

M A R T 2 0 2 6 | N O . 9

# İSTİNYELİ GENÇ KALEMLER

ÖĞRENCİ DERGİSİ

ÖĞR. GÖR. AYLİN KERİME BİBERCİ

EDİTÖR: GÜN GECE GÜLLER



@isugenckalemler



istinyeligenckalemler@gmail.com

## Önsöz



Değerli Okurlar,

İstinyeli Genç Kalemler dergimizin Mart ayı sayısını sizlerle buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

Dergimizin en kıymetli özelliği, yalnızca belirli bir alanla sınırlı kalmayıp, üniversitemizin tüm bölümlerinden öğrencilerin kalemlerine yer veren, herkese açık bir ifade alanı sunmasıdır. Bu sayfalar her öğrencinin merak ettiği, düşündüğü ve paylaşmak istediği konuları özgürce dile getirebildiği bir buluşma noktasıdır.

Farklı disiplinlerden gelen bu çeşitlilik, dergimizi zenginleştiren en önemli unsurdur. Çünkü biliyoruz ki; gerçek gelişim, farklı bakış açılarıyla beslenen bir düşünce ortamında mümkün olur. Her bir yazı, yalnızca bir metin değil; aynı zamanda bir merakın, bir sorgulamanın ve bir cesaretin yansımasıdır.

Gençlerimizin kendilerini ifade edebilmeleri, fikirlerini özgürce ortaya koyabilmeleri ve yazı yoluyla düşüncelerini geliştirebilmeleri bizler için büyük bir değerdir. Bu dergi, tam da bu amaca hizmet eden bir platform olma niteliğini taşımaktadır.

Bu sayının hazırlanmasında emeği geçen tüm öğrencilerimize ve katkı sunan herkese teşekkür ediyor, keyifle okumanızı diliyorum.

Öğr. Gör. Aylin Kerime BİBERCİ  
Dış Ticaret Program Başkanı

## İçindekiler

1. Consumers' Consumption.....4-8  
(Gün Gece GÜLLER)
2. İstanbul Metrosu için bir çözüm önerisi.....9-11  
(Erdem ÇEBİŞOĞLU)
3. Antik Ritüellerden Modern Sahalara: Türkiye Merkezli Bir Spor Tarihi  
İncelemesi.....12-14  
(Nazlıcan ŞENTÜRK)

İSÜ



**Gün Gece GÜLLER**

## **Consumers' Consumption**

Modern societies are shaped by consumption. Two key concepts, consumer culture and consumption culture, help explain how products and services shape identity, values, and social norms. Although related, they differ in scope: consumer culture emphasizes market-driven identity formation, whereas consumption culture encompasses broader societal norms.

### **Consumer Culture vs. Consumption Culture**

Consumer Culture is a social arrangement where consumption is central to social identity. Goods are not just functional; they symbolize status, taste, and belonging. Consumer culture is a social arrangement in which the relations between lived culture and social resources are mediated through markets (Lee 115).

### **Consumer Culture is characterized by the key features below:**

- **Commodification:** Almost anything -products, services, experiences, *even identities*- can be bought, sold, and consumed.
- **Symbolic consumption:** Products and brands serve as markers of identity, status, and group affiliation.
- **Market mediation:** The market negotiates values, desires, and social meanings.
- **Individualism and choice:** Consumption is tied to freedom, self-expression, and happiness.

Thus, Consumer Culture is not just about what people buy; it is a cultural organizer of modern life and its hierarchies (Alden, Steenkamp, and Batra; Lee).

However, Consumption Culture is broader. It refers to the norms of how societies acquire, use, and dispose of goods. Unlike consumer culture, it is not confined to capitalist markets as it encompasses how consumption is a part of everyday life, influenced by cultures, social structures, and historical contexts. While consumer culture is a specific form of consumption culture that emerges under advanced capitalism and market mediation, consumption culture can exist in any society, regardless of its economic system (Lee).

## Consumption Culture is characterized by:

- **Societal norms:** Shared expectations about what, when, and how to consume.
- **Cultural practices:** Rituals and routines that structure consumption, e.g., feasts, gift-giving, and holiday gifts.
- **Social differentiation:** How the very act of consuming reflects social distinctions such as class, gender, ethnicity, and age.
- **Historical/structural factors:** The differences in production systems, technology, and institutions that shape consumption.

## To understand *consumption's complexity*, a consumer must know:

1. **Consumer Culture Theory (CCT):** Studies symbolic meanings, identity, and power in consumption (Arnould and Thompson; Lee).
2. **Cultural Globalization Theory:** Examines how global goods and ideas reshape local practices (Alden, Steenkamp, and Batra).
3. **Acculturation Theory:** Explores how people adapt to new cultures by mimicking local consumption patterns (Lee).
4. **Symbolic Interactionism:** Focuses on goods as symbols of identity and status (Alden, Steenkamp, and Batra).
5. **Critical Theory:** Critiques commodification, alienation, and social control (Lee).



### Symbolic Consumption and Identity

Consumer Culture thrives on *symbolic consumption*. Goods and brands communicate identity, aspirations, and group membership. Clothing, cars, and technology signal prestige and values. Advertising amplifies/defines these meanings, linking products to varying lifestyles (Alden, Steenkamp, and Batra; Lee).

Brands become tools for expression, allowing consumers to align themselves with certain lifestyles and their communities. This process is often referred to as *symbolic consumption* (Alden, Steenkamp, and Batra).

*Symbolic consumption* also reinforces social boundaries - between classes, ethnicities, or generations- through media-driven narratives. Advertising and media play their role in constructing narratives that link products to symbolic meanings (Lee).

## Drivers and Critiques of Consumer Culture

- **Economic structures:** Credit systems, installment plans, and marketing *normalize continuous purchasing* (Alden, Steenkamp, and Batra).
- **Social practices:** It is like humans to consume; different cultures can influence and shape the consumption patterns.
- **Psychological pressures:** Status anxiety, comparison, and debt arise from the pursuit of novelty and prestige.
- **Globalization:** Corporations, brands, and digital platforms spread standardized lifestyles worldwide (Alden, Steenkamp, and Batra), which leads to the emergence of *global consumer culture*, characterized by the diffusion of standardized products, lifestyles, and values.

Moreover, Consumer Culture often promotes homogenization, eroding traditions and cultural diversity in favor of global brands and standardized lifestyles/statuses, which often results in *the relentless pursuit of novelty and the pressure to "keep up" with peers that create cycles of dissatisfaction and debt.* (Lee).

Critics argue that *the relentless pursuit of consumption is seen as unsustainable, both ecologically and psychologically*, as the consumption culture promotes materialism and undermines intrinsic values (Alden, Steenkamp, and Batra).

### Alternative movements have emerged in response to these critiques:

- **Conscious consumption:** Ethical, sustainable choices that consider the social and environmental impacts of their purchases, prioritizing sustainability over quantity.
- **Minimalism:** Reducing possessions, focusing on relationships, experiences, and personal growth.
- **Circular economy:** Reuse, repair, recycle instead of “take-make-dispose.”
- **Localism/collaborative consumption:** Promote local production and community-based production and sharing.

These redefine fulfillment beyond material accumulation, which challenges the core of consumerism (Alden, Steenkamp, and Batra).

## Social Media and Advertising Effect on Consumers' Consumption

Media and advertising are central to the functioning of consumer culture. They not only inform about products but also construct and disseminate the symbolic meanings that make goods desirable. Advertising links products to emotions and aspirations, reshaping cultural norms and individual desires (Alden, Steenkamp, and Batra). This psychological effect is rooted in the way advertising

associates brands with belonging to different social levels. Consumers adopt these meanings to express their personal identity (Maheshwari et al.).

**Key mechanisms that affect continuous consumption are:**

- **Planned obsolescence:** Products designed to expire, fueling continuous consumption (Lee).
- **Storytelling:** Narratives foster emotional attachment, making brands feel indispensable (Yildiz and Kara).
- **Blurring needs and wants:** Advertising reframes desires as necessities, driving consumption.

Narratives in advertisements foster involvement, which forms trust and attachment to the brand. When consumers emotionally connect with a brand story, they internalize the brand as part of their self-concept. This emotional resonance makes the brand feel indispensable, reinforcing loyalty and identity alignment (Yildiz and Kara).

The psychological impact of advertising extends beyond identity-building into consumption behavior. By linking products to fundamental desires, a product that is essentially a “want” is reframed as a “need” because it appears essential for fulfilling emotional or social goals. *This manufactured sense of inadequacy blurs the boundary between necessity and desire, driving consumers to treat symbolic consumption as vital for their well-being.* Platforms like Instagram and TikTok *promote curated lifestyles, amplifying comparison and consumption pressures.* But, they also provide views on sustainability, minimalism, and ethical consumerism (Lee).

To mitigate consumer culture’s harms, policymakers and social actors propose:

- **Advertising regulation:** Restrict manipulative practices, especially toward vulnerable groups.
- **Sustainable consumption:** Incentivize local products and circular economy initiatives.
- **Cultural protection:** Safeguard marginalized communities against commodification (Lee).

**Conclusion**

*Consumer Culture* and *Consumption Culture* are distinct but related concepts that illuminate the centrality of consumption in modern life. Consumer Culture is a specific social arrangement in which market-mediated consumption is central to identity and symbolic meanings. Consumption Culture encompasses the broader set of norms and meanings surrounding the acquisition and use of goods and services in any society.

Understanding these concepts is vital for addressing the ever-growing overconsumerism. As societies confront globally standardized consumerism.

## References

- Alden, Dana L., Jan-Benedict E. Steenkamp, and Rajeev Batra. "Brand Positioning through Advertising in Asia, North America, and Europe: The Role of Global Consumer Culture." *Journal of Marketing*, vol. 63, no. 1, 1999, pp. 75–87.
- Arnould, Eric J., and Craig J. Thompson. "Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research." *Journal of Consumer Research*, vol. 31, no. 4, 2005, pp. 868–882.
- Lee, Wei-Na. "Exploring the Role of Culture in Advertising: Resolving Persistent Issues and Responding to Changes." *Journal of Advertising*, vol. 48, no. 1, 2019, pp. 115–125.
- Maheshwari, Vishwas, et al. *Consumers, Identity, and Brand Personality*. Springer, 2025.
- Yıldız, Arif, and Çağrı Kara. "The Effect of Mental and Emotional Involvement in Stories in Advertisements on Brand Trust." *MTÜ Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, vol. 5, no. 1, 2025, pp. 153–170.



Genç Kalem Erdem EBİŐOĐLU

## İstanbul Metrosu için bir çözüm önerisi

Bugünkü yazımda metro işletmesindeki bir problemi ve bu probleme İngilizlerin bulduğu bir çözümü anlatacağım ve İstanbul Metrosuna uyarlanabilirliğini yazacağım.

BilindiĐi üzere metro istasyonları çoğunlukla yerin altında olmaktadır ve bu sebeple inşa edilirken farklı yöntemlerle(istasyonlarda aç kapa, top down, NATM tünel vb. yöntemler yaygındır) ve belirli uzunlukla inşa edilirler. Hatlarda kullanılacak araçlar da buna göre seçilerek alınır. Ancak zaman içerisinde artan yolcu talebini karşılamak için araç sayısında artırıma gidilebilir. Bunun yanında bir dizideki vagon sayısı da artırılabilir. Ancak burada önemli bir sorun var o da peron boyunun mevcut sisteme göre planlandığı için ekstra vagona yetmemesi. Burada ilk akla gelen peronları uzatmak için yerin altında kazı yapmak olabilir ancak bu istasyon statüğünün değişmesi kazı için yolların hatta metro hattının kapatılması, borular, kablolar gibi karşımıza çıkabilecek engeller sebebiyle maliyetli ve zaman alan bir yöntemdir. İşte bu sebeple Londra metrosunda Metropolitan, Circle, Hammersmith&City ve District hatları için(ki bu hatlar Dünyanın en eski metro istasyonlarını kullanmaktadır ki istasyonlardan resmini eklediğim Baker Street 1863 yılında hizmete açılmıştır) alınan S7 ve S8 serisi trenlerde SDO ismi verilen bir sistem kullanılmaktadır. Peki nedir bu SDO sistemi?



*Dünyanın ilk metro istasyonu olarak kabul edilen Baker Street İstasyonu*

SDO(Selective Door Operation) sisteminde peron boyu uzatılabilen/uzun istasyonlarda kapılar normal açılırken peronu kısa olan istasyonlarda trenin bazı kapıları açılmamaktadır bununla beraber her vagonunda en az 1 kapı açık kalmaktadır ve kapalı olacak kapılar anons ve kapı üzerindeki uyarı ile belirtilmektedir. Tahmin edebileceğiniz üzere bu sistem sinyalizasyon üzeinden kontrol edilmekte olduğu için az önce söylediğim inşaat metoduna göre daha ucuz, ve daha hızlı şekilde kurulabilmektedir.



*S7 ve S8 serisi Londra metrosu trenleri*



*2025 yılındaki Londra seyahatimde çektiğim SDO uyarısı*

İstanbul'da M1 metro Hattında bir kapasite artırımı yapılmakta ve bu kapsamda İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından istasyon peron boylarının 5 vagona uyumlu olacak şekilde 100 metreden 115 metreye çıkarılmasına ve hattın sinyalizasyon altyapısının yenilenmesine karar verilmiştir. M1 hattının Yenikapı, Esenler, Üçyüzlü, Menderes, Bağcılar Meydan ve Kirazlı istasyonları, 115 metrelik peronlara uygun olarak inşa edilmiştir; Kirazlı - Halkalı arasında inşa hâlinde olan istasyonlar da 115 metrelik peronlara uygun olarak inşa edilecektir. Hattın hemzemin yapıda bulunan Yenibosna, Ataköy-Şirinevler, Zeytinburnu, Terazidere, Kocatepe, Sağmalcılar ve Bayrampaşa-Maltepe istasyonları için ihaleye çıkılarak peron boyları 100 metreden 115 metreye uzatılmış ve istasyonlara yeni bir estetik görünüm kazandırılmıştır. Hattın viyadük üzerinde bulunan DTM-İstanbul Fuar

Merkezi, Merter ve Davutpaşa-YTÜ istasyonlarında yeni viyadükler inşa edilerek peron uzatması yapılacak olup, tünel içinde bulunan Atatürk Havalimanı, Bahçelievler, Bakırköy-İncirli, Topkapı-Ulubatlı, Emniyet-Fatih ve Aksaray istasyonlarında ise yeni istasyon projeleri yapılarak peronların uzatılması planlanmakta ancak Topkapı-Ulubatlı, Emniyet-Fatih ve Aksaray istasyonları İstanbul'un en yoğun arterlerinden Vatan Caddesi'nin altındadır bununla beraber Bahçelievler ve Bakırköy-İncirli istasyonları da D-100 karayoluna yakın noktalardadır. Haliyle böyle bir bölgede inşaat maliyetli olacaktır ve uzun zaman alacaktır ayrıca bu bölgedeki trafik yoğunluğu daha da artacaktır. Bu sebeple modernizasyon sırasında yeraltındaki istasyonlarda trenin tam ortalı yanaşması sağlanıp SDO ile her vagona en az 2 kapının açılması sağlanması halinde sistem optimum olarak işleyecektir ve yolcuların alışması da uzun sürmeyeceğinden zaman ve paradan ciddi tasarruf edilmiş olacaktır.

#### **Kaynakça**

[https://tr.wikipedia.org/wiki/M1\\_\(%C4%B0stanbul\\_Metrosu\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/M1_(%C4%B0stanbul_Metrosu))

[https://en.wikipedia.org/wiki/Selective\\_door\\_operation](https://en.wikipedia.org/wiki/Selective_door_operation)

[https://en.wikipedia.org/wiki/London\\_Underground\\_S7\\_and\\_S8\\_Stock](https://en.wikipedia.org/wiki/London_Underground_S7_and_S8_Stock)

## **Antik Ritüellerden Modern Sahalara: Türkiye Merkezli Bir Spor Tarihi İncelemesi**

Sporun tarihsel gelişimi Türkiye'de modern sporun kuruluşu ve öncü isimler spor, insanlık tarihinin en eski kültürel pratiklerinden biri olup, hem bireysel gelişimi hem de toplumların sosyal yapısını şekillendiren temel bir etkinlik alanıdır. Tarihin ilk dönemlerinden itibaren insanlar, fiziksel güçlerini sınamak, topluluğun güvenliğini sağlamak ve ritüel amaçlarla çeşitli beden hareketlerine başvurmuşlardır. Bu makalede sporun tarihsel kökenlerinden başlayarak modern spor anlayışının oluşumu, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçişteki gelişimi, Türkiye'de spora yön veren ilk beden eğitimcileri ve uluslararası arenaya çıkan ilk Türk sporcuları ele alınacaktır.

### **İlk Sporun Ortaya Çıkışı ve Antik Çağda Spor Kültürü**

Arkeolojik araştırmalar, tarihte bilinen ilk sporun güreş olduğunu ortaya koymaktadır. MÖ 4000'lere ait Mısır mezarlarında bulunan duvar resimleri, teknik güreş pozlarını detaylı şekilde gösterir. Aynı şekilde Mezopotamya, Hitit ve Çin uygarlıklarında da güreşe ilişkin kabartmalar ve metinler mevcuttur. Bu nedenle antropologlar ve spor tarihçileri, güreşi "insanlığın ilk sporu" olarak kabul eder. Güreşi takip eden diğer erken sporlar arasında: Koşu ve uzun atlama, Okçuluk, Taş ve mızrak atma, Yüzme bulunur Bu sporlar başlangıçta bir oyun olmanın ötesinde, toplumların savunma ve avcılık becerilerini geliştirmek için önemli bir araçtı. Antik Yunan döneminde spor, sistematik bir yapıya kavuşmuş ve MÖ 776'da başlayan Antik Olimpiyat Oyunları, kuralların, hakemliğin ve sporcu kimliğinin oluşmasını sağlamıştır. Roma döneminde ise spor bir seyirlik haline dönüşmüş, oyunlar toplum düzeninin bir parçası olarak değerlendirilmiştir.

### **Orta Çağdan Modern Spor Anlayışına**

Orta Çağ Avrupa'sında spor, şövalyelik kültürü ve savaş eğitimine bağlı olarak gelişmiştir. Atlı mızrak dövüşleri, kılıç oyunları, avcılık ve koşu bu dönemin temel sporlarıdır.

17. ve 18. yüzyıllarda spor daha kurumsal bir yapıya bürünmeye başlamış, İngiltere'de futbol, kriket, boks gibi modern kurallara sahip sporlar doğmuştur. 19. yüzyılda ise spor kulüpleri, federasyonlar ve ulusal yarışmalar ortaya çıkmış, 1896'da modern olimpiyatların başlamasıyla spor küresel bir kimlik kazanmıştır.

## Osmanlı Döneminde Spor: Gelenekten Moderniteye

Osmanlı İmparatorluğu'nda spor, geleneksel Türk kültürü ve saray yaşamı içinde önemli bir yer tutmuştur.

**Özellikle:** Güreş, Okçuluk, Atlı sporlar (cirit, binicilik), Avcılık, Yüzme ,en yaygın sporlar arasındaydı. Osmanlı'da spor çoğu zaman askerî eğitim ve fiziksel dayanıklılığın bir parçası olarak görülmüştür. Ancak modern anlamda sporun kurumsallaşması, 19. yüzyılın sonlarında başlayan Batılılaşma hareketi ile hız kazanmıştır. Rum, Ermeni ve Musevi cemaatlerinin kurduğu kulüpler; jimnastik, atletizm ve futbol gibi branşlara öncülük etmişlerdir.

## Modern Türkiye'de Sporun Yapılanması

Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte spor, ulusal kalkınma ve genç nesillerin gelişimi açısından stratejik bir alan olarak değerlendirilmiştir. Atatürk'ün "Sağlam kafa sağlam vücutta bulunur" sözü, beden eğitimi ve sporun eğitim sistemine güçlü bir şekilde yerleştirilmesine katkı sağlamıştır.

Türkiye'yi Spora Taşıyan İlk Beden Eğitimcileri

Modern spor kültürünün Türkiye'de oluşmasında birçok öncü isim yer almıştır.

Selim Sırrı Tarcan Türkiye'de beden eğitiminin kurumsallaşması denince akla gelen ilk isimlerden biridir. İsveç'te aldığı jimnastik eğitimi sonrası ülkeye dönerek: Beden eğitimi derslerinin okullara eklenmesini, Spor kulüplerinin yaygınlaşmasını, Türkiye'nin Uluslararası Olimpiyat Komitesi üyeliğini, Jimnastik öğretmeni yetiştirilmesini Sağlamıştır. Tarcan, modern spor anlayışının Türkiye'de temellerini atan kişidir. Vildan Âşir Savaşır Yurt dışında eğitim almış ilk Türk beden eğitimi uzmanlarından biridir. 1938'de kurulan Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü'nde yer almış ve sporun devlet politikası haline gelmesinde büyük katkılar sunmuştur.

Kadın beden eğitimi öncüleri: Mübeccel Argun ve Zehra Alagöz

Cumhuriyet döneminde kadınların beden eğitimi alanında görev alması hem toplumsal dönüşüm hem de spor kültürü açısından devrim niteliğindedir. Bu iki isim, İsveç modelini Türkiye'ye taşıyarak kız okullarında beden eğitimi dersi veren ilk öğretmenler arasında yer almıştır.

## **Yurtdışına Açılan İlk Türk Sporcuları**

Türkiye'nin uluslararası spor sahnesine çıkışı, önce Osmanlı döneminde bireysel girişimlerle başlamış, Cumhuriyet ile birlikte daha kurumsal hale gelmiştir. Vahram Papazyan ve Mıgırdiç Mıgıryan 1906 Atina oyunlarında Osmanlı'yı temsil eden ilk atletlerdir. Papazyan 800 m ve 1500 m yarışlarına katılırken, Mıgıryan atletizmin çeşitli disiplinlerinde yarışmıştır. Bu sporcular, Türkiye tarihinin ilk uluslararası temsilcileri kabul edilir. Aleko Mulos 1908 Londra Olimpiyatları'nda jimnastik dalında Osmanlı'yı temsil etmiş ve ilk modern jimnastikçimiz olarak kayıtlara geçmiştir. Yaşar Erkan 1936 Berlin Olimpiyatları'nda grekoromen güreşte altın madalya kazanarak Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk olimpiyat şampiyonu olmuştur. Bu başarı, modern Türk sporunun uluslararası arenadaki en güçlü başlangıçlarından biridir.

## **Günümüzde Sporun Durumu ve Süreklilik Arz Eden Sorunlar**

Günümüzde spor hem akademik bir alan hem de profesyonel bir sektör olarak büyük bir gelişim göstermiştir. Ancak hâlen: Altyapı eksiklikleri, Beden eğitimi derslerinin uygulama sorunları ,Kadın sporcular için eşit fırsatlar, Profesyonel sporun ekonomik baskıları ,Sporcu yetiştirme sistemindeki bölgesel farklılıklar Gibi sorunlar devam etmektedir. Buna rağmen Türkiye, uluslararası arenada daha görünür bir konuma ulaşmış, spor bilimleri, spor eğitimi ve kulüp yapıları güçlenmiştir.

### **Kaynakça**

- Şinforoğlu, T. (2020). Türkiye'de Beden Eğitimi Öğretmeni Yetiştirme Çabaları (1908–1930). Spormetre.
- Öz çakır, S. (t.y.). Türkiye'de Beden Eğitimi Öğretiminin Tarihi. Spor Bilimleri Dergisi.
- MEB Arşivi. Beden Eğitimi ve Spor Tarihi.
- World Athletics Heritage. "A Brief History of Turkish Athletics."
- Atabeyoğlu, C. (1999). Türk Spor Tarihi.
- Papazyan, V. (Anıları, 1906).
- Cumhuriyet Arşivi, Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü Belgeleri.
- Fidel, S. (2018). Osmanlı'da Spor ve Modernleşme.