

## AKDENİZ ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ

**Rüveyda ÖZTÜRK BAŞOL**

Uzman, Kırklareli Üniversitesi Rektörlüğü, Erasmus Koordinatörlüğü,  
rvydztrk@gmail.com

### **Özet**

Bu çalışma Akdeniz bölgesinin tarihi ve kültürel değerlerini, bu değerlerin bölgedeki çalışma kavramını nasıl etkilediğini ifade etmek adına tasarlanmıştır. Çalışmada; bölgedeki çalışma kavramının gelişimine, kültürel özelliklere, iletişim ve iş yapma biçimlerine ve Akdeniz bölgesinin sembollerine yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Akdeniz, Siesta, İşsizlik, Hedonizm

## MEDITERRANEAN WORK CULTURE

### **Abstract**

This study is designed to express the historical and cultural values of the Mediterranean region and how these values affect the concept of work in the region. In the study; the development of the “work” concept in the region, cultural characteristics, modes of communication and work, and the symbols of the Mediterranean region are presented.

**Key Words:** Mediterranean, Siesta, Unemployment, Hedonism.

## 1. Akdeniz'in Etimolojik Kökeni ve Coğrafi Bilgileri

Binlerce yıl farklı toplumların yerleşim yeri olmuş olan Akdeniz bölgesinin ismi Latince'deki "*Mediterraneus / Mare Mediterraneum*" kelimelerinden gelmektedir. Bu kelime *Medius*: Orta, *Terra*: Toprak/Yer/Dünya, *Mare*: Deniz kelimelerinin birleşimidir. Böylece bu bölgeye "*ortada yer alan deniz*" denilmektedir (www.dictionary.com ve https://tr.glosbe.com). İngilizcede *Mediterranean* ve Yunancada *Mesogeios* kelimeleriyle karşılık bulan kavram, Arapçada "*El Bahre-l Ebyedu'l-Mutavassit*" yani "*ortada yer alan beyaz deniz*" anlamına gelmektedir.

Türkçede ise "Akdeniz" isminin kaynağı eski Türkçe kullanımı ile yakından ilişkilidir. Türkler coğrafyayı anlamlandırırken renkler ve yönler ile ilişkiler kurup, bu ilişkide renklerin yönleri ifade ettiği şeklinde açıklanmaktadır. Buna göre; eski Türklerde "mavi ve yeşil" renkler doğuyu, "ak (beyaz)" renk batıyı, "al (kırmızı)" renk güneyi ve "kara (siyah)" renk de kuzeyi temsil etmektedir. Bu yüzden bu bölge, batıya açılan deniz manasına gelecek şekilde "Batı Denizi", aynı zamanda Osmanlı dönemi haritalarında da yer aldığı Farsça ismi ile "Bahr-i Sefid", diğer adıyla "Akdeniz" olarak isimlendirilmiştir (www.dzkk.tsk.tr).

Akdeniz bölgesi; içdenizden Atlas Okyanusu'na bağlı, kuzeyinde Avrupa, güneyinde Afrika, doğusunda Asya kıtaları bulunan 2,5 milyon km<sup>2</sup>'si deniz olmak üzere toplam 8,75 milyon km<sup>2</sup>'lik bir alanı kaplayan 427 milyon insanın ve 22.500 canlı türünün yaşadığı bir bölgedir. Bölgeye ismini veren Akdeniz, Cebelitarık Boğazı ile Atlas Okyanusu'ndan; Süveyş Kanalı ile de Kızıldeniz'den ayrılmaktadır (Attane, Courbage, 2004: 1-6).

Bu bölgede; bazıları Avrupa ve bazıları da Afrika kıtasında olmak üzere 30 ülke yer almaktadır. Bazı ülkelerin Akdeniz'e kıyası vardır bazıları ise yalnızca bölgenin ülkesi olarak değerlendirilmektedir. Türkiye, Akdeniz'e en uzun kıyası olan ülkedir. Diğer ülkeler ise (alfabetik sıra ile) Andora, Arnavutluk, Bosna Hersek, Cezayir, Fas, Filistin, Fransa, Hırvatistan, İspanya, İsrail, İtalya, Karadağ, Kıbrıs Cumhuriyeti, KKTC, Kosova, Libya, Lübnan, Makedonya, Malta, Mısır, Monako, San Marino, Sırbistan, Slovenya, Suriye, Tunus, Ürdün, Vatikan ve Yunanistan'dır.

Nüfus bağlamında ise Akdeniz bölgesinin en kalabalık 15 şehri ise aşağıdaki tabloda (Tablo 1'de) belirtilmiştir.

**Tablo 1.** Akdeniz'deki En Büyük 15 Şehir

Küresel Sıra	Şehir	Ülke	Nüfus
11	<i>Kahire</i>	Mısır	16.100.000
24	İstanbul	Türkiye	11.800.000
26	Paris	Fransa	10.010.000
49	Madrid	İspanya	5.950.000
64	İskenderiye	Mısır	5.100.000
78	Cezayir	Cezayir	4.275.000
84	<i>Barselona</i>	İspanya	4.175.000
88	Kazablanka	Fas	3.900.000
90	Ankara	Türkiye	3.875.000
96	Atina	Yunanistan	3.725.000
104	Milano	İtalya	3.525.000
113	Roma	İtalya	3.300.000
121	Tel Aviv	İsrail	3.125.000
124	Napoli	İtalya	3.100.000
134	Lizbon	Portekiz	2.925.000

**Kaynak:** Leontidou, 2007: 132

Buna göre Kahire, İstanbul ve Paris gibi metropoller 8 haneli nüfusa sahiptir ve yoğunluk başta bu üç şehir olmak üzere giderek artmaktadır.

## **2. Bölgenin Tarihsel - Kültürel Yapısı ve Çalışma Kavramı**

Dünya tarihini ve kültürünü etkileme anlamıyla Akdeniz, bir diğer önemli kültürel ve tarihsel bölge olan Mezopotamya kadar önemlidir. Birçok ülkenin uğruna savaştığı etkin suyolları ve verimli arazilerin bulunduğu bu bölge deyim yerindeyse coğrafik koşullar, yöresel yaşam biçimi ve evrensellekle yoğrulmuş şahsına münhasır bir yaşam biçimini de sembolize etmektedir. Diğer yandan bu bölgenin gelişmesinde tarihin, kültürel mirasın ve iklimsel değerlerin Akdenizli kişilik tipini oluşturmada önemi büyüktür. Akdenizli dendiğinde akıllarda her ne kadar tek tip bir kişilik tipi canlanıyor olsa da her ülkenin kendi kültürel kimliği ile var olduğunu unutmamak gerekmektedir, nitekim

sürdürülebilir kalkınma için bu farklı kimliklerin korunması ve desteklenmesi son derece önemlidir (Cominelli, 2010: 88-89).

Bilinen binlerce yıllık geçmişteki kültürel ayınlar, kavramlar ve inanışlar bu bölgedeki kültürel dinamikleri ve dolayısıyla günümüz hukuksal yapısını derinden etkilemiştir. Günümüzde birçok kavram gibi çalışma kavramı da hukuk kurallarına bağlı olarak hareket eden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır ve bölgedeki kültürel devinim bu kavramı da derinden etkilemiştir (Bouquerel ve El Husseiny, 2009: 32-36). Nitekim, çalışma kavramı bir Akdeniz toplumu olan antik Yunanlar tarafından işkence aleti olan “tripalium” sözcüğünden türetilmiştir. Buna göre çalışma, Akdeniz toplumlarında acı, zahmet ve yorgunluk veren bir süreç, diğer bir ifade ile bir ceza olarak nitelendirilmiştir (Bozkurt, 2000: 15). Temel özelliklerinden biri barış olan Akdeniz toplumlarının çalışmayı işkence aleti ile özdeşleştirmiş olması ise bu işlemin zihinsel karşılığının yoğunluğunu belirtmektedir.

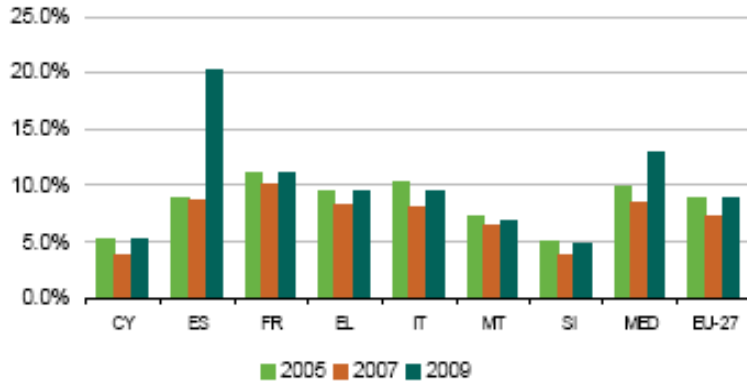
Kültürel farklılıklara rağmen Akdeniz ülkelerinin genel olarak erkek egemen bir kültürel seyirde olduklarını söylemek mümkündür. Böylece çalışma biçimin erkeksi olduğu, kadının bakıma dayalı ve toplumsal kabul gören işler dışında çalışmasının zor olduğu bir toplum biçiminden söz etmek mümkündür. Elbette bu erkeksilik hem hukuk kuralları ile hem de modern yaşam biçimi ile değişmektedir. Bir diğer önemli unsur ise Cebelitarık altı Akdeniz İslam ülkelerinde kadının durumu ile ilgilidir. Buna göre İslam dinine mensup olan Fas, Tunus, Cezayir, Mısır gibi ülkelerde kadının durumu giderek güçlenmekte, kadın toplumda kendine yer bulabilmektedir. Bu hareket “İslami feminizm” olarak isimlendirilmektedir. Böylece Akdeniz İslam ülkelerindeki ataerkil yapı yavaş da olsa bir değişim içine girmekte böylece genel olarak erkeksi olan Akdeniz ülkeleri son dönemde küresel bir değişime ayak uydurmaktadır (Schoefthaler, 2010: 19-22).

### **3. Akdeniz Bölgesinde Ekonomik Durum**

Tarihçi Anthony Molho'ya göre Akdeniz bölgesindeki kültürel çeşitlilik, farklılık ve karmaşıklıklar küresel anlamda geçerli olan birçok ekonomi kuramını bu bölgede geçersiz kılmaktadır. Molho'ya göre kuramların ötesinde davranış sergileyen Akdeniz bölgesi, ekonomi yazınında yeteri kadar yer bulamamıştır (Pipitone, 2009: 28-30). Bunun en önemli göstergesi; İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi Akdeniz ülkelerinde işsizlik oranlarının Avrupa Birliği ülkeleri ortalamasının çok üstünde olması ve buna rağmen bu durumun toplumsal huzursuzluk nedeni olarak görülmemesidir.

Nitekim yapılan araştırmalarda, diğer Avrupa ülkelerine kıyasla Akdeniz ülkelerinde işsiz kalan insanların beklenenden daha az psikolojik tahribat yaşadığını göstermektedir. Tüketim eğiliminin daha yüksek olduğu kuzey ülkelerinde (Almanya, Belçika, Norveç, İsveç) işsizlik doğrudan gelir kaybı ve akabinde tüketim kaybı yaşamaya neden olarak ortaya çıkmakta ve işsiz kalmak kişinin tüm hayat fonksiyonlarını etkilemektedir. Bu yüzden kuzey ülkelerinde işsiz kalmak kişiyi oldukça tehdit eden bir süreç olarak algılanmaktadır. (Bentolila ve Ichino, 2003: 1-20). Ancak Akdeniz ülkelerinde aile bağlarının kuvvetli oluşu ve sosyal dayanışma mekanizmasının çalışıyor oluşu, işsizlik durumunun kuzey ülkelerinde olduğu kadar vahim sonuçlar vermesini önlemektedir.

**Şekil 1.** Akdeniz Ülkeleri İşsizlik İstatistikleri



**Kaynak:** Eurostat Statistics Book, 2011

Nitekim bir önceki sayfada bahsedilen durum, yukarıdaki tabloda da görülmektedir. Şekil 1, 2005 ve 2009 yılları arasında Avrupa ülkelerinin bazılarında işsizlik seviyesini göstermektedir. Son iki blok Akdeniz ülkelerini ve Avrupa birliği üyelerinin işsizlik seviyesinin ortalamasını göstermektedir. Buna göre seçilmiş her üç yılda da Akdeniz ülkelerindeki ortalama işsizlik oranı Avrupa ülkelerindeki ortalama işsizlik oranından daha yüksektir.

Bir diğer negatif önemli ekonomik bulgu; Yunanistan, İtalya ve İspanya'daki temel gıda ürünlerinin (pirinç, un, ekme, su, vs.) fiyatlarındaki fahiş artışlardır. İlaveten İtalya'da alınan milyarlarca avroyu bulan tasarruf paketlerinin açıklanması ve Yunanistan'ın içinde bulunduğu ekonomik bunalım Akdeniz-Avrupa'sının kendine has problemleridir. Arap baharı ile başlayan süreç içinde ekonomik bunalımlara sosyal bunalımlarında eklenmesiyle Mısır, Cezayir, Fas ve Suriye gibi Cebelitarık altı Akdeniz ülkelerinde hem ekonomik hem de sosyal bir çözümlenin başladığını söylemek mümkün olacaktır. Tüm

unsurlar bir arada düşünülduğünde Akdeniz bölgesinde ekonomik anlamda ters giden birtakım olayların olduğunu söylemek yerinde olacaktır (Gulev, 2009: 3-4).

Akdeniz ülkelerinin küresel anlamda eski gücüne kavuşabilmesi ve ekonomik değer kazanabilmesi için reklam, iletişim stratejileri ve yenilikleri daha iyi takip ederek pozisyon almaları gerekmektedir (Gulev, 2009: 4-5). Soğuk savaş dönemi sonrasında (ve hala) turizmin en canlı olduğu bölge olan Akdeniz bu gücünü *çalışmaya karşı olan özverisinde* de gösterebilirse küresel anlamda ekonomik bir güç kazanabilecek bölge olması gerçeğe dönüşecektir.

#### 4. Akdeniz Bölgesinin Sembolleri ve Çalışma Kavramı ile İlişkisi

Akdeniz bölgesi dünyada etkin üç dinin aynı anda yaşandığı bir bölge olarak da diğer coğrafi bölgelerden farklılıklar göstermektedir. Bu bölgede, (alfabetik sıra ile) Hıristiyan, İslam ve Musevi dinine mensup kişiler yaşamaktadır. Akdenizli Avrupalılar sosyal dinamiklerini uzun süre önce oturtmuştur. Akdenizli Museviler ise son 50 yıldır düzenli biçimde bu bölgenin bir parçası olmuştur. Akdenizli Araplarda ise İslam dini faktörü ve sosyal idare mekanizmalarının eksikliği, nüfusun çok genç olması (hala nüfusun %50'si 20 yaşın altında) ancak karar mekanizmasındaki kişilerin demografik yapıya aykırı biçimde seçilmesi bu bölgedeki problemleri derinleştirmiştir. Akdeniz halkı dünyanın geri kalanından farklı değer yargılarına sahip olduğu için yaşam pratiği günlük değerler üzerine bina edilmiştir. Buda uzun zaman kavramının aile ilişkileri dışında çok etkin olmadığını bu nedenle de sosyal dayanışma mekanizmasının çok iyi çalıştığını göstermektedir. Ayrıca belirtmek gerekir ki, Akdeniz insanının çatışma çözüm yolları küresel anlamda bilinenlerin dışındadır (Bensalah ve Daniel, 2003: 11-30).

Üç dinin birlikte ayakta olduğu bu topraklarda kullanılan figürler de barış ve kardeşlik temaları üzerine şekillenmektedir. Akdeniz'de en çok kullanılan figürler: *zeytin dalı*, *kuş* ve *palmiye ağacı* figürleridir. Bilindiği gibi “zeytin dalı” barışı ve barış içinde yaşamak isteyen toplulukları temsil etmektedir. Kuş ise insanoğlunun özgürlüğe olan düşkünlüğünü (kısmen hedonist) ve ruhunun serbestisini sembolize etmektedir. Böylece Akdeniz halkının çalışma kavramına dair ipuçları ortaya çıkmaktadır. Palmiye ağacı ise bolluk, bereket, özgürlük ve Akdeniz'in sıcak iklimini temsil etmektedir (Aicart, 2011: 101-103).

Akdeniz ülkelerindeki fiziki koşullar, tarih, doğa ve ışık alma biçimi bölgedeki metaforları, insanların davranış biçimini, toplumsal dinamikleri ve sanatı derinden etkilemiştir. İfade biçimi farklılığının önemli örneklerinden biri “*güzel*” kavramı üzerine

olmaktadır. Kuzey Amerika kıtasında bir kişinin, metanın ya da düşüncenin güzelliğinin vurgulanması için “*Look like a million dollars*” ifadesi kullanılmaktadır. Bu ifade tüketim toplumu sisteminin, düşünüş biçimini ne denli etkilediğinin önemli bir göstergesidir. Akdeniz ülkesinde ise “*güzellik*” kavramının “*Can you imagine anything more beautiful than a table prepared under a grapevine?*” cümlesiyle vurgulanmaktadır. (Aicart, 2011: 101-105). Burada ise doğaya, (deyim yerindeyse) tembelliğe ve hedonist yaşam biçimine vurgu vardır. Bu nedenle Akdenizlilerin çalışma kavramına atfettikleri anlamda büyük bir değişme olmadığını söylemek mümkün olacaktır.

Önemli bir diğer vurgu ise şarap üretimi üzerine şekillenmektedir. Üzüm Kafkas kökenli bir meyve olmasına rağmen Şarabın ilk keşfedildiği topraklar Akdeniz topraklarıdır (Gautier, 2005: 15-17). 2010 yılı verilerine bakıldığında dünya şarap üretiminin %17,5'i Fransa, %17,4'ü İtalya ve %14,2'si de İspanya'da gerçekleştirilmiştir. Böylece dünya şarap üretiminin neredeyse yarısının yalnızca Akdeniz'in üç büyük ülkesinde gerçekleştirildiğini söylemek yerinde olacaktır (Wine Institute, 2010). Toprağa bağlı ve dini bir tarafı da olan şarap üretimi Akdeniz insanının toprağa ve ritüellere verdiği değeri göstermesi açısından önemlidir.

## 5. Akdenizli İş Yapma Biçimi<sup>1</sup>

Akdeniz toplumlarında aile toplumun yapı taşıdır ve genelde aile eşrafına güvenilir. Böylece aile temelli işler daha yaygın olarak görülmektedir. Aile hem sosyal hayatın hem de iş yaşamının merkezindedir. Bunun önemli göstergelerinden biri önemli bir iş görüşmesinde aile bireylerinin birinden gelen arama ile ortaya çıkmaktadır. En ciddi ve zor koşullarda dahi aileden biri telefon etmiş ise, o telefona bakmak çok garip karşılanacak bir durum değildir. Hem işveren hem de çalışan bu durumu olağan karşılayacaktır.

Diğer yandan Akdeniz insanı bireysel ilişkilere ve sosyalleşme kavramına oldukça önem vermektedir. Güvenilir birey olmanın yolu iyi bir arkadaş çevresinde yer almaktan ve sosyal birey olmaktan geçmektedir. Nitekim başarılı bir iş deneyimi için Akdeniz insanı ile arkadaş olmak ve birlikte sosyalleşmek hayati önem taşımaktadır. Etimolojik olarak incelendiğinde “arkadaş” kavramı bir Akdenizli olan eski Türklerdeki kullanımı ile öne çıkmaktadır. Buna göre “*arkadaş*” kelimesi “arka ve taş” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Buna göre arkadaş kişiyi kötülüklerden koruyan ve geriye bakmasına

<sup>1</sup> Bu bölüm Communicaid'in (2009) “Doing Business in Greece”, “Doing Business in Spain”, “Doing Business in France”, “Doing Business in Turkey” çalışmalarından derlenmiştir.



gereke bırakmayacak kadar güvendiği kişilere verdiği bir yakıştırma olarak değerlendirilmektedir.

Zaman yönetimi açısından Akdeniz halkı aynı anda birçok şeyi yapmak istemektedir. Akdenizliler için işlerinde eğlenmek, iş tatmini ve yaşam tatmini açısından önemli beklentilerinden biri durumundadır. Zamanı bölme biçimi incelendiğinde, planlar kısa zamanda değişebilir niteliktedir. Akdenizlilerin espri anlayışının “hafif” tabirle kaba olduğunu da söylemek yerinde olacaktır.

Çalışma saatlerine bakıldığında kendi içinde de farklılıklar gözlenmekle birlikte genel olarak (09.00 – 14.00 / 17.00 – 20.00), (10.00 – 16.00 / 20.00 – 00.00) ya da (08.00 – 14.00) saatlerinde çalışılmaktadır. Hafta sonu ise iş yapanlara rastlamak çok mümkün olmamaktadır. Diğer yandan zamanı esnek kullanan Akdenizlilere göre bir iş görüşmesinin geç başlaması sürpriz değildir. Bir diğer önemli unsur Akdeniz insanların iletişim esnasında karşı tarafa fiziksel olarak yakın olmaktan hoşlanmasıdır. Bölgenin önemli özelliklerinden biri olan yakın temas halinde olma farklı kültürlerden Akdeniz’e gelmiş kişilerin zorlanmasına neden olabilmektedir.

Akdeniz ülkelerinde çalışma aralarının bu kadar geniş olmasının sebebi ise “*siesta*” kültürüdür. Etimolojik olarak “*Hora sexta*” kavramından gelmektedir. Bu da altı saat çalışma ve sonrasında ara anlamına gelir. Diğer bir ifade ile “*siesta*” öğle yemeği sonrası dinlenme olarak da kullanılmaktadır. Nitekim Monk ve diğerlerinin (2001: 686) yaptığı araştırma: ilerleyen yaşlarda güne erken başlayan kişilerin öğle yemeğinden sonra 90 dakikalık *siesta* yapmalarının sağlıklarına da katkıda bulunabileceği sonucuna ulaşmıştır. “*Siesta*”nın birçok nedeni olmasına rağmen, en kültürel olanı aile bağlarının kuvvetli olması dolayısıyla yemeği hep birlikte yeme isteği olarak gösterilmektedir. Böylece aile her fırsatta bir araya gelebilecektir. “*Siesta*”nın bir diğer kültürel nedeni de özellikle yazları öğle vakitlerinde hava sıcaklıklarının çok yüksek oluşu ve kapalı alanlar dışında insan bulunmayışıdır. Son olarak da Monk ve diğerlerinin araştırma sonuçları 60’lı - 70’li yaşlardaki insanların gece 03.00 sularında dışarıda görülmesini normalleştirmektedir.

Akdeniz bölgesinde genelde hiyerarşik bir yönetim anlayışı vardır ve karizmatik liderler bu ülkelerde daha çabuk başarıya ulaşmaktadır. Bu bağlamda yönetici ile çalışan arasındaki bağlar organizasyon içinde önceden belirlenmiş kurallara göre seyretmekte ve yöneticiyle çalışanların önünde tartışmak doğru bulunmamaktadır. Hiyerarşik yapılanmaya ilaveten erkeksi bir toplum olan Akdenizlilerde, Avrupa ülkelerine kıyasla kadınlara karşı bir adım daha fazla negatif ayrımcılık yapıldığını söylemek yerinde

olacaktır. Böylece kadın yöneticilerin sayısının az olması kadınların cam tavan sendromunu yoğunlukla yaşadıklarının bir göstergesi olmaktadır.

Akdeniz bölgesi insanının bir diğer özelliği ise; toplulukçu hareket ediyor olmasıdır. Bu nedendir ki, sosyalleşme, geniş alanda ve kalabalık bir biçimde yaşama, toplumun kültürel değerlerinden biridir. Yaşam alanının Amerika gibi fazla olmamasına ilaveten birlikte olmaktan keyif alma bir araya geldiğinde Akdeniz ülkelerindeki kalabalık görüntünün nedeni ortaya çıkmaktadır. İş yapma biçimi bakımından incelendiğinde kuvvetli iletişim içerisinde olan bireyler yoğun olduğundan; bir önceki işinde başarısız olmuş birinin, bir sonraki işi alması pek de kolay olmayacaktır denebilir.

Akdeniz bölgesinin insanı yakın ilişkide bulunduğu insanlarla yazılı iletişim kurmaktan hoşlanmaz ancak iş konusunda görevler ve sorumlulukların yazılı olarak tanımlanması ve bununla sınırlı kalması adına çaba sarf etmektedir. Ayrıca Akdeniz bölgesinin insanı hem sosyal görüşmeleri hem de iş görüşmelerini telefon ya da e-posta yoluyla değil, yüz yüze yapma eğilimindedir.

Akdeniz bölgesinde çalışmak; zamanı etkin kullanmak, işinden keyif almak ve güler yüzlü olmak kavramlarıyla birlikte anılmaktadır. Önemli bir diğer nokta, yakın ilişki kurmayı seven Akdeniz insanının diliyle ilgilidir. Genelde yüksek ses tonuyla konuşan Akdenizliler, bir yabancıyı kendi dillerini öğrenmeye çalışmasını mutlulukla karşılarlar. Nitekim bir yabancı için başarılı biçimde çalışmanın anahtarlarından biri de içinde bulunduğu ülkenin dilini öğrenmeye ve bu dilde (yarım da olsa) iletişim kurmaya çalışmasıdır. Ayrıca Akdenizlilerin çalışma felsefesi “*Çalışmak için yaşamaktan çok; yaşamak için çalışmak*” cümlesi temelinde şekillenmektedir. Yakın ilişkiyi seven Akdenizlilerin bir diğer önemli özelliği ise kişisel alanın içine girerek kendilerini anlatma çabasıdır. Bu davranış biçimi de farklı kültürlerden gelen bireyler tarafından kolay anlaşılacak bir durum değildir.

## SONUÇ

Akdeniz, dünyanın önemli kültür beşiklerinden biridir. Kendine has yaşayış, düşünüş ve inanış biçimi özellikleriyle farklı olduğu gibi iş yapma biçimiyle de diğer bölgelerden farklılık göstermektedir. Genel olarak Akdeniz kültürünün erkeksi özellikler gösterdiği, ailenin önemli bir değer olduğu, sosyal dayanışma mekanizmasının iyi çalıştığı, toprağa ve ritüellere bağlı bir yaşayış biçimi vardır. Bunlara ilaveten Akdenizlilerin hedonist bir yaşam biçimine sahip olduklarını söylemek yerinde olacaktır.

Sosyalleşme ve aynı anda birçok şeyi yapma isteği Akdenizlilerin klasik özelliklerindedir. Kaba espri anlayışı, yakın temasta olma istekleri, toplulukçu hareket etme eğilimi, kalabalık yaşama biçimi ve kişisel alan ihlali tipik bir Akdenizli iş yapma biçimidir. Son olarak Akdenizliler; “Çalışmak için yaşamaktan çok; yaşamak için çalışmak” felsefesine sahiptirler.

## KAYNAKÇA

Aicart, J. (2011). Gaudí and Mediterranean Culture, *Quaderns de la Mediterrània*, 15, 101-105.

Attane, I. – Courbage, Y. (2004). *Demography in the Mediterranean Region: Situation and Projections*, Plan Blau.

Bensalah, A.A. – Daniel, J. (2003). *Dialogue between Peoples and Cultures in the Euro-Mediterranean Area*, High-Level Advisory Group, Brussels.

Bentolila, S. – Ichino, A. (2003). *Unemployment and Consumption: Why are Job Losses Less Painful than Expected Near the Mediterranean*, European Commission TSER Project Number ERB4142 PL/973148.

Bouquerel, F. – El Husseiny B. (2009). *Towards a Strategy for Culture in the Mediterranean Region*, EC Preparatory document.

Bozkurt, V. (2000). *Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği*, Alesta Yayınları

Cominelli, F. (2010). *Fostering Cultural Diversity in the Mediterranean, The Cities of the Mediterranean Project*. Mapping Cultural Diversity – Good Practices from Around the Globe, German Commission for UNESCO (DUK), Bonn.

Communicaid. (2009). *Doing Business in Greece*, Communicaid Mitre House, London.

Gautier, J.F. (2005). *Şarabın Tarihi*, Dost kitabevi, Ankara.

Gulev, R.E. (2009). Seeking Business and Economic Stability within Euro-Mediterranean Countries, *IJEMS*, 2 (1), 3-5.

Leontidou, L. (2007). Beyond the Borders of Mediterranean Cities: The Mediterranean City Transition, *Journal of Interdisciplinary History*, 22 (2), 131-140.

Monk, T.H. – Buysse, D. J. – Carrier, J. – Billy, B.D. – Rose, L.R. (2001). Effects of Afternoon “Siesta” Naps on Sleep, Alertness, Performance, and Circadian Rhythms in the Elderly, *Sleep*, 24 (6), 680-687.

Pipitone, V. (2009). The Role of Total Factor Productivity in the Mediterranean Countries, *IJEMS*, 2 (1), 27-51.

Schoefthaler, T. (2010). Understanding Gender and Culture Relations, *Quaderns de la Mediterrània*, 7, 19-22.

Wine Institute (2010). *World Wine Production by Countries* <http://www.wineinstitute.org/files/WorldWineProductionbyCountry.pdf>, Erişim Tarihi: 23.12.2013.

[https://www.dzkk.tsk.tr/icerik.php?icerik\\_id=148&dil=1](https://www.dzkk.tsk.tr/icerik.php?icerik_id=148&dil=1), Erişim Tarihi: 29.10.2014.

Online Etymology Dictionary. <http://www.dictionary.com/browse/mediterranean>, Erişim Tarihi: 29.10.2014.

<https://tr.glosbe.com/tr/la/Akdeniz>, Erişim Tarihi: 29.10.2014.