet bağlamında değerlendirilen uygulamalar (kurban, hac, sadaka, zekât gibi) ve kutsal metinlerde yer alan armağan anlayışları ele alınmaktadır. Bu çerçevede özellikle Kuran ve hadislerde armağana ilişkin referanslar yorumlanmakta; kimi zaman da “dinde yasaklanmış hediye” olarak rüşvet konusu gündeme gelmektedir. Rüşvet meselesi çoğunlukla din ile hukuk alanlarının kesişiminde değerlendirilmekte, bazı çalışmalarda ise hukuk disiplini içerisinde armağan-rüşvet ayrımı üzerinden ele alınmaktadır. Bu bağlamda “etik” kavramı da literatüre dâhil edilerek, makbul olan ve olmayan hediyeleşme biçimleri üzerine tartışmalar yürütülmektedir. Ne var ki, bu alanlardaki çalışmaların büyük bir bölümünde ciddi bir yüzeysellik ve tekrara düşme eğilimi gözlemlenmiştir. Aynı konu başlıklarının farklı başlıklar altında yeniden ele alındığı, yeni bir söylem geliştirilmeden tekrarlandığı görülmektedir. Bu tekrarlar, araştırmaların özgünlük değerini azaltmakta ve kuramsal ilerlemeyi sekteye uğratmaktadır. Medya ve turizm gibi disiplinlerde yürütülen armağan temalı çalışmalarda da benzer problemler mevcuttur. Bu tür araştırmalarda, medyanın armağan pratikleri üzerindeki etkisi, hediyeleşmeyi dönüştürme potansiyeli ve bunun

toplumsal değişimle ilişkisi tartışılmaktadır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte “dijital hediyeleşme” ya da “gastronomik hediyeleşme” gibi yeni kavramsallaştırmalara gidildiği görülmektedir. Ancak bu çalışmalarda da özgünlük sorunu ciddi bir mesele hâline gelmiştir. Örneğin, gastronomik hediyeleşme konusunu ele alan bazı araştırmacıların, aynı kuramsal çerçeveyi farklı şehir örnekleriyle tekrar ederek benzer içerikleri kitap, makale ya da bildirilerde çok kez yeniden dolaşıma soktuğu gözlemlenmektedir. Bu tür tekrarlar, araştırma alanının gelişmesini engellemekte ve literatürde sığ bir tekrar döngüsüne neden olmaktadır. Bu nedenle, daha derinlikli, kuramsal olarak temellendirilmiş ve özgün yaklaşımlara ihtiyaç vardır.

Türkiye’deki armağan çalışmalarında öne çıkan bir diğer tema ise armağanı antropolojik ve sosyolojik perspektiflerden ele alan yaklaşımlardır. Bu temada; “toplumsallığı kuran olgu olarak armağan”, “toplumsal yenden üretimi sağlayan armağan pratikleri”, “armağanın toplumsal etkileşim ve iletişim aracı oluşu” ile “tüketim toplumunda dönüşen armağan biçimleri” gibi alt başlıklarda çalışmalar yürütülmektedir. Bu tür araştırmalarda, armağanın kültürel boyutu ve toplumsal işlevleri vurgulanmakta; armağanın sadece bireylerarası bir alışveriş değil, aynı zamanda toplumsal ilişkileri kuran, yeniden üreten ve güçlendiren bir pratik olduğu öne çıkarılmaktadır. Öte yandan, bu çalışmaların önemli bir kısmı, teorik düzeyde kalmakta ve saha verisinden yoksun bir şekilde yürütülmektedir. Oysa antropolojik ve sosyolojik bakış açılarının temel gerekliliklerinden biri, doğrudan gözlem ve saha çalışmasına dayalı analizler üretmektir. Bu eksiklik, söz konusu yaklaşımın güvenilirliğini ve derinliğini zayıflatmaktadır. Buna karşın, ele alınan diğer temalara kıyasla armağan olgusunu en bütüncül biçimde değerlendirmeye potansiyeline sahip olan yaklaşımın da bu olduğunu belirtmek gerekir. Armağanın kültürel, toplumsal, ekonomik ve sembolik yönlerini bir arada ele alma imkânı sunan bu bakış açısı, disiplinlerarası geçişlere de olanak tanımaktadır. Ancak, bu potansiyele rağmen, Türkiye’de söz konusu yaklaşımı benimseyen araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Dolayısıyla, antropolojik/sosyolojik perspektifle daha fazla saha temelli ve bütüncül armağan çalışmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Sonuç

Armağan olgusu, hem çok yönlü hem de çok boyutlu yapısıyla son derece kapsamlı bir sosyal olgudur. Tek bir disiplin, yön veya boyutla ele alınamayacak kadar geniştir. Bu nedenle, disiplinlerarası bir yaklaşımla ve disiplinler arasındaki ilişkiselliği gözeterek incelenmesi gerekmektedir. Nitekim yukarıda belirtilen beş temada da, birkaç disiplinin armağanı birlikte

değerlendirdiği örneklere rastlanmaktadır. Ancak mevcut çalışmalarda, armağanın yalnızca tek bir boyutuna veya yönüne odaklanma eğilimi söz konusudur. Oysa armağanın ekonomik yönü, medya etkisinden bağımsız düşünülemez; medya etkisi de mevcut ekonomi-politik atmosfer ve değişimlerden azade değildir. Benzer şekilde, dinsel etkiler de toplumsal değişimlerden ya da gündelik yaşamda kullanılan teknolojilerden ayrı tutulamaz. Başka bir ifadeyle, bu unsurlar eşzamanlı olarak ve birlikte bir bütünün parçalarını oluştururlar. Bu parçaların anlamı, yalnızca diğer parçalarla kurdukları ilişkiler üzerinden ortaya çıkar. Burada işlevselci bir bütün-parça ilişkisinden değil; parçaların eşzamanlı ve ilişkisel birlikteliğinden söz edilmektedir. Bu bağlamda armağan olgusu; bir yandan ekonomik, dinsel, siyasal ve kültürel gibi yapısal/nesnel pratiklerde, diğer yandan ise sosyal medya kullanımı, düşünlere katılım, tüketim alışkanlıkları, davranış kalıpları ve içsel motivasyonlar gibi bireysel/özel deneyimlerde yer almaktadır. Bu yapısal ve bireysel düzeyler, eşzamanlı olarak hem birlikte var olur hem de birbirini etkileyerek toplumsal yeniden üretimi ya da toplumsal hiyerarşilerin yeniden üretimini sağlar; böylece toplumsal süreklilik veya değişim ortaya çıkar. Bu sürecin nasıl işlediği ise ancak armağanın toplumsal uzamdaki çeşitli boyutları ile bu boyutlar arasındaki ilişkilerin birlikte incelenmesiyle anlaşılabilir. Bu nedenle armağan olgusunu araştırmak isteyenlerin, çalışmanın yapıldığı disipline ve ele alınan konunun bağlamına göre farklı durumları öne çıkarması doğaldır. Ancak her durumda, armağanın çok disiplinli, çok boyutlu ve çok yönlü niteliği göz ardı edilmemelidir. Bu yaklaşım, armağanın bütünsel bir sosyal olgu olarak kavranmasının zorunluluğundan kaynaklanmaktadır.

Yukarıda belirtilen genel eğilimlere yönelik eleştirilerin ve tespit edilen sorunlu durumların aşılması gerekmektedir. Bu bağlamda, armağan konusunu ele alacak yeni araştırmacıların söz konusu eleştirileri ve genel eğilimlerdeki eksiklikleri göz önünde bulundurması önem arz etmektedir. Örneğin, hayali bir çalışmada düşünlerdeki hediyeleşme kültürü ele alınsın. Bu çalışmada bireylerin neden hediye verdikleri ya da aldıkları ve bu davranışlara yön veren motivasyonlar incelensin. Böyle bir araştırma çoğunlukla; toplumsal bir zorunluluk olarak hediyeleşme, armağanın sosyal bağları güçlendiren yönü, toplumsal hayata katkı sağlayan boyutu veya armağandaki karşılıklılık durumunun bireylerdeki motivasyonları nasıl etkilediği üzerinde durur. Bazen ise, armağanın kültürel pratiklere ve ritüellere dayanan yönüne vurgu yapılarak konu daha geniş bir çerçevede ele alınır. Ancak burada sıklıkla gözden kaçırılan önemli bir nokta vardır: Motivasyon yalnızca armağan

olgusunun bileşenlerinden biridir. Benzer şekilde, ritüele katılım ya da toplumsal zorunluluk hali de “armağanlaşma zamanı” olarak tanımlanabilecek bir başka bileşeni ifade eder. “Toplumsal dayanışma” ise, armağanın “toplumsal uzlaşma yaratan boyutu” ve “karşılıklılık ilkesi” ile ilişkilidir. Tüm bu unsurlar eşzamanlı işleyen, birbirleriyle ilişkisel düzlemde etkileşim içinde olan bileşenlerdir. Oysa mevcut literatürde, tıpkı yukarıda örneği verilen hayali çalışmada olduğu gibi, armağan olgusu çoğunlukla yalnızca belirli bir yöne odaklanarak ele alınmakta; böylece “bütünsel bir sosyal olgu” olarak kavranması gereken armağan, eksik ve sorunlu biçimde değerlendirilmiş olmaktadır. Bu sorunun aşılması, armağan olgusunun bütünsel bir yaklaşımla ele alınmasını zorunlu kılar. Armağanın toplumsal boyutları ve yönleri hem birbirleriyle ilişkili hem de karşılıklı etkileşim halindedir; bu nedenle, tüm boyutların bir arada ve bağlantılı biçimde analiz edilmesi gereklidir. Sonuç olarak, Türkiye’deki armağan literatürü sınırlı bir alana sıkışmış ve kendini tekrar eden bir yapıya bürünmüştür. Bu kısır döngünün kırılabilmesi için, yukarıda da vurgulandığı gibi, armağan olgusunun bütünsel bir sosyal olgu olarak ve ilişkisel bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir.

Kaynakça

- Aça, Mustafa (2007). “Doğum Sonrasında Hediyeleşme: Balıkesir Örneği”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 391-395.
- Akay, Ali (2016). *Armağan*. Doğu Batı Yayınları.
- Akdemir, Hikmet (2008). “Dinî Kaynaklarda Hediye Rüşvet Ayırımı”. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 19: 25-31.
- Akgül, Deniz ve Varinli, İnci (2017). “The Effect of the Hedonic Consumption on Shopping Culture in the Special Occasions and an Inter-country Comparative Research”. *International Journal of Social Inquiry*, 10(2): 1-35.
- Akkayan, Taylan (2010). “İnsanın Şık İcadı Armağan”. *Antropoloji*, 24: 1-17.
- Akpınar, Ali (2020). “Hediyenin Dini Temelleri”. *Sırat*, 1: 1-14.
- Akyurt Kurnaz, Hande ve Tanrısevdi, Abdullah (2020). “Turist Rehberlerinin Turistlerin Hediyelik Eşya Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Marmaris ve Kapadokya Örnekleri”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1): 143-153.

- Altaş, Berre (2018). “Kutlama ve Armağanlarca Kuşatılan Annelik: Diş Buğdayı, Baby Shower ve Annelik Eksenindeki Diğer Ritüeller”. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 8(2): 1-31.
- Argun, Selim ve Eskin, Ümit (2020). “Erken Dönem İslâm Diplomasisinde Hediye (H. 7-132 / M. 628-750)”. *İslami İlimler Dergisi*, 15(1): 57-94.
- Arkon Tekinel, Gonca (2020). “Refik Halit Karay’ın Hikâyelerinde Hediye ve Rüşvet”. *Kesit Akademi Dergisi*, 25: 694-704.
- Ayaz, Berna (2014). “Kan Bağı ve Evlilik Dışı Akrabalık İlişkilerinde Hediyeleşme: Balıkesir Örneği”. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 3(7): 100-107.
- Aydan, Gizem ve Şahin, Ayşe (2021). “Tüketiciler Kendilerine Neden Hediye Satın Alır?”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(3): 339-352.
- Aydın, İnyet vd. (2021). “Okulda Hediye Sürecine İlişkin Yönetici ve Öğretmen Görüşleri”. *AÜ Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3): 891-927.
- Ayönü, Yusuf (2007). “Bizans’tan Selçuklulara Gönderilen Hediyeler”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 35-48.
- Başaran, Gizemnur (2019). “Masallardaki Hediyeleşmenin Toplumsal Cinsiyet Boyutu”. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 3: 91-116.
- Başlar, Gülşah ve Tüzün Ateşalp, Selin (2019). “Dijital Hediyeleşme Kültürü Bağlamında Hayran Altıyazıları: Puzzle Fansub Topluluğu”. *Ankara Üniversitesi İlel Dergisi*, 6(1): 147-177.
- Bataille, Georges (2010). *Lanetli Pay*. Çev. Işık Ergüden. Dost Yayınları.
- Benveniste, Emile (2021). “Hint-Avrupa Sözcük Haznesinde Armağan ve Değiş-Tokuş”. Çev. Engin Yurt ve Erdal Yıldız. *Armağanın Fenomenolojisi*. Ed. Engin Yurt ve Erdal Yıldız. Pinhan Yayınları, 39-55.
- Birekul, Mehmet (2014). *Armağan Kültürü*. Açılım Kitap.
- Bourdieu, Pierre (2018). *Bir Pratik Teorisi İçin Taslak: Kabiliye Üzerine Üç Et-noloji Çalışması*. Çev. Nazlı Ökten. İletişim Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (2022). *Pratik Nedenler*. Çev. Hülya Uğur Tanrıöver. Hil Yayınları.
- Bowen, Glenn A. (2009) “Document Analysis as a Qualitative Research Method”. *Qualitative Research Journal*, 9(2): 27-40.
- Braun, Virginia & Clarke, Victoria (2006). “Using Thematic Analysis in Psychology”. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2): 77-101.

- Bukarlı, Edip (2024). “Hediyeleşme Kültürü: XIX. Yüzyıl Osmanlı-Alman Diplomasisinde Hediyeleşme Üzerine Bir İnceleme”. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 66: 62-71.
- Coşar, A. Mevhibe (2012). “Türk Kültüründe Hediyeğin Algılanışı”. *Journal of Turkish Language and Literature*, 38: 33-48.
- Creswell, John W. (2017). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. Çev. Selçuk Beşir Demir. Eğiten Kitap Yayın.
- Çağınlar, Zekiye (2007). “Adana Düğünlerinde Hediye”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 420-437.
- Çelik, Yüksel (2006). “Tanzimat Devrinde Rüşvet-Hediye İkilemi ve Bu Alandaki Yolsuzlukları Önleme Çabaları”. *Türk Kültürü İncelemeleri Dergisi*, 15: 25-64.
- Çetin Zaripova, Çulpan (2009). “Tatar Halk Destanlarında Hediye Çeşitleri”. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 25: 183-193.
- Çetin, Özer (2009). “Kurban Teorileri”. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(1): 189-221.
- Demez, Gönül (2011). “Armağanın Değişen Sosyo-Kültürel Anlamları: Tüketim Toplumu Bağlamında Bir Hediyeleşme Örneği Olarak Çiçek Gönderme”. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 1(2): 87-103.
- Demirağ, Bülent ve Çavuşoğlu, Sinan (2020). “Hedonik Alışveriş Özellikleri, Özseverlik, Kendi Kendine Hediye Satın Alma Motivasyonları ve Satın Alma Sonrası Pişmanlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2): 473-498.
- Demirtaş, Bahattin (2023). “1928-1960 Yılları Arasında Türkiye’ye Yapılan Siyasi ve Diplomatik Ziyaretlerde Yabancı Devlet Liderlerine Verilen Hediyeler”. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 62: 17-29.
- Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S. (1998). *The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues*. Sage.
- Dingeç, Emine (2009). “Osmanlı Sarayında Eski Bir Türk Geleneği: Yeni Yılda Hediyeleşme”. *Turkish Studies*, 4(8): 1055-1073.
- Doğan, Caner ve Ar Akdeniz, Aybeniz (2022). “Kadınların Hediye Alma ve Verme Ritüelleri Üzerine Bir Literatür Çalışması”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(47): 187-203.

- Eisenstein, Charles (2022). *Kutsal Ekonomi*. Çev. Sinem Gül. Okuyan Us Yayınevi.
- Erdemli, Özge ve Güner Demir, Tuğba (2018). “Öğretmenlik Meslek Etiği Açısından Hediye Alma: Örnek Olay Ekseninde Değerlendirme”. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1): 611-637.
- Ersan, Mehmet (1999). “Türkiye Selçukluları’nda Hediye ve Hediyeleşme-I”. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 14(1): 65-77.
- Ersan, Mehmet (2000). “Türkiye Selçukluları’nda Hediye ve Hediyeleşme-II”. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 15(1): 95-104.
- Ertaş, Yaşar (2023). “XIV. Yüzyıl Anadolu’sunda Şehirli Zümrelerin Hediye Mefhumu”. *Ortaçağ Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 706-722.
- Eskin, Ümit (2018). “Hz. Peygamber’in Devlet Başkanları ve Yerel Liderlerle Hediyeleşmesi”. *Siyer Araştırmaları Dergisi*, 4: 85-105.
- Fulin, Neslihan (2019). “Bribe and The Penalty for it in The Ottoman Empire”, *Journal of Academic History and Studies*, 1(1): 26-35.
- Geçgin, Ercan (2017). “Potlaçtan Armağan Kültürüne: Türkiye’de Kültürün Minnet Ekonomisi Bağlamında Metalaşması”. *IV. Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumu (Niğde, 26-28 Nisan)*. 263-273.
- Godbout, Jacques T. (2003). *Armağan Dünyası*. Çev. Dilek Hattatoğlu. İletişim Yayınları.
- Godelier, Maurice (2022). *İnsan Topluluklarının Temelinde: Antropolojinin Bize Öğrettikleri*. Çev. Levent Ünsaldı. Heretik Yayınları.
- Günindi Ersöz, Aysel (2024). “Kutlama ve Hediyeleşme Pratiklerinin Tüketim Toplumundaki Yeni Görünümleri: Baby Shower (Hoşgeldin Bebek) Partileri”. *Milli Folklor*, 142: 15-26.
- Gürsoy Naskali, Emine (2007). “Hediyelik Kelimeler”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 233-239.
- Gürsoy Naskali, Emine ve Koç, Aylin (2007). *Hediye Kitabı*. Kitabevi Yayınları.
- Hyde, Lewis (2008). *Armağan*. Çev. Emine Ayhan. Metis Yayınları.
- İleri, Canan (2007). “Horoz Telleme”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 317-327.
- İnsel, Ahmet (1995). “Armağanın Günümüz Ekonomisindeki Yeri”, *Toplum ve Bilim*, 68: 122-157.
- İnsel, Ahmet (2003). “Armağan Sorunsalının Açtığı Ufuk”. *Armağan Dünyası*. Çev. Dilek Hattatoğlu. İletişim Yayınları, 9-19.

- Kanbir, Figen (2022). “Hediye Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme”. *Antropoloji*, 43: 63-69.
- Kaya, Tebrake (2021). “Luhmann’ın Sistem Kuramı Bağlamında Bir İletişim Sistemi Olarak Armağan Değiş Tokuşunun İncelenmesi”. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26: 570-584.
- Kılıç, Binali ve Gönenç Güler, Emel (2021). “Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme Süreci: Afyonkarahisar Örneği”. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 14: 224-250.
- Kılıç, Binali ve Gönenç Güler, Emel (2022). *Türkiye’de Gastronomik Hediyelemeler: Serhat Şehri Ardahan Örneği*. Ekin Kitabevi.
- Kılıç, Binali ve Gönenç Güler, Emel (2023). *Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme Kültürü: Edirne Örneği*. Detay Yayıncılık.
- Kılıçer, Tuba; Boyraz, Elif ve Tüzemen, Adem (2016). “Kadın, Erkek, ya da? Hediye Satın Alma Davranışında Cinsiyet Kimliği Rolünün Etkisi”. *Ege Akademik Bakış*, 16(1): 121-133.
- Kıral, Bilgen (2020). “Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi”. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15): 170-189.
- Koç, Aylin (2007). “Diş Kirası”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 328-338.
- Korkmaz, Abdurrahim (2024). “Marcel Mauss’un Bütünsel Sosyal Olgu Kavramı ile Armağan Yaklaşımı Arasındaki İlişkiselliği Tartışmak”. *Sosyal Aktörler ve Deneyimler Dergisi*, 2: 47-59.
- Lévi-Strauss, Claude (2021). *Yapısal Antropoloji Sıfır*. Çev. A. Nüvit Bingöl. Ketebe Yayınları.
- Mauss, Marcel (1934). *Hibe: Arkaik Cemiyetlerde Mübadelenin Şekilleri ve Sebepleri*. Çev. Sadri Etem. Ahmet Sait Matbaası.
- Mauss, Marcel (2018). *Armağan Üzerine Deneme: Arkaik Toplumlarda Değiş Tokuşun Biçimi ve Nedeni*. Çev. Nihan Özyıldırım. Alfa Yayınları.
- Morva, Oya (2012). “Armağan Ekonomisi ve Medya Kurbanları”. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(1): 13-32.
- Oğraş, Rıza (2006). “Divan Edebiyatında Hediye”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12: 1-16.
- Oğurlu, Yücel (2007). “657 Sayılı Devlet Memurları Kanununda Hediye”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 157-166.

- Ortakçı, Altuğ ve Yiğit, Sena (2024). “Kültür Endüstrisi Bağlamında Evlilik Ritüelleri: Çorum Örneği”. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 23: 241-263.
- Ölçer Özünel, Evrim (2013). “Halk Anlatılarında Armağan-Erginleme İlişkisi”. *Gazi Türkiyat*, 1(12): 59-65.
- Önal, Sevdâ (2010). “Edebi Metinlere Yansıyan Yönüyle Osmanlı Toplumunda Hediyeleşme”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 103-113.
- Özdemir, Nebi (2008). “Türk Hediyeleşme Geleneği ve Medya”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4): 465-480.
- Özeltürkay, Eda Yaşa ve Bozyiğit, Sezen (2015). “Y Kuşağı Tüketicilerinin Hediye Verme Güdüleri ile Geleneksel ve Dijital Medyadaki Reklamlardan Etkilenmeleri Arasındaki İlişki”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(21): 275-290.
- Öztürk, Abdülkadir ve Temizkan, Volkan (2018). “Tüketicilerin Anneler Gününde Hediye Satın Alma Davranışlarının Sebepli Davranış Teorisi Bağlamında İncelenmesi”. *Ekev Akademi Dergisi*, 76: 37-56.
- Özüşen, Banu ve Kösekahyaoğlu, Levent (2023). “Davranışsal İktisat Perspektifinden Armağan Teorisi Çerçevesinde Ticaret ve Barış”. *İstanbul University Journal of Sociology*, 43(2): 395-420.
- Pala, Ayhan (2021). “Bir Osmanlı Saray Düğününe Türkistan ve İran’dan Gönderilen Hediyeler”. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 21(2): 291-310.
- Sağol Yüksekaya, Gülten (2007). “Kalın ve Çeyiz”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 396-406.
- Sahlins, Marshall (2016). *Taş Devri Ekonomisi*. Çev. Taylan Doğan ve Şirin Özgün. Bgst Yayınları.
- Saltık, Rabiya (2018). “Sosyal Sermaye ve Armağan Ekonomisi Üzerinden Sosyal Medya ve Stalk Olgusu: Instagram Üzerinden Bir İnceleme”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30: 345-363.
- Schmid, Wilhelm (2021). *Hediye Vermek ve Hediye Almak Üzerine*, Çev. Tanıl Bora. İletişim Yayınları.
- Sökmen, Uğur (2011). “Devlet Memuruna Hediye Rüşvet (mi)dir?”. *Maliye Dergisi*, 161: 231-258.
- Şahbaz, Mehibe (2018). “In the Old Turkey Presents”. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 3(2): 141-155.

- Şahbaz, Mehibe ve Taşkıran, Hasan (2020). “Timur Dönemi Hediye ve Hediyeleşme”. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 20(1): 287-303.
- Şeker, Arzu (2019). “Hediye ve Hediye Satın Alma Davranışları”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3): 869-887.
- Şeker, Arzu ve Cömert, Yavuz (2020). “Tüketicileri Hediye Satın Almaya Yönelten Motivasyonlar”. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(4): 22-42.
- Şen, Mustafa Lütfi (2019). “Kamu Görevlilerini Yoldan Çıkaran Bubi Tuzakları: Hediye ve Bağışlar”. *Enderun*, 3(2): 86-97.
- Şener, Abdülkadir. (1984). *İslam Hukukunda Hibe*. Ankara İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Taşkın, Ahmet (2007). “Hukukta Hediye”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 143-156.
- Tekin, Feridun (2018). “Hz. Peygamber’in Hediyeleşmeye Verdiği Değer”. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1): 61-86.
- Toker, Arzu (2022). “Bir Araştırma Metodolojisi Olarak Sistemantik Literatür İncelemesi: Meta-Sentez Yöntemi”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(ÖS 2): 313-340.
- Tunçbilek, Şeyda Sevede (2023). *Marcel Mauss’un Armağan Üzerine Deneme’si, Bir Tahlil*. Ketebe Yayınları.
- Uluskan, Murat (2007). “Avusturya İmparatoruna Gönderilen Hediyeler (1665-1699)”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 72-82.
- Uzun, Efkân (2013). “Sultan II. Bayezid’in Şehzadelerine Gönderdiği Armağanlar”. *History Studies*, 5(4): 233-247.
- Ünyay Açıkgöz, Fatma (2018). “Osmanlı Devleti’nde Pîşkeş (XVII. Yüzyıl)”. *Turkish Studies (Elektronik)*, 13(24): 287-300.
- Yıldırım, Emre ve Pirende, Gamze (2019). “Hediye Satın Alma Davranışının A ve B Tipi Kişilik Özelliği Açısından İncelenmesi”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(1): 309-327.
- Yılmaz Önder, Sevim (2009). “Tevarih-i Al-i Selçuk’ta Hediyeleşme ve Hediye Sözleri”. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 2(3-4): 309-321.

Yurdakul, İlhami (2007). “II. Abdülhamid ile Habeşistan İmparatorunun Hediyeleri”. *Hediye Kitabı*. Ed. Emine Gürsoy Naskali ve Aylin Koç. Kitabevi Yayınları, 83-94.

Yurt, Engin ve Yıldız, Erdal (2021). *Armağanın Fenomenolojisi*. Pinhan Yayınları.

“COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

Yazarların Notu: Bu çalışma, Abdurrahim Korkmaz’ın Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nde, Prof. Dr. Gökhan Gökulu danışmanlığında yürüttüğü ve henüz savunulmamış olan doktora tezindeki bir bölümün genişletilmiş halidir.

Etik Kurul Belgesi: Bu çalışma için etik kurul belgesi gerekmemektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarların potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.

Katkı Oranı Beyanı: Birinci yazar; verilerin derlenmesi, çözümlenmesi ve makalenin yazım aşamasında, ikinci yazar ise; makale konusunun tespiti, yöntem bölümünün geliştirilmesi, tartışma ve sonuç bölümünün zenginleştirilmesi ve son okumasının gerçekleştirilmesi aşamasında katkıda bulunmuştur.

The following statements are made in the framework of “COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors”:

Authors’ Note: *This study is an expanded version of a section of Abdurrahim Korkmaz’s doctoral thesis, which was conducted under the supervision of Prof. Dr. Gökhan Gökulu at Çanakkale Onsekiz Mart University Graduate Education Institute and has not yet been defended.*

Ethics Committee Approval: *Ethics committee approval is not required for this study.*

Declaration of Conflicting Interests: *The authors have no potential conflict of interest regarding research, authorship, or publication of this article.*

Author-Contributions Statement: *The first author contributed to the compilation and analysis of data and the writing of the article, while the second author contributed to the determination of the article topic, the development of the method section, the enrichment of the discussion and conclusion sections and the proof-reading phase.*