



Marmaris Vocational School  
of Tourism



Application and Research Center  
of Youth Works

# INTERNATIONAL CONGRESS OF YOUTH RESEARCHES PROCEEDING BOOK



## ULUSLARARASI GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ BİLDİRİ KİTABI

**MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
GENÇLİK ÇALIŞMALARI UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ**

# MUĞLA

ISBN: 978-605-4397-55-6

INTERNATIONAL CONGRESS  
OF YOUTH RESEARCHES  
**PROCEEDINGS BOOK**  
27-31 May, 2016

ULUSLARARASI GENÇLİK  
ARAŞTIRMALARI KONGRESİ  
**BİLDİRİ KİTABI**  
27-31 Mayıs 2016



UGAK E - Bildiri Kitabı  
27-31 Mayıs 2016  
Marmaris/MUĞLA



MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
GENÇLİK ÇALIŞMALARI UYGULAMA VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## SUNUŞ

*Bugünün geleceği ve yarının teminatı gençlerimizdir. Güçlü bir ülke, sağlıklı bir yapılanma ve dinamik bir yönetim ancak kendini ifade edebilen gençler ile mümkün olacaktır. Gençlerimizi anlamak, onların sorunlarını analiz etmek ve bu sorunlara akademik bakış açısıyla çözüm önerileri getirebilmek üniversitelerin bir gerekliliği olarak görülmektedir.*

*Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi bünyesinde kurulan Gençlik Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından, gençlerin sorunlarının incelenmesi amacıyla Marmaris'te başarılı bir organizasyon ile düzenlenmiştir. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi için değerlendirilmek üzere ulusal ve uluslararası alanda toplam 117 bildiri Kongre Yürütme Kurulu'na ulaşmıştır. Kongremize yurtiçinde birçok ilden ve yurt dışında İngiltere, Azerbaycan, Kırgızistan, Ukrayna ve diğer ülkelerden katılım olmuştur.*

*Kongremize gönderilen bildiriler, Kongre Bilim Kurulu içerisinde uzmanlık alanları doğrultusunda belirlenen üç hakeme gönderilmiştir. Hakemler kurulundan ön onay olarak kabul edilen bildiriler, Kongre Yürütme Kurulu'nun belirlediği yazım kurallarına uygunluğu açısından da değerlendirilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda 74 Bildiri, kongrede sunulmak ve kongre bildiri özeti kitabında yayınlanmak üzere kabul edilmiştir. Kongremiz için kabul edilen ve edilmeyen bildirini gönderen araştırmacılara, kongreye gösterdikleri ilgi ve kattıkları değerden dolayı teşekkür ederiz.*

*Kongrenin düzenlenmesi için desteklerini bizlerden esirgemeyen Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Rektörlüğüne, Liverpool Belediyesi'ne, Muğla Büyükşehir Belediyesi'ne, Marmaris Ticaret Odasına, Marmaris Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na, Günlük Zeytin Yağları'na ve Ermaş Madencilik'e içten teşekkürlerimizi sunarız. Kongre çalışmalarımızda, akademik anlamda bilgi ve tecrübelerini bizlerle paylaşan değerli Onur Kurulu, Danışma Kurulu ve Bilim Kurulu Üyelerine de ayrıca teşekkür ederiz.*

*Bildiğiniz gibi bir kongrenin hazırlanması, sunulması ve hayata geçirilmesi başından sonuna bir ekip ve emek işidir. Bu bağlamda, Kongre Yürütme Kurulu Üyelerine, Kongre Düzenleme Kuruluna, Kongre Sekreteriyasına ve Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu akademik ve idari personeline en kalbi teşekkürlerimiz sunarız...*

**Kongre Düzenleme Kurulu**



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı



International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book

### **ONURSAL BAŞKANLAR**

*Amir ÇİÇEK* Muğla Valisi  
*Dr. Osman GÜRÜN* Muğla Büyükşehir Belediye Başkanı  
*Prof. Dr. Mansur HARMANDAR* Muğla Sıtkı Koçman Ün. Rektörü

### **ONUR KURULU**

*Metin KÜLÜNK* 26. Dönem İstanbul Milletvekili  
*Abdulkadir YÜKSEL* 26. Dönem Gaziantep Milletvekili  
*Mehmet ERDOĞAN* 26. Dönem Muğla Milletvekili  
*Nihat ÖZTÜRK* 26. Dönem Muğla Milletvekili  
*Yasin AKTAY (Prof. Dr.)* 26. Dönem Siirt Milletvekili  
*Mazhar BAĞLI (Prof. Dr.)* 25. Dönem Ş.urfa M.vekili/Yıldırım B. Ü.  
*Muhittin ATAMAN (Prof. Dr.)* Siyasi, Eko. ve Toplum Arş. Vakfı Bşk Yrd.  
*Nevres H. AYDOĞAN (Prof. Dr.)* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
*Yusuf Ziya ERDİL (Prof. Dr.)* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
*Bilal OKUDAN* Gençlik Kulüpleri Konf. Genel Başkanı  
*Mehmet BAYSAL* Marmaris Ticaret Odası Başkanı  
*Hülya ÇİÇEK* Emekli Öğretmen  
*Suzan HARMANDAR* Emekli Öğretmen  
*Cuma İÇTEN* 24. Dönem Diyarbakır M.vekili/İş Adamı  
*Emre KAÇAR* G.S.B., Gençlik Hiz. Genel Müd.  
*Erhan KARABAĞ* Mühendis, Genç İş Adamı  
*Feyzullah TECİRLİ* Türkiye Gençlik Kulüpleri Konf. Gnl. Bşk. Yrd.  
*Mehmet BIÇKICI* G.S.B., Projeler ve Koord. Gnl Md.  
*Sinan KARTAL* T.C. YÖK. Öğrenci Konseyi Koordinatörü

### **KONGRE BAŞKANI**

*Prof. Dr. Ümit Basar SEMİZ* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

### **KONGRE KOORDİNATÖRÜ**

*Prof. Dr. M. Naci ÖNAL* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

### **DÜZENLEME KURULU BAŞKANI**

*Okt. Zekeriya BİNGÖL* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

### **KONGRE BAŞKAN YARDIMCILARI**

*Doç. Dr. Faruk ŞEN* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
*Doç. Dr. Atılgan ERÖZKAN* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

### **KONGRE KOORDİNATÖR YARDIMCILARI**

*Y. Doç. Dr. Aytekin FIRAT* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
*Y. Doç. Dr. Ekrem AYAN* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

### **DÜZENLEME KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI**

*Öğr. Gör. Dr. Levent KARADAĞ* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
*Öğr. Gör. Ergün KARA* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



### DANIŞMA KURULU

<i>Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN</i>	<i>İstanbul Arel Üniversitesi</i>
<i>Prof. Dr. Kılıçhan BAYAR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Prof. Dr. M. Volkan COŞKUN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Doç. Dr. Ceyhun ÖZÇELİK</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Doç. Dr. Eda ÜSTÜNEL</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Doç. Dr. Servet KAVAK</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>

### YÜRÜTME KURULU

<i>Öğr. Gör. Fatih Mehmet DEMİR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Öğr. Gör. Gizem ÖZGÜREL</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Öğr. Gör. Mehmet KARAMAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Öğr. Gör. Y. Emre USTGÖRÜL</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Öğr. Gör. Sedat DEĞİŞGEL</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Okt. Seval IŞIKLI</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Ahmet KOCABIYIK</i>	<i>Marmaris Spor İlçe Müdürü</i>
<i>Ali İNAN</i>	<i>Muğla BŞB, Turizm ve Spor Dairesi Bşk.</i>
<i>Devrim KARAKUŞ</i>	<i>Muğla Genç. Hiz. ve Sp. İl Md., Şube Md.</i>
<i>Okyay TAVAS</i>	<i>Muğla Gençlik Merkezi Müdürü</i>
<i>Serkan ÖÇALMAZ</i>	<i>Muğla Gençlik Hiz. ve Spor İl Md.</i>
<i>Yakup BAYKAL</i>	<i>Marmaris İlçe Kültür ve Turizm Md.</i>
<i>Yusuf Kubilay DEVECİ</i>	<i>Gençlik Kulüp. Konf., Ege Böl. Fed. Bşk.</i>

### BİLİM KURULU

<i>Prof. Dr. Ali AKAR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Ali Osman GÜNDOĞAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Aylin GÖRGÜN</i>	<i>Hacettepe Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. A. Rezan ÇEÇEN EROĞUL</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Banu BAYAR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Bayram COŞKUN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Bilgehan GÜLTEKİN</i>	<i>Ege Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN</i>	<i>İstanbul Arel Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Esra BURCU</i>	<i>Hacettepe Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ</i>	<i>University Of Central Florida ABD</i>
<i>Prof. Dr. George GRIGORE</i>	<i>Doğu Dilleri Üniversitesi Romanya</i>
<i>Prof. Dr. Gülnihal KUTLU</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Hon. Dr. Matthias GLEITZE</i>	<i>University Oswiecim Polonya</i>
<i>Prof. Dr. Irena DARGİNAVİCİENE</i>	<i>Klaipeda University Litvanya</i>
<i>Prof. Dr. İhsan SEZAL</i>	<i>TOBB Eko. ve Tek. Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. İlyas ÖZTÜRK</i>	<i>Münih Başk. Eğitim Ateşesi Almanya</i>
<i>Prof. Dr. Mazhar BAĞLI</i>	<i>Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Mehmet ELGİN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Mehmet ESKİN</i>	<i>Adnan Menderes Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Prof. Dr. Mehmet UĞURLU</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



- Prof. Dr. Mustafa TEKİN İstanbul Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Murat TÜRK Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Nadezda STOJKOVIĆ Niş Devlet Üniversitesi Sırbistan*  
*Prof. Dr. Nevide AKPINAR DELLAL Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Ozan BAHAR Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Raushan AVAKOVA Al-Farabi Milli Üniversitesi Kazakistan*  
*Prof. Dr. Recep GÜRSOY Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Rena SULTANOVA Azerbaycan İktisat Üniversitesi Azerbaycan*  
*Prof. Dr. Rupprecht BAUR Duisburg-Essen Universitaet Almanya*  
*Prof. Dr. Salih UŞUN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Sebahattin ÇEVİKBAŞ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Sertap KAVASOĞLU Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Seyit KASKABASOV L. Gumilev Avrasya Milli Üniv. Kazakistan*  
*Prof. Dr. Somali GUPTA Dhamdha CLC Government Col. Hindistan*  
*Prof. Dr. Süleyman Seyfi ÖĞÜN Maltepe Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Tuncer ASUNAKUTLU Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Turgay UZUN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Umut AVCI Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Valeriy RYALBALKİN Ukrayna Doğu Dilleri Üniversitesi Ukrayna*  
*Prof. Dr. Vefa TAŞDELEN Yıldız Teknik Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Zhanat AİMUKHAMBET L. Gumilev Avrasya Milli Üniv. Kazakistan*  
*Prof. Dr. Zeynep TÜRK Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Türkiye*  
*Prof. Dr. Hab. Witold STANKOWSKI University Oswiecim Polonya*
- Doç. Dr. Abdülkerim GÖK Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Ali Fuat ARICI Yıldız Teknik Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Atılgan ERÖZKAN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Dijana GUPTA Mostar Devlet Üniversitesi B. Hersek*  
*Doç. Dr. Doğan KUTUKIZ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Edyta WOOD Kazimierza Wielkiego Üniversitesi Polonya*  
*Doç. Dr. Emin ŞİHALİYEV Nahçıvan Devlet Üniversitesi Azerbaycan*  
*Doç. Dr. Fahri ÇAKI Balıkesir Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Füsun ÖZERDEM Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Gulzhanat BEGİMOVA Al – Farabi Milli Üniversitesi Kazakistan*  
*Doç. Dr. Hasan BOZGEYİKLİ Erciyes Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. İryna M. DRYGA Ukrayna Milli Bilimler Akademisi Ukrayna*  
*Doç. Dr. Karlğash SAREKENOVA Avrasya Milli Üniversitesi Kazakistan*  
*Doç. Dr. Kuanyshbek KENZHALİN Avrasya Milli Üniversitesi Kazakistan*  
*Doç. Dr. Marina V. ROBERTS Vladimir State Üniversitesi Rusya*  
*Doç. Dr. Mehmet BAYANSALDUZ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Mehmet DALLI Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Murat BİTEKER Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Nasırlı NASURULLAH Turizm ve Menecment Üniv. Azerbaycan*  
*Doç. Dr. Rıdvan CANIM Trakya Üniversitesi Türkiye*  
*Doç. Dr. Sabahattin DENİZ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye*



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı



International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book

<i>Doç. Dr. Sabri SİDEKLİ</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Senan ALİYEYEV</i>	<i>Turizm ve Menecment Üniv. Azerbaycan</i>
<i>Doç. Dr. Sıtkı YILDIZ</i>	<i>Kırıkkale Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Süleyman CAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Süleyman Murat YILDIZ</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Şevki KÖMÜR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Şinasi ÖZTÜRK</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Vefa SAYGIN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Yıldırım KIZGIN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Yusuf CAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Doç. Dr. Zekeriya MIZIRAK</i>	<i>Necmettin Erbakan Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Arzu GÜRDOĞAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Aytekin FIRAT</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Deniz AKPINAR</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Ekrem AYAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Ervin KOVACEVIĆ</i>	<i>International Sarajevo University B. Hersek</i>
<i>Y. Doç. Dr. Haşim KAFALI</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. İsa SPAHİU</i>	<i>Uluslararası Balkan Üniv. Makedonya</i>
<i>Y. Doç. Dr. Kadir ÇAYIR</i>	<i>Çankırı Karatekin Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Mehmet AVCI</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Mehmet GÜNLÜK</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Michael NELSON</i>	<i>Finalndiya Turku Üniversitesi Finlandiya</i>
<i>Y. Doç. Dr. Minela KERLA</i>	<i>Saraybosna Devlet Üniversitesi B. Hersek</i>
<i>Y. Doç. Dr. Savaş ÇAĞLAYAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Uğur DOĞAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Vehbi BAYHAN</i>	<i>İnönü Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Zafer DURDU</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>
<i>Y. Doç. Dr. Zafer TANGÜLÜ</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Türkiye</i>

### **KONGRE SEKRETARYA**

<i>Öğr. Gör. Mehmet KARAMAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Öğr. Gör. Gizem ÖZGÜREL</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Öğr. Gör. Şehmuz DEMİRCAN</i>	<i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</i>
<i>Harun KESKİN</i>	<i>MSKU. Yüksek Lisans Öğrencisi</i>



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## İÇİNDEKİLER

Adile TÜMER, Baran İLHAN, Funda ANDIÇ, Asiye KARTAL <i>Gençlerde İnsomni Görülme Sıklığı</i>	1
Adnan ACAR <i>Milli Mutfak Kültürünün Nesiller Arası Aktarımında Anne – Kızların Rolü ve Önemi: Muğla İli Örneği</i>	10
Adnan ACAR <i>Gençlerin Fast Food Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi: Muğla SK Üniv. Örneği</i>	22
Alihan OLAK, Adile TÜMER <i>Hemşirelik 1. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına İlişkin Tutumları</i>	34
Арман АЗИМХАН <i>Description of a Military Vacabulary in Kazakh Epos</i>	43
Arzu GÜRDOĞAN, Selma ATABEY <i>Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kariyer Algıları</i>	48
Rəna SULTANOVA <i>Azərbaycan Gənclərinin Ölkə İqtisadiyyatda Rolü</i>	65
Ayşe BOZGEYİKLİ, Hasan BOZGEYİKLİ <i>Hafızlık Eğitimi Alan Genç Kızların Kur'an Kursuna Yönelik Tutumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki</i>	70
Bengü HIRLAK, Tuba BIYIKBEYİ, Simge ALAŞAHAN, Hüseyin ÇİÇEKLİOĞLU <i>Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı İle Sosyal Bağlılıkları Arasındaki İlişki</i>	87
Bülent ÖZ, Erhan ERGİN <i>Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amaçlarının İncelenmesi: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Örneği</i>	105
Cemil GÜNDÜZ, Harun KESKİN, Levent KARADAĞ <i>Üniversite Gençliğinin Örgütsel Sorunları ve Baş Etme Yolları: Muğla S.K. Üniv. Öğrenci Konseyi Üzerine Bir Araştırma</i>	120
Ergün KARA, Duygu TÜRKMEN <i>Türkiye'deki Genç Seçmenlerin Siyasete Bakışı ve Katılımı</i>	132
Emine AY, Yusuf YİĞİT <i>Popüler Kültür Gençlik</i>	146





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Ensar Arif SAĞBAŞ, Serkan BALLI, Faruk ŞEN <i>Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri</i>	153
Faruk ŞEN, Ramazan ÖZKAN <i>Türkiye’de Teknik Eleman Yetiştirilmesi, İstihdamı ve Önemi</i>	164
Senuber İslam QENBEROVA <i>Youth Policy as a Part of Azerbaijan’s State Policy</i>	170
Sedat DEĞİŞGEL, Zekeriya BİNGÖL <i>Semavi Dinler Dersi Alan Turizm Animasyonu Öğrencilerinin Dinler Ve Dini İnanışlar Hakkındaki Görüşleri</i>	173
Ergün KARA, Gülşah Sultan SARIOĞLU <i>İnternet Kullanımının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri Üzerine Teorik Bir Araştırma</i>	181
Hakan KESKİN, Murat DİNÇKURT <i>Gençlik ve Havacılık Eğitimi</i>	190
Hasan BOZGEYİKLİ <i>Üniversiteli Gençlerde Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri İle Zaman Perspektifi İlişkisi</i>	195
Hüseyin GÜRÜLER, Uğur AYVAZ <i>Yazılım Geliştirme Herkes İçin Mümkün: Çocuklar ve Gençler İçin Programlamayı Kolaylaştıran Araçlar</i>	215
Kutay OKTAY, Miraç PAÇACIOĞULLARI, Erhan İŞLEK <i>Kastamonu’da Gençlik Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi</i>	223
Mehmet ÇOLAK, Tahsin ÇETİN, Ramazan KUMSAL <i>Türkiye Mobilya Sektöründe Girişimcilik ve Üniversite Gençliğine Yönelik Proje Destekleri</i>	233
Mehmet Surur ÇELEPİ <i>Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği</i>	247
Mustafa TAŞLIYAN, Bengü HIRLAK, Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Bilge GÜLER <i>Üniversite ve Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma</i>	266
Mustafa TAŞLIYAN, Hüseyin ÇİÇEKLİOĞLU, Tuba BIYIKBEYİ, Bilge GÜLER <i>Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması</i>	279



Onur ATAK, Taner DALGIN <i>Gençlerin Girişimcilik Eğilimleri: Literatürdeki Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme</i>	294
Firuze RASHOVA <i>Genç Neslin Oluşmasında Milli Kültürün Etkisi</i>	304
Sedat DEĞİŞGEL <i>Turizm Okullarında Eğitim Gören Gençlerin Farklı Sektörlere Yönelme Sebepleri</i>	308
Serdar ÇİL <i>Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Facebook Kullanımlarının İncelenmesi: Muğla Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma</i>	316
Serdar KARAKAYA <i>Sinemada Gençler ve Gençlik</i>	327
Sevinç CABBAROVA <i>Naxçıvan İqtisadi Rayonunda Gənclərin Əmək Potensialından Səmərəli İstifadə Yolları</i>	336
Sibel Turhan TUNA <i>Yaratıcı Yazma Süreç ve Uygulamaları Dersi Bağlamında “Şehir-Maddi Kültür-Gençlik” Konularına Yönelik Öğrenci Görüşlerinin İncelenmesi</i>	343
Hulusi DOĞAN, Derya GÜNEY, Vedat GÖLLER, Şeyhmus DEMİRCAN <i>Üniversite Gençliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Hizmet Kalitesine İlişkin Alguları: Köteklî Kampüsü Örneği</i>	360
Tahsin ÇETİN, Mehmet ÇOLAK <i>Mobilya Sektöründeki Genç Lider Yöneticilerin İnovasyon Anlayışı</i>	375
Veysel Fuat HATİPOĞLU <i>Bireysel Emeklilik Sistemi İçerisinde 25 Yaş Altı Grubunun Değerlendirilmesi: Talep Tahmini Yaklaşımı</i>	381
Yusuf YİĞİT, Emine AY <i>Gençlerin Beslenme Alışkanlıkları ve Obezite</i>	389
Harun UÇAK <i>Avrupa Birliği ve Türkiye’de Genç İstihdamın Yapısı: Karşılaştırmalı Bir Analiz</i>	403
Harun UÇAK <i>Dünya’da ve Avrupa Birliğinde Genç Çiftçi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme</i>	411



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı



International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book

Mehmet Naci ÖNAL, Emine KALENDER, Mahmut CEYHAN <i>Gençliğin Geleneğe Bakışı</i>	419
Kadir BAYSAL, Ergün KARA <i>Diyabetin Yayılma Hızı ve Genç Nüfusa İnmesi Nedeniyle Turistik İşletmelerde Yapılması Gerekenlere Yönelik Teorik Bir Araştırma</i>	436
Taner DALGIN, Fatih ERCAN <i>Gençlerin İş Arama Evresinde Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri Üzerinde Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği</i>	448
Ekrem AYAN, Zekeriya BİNGÖL <i>Sosyal Ağlarda Gençlerin Dil Kullanımı ve Onları Anlama Rehberi</i>	458
Assemgul RAYEVA <i>Estimated Connotation of Phraseology</i>	463



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Gençlerde İnsomni Görülme Sıklığı

Adile Tümer<sup>1</sup>, Baran İlhan<sup>2</sup>, Asiye Kartal<sup>3</sup>

<sup>1</sup>MSKÜ, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, Muğla/Türkiye.

<sup>2</sup>Özel Park Hospital, Adıyaman/Türkiye.

<sup>3</sup>PAÜ, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, Denizli/Türkiye.

### Özet

En sık görülen uyku bozukluklarından birisi olan insomni, uykuya dalma, uykuyu devam ettirmede zorluk veya istenilenden önce uyanma durumudur. Kısa, yetersiz, yüzeysel, kolay bölünebilir veya dinlendirici olmayan uyku ile karakterizedir. Bu çalışma, gençlerde insomni sıklığı ve etkileyebilecek olası faktörlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı tipte tasarlanan bu çalışma 20 Şubat-30 Mayıs 2015 tarihlerinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde, 374 hemşirelik öğrencisinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma öncesinde kurumdan, etik kuruldan ve öğrencilerden izin alınmıştır. Veri toplama aracı olarak, Tanımlayıcı Özellikler Formu, Aydın ve ark.(2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Pittsburgh İnsomni Değerlendirme Ölçeği (PİDÖ) kullanılmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan 60 olup, 30 puan ve üzeri insomni şüphesi olarak kabul edilmektedir. Araştırma kapsamına alınan gençlerin yaş ortalamasının  $20.99 \pm 2.06$  ve PİDÖ puan ortalamasının  $16.20 \pm 11.79$  olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %32.6'sının erkek olduğu, %23'ünün ortalama 6 saatten az uyuduğu, %12.6'sının hekim tanıli hastalığının olduğu, %23.7'sinin sigara içtiği ve %13.9'unun çay/kahve tüketiminin yüksek olduğu belirlenmiştir. Altı saatten az uyuyan, sigara içen, çay/kahve tüketimi fazla ve hekim tanıli hastalığı olan öğrencilerin PİDÖ puan ortalamasının istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Sonuç olarak, araştırmaya katılan gençler arasında insomni şüphesinin yüksek oranlarda (%38.23) olduğu dikkat çekmiştir. Özellikle risk altındaki gençlerin uyku sorunlarının önlenmesinde ve tedavisinde uyku hijyeni eğitimi, bilişsel ve davranışsal tedavi yöntemlerinin etkili olacağı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Genç, insomni, halk sağlığı

### Prevalance of Insomnia in Young People

#### Abstract

One of the most common sleep disorders is insomnia difficulty in falling asleep, maintaining sleep or state of waking up earlier than required. It is characterized by short, poor, shallow, easily divisible or non-restful sleep. This study was conducted to investigate the frequency of insomnia on young people and the potential factors which may effect. The study which was conducted in descriptive design was carried out with 374 nursing students in Muğla Sıtkı Koçman University during the February 20 to May 30, 2015 period. Before the procedure, ethical permissions were provided and students responded voluntarily. The data were obtained through Descriptive Characteristics Form and Pittsburgh Insomnia Rating Scale (PIRS) adopted by Aydın et al. (2014) the Turkish. 0 points can be taken from the lowest scale, and the highest score being 60; 30 points and above is considered to be suspicion of insomnia. It was found out that the mean value of the participant students' ages was  $20.99 \pm 2.06$  and PIRS mean value was  $16.20 \pm 11.79$ . It was also found out that 32.6% of the participants were male, 23% slept less than 6 hours a day, 12.6% had a disease diagnosed by physicians, 23.7% were smokers and tea/coffee consumption of 13.9% was determined to be at a high level. Average PIRS score of the students who sleep less than six hours, who smoke, whose tea/coffee consumption is high, who has a disease diagnosed by physicians was determined to be statistically significantly higher ( $p < 0.05$ ). As a result, high rates (38.23%) of insomnia suspicion were noted among young people who participated in the survey. In particular, sleep hygiene education and the treatment of cognitive behavioral therapy is considered to be effective in the prevention and treatment of the sleep problems of young people who are at risk.

**Keywords:** Young, insomnia, public health



## Giriş

Uyku, bireylerin yaşam kalitesini ve sağlığını önemli ölçüde etkileyen fizyolojik, psikolojik ve sosyal boyutları olan bir kavramdır. İnsan yaşamında temel ve vazgeçilmez etkinliklerden biri olup, yeme, içme, nefes alma, boşaltım kadar önemli bir fizyolojik gereksinimdir (Aktürk, 2013). Bu nedenle bireyin yaşam kalitesini ve iyilik durumunu etkileyen sağlığın önemli bir değişkeni olarak görülmektedir (Aktürk, 2013; Aysan, Karaköse, Zaybak ve İsmailoğlu, 2014). Fiziksel ve psikolojik yapının onarım ve yenilenmesi, enerji depolanması, hafızanın güçlendirilmesi, somatik büyüme ve gelişme, beyin gelişimi, bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi gibi birçok faaliyet uyku sırasında gerçekleştirilmektedir (Sarı, Üner, Büyükakkuş, Bostancı, Çeliksöz ve Budak, 2015).

Uykunun miktarı, niceliği ve zamanlamasındaki bozukluklar uyku bozukluğu (dissomni) olarak adlandırılmaktadır. Uyku bozukluğu, uykusuzluk, uyku kalitesinde bozukluk, tekrarlayan uyku bölünmeleri, aşırı uyuma ihtiyacı, gece-gündüz sikluslarına uygun olmayan uyku hali gibi kavramları içermektedir (Sarı vd., 2015). Uyku kalitesi; yaşam şekli, çevresel faktörler, iş, sosyal yaşam, ekonomik durum, genel sağlık durumu ve stres gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Şenol, Soyer, Akça ve Argün, 2012).

Toplumlara ve yaş gruplarına göre değişmekle birlikte, uyku bozukluklarının oranı %5 - %71 arasında değişmektedir (Aysan vd., 2014). ABD’de toplam nüfusun % 10’unun klinik olarak belirgin bir uyku bozukluğu yaşadığı bilinmektedir (Ram, Seirawan, Kumar ve Clark, 2010). Türkiye’de ise Erişkin Toplumda Ulusal Uyku Epidemiyolojisi Araştırması’na (TAPES) göre uyku bozukluklarının prevalansı %21,8 (E:%17,0, K:%26,3), uykululuk sıklığı %5,4’tür (E:%5,1, K:%5,8) (Demir, 2010).

Uyku bozuklukları beden ve ruh sağlığını, sosyal yaşamı olumsuz etkileyen, akademik başarıda ve iş verimliliğinde düşüşe, kazalarda artışa neden olabilen, sıklığı açısından dikkat çekici bir halk sağlığı sorunudur (Demir, 2010; Young, 2004). Son yıllarda, üniversite öğrencilerinin uyku miktarı ve kalitesinin önemli ölçüde değiştiği, uyku süresinin azaldığı (7.75 saatten 6.65 saate düştüğü), uyku konusundaki rahatsızlıkların arttığı (%24’dan %71’e yükseldiği) bildirilmektedir (Aysan vd., 2014). Sarı ve arkadaşlarının (2015) yurttan kalan 277 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları çalışmada, katılımcıların %41,1’inin uyku kalitesinin düşük olduğu belirlenmiştir. Amerika’da yapılan bir çalışmada kötü uyku kalitesine sahip öğrencilerin fiziksel ve psikososyal sağlık problemlerini anlamlı şekilde daha fazla deneyimledikleri saptanmıştır (Lund, Reider, Whiting ve Prichard, 2010).

En sık görülen uyku bozukluklarından birisi olan insomni; uykuya dalmada, uykuyu sürdürmede ve sonlandırmada güçlük ya da uyuduğu halde uykusunu alamama, dinlenmiş hissedememe ile karakterizedir (Pıçak, İsmailoğulları, Mazıcıoğlu, Üstünbaş ve Aksu, 2010). Yetersiz olan gece uykusuna ek olarak, bunun sonucu meydana gelen aşırı yorgunluk, performansta azalma veya emosyonel değişiklikler gibi gündüz belirtileri de vardır (Oral, 2012). İnomni, bir semptom olarak görülebildiği gibi, hastalıkların habercisi, tetikleyicisi, hastalık sonrasında kalıcı olabilen bir belirti şeklinde de ortaya çıkabilir. İnomni, yaygınlığı ve sonuçları açısından insan sağlığı için önem taşımaktadır (Pıçak vd., 2010).

İnomni kadınlarda erkeklere oranla daha fazla görülür. İnomniyle ilgili prevalans bildirimleri, kullanılan tanıma göre değişmektedir. Erişkinlerde prevalans yaklaşık %15-20 oranındadır. Ayrıca yaşla birlikte prevalans da artmaktadır (Aktürk, 2013; Oral,



2012). Ankara'da uykusuzluk ve ilgili semptomları belirlemek amacıyla, 1034 kişinin katılımı ile gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcıların %23.7'sinin bir veya daha fazla insomni semptomu tanımladığı belirlenmiştir (Aslan vd., 2006).

Ülkemizde gençlerin uyku bozukluklarına ilişkin yapılmış çalışmalar yok denecek kadar azdır ve insomni görülme sıklığı ile ilgili, ölçek kullanılarak yapılmış bir çalışmaya ulaşılamamıştır. İnsomniyi klinik dışında, sahada tarama çalışmalarıyla belirlemek, bireylerde farkındalık oluşturmak ve sorunun çözümüne yönelik girişimlerde bulunmak büyük önem taşır. Aydın, Ünal, Uzuner, Erdinç ve Metintaş (2014) Türkçe'ye uyarladıkları Pittsburgh İnsomni Değerlendirme Ölçeğinin (PİDÖ) farklı gruplarda tarama amaçlı kullanılabileceğine vurgu yapmışlardır. Bu çalışmada PİDÖ ile gençlerin uykusuzluk durumunun ilk defa değerlendiriliyor olması önemlidir. Araştırma sonuçlarının hem literatüre hem de gençlere yönelik verilecek sağlık hizmetlerinin geliştirilmesine, dolayısıyla toplum sağlığına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma; gençlerde insomni sıklığı ve etkileyebilecek olası faktörlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

## Yöntem

**Araştırmanın tipi, yeri ve zamanı:** Tanımlayıcı tipte tasarlanan bu çalışma 20 Şubat-30 Mayıs 2015 tarihlerinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü'nde gerçekleştirilmiştir.

**Araştırmanın Evreni / Örnekleme:** Araştırmanın evrenini, Hemşirelik Bölümü öğrencileri oluşturmuştur. Örneklem seçme yöntemine gidilmemiş, çalışmaya katılmak isteyen ve veri toplama sürecinde sınıflarda bulunan 374 öğrenciden veri toplanmıştır.

**Veri Toplama Araçları:** Veriler 15-30 Nisan 2015 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından sınıf ortamında anket yöntemi ile toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak "Tanımlayıcı Özellikler Soru Formu" ve "Pittsburgh İnsomni Derecelendirme Ölçeği (PİDÖ)" kullanılmıştır.

Literatür doğrultusunda hazırlanan tanımlayıcı özellikler formunda; yaş, cinsiyet, sınıf, annenin ve babanın eğitim durumu, ailenin gelir durumu, günlük uyku süresi, hekim tanımlı bir hastalığının olup olmaması, varsa düzenli kullanılan ilaçlar, sigara kullanma durumu, günlük tüketilen çay/kahve düzeyi olmak üzere toplam 11 soruya yer verilmiştir.

Pittsburgh İnsomni Derecelendirme Ölçeği (PİDÖ); Aydın ve arkadaşları (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanan, 20 sorudan oluşan 4'lü likert tipi bir ölçektir. 12 soru uyku nedenli kişisel sıkıntılarla, 4 soru uyku parametreleri ve 4 soru ise yaşam kaliteleri ile ilgilidir. PİDÖ, en düşük puan 0, en yüksek puanın 60 olabileceği bir ölçektir. Ölçeğin chronbach's alfa değeri 0.90 bulunmuştur. Bu çalışmada chronbach's alfa değeri 0.91'dir. Ölçekten alınan puan arttıkça insomni şüphesi artmaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlamasında 30 puan ve üzeri insomni kabul edilmiştir.

**Verilerin Değerlendirilmesi:** Verilerin analizi SPSS 20.0 paket programında, tanımlayıcı istatistikler (sayı, yüzde, ortalama, standart sapma), normal dağılıma sahip değişken ortalamalarının karşılaştırılması için, iki grup kıyaslamasında **t testi**, ikiden fazla grup ortalamasının kıyaslamasında "**Tek Yönlü Varyans Analizi**" (*One-Way ANOVA*), ANOVA ile anlamlı fark bulunan değişkenlerde alt grupların arasındaki farkların yorumlanması için alt grupların ikili kıyaslamalarında da post-hoc "**Tukey**



HSD” testi kullanılmıştır. Araştırmada yaş, cinsiyet, anne-baba eğitim düzeyi, aile gelir durumu, günlük uyku süresi gibi tanımlayıcı özellikler bağımsız değişken iken, Pittsburgh İnsomni Derecelendirme Ölçeği puan ortalaması ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

**Araştırmada Etik:** Araştırma için ölçek kullanım izni, etik kurul izni, araştırmanın yapıldığı kurumdan ve öğrencilerden yazılı izin alınmıştır.

## Bulgular

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yaş ortalamasının  $20.99 \pm 2.06$  ve %67.4’ünün kız öğrenci olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin %58.0’ının annesinin, %49.3’ünün babasının ilköğretim düzeyinde eğitim aldığı saptanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %23’ünün ortalama 6 saatten az uyuduğu, %12.6’sının hekim tanıli hastalığının olduğu, %23.7’sinin sigara içtiği ve %13.9’unun çay/kahve tüketiminin yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Öğrencilerin Tanımlayıcı Özellikleri (n=374)

Değişkenler	Özellikler	n	%
Yaş	Ort.±SS:20.99 ± 2.06(Min=17-Max=30)		
	Cinsiyet	Kız	252
	Erkek	122	32.6
Sınıf	1.Sınıf	92	24.6
	2.Sınıf	66	17.6
	3.Sınıf	101	27.0
	4.sınıf	115	30.7
Annenin Eğitim Durumu	Okuryazar değil	43	11.5
	Sadece okuryazar	17	4.5
	İlköğretim	217	58.0
	Lise	77	20.6
	Üniversite	20	5.3
Babanın Eğitim Durumu	Okuryazar değil	7	1.9
	Sadece okuryazar	16	4.3
	İlköğretim	184	49.3
	Lise	126	33.7
	Üniversite	41	11.0
Aile Gelir Durumu	Gelir giderden az	80	21.4
	Gelir gidere denk	242	64.7
	Gelir giderden fazla	52	13.9
Günlük Uyku Süresi	6 saatten az	86	23
	6 saat ve daha fazla	288	77.0
Hekim Tanılı Hastalık	Evet	47	12.6
	Hayır	327	87.4
Sigara İçme Durumu	Evet	85	22.7
	Hayır	289	77.3
Çay Kahve Tüketimi	Düşük	162	43.3
	Orta	160	42.8
	Yüksek	52	13.9



Çalışmaya katılan öğrencilerin PİDÖ puan ortalamasının  $16.20 \pm 11.79$  (mak-min:0.00-55.00) olduğu saptanmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlamasında 30 puan ve üzeri insomni kabul edilmiş, bu değerlendirmeye göre öğrencilerin %38.23'ünde insomni şüphesi olduğu belirlenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Öğrencilerde PİDÖ Puan Ortalamasına Göre İnsomni Şüphesi

PİDÖ Puan Aralığı	n	%
30 puan altı	231	61.76
30 ve üzeri olanlar	143	38.23

Öğrencilerin cinsiyetine göre PİDÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında kız öğrencilerin puanlarının erkek öğrencilerin puanlarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır ( $t=1.44$ ,  $p>0.05$ ) (Tablo 3).

**Tablo 3.** Öğrencilerin Cinsiyetine Göre PİDÖ Puan Ortalamasının Karşılaştırılması

Cinsiyet	n	$\bar{X}$	ss	t	p
Kız	252	26.81	11.69		
Erkek	122	24.94	11.95	1.44	0.15

Öğrencilerin günlük uyku süresine göre PİDÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında 6 saat ve daha fazla uyuyanların puanının 6 saatten az uyuyanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiş olup, bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $t=2.38$ ,  $p<0.05$ ) (Tablo 4).

**Tablo 4.** Öğrencilerin Günlük Uyku Süresine Göre PİDÖ Puan Ortalamasının Karşılaştırılması

Uyku Süresi	n	$\bar{X}$	ss	t	p
6 saatten az	86	28.81	11.50		
6 saat ve daha fazla	288	25.42	11.78	2.35	0.01

Öğrencilerin hekim tanımlı hastalıklarının olma durumuna göre PİDÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında evet diyenlerin puanlarının hayır diyenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiş ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $t=2.28$ ,  $p<0.05$ ) (Tablo 5).





**Tablo 5.** Öğrencilerin Hekim Tanılı Hastalık Durumuna Göre PİDÖ Puan Ortalamasının Karşılaştırılması

Hasta olma	n	$\bar{X}$	ss	t	p
Evet	47	9.85	11.75		
Hayır	327	5.67	11.72	2.28	0.02

Öğrencilerin sigara içme durumuna göre PİDÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında sigara içenlerin içmeyenlere göre PİDÖ puan ortalamasının daha yüksek olduğu belirlenmiş ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ( $t=3.66$ ,  $p<0.05$ ) (Tablo 6).

**Tablo 6.** Öğrencilerin Sigara İçme Durumuna Göre PİDÖ Puan Ortalamasının Karşılaştırılması

Sigara İçme	n	$\bar{X}$	ss	t	p
Evet	85	30.16	11.21		
Hayır	289	25.03	11.72	3.57	0.00

Öğrencilerin çay/kahve tüketimleri ile PİDÖ puan ortalaması arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ( $p\leq 0.05$ ). Farklılığı meydana getiren grupları belirlemek amacıyla Tukey HSD testi yapılmış, ikili karşılaştırmalarda, çay/kahve tüketimi yüksek olan öğrencilerin çay/kahve tüketimi düşük olanlarla kıyaslandığında daha yüksek puan ortalamasına sahip oldukları ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ) (Tablo 7).

**Tablo 7.** Öğrencilerin Çay/Kahve Tüketimine Göre PİDÖ Puan Ortalamasının Karşılaştırılması

Çay/Kahve tüketimi	n	$\bar{X}$	ss	f	p
Düşük	162	25.12	12.22		0.05
Orta	160	26.16	11.70	2.95	
Yüksek	52	29.69	10.13		

## Tartışma

Uyku genç bireylerin sağlığında önemli yer tutar. Yetersiz uyku sağlık için tehdit oluşturmasının yanında bilişsel, psikomotor ve duygusal fonksiyonlarda azalmaya neden olur (Aysan vd., 2014).

Gençlerde insomni görülme sıklığının incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada Pittsburgh İnsomni Derecelendirme Ölçeği (PİDÖ) kullanılmış ve katılımcıların PİDÖ puan ortalamasının  $16.20\pm 11.79$  (mak-min:0.00-55.00) olduğu saptanmıştır. Aydın ve



arkadaşlarının (2014) çalışmasında PİDÖ'den alınan puan ortancası ve uç değerleri 22 (1-56) olarak bildirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlamasında 30 puan ve üzeri insomni kabul edilmiş ve buna göre değerlendirildiğinde, öğrencilerin %38.23'ünde insomni şüphesi olduğu belirlenmiştir. Türkiye'de Erişkin Toplumda Ulusal Uyku Epidemiyolojisi Araştırması'na (TAPES) göre uyku bozukluklarının prevalansı %21.8 (E:%17.0, K:%26.3) olarak bildirilmiştir (Demir, 2010). Erişkinlerde insomni prevalansı ise yaklaşık %15-20 oranındadır. Ayrıca yaşla birlikte prevalans da artmaktadır (Aktürk, 2013; Oral, 2012). Aslan ve arkadaşlarının (2006) araştırmasında katılımcıların %23.7'sinin bir veya daha fazla insomni semptomu tanımladığı belirlenmiştir. Literatürde Pittsburgh Uyku Kalitesi İndeksi (PUKİ) ile yapılan değerlendirmelerde, üniversite öğrencilerinin kötü uyku kalitesi sıklığı ise %19.9 ile %57.5 arasında değişmektedir (Saygılı vd., 2011; Tsui ve Wing, 2009). Stres, değişken-uygun olmayan çalışma saatleri, alkol, kafeinli içecek tüketimi, yetersiz veya aşırı egzersiz yapma, ortamda rahatsız edici ses, ışık gibi çevresel uyaranların bulunması gibi durumların öğrencilerde uykusuzluğa neden olabileceği bildirilmektedir (Sarı vd., 2015).

Çalışmada, öğrencilerin cinsiyetine göre PİDÖ puan ortalamaları incelendiğinde, kız öğrencilerin puanlarının (26.81±11.69) erkek öğrencilerin puanlarına (24.94±11.95) göre daha yüksek olduğu, ancak farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır (p>0.05). Cinsiyetin uykuya etkisi konusunda literatürde, kadınların erkeklere göre daha fazla uyku sorunlarını dile getirdikleri bildirilmektedir (Potter ve Perry, 2009). Bu bilgiyi destekleyen çalışmaların (Keshavarz ve ark; 2009; Orzech ve ark; 2011) yanı sıra, cinsiyetin uykuyu etkilemediğini (Eliasson ve Lettieri, 2010; Şenol ve ark; 2012) veya erkeklerin uyku kalitesinin kadınlardan daha kötü olduğunu bildiren (Liu ve ark; 2008) çalışmalar da bulunmaktadır (Aysan vd., 2014).

Araştırmada gençlerin %23'ünün ortalama 6 saatten az uyuduğu belirlenmiştir. Uyku gereksinimi yaşa göre değişebilmektedir ve yetişkinlerde bu süre ortalama olarak 7-8 saattir (Potter ve Perry, 2009). Gençlerin günlük uyku süresine göre PİDÖ puan ortalamaları incelendiğinde; 6 saatten az uyuyanların puan ortalamasının (28.81±11.50) 6 saat ve daha fazla uyuyanlara (25.42±11.78) göre daha yüksek olduğu belirlenmiş, farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p<0.05). Çalışmanın bulgusu Aydın ve arkadaşları'nın (2014) çalışma bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Üniversite öğrencilerinde uyku kalitesi üzerine yapılan çalışmalarda da benzer şekilde günde ortalama 6 saatten az uyuyanların uyku kalitesinin düşük olduğu bildirilmiştir (Aysan vd., 2014; Sarı vd., 2015).

Çalışmada öğrencilerin %12.6'sının hekim tanıli hastalığının olduğu belirlenmiştir. Hekim tanıli hastalığı olan gençlerin PİDÖ puan ortalamasının, hastalığı olmayanlara göre daha yüksek bulunduğu ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p<0.05). Fiziksel ve ruhsal problemlere sahip olmanın (Lund vd., 2010; Saygılı vd., 2011; Şenol vd., 2012) ve ilaç kullanmanın (Sarı vd., 2015) uyku üzerinde olumsuz etkileri olduğu birçok çalışmada gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan gençlerin %23.7'sinin sigara içtiği saptanmıştır. Sigara içme durumuna göre PİDÖ puan ortalamaları incelendiğinde; sigara içenlerin (30.16±11.21), içmeyenlere (25.03±11.72) göre PİDÖ puan ortalamasının daha yüksek olduğu belirlenmiş ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p<0.05). Sigara kullanımı ve uyku ilişkisi, pek çok çalışmada incelenmiştir. Literatürde, sigaranın içinde



bulunan nikotinin uyarıcı etkisine bağlı olarak, uykuya dalmada güçlüğe (Altıntaş vd., 2006; Wetter ve Young, 1994) ve uykunun bölünmesine neden olabildiği bildirilmiştir (Altıntaş vd., 2006). Aysan ve arkadaşları (2014) ise, üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, sigara kullanma durumunun uyku kalitesini etkilemediğini belirlemiştir.

Uyku kalitesi üzerinde etkili olan etmenlerden bir diğeri de kafeinli içecek alımıdır. Çay, kahve gibi kafein içeren içeceklerin uykuya dalmayı zorlaştırdığı, uyku bölünmesine neden olduğu (Shcao, Chou, Yeh ve Tzeng, 2010) ve uyku kalitesini kötüleştirdiği bildirilmektedir (Aysan vd., 2014). Bu çalışmada gençlerin %13.9'unun çay/kahve tüketiminin yüksek olduğu belirlenmiştir. Çay/kahve tüketimi yüksek olan öğrencilerin, çay/kahve tüketimi düşük olanlarla kıyaslandığında daha yüksek PİDÖ puan ortalamasına sahip oldukları ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p<0.05$ ). Çalışmanın bulgusu literatür bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

### Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, araştırmaya katılan gençler arasında insomni şüphesinin yaygın olduğu (%38.23); altı saatten az uyuyan, sigara içen, çay/kahve tüketimi fazla olan ve hekim tanımlı hastalığı bulunan öğrencilerin PİDÖ puan ortalamasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda gençlerde insomni görülme sıklığını en aza indirmek için bilinçlendirme ve tarama çalışmalarının yapılması önerilebilir. Özellikle risk altındaki gençlerin uyku sorunlarının önlenmesinde ve tedavisinde uyku hijyeni eğitimi, bilişsel ve davranışsal tedavi yöntemlerinin etkili olabileceği düşünülmektedir. Üniversitelerin birinci basamak sağlık hizmeti veren birimlerinin geliştirilmesi, psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin yaygınlaştırılarak işlevsel hale getirilmesi, bu kapsamda akran danışmanlığı programlarının yapılandırılması ve yürütülmesi yararlı olabilir. Gençlerde uyku bozukluğunun değerlendirilmesi, önlenmesi ve tedavisi için daha fazla araştırmaya gereksinim vardır.

### Kaynakça

Altıntaş, H., Sevensan, F., Aslan, T., Cinel, M., Çelik, E., ve Onurdağ, F. (2006). HÜTF dönem dört öğrencilerin uyku bozukluklarının ve uykululuk hallerinin epworth uykululuk ölçeği ile değerlendirilmesi. *Sted*, 15 (7), 114.

Aktürk, B. (2013). Birincil insomni olgularında BDT'nin etkinliği ve bu olguların genel klinik özellikleri (Uzmanlık Tezi, Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi, Psikiyatri Ana Bilim Dalı, Ankara). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.

Aydın, R., Ünal, E., Uzuner, G. T., Erdinç, O. ve Metintaş, S.(2014). Pittsburgh İnsomni Derecelendirme Ölçeği Türkçe Uyarlanması: Bir Geçerlilik Güvenirlilik Çalışması. 15. Ulusal Uyku Tıbbi Kongresi, *Türk Uyku Tıbbi Dergisi*, Özel Sayı:1, s.103.

Aslan, S., Gulcat, Z., Selda, A. F., Maral, I., Yetkin, S., Sutçigil, L.,... Aydın H. (2016). Prevalence of insomnia symptoms: results from an urban district in Ankara, Turkey 1. *Int J Psychiatry Clin Pract*. 10(1), 52-8. doi: 10.1080/13651500500410364.

Aysan, E., Karaköse, S., Zaybak, A. ve İsmailoğlu, E. G. (2014). Üniversite Öğrencilerinde Uyku Kalitesi ve Etkileyen Faktörler. *DEUHYO ED*,7(3),193-198.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Demir, A. U. (2010). Türkiye’de erişkin toplumda uyku epidemiyolojisi araştırması ilk sonuçları. Türk Uyku Tıbbı Derneği Yayını. Erişim: 02.01.2016. [http://78.189.53.61//uyku/11uykusunu/7\\_acilis.pdf](http://78.189.53.61//uyku/11uykusunu/7_acilis.pdf)

Eisendrath, S., Lichtmachr, J., Sleep Disorders, Eds:Queen G, Papadakis M, McPhee S, İn: Current Medical Diagnosis and Treatment, 51st edition, Lange&Mc Graw Hill, United States of America, 2013; p:1075-1078.

Lund, H. G., Reider, B. D., Whiting, A. B. ve Prichard, J. R. (2010). Sleep patterns and predictors of disturbed sleep in a large population of college students. *J Adolesc Health*. 46(2), 124-32. doi: 10.1016/j.jadohealth.2009.06.016. Epub 2009 Aug 3.

Oral, F. Z. (2012). Uzun yol otobüs sürücülerinde uyku bozukluğu sıklığının belirlenmesi (Tıpta Uzmanlık Tezi, Erciyes Üniversitesi, Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Ana Bilim Dalı, Kayseri). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.

Pıçak. R., İsmailoğulları, S., Mazıcıoğlu, M. M., Üstünbaş, H. B. ve Aksu, M. (2010). Birinci Basamakta Uyku Bozukluklarına Yaklaşım ve Öneriler. *Turkish Journal of Family Medicine & Primary Care*, 4(3), 12-22.

Ram, S., Seirawan, H., Kumar, S. K. ve Clark, G. T. (2010). Prevalence and impact of sleep disorders and sleep habits in the United States. *Sleep Breath*, 14(1), 63-70. doi: 10.1007/s11325-009-0281-3. Epub 2009 Jul 24.

Sarı, Ö. Y., Üner, S., Büyükakkuş, B., Bostancı, E. Ö., Çeliksöz, A. H. ve Budak, M. (2015). Bir üniversitenin yurttan kalan öğrencilerinde uyku kalitesi ve etkileyen bazı faktörler. *TAF Prev Med Bull*, 14(2), 93-100.

Saygılı, S., Akıncı, A., Arıkan, H. ve Dereli, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Uyku Kalitesi Ve Yorgunluk, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, December, 88–94.

Shcao, M. F., Chou, Y. C., Yeh, M. Y. ve Tzeng, W. C (2010). Sleep quality and quality of life in female shift working nurses. *Journal Advanced Nursing*, 66 (7), 1565-72.

Şenol, V., Soyer, F., Akça, R. ve Argün, M. (2012) Adölesanlarda Uyku Kalitesi ve Etkileyen Faktörler. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 14, 93–102.

Tsui, Y.Y. ve Wing, Y.K. (2009). A study on the sleep patterns and problems of university business students in Hong Kong, *Journal of American College Health*, 58:167–176, DOI: 10.1080/07448480903221418.

Young, T. B. (2004). Epidemiology of daytime sleepiness: definitions, symptomatology, and prevalence. *J Clin Psychiatry*, 65(16), 12-6.

Wetter, D. W., ve Young, T. B. (1994). The relation between cigarette smoking and sleep disturbance. *Preventive Medicine*, 23 (3), 328-334.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Milli Mutfak Kültürünün Nesiller Arası Aktarımında Anne-Kızların Rolü Ve Önemi: Muğla İli Örneği***

<sup>1</sup>Adnan Acar

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Muğla meslek Yüksekokulu, Muğla, ustamadnan@mu.edu.tr

### **Özet**

Kültür bir toplumun ürettiği maddî ve manevî değerlerin bütünüdür. Toplumların kendilerine özgü olan inanış, hayatı anlamlandırma biçimi, yaşayış ve üretim tarzı biçimleri toplumları birbirinden ayıran öğelerdir. Milli kültürümüzün en önemli unsurlarından bir tanesi milli mutfak kültürüdür. Ataerkil toplumlarda kadın milli mutfak kültürünün aktarılmasındaki en önemli köprüdür. Günümüzde değişen toplumsal yaşam tarzları nedeniyle bu aktarımın gerçekleşmeyeceği endişesi artmaktadır. Bu çalışmanın amacı bu aktarımın gerçekleşip gerçekleşmediğini anlamaya çalışmaktır. Bu amaçla anneler ve çocuklarının (özellikle kız çocukları) mutfak kültürleri hakkındaki bilgileri ölçülmeye çalışılacak ve bilgi ve uygulamaların aktarılıp aktarılmadığı tespit edilecektir. Yüzyıllardır varlığını bir şekilde devam ettiren milli mutfak kültürümüzün, kültürel aktarım sorunları nedeniyle, bir iki kuşak sonra yok olacağını söylemek pekte yanlış olmaz. Yapılabilecek en olumlu adımın ulusal çapta milli mutfak kültürümüze ait öğelerin kayıt altına alınması olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Milli mutfak, kültürel aktarım, anne ve kızlar

### ***The Role and Importance of Mothers and Daughters in the Interenerational Transmission of National Cuisine: The Case of Mugla Province***

#### **Abstract**

Culture refers to the totality of the material and spiritual values produced by a society. What differentiates societies from each other is their peculiar ways of perception and interpretation of life and styles of production and consumption. One of the most elements of our national culture is the national cuisine. Women in patriarchal societies are the most important bridge in the transmission of national cuisine. There is a growing consideration that this transmission will not take place because of changing life styles. This study, therefore, aims to understand if whether this transmission takes place or not. For this aim, it will try to determine the knowledge of national cuisine in mothers and their children (especially daughters) in order to identify if the transmission of nutrition culture takes place. It is not wrong to argue that our national cuisine which has been existed for centuries will be extinct within one or two generations because of cultural transmission problems. One most positive response to this problem is to record the elements of national cuisine at the national level.

**Keywords:** National cuisine, cultural transmission, mothers and daughters



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Giriş

Aile tarih boyunca kuşkusuz toplumsal değerlerin ve sosyal yaşam biçimlerinin şekillenmesinde rol alan en önemli öğelerinden birtanesidir. Dünyaya gelen her yeni nesil; içinde doğduğu toplumun ve ailenin gelenek, görenek, ve yaşamsal betimlemelerine dayanarak sosyalleşir ve kendisine toplumsal yapı içerisinde bir yer bulur. Kuşaklar arası kültür aktarımında şüphesiz bireyler toplumsal yapının gelişimine paralel olarak sosyo kültürel anlamda bir değişim yaşar. Her nesil ailesinden devraldığı bilgileri yeniden yorumlayarak yeni betimsel biçimler üreterek ve bazen var olanı koruyarak muhafaza eder. Burada esas olan konu aileden gelen bazı kültürel esasların sonraki nesillere aktarımında meydana gelen aksaklıklardır.

Bir toplumun kültürel aktarımında en büyük rolü kadınlar üstlenmektedir. Kadının insan toplulukları içindeki en önemli ve en hayati rolü budur. Kadın yalnızca doğurganlık özelliğiyle toplumların devamını sağlamakla kalmaz aynı zamanda kendi milletinin oluşturduğu kültürü daha karnındayken çocuğuna aktarmaya başlayarak milli kültürün devamını sağlar. Bu anlamda kadın kültür aktarımının merkezinde yer alır, toplumsal yaşam biçimleri ve kadının konumu incelendiğinde; Nesnelleşen değer ve eylemler, toplumsallaşma süreci içerisindeki yeni nesiller tarafından içselleştirilir. Bu yeni nesil de, eylemleri ve oynadıkları rollerle nesnelleşmiş olanı tekrar dışsallaştırır. Bu döngü, gündelik hayatın gerçekliğinin döngüsüdür. Bu döngünün içerisine zaman zaman farklı gerçeklikler girmesine rağmen, değişim çok yavaştır. Değişimin hızını belirleyecek olansa yine toplumdur. Kimlikler de gündelik hayat içerisinde üretilmekte, dışsallaştırılmakta, nesnelleşmekte ve içselleştirilmektedir. Kimlikler, üretilmekten ziyade miras olarak alınmaktadır. Bu kimliklerin örneklerinden birisi de kadın kimliğidir.

Bir annenin dışsallaştırmış olduğu kimlik, kızı tarafından içselleştirilir. Bu içselleştirme aşamasında kız çocuğu, bir yandan kendi kimliğini kazanırken, diğer yandan kız çocuğunun nasıl kadın olarak, oğlan çocuğunun da nasıl erkek olarak yetiştirileceğini öğrenir ve kendisi bir anne olduğunda da toplum tarafından kendisinden beklenen rolü oynar. Kısacası, geleneksel kadın kimliği vizyon olarak değişime uğramış ve gündelik hayatın döngüsü içerisinde sorgulanmaksızın nesilden nesle aktarılmaktadır (Metin, 2011: 75).

Günümüz beslenme biçimlerini inceleyen birçok araştırmacı toplumsal beslenmenin geleneksel yöntemlerden uzaklaştığını, toplumun yeni beslenme modellerine doğru eğilimin olduğunu vurgulamışlardır. Yeni oluşan bu beslenme modeli bir yerde toplumda var olan bireylerin iş hayatında özellikle kadınların daha fazla yer edinmesinden ve aile bireylerinin( karı-koca) aynı anda mesai yaptıklarını dolayısıyla evde yemek üretiminin olmadığı yada daha kolay ve basit yemeklerin üretildiği bir model oluşmuştur. Geleneksel Türk mutfağı zaman gerektiren ve yapımı zor olan yemeklerin varlığı ya da pişirme süresi uzun olan yemekler içermektedir. Günümüz koşulları düşünüldüğünde geleneksel Türk mutfağı apartman dairelerinde devam ettirilmesi mümkün olmayan bir gelenek tarafı vardır. Açık ateş, Kuyu, tandır, Kara fırın v.b geleneksel yöntemler şehir hayatında kullanılabilecek pişirme araçları olmaktan çıkmıştır. Köyden kente yönelen toplum yeni yaşamsal sahalarında bu duruma ayak uydurarak geleneksel yöntemlerden uzaklaşmış, fakat geleneksel yöntemle hazırlanan ürünlere olan özlem artmıştır. Köyden kente doğru gerçekleşen bu akım aynı zamanda ata erkil aile modelinden toplumu oluşturan ailelerin çekirdek aile modeline



dönüşmesine neden olmuş; Bu yeni form kalabalık ata erkil ailelerin özellikle kış hazırlığı yapma gerekliliğini ortadan kaldırmıştır. Küçülen ve sayı olarak azalan aile yapısı kullandığı ürünleri doğrudan satın alma yolu daha ekonomik gelmeye başlamıştır. Bu durum özellikle evlerde yapılan geleneksel saklama yöntemlerinin kentlere girmesini engellemiştir. Kışa hazırlık genellikle kırsal kesimde yapılmakla birlikte kasabalarda ve kentlerde de bu gelenek daha az sıklıkla sürdürülmektedir (Baysal, 1992: 62).

Ülkemizde mutfak kültürü üzerine yapılan çalışmalar son yıllarda hızla artmaktadır. Bu ve buna benzer çalışmalar ile Anadolu'da var olan beslenme biçimlerinin çeşitliliğini ve zenginliğini ortaya çıkarmaya yönelik olmakla birlikte var olan zenginliğin gelecek nesillere aktarılmasında önem taşır. Bu çalışma da vurgulanmak istenen öğelerin başında Anadolu coğrafyasında yaşanan kültür zenginliğinin gelişen ve küreselleşen dünya düzeninde yaşamsal faktörlerin ve kültürlerin sağlıklı bir şekilde yeni nesillerle aktarılmasını sağlayacak çözüm önerilerini sunmaktır.

### **Kadın ve Kültür**

Kültür, Latince “Cultura” kökünden türetilmiş Fransızca bir kelimedir. Ekin ekmek, yetiştirmek, terbiye etmek anlamlarına gelmektedir. Kültür kavramı olarak Cemiyetin bütün fertlerini birbirine bağlayan, yani aralarında bir dayanışma vücuda getiren dini, ahlaki, hukuki, bedii, içtimai, iktisadi ve fenni müesseselerin hey’eti mecmuasıdır (Gökalp, 1976: 25).

Kültürün birçok tanımı yapılmıştır. Ancak üzerinde sosyal bilimcilerin çoğunun mutabık kaldığı “efrâdını câmi’ ağıyârını mâni” tanımı yapılamamıştır. Günümüzde kültür üzerinde çalışanlar tanımlamadaki bu zorluktan dolayı “kültürü tanımlamaktan çok tanıtmak” gerektiğini söylemektedirler (Güvenç, 1997: 54). Kültürün en büyük özelliği öğrenilir olmasıdır. Birey, kültürü onun içinde büyüyerek öğrenir ve böylece toplumun üyesi haline dönüşür ki buna ‘kültürlenme’ denilmektedir. Kültürlenmenin önemi “bireye gereksinimlerini nasıl doyuracağını öğretmesinde” yatar. Her kültür, gereksinimlerin nasıl karşılanacağını kendi belirler. Dolayısıyla kültürün belirlemiş olduğu ‘gereksinim karşılama durumu’ öğrenmek kişi için zorunludur. Bu ise kalıtımla aktarılmayıp öğrenmeyle gerçekleşir.

Kültür toplumun tüm üyeleri tarafından paylaşılır. Ancak bu paylaşılma her birey için aynı olmayıp bazı farklılıklar gösterir. En temeldeki fark ise kadınla erkeğin rollerinde görülür. Kültürdeki paylaşılma farklılıkları doğal kabul edilir ve zaten kültürün kendisi buna engel değildir (Aman, 2012: 139). Toplumsal veriler incelendiğinde kültürün özelliklerinin aşağıdaki gibi gruplanabileceğini belirtmektedir.

1. Kültür, öğrenilebilen bilgi, davranış ve alışkanlıklardır. Kültürün öğrenilebilir olması eğitimin kurallarına, yasalarına ve ilkelerine uygun olması gereğini doğurur.
2. Kültür, dil aracılığıyla nesiller boyu aktarılabilen bir özellik taşır. Bu sayede insanoğlu yaşayarak edindiği deneyimleri kendisinden sonraki nesillere aktarmış ve varlığını sürdürmeyi başarmıştır.
3. Kültürün öğretileri toplumdan topluma değişiklik gösterir. Her toplumun sahip olduğu, yarattığı ve paylaştığı alışkanlıklar toplumun kültürünü oluşturmakla birlikte söz konusu alışkanlıkların sürekliliği de o toplumun sürekliliğine bağlıdır.



4. Kültür toplumsal yaşamda oluşan bir unsur olmakla birlikte aynı zamanda bireysel tutum ve davranışlar kültürel doku içinde önemli bir yer tutar. Her ne kadar insan davranışları toplumsal yaşam içinde öğrenilmiş olsa da her zaman toplumun öğrettikleri ile örtüşmeyebilir.

5. Kültür, yaşamsal ve toplumsal gereksinimleri karşılayan, işlevsel bir unsurdur. Denenmiş çözüm yolları zamanla toplumsal tatmin düzeyi ve alışkanlıkları pekiştirir. Yaşamsal gereksinimlerin evrensel olması bu ihtiyaçları karşılayan kurumların da belli ölçülerde benzer olması kaçınılmazdır.

6. Kültür bütünleştirici olduğu kadar ayrıştırıcı güce de sahiptir. Toplumsal boyutta uyum içinde olan kültürler bütünleşme eğilimi gösterirler. Bu bütünlük, tarihsel ve çevresel anlamda çelişkilere sahip kültürlerde kendisini çözülme olarak gösterir.

7. Kültür kavramı hayatla ilgili soyut bir kavramdır. Özünde maddi ya da gözlenebilir bir kavram olmadığını bildiğimiz kültür, gerçeğin bir soyutlamasıdır (Güvenç, 2002: 101-104)

Binlerce yıl boyunca ve hâlâ toplumların kültürünün yeni nesillere aktarılmasında en önemli rolü kadın üstlenmiştir. Kadının insan toplulukları içindeki en önemli ve en hayati rolü budur. Kadın yalnızca doğurganlık özelliğiyle toplumların devamını sağlamakla kalmaz; aynı zamanda kendi milletinin oluşturduğu kültürü daha karnındayken çocuğuna aktarmaya başlayarak milli kültürün; yani milletleşmenin devamını sağlar. Bu yönüyle kadın; bir nevi milletleşmenin devamının sigortasıdır (Ergun,2013:4). Kadın Toplum içerisinde üstlendiği görevler düşünüldüğünde bunlardan en belirgin olanı beslenme dolayısıyla mutfak ta yemek yapma ki bu görev kimilerince yakıştırılmasa da kadın ve aile için son derece önemlidir. Kadınların etkin olarak toplumun içinde yer alması, toplumda özne olarak hareket edebilir hâle gelmesi, bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Çalışma hayatının içinde daha çok yer almaya başlayan kadınlar, iş hayatının onlara yüklediği sorumlulukların yanı sıra kadın ve anne olmanın onlara ev içinde yüklediği ağır sorumluluklarla da boğuşmak durumunda kalmışlardır. Geline nokta da toplumun yaşamsal faaliyetleri arasında mutfak kültürünün geleneksel yapısının aktarımı yalnızca ailede kadın aracılığıyla yeni nesillere aktarılabilir. Anadolu coğrafyasında geleneksel pişirme ve saklama yöntemleri günümüz koşullarında nesiller arası aktarımın azalmasından dolayı ortadan kaybolmaktadır. Bunun en büyük nedeni olarak kadın kimliğinin yeni vizyon kazanmış olması gösterilebilir.

### **Türk Mutfak Kültürü**

Türkler konargöçer yaşam biçimini benimsemiş toplumsal hayat kurgusu bu boyutta şekillenmiştir. Tarih boyunca Türklerde en temel ekonomik faaliyetlerden birisi göçebe yaşam biçiminden kaynaklanan hayvancılığın, Türk mutfak kültürünün gelişiminde önemli bir payı vardır. Türkler Orta Asya'da, Anadolu'da, yerleşik hayata geçtikten sonra da hayvancılığı bırakmamışlardır. Hayvan yetiştiriciliği, Türklerde etin mutfak açısından ön plana çıkmasını ve et pişirme yöntemlerinin gelişmesini sağlamıştır. Et pişirme yöntemlerinden başlıcaları, eti kebab ederek yani közleyerek pişirme, bir kap içerisinde kavurma, haşlama veya yahni yapmadır.

Hayvancılığın yaygın olmasının başka bir önemli sonucu, Türk mutfak kültüründe süt ve süt ürünlerinden oluşan yiyecek maddelerinin (yoğurt, yağ, peynir... vb) çeşitliliğidir. Bu yiyecekler de Türk mutfagında önemli bir yere sahiptir. Örneğin yoğurt





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusallararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



sade olarak tüketilmesinin yanında, ayran yapılarak ya da içerisine sarımsak katılarak da tüketilir; birçok mezenin yapımında yer alır; soğuk veya sıcak olarak içilen birçok çorbanın ana malzemesini oluşturur.

Hayvancılıkla birlikte hububatlar da (buğday, ara, darı), Türk mutfak geleneğinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Buğday, ekme ve yufka yapımında kullanıldığı gibi, çeşitli yemeklerin içerisine konularak da tüketilmektedir. Asya ve Anadolu topraklarının sunmuş olduğu ürünlerin çeşitliliği, tarihsel süreç boyunca diğer kültürlerle yaşanan etkileşim, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında yeni gelişen tatların varlığı, Mezopotamya'dan kaynaklanan Anadolu mutfağının varlığı gibi etkenler Türk mutfağının renkliliğini ve çeşit zenginliğini sağlayan unsurlardır (Güler, 2010: 25). Günümüze doğru geldikçe mutfak kültürü gelişime paralel olarak kendisini yenilemiştir. Türk mutfağı'ndaki yemek adlarından bazıları Orta Asya'dan günümüze kadar değişmeden gelirken, bazı yemek adları ise farklı kültürlerle etkileşim sonucunda değişerek mutfağımıza girmiştir. *Divan-ı Lügat-it Türk*'te, Orta Asya'dan günümüze kadar değişmeden gelen besin adlarından örneklere rastlamak mümkündür. Kaşgarlı Mahmud'un eserinden, eski Orta Asya Türk Devletlerinden olan Karahanlılar'ın ayran, pekmez, kavurma, tutmaç, yoğurt, yufka gibi besinleri tükettikleri anlaşılmaktadır (Genç, 1982: 63). Selçuklular devrinde, Türk mutfağı daha da önem kazanmış ve Selçuklulara has bir mutfak kültürü ortaya çıkmıştır. Selçuklu devri, Batılı ilim adamlarının da kabul ettikleri gibi Türk tarihi, İslam tarihi hatta dünya tarihi bakımından bir dönüm noktası olmuştur. Türkler şimdi olduğu gibi Selçuklu devrinde de yiyeceklerini hayvanlardan ve bitkilerden sağlıyordu. Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların sütleri, etleri, kümes hayvanları, tarımsal bitkiler, yabancı otlar, ağaçlar ve meyveler ile besleniyorlardı (Köymen 1982, Tuncel 2000).

Osmanlı İmparatorluğunun ilk dönemlerinde mutfak kültüründeki en belirgin özellik sadeliktir. Saray sofralarında dahi, yalın bir hava bulunmaktadır. Bu dönemde en çok tüketilen yiyeceklerden birisi koyun etidir. Şavkay'a göre bu durum tipik bir Osmanlı-Türk mutfağı özelliği olarak yorumlanabilir. Yaklaşık elli yıl öncesine kadar, Türk mutfağında en yaygın kabul gören et çeşidi koyun ve mevsiminde tüketilen kuzu etidir. Dana ve sığır eti tüketimi ise Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde bile yeterince yaygın değildir (Şavkay, 2007: 22). 1490 yılında Topkapı Sarayı'na satın alınan malzemeler arasında 16356 koyun, 410 ton un ve 200 tona yakın pirinç bulunmaktadır. 1573 tarihli muhasebe defterine göre ise saraya 34887 koyun, 1074 ton un ve 730 ton pirinç alınmıştır. (Yerasimos, 2004: 19). Bu miktarda koyun eti tüketilmesi ete dayalı beslenmenin yoğun olduğunu, etin mutfak kültürü içerisinde her zaman temel besin maddesi olma özelliğini devam ettirdiğini göstermektedir. Ancak bu et tüketimi içerisinde döner kebab bulunmamaktadır. Osmanlı İmparatorluğunun genişlemesine paralel olarak saray mutfağı da bu oranda zenginleşmiştir. Padişah ve soylular, konak ve yalılarda bir sofraya etrafında toplanmayı birbirlerine ziyafet vermeyi sosyal aktivite olarak görmüşler; Anadolu'da yaşayan halkın yemek geleneklerinden farklı bir sofraya ve yemek kültürü oluşturmuşlardır. Tüm bunlar saray ve etrafında görülürken halk mutfağı kendi gelişimini geleneksel yapıyı bozmadan, gelenek ve görenekler, ekonomik şartlar ve coğrafi yapı çerçevesinde sürdürmüştür. Saray mutfağında çalışan farklı etnik kökene sahip aşçıların varlığı daima yenilikler arayan, zengin ve lezzetli yemekler geliştiren bir mutfak konumunda olmuştur. Halk mutfağı ise, saray mutfağının yemeklerine nazaran daha az değişim yaşamış; varlığını ata erkil yapıda var olan anne kız ilişkisine dayalı olarak kendi imkân ve ölçüleri içerisinde sürdürmüştür.



Türk mutfağı, geçmişten günümüze kadar renkli bir tarihe ve değişik inanç sistemlerine tanık olmuştur. Bu sayede Fransız, İtalyan ve Çin Mutfakları arasında 2500 yemek çeşidiyle bir lezzet hazinesi durumuna gelmiştir. Ancak günümüzde kadınların çalışma yaşamına girmesi, zamanla yarış, endüstrileşme ve kentleşme, batı kültürüne açılma, doğal gıdalardan işlenmiş besinlere yönelme, mutfakta kullanılan araç ve gereçlerde meydana gelen değişme, ayaküstü beslenme gibi sebepler Türk mutfak kültürünün değişmesine, birçok yemek çeşitlerinin unutulmasına neden olmaktadır.

Çünkü Türk mutfağında pişirilen yemeklerin çoğu oldukça zaman alıcı, zahmetli ve ustalık isteyen yemekler olduklarından bunları pişirmek bir sanat dalı haline gelmiştir (Merdol 1996; Sürücüoğlu vd. 1998: 42; Maviş, 2003). Bu nedenle çalışma önemli bir zenginliğe ve geçmişe sahip olan Türk mutfağının gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir yere sahip olan gençlerin görüşlerini öğrenmek, yöresel yemeklerin ve mutfakta kullanılan geleneksel yöntemlerin bilme durumlarını tespit etmek iki nesil arasında aktarımın boyutunu ölçmek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırma nitel desende oluşturulmuş ve yürütülmüştür. Nitel araştırmalarda gözlem ve görüşme gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılır ve algılar ile olaylar doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu çalışma 2016 yılında Muğla Menteşe ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya Menteşe ilçesinde ikamet eden ev hanımı ve kızları katılmıştır. Toplamda on anne ve on genç kız çalışmaya katılmıştır. Çalışmada yer alan ev hanımları ve kızları önceden belirlenen özellikleri taşıyıp taşımadıklarına bakılarak seçilmiştir. İki nesil farkı ortaya konmak istendiği için birinci grupta yer alan kadınların ev hanımı olmaları ve ikinci grupta yer alan kızlarının 17-25 yaş arası olması planlanmıştır.

### **Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi**

Veri toplama aracı olarak görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme sırasında gerektiğinde ek sorularla yarı yapılandırılmış görüşme sağlanmıştır. Soruların her biri farklı verileri elde etmek üzere hazırlanmıştır. Görüşme soruları literatür taramasından sonra uzman görüşü alınarak düzenlenmiştir. Görüşme formunda yer alan annelere yönelik toplam 14 soru uzman düzeltmeleri sonucu 10 soruya indirilmiş ve içerik geçerliliği sağlanmıştır.

Görüşmeler araştırmaya katılan katılımcıların hanelerinde gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler ortalama 20–30 dakika sürmüştür. Görüşme formunda yer alan annelere – kızlarına yönelik sorular şu şekildedir:

- Yemek yapma konusunda ki mutfak bilgilerinizi hangi kaynaklardan öğrendiniz? Bu kaynakları açıklarmısınız.
- Yemek yapmaya gün içerisinde ne kadar zaman ayırırsınız. Haftada kaç defa yemek yaparsınız yapacağınız yemekleri belirlerken hangi etkenlere dikkat edersiniz.
- Anneniz mutfakta yemek yaparken ona yardımcı olur muydunuz? Annenizin yerel yemekler hakkındaki bilgisi nasıldır. Bunları nasıl öğrenmiştir.
- Yörenize ait hangi yemekleri ve Özel günlerde yaptığınız yemekler nelerdir.
- Haftada kaç defa yemek yaparsınız yapacağınız yemekleri belirlerken hangi etkenlere dikkat edersiniz.



- Yemek yapmak sizin için nasıl bir anlam ifade eder.
- Kızınız mutfakta size yardımcı olur mu bu durumu nasıl değerlendirirsiniz.
- Annenizden öğrendiğiniz geleneksel mutfak bilgilerini kızınıza aktarabildiğinizi düşünüyor musunuz? Sizce Bunun nedenleri neler olabilir
- Genç kızların günümüzde mutfaka uzak kalmasını neye bağlıyorsunuz.
- Geleneksel mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması için sizce neler yapılmalı. Bu durumla ilgili Siz neler yapıyorsunuz?

### Verilerin Analizi

Araştırmacı tarafından veriler önce bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiş sonra da nitel araştırma tekniklerden içerik analizi kullanılarak çözümlenmiştir. Anne ve kızlarının her bir soruya verdiği cevaplar benzerlikleri bakımından gruplandırılarak yorumlanmış, ayrıca her soruya verilen bir iki cevap da aynen sunulma yoluna gidilmiştir. Çalışmanın güvenilirliğini arttırmak amacıyla bir uzmanın çözümlenmeleri dikkate alınmış ve ortak noktalar belirlenmiştir.

### Bulgular

Anne ve kızlarının mutfak algıları, kendilerinde oluşan mutfak kültürü, bu bilgilerin kaynağı ve kültür aktarımının boyutlarını belirlemek amacıyla kendileriyle yapılan birebir görüşmelerin temel alındığı bu çalışmada öncelikle genel düşünceler ortaya konmuş, daha sonra da daha çok ilginç olan ifadeler aynen sunulma yoluna gidilmiştir.

Görüşmeye katılan annelere yönelik sorulan; Yemek yapma konusunda ki mutfak bilgilerinizi hangi kaynaklardan öğrendiniz? Bu kaynakları açıklarmısınız. Sorusuna annelerin verdiği yanıtlar incelendiğinde şöyle bir çerçeve çizilebilir.

Genelde ev hanımı olarak yetiştirildikleri dolayısıyla mutfak eğitimlerini hanede öncelikli olarak annelerinden, bunun yanında yakın akrabalarının da (hala, teyze, büyük anne, yakın komşu v.b) eğitici anlamında yer aldığını görebiliyoruz.

Aynı soru kızlara yöneltiğinde ve alınan cevaplar incelendiğinde farklı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Buna göre; Genç kızların önceliklerinin (ki bu ebeveynlerin de önceliği konumunda) eğitim hayatları (Bu anlayış ilköğretim den başlayan ve üniversite dönemine kadar devam eden bir süreçtir) olduğu bu anlamda evde anne ye mutfakta yardımcı olmaksızın ödevleri ile ilgilenmeleri gerektiği eğer evde yemek yapma işi kendilerinde olursa pratik, hazırlanma süresi kısa olan ürünler tercih ettiklerini belirtmişlerdir.(Görüşmecimiz 68 yaşında, ev hanımı, evli 3 çocuk annesidir. Kızı 23 yaşında üniversite de öğrenim görmektedir).

Anne;

**“Biz ilkokula kadar okuduk daha sonra evde hep anneme yardım ederdim. Temizlik işlerinde mutfakta yemek yaparken hep yanında olurdum. Çoğu zaman annem, teyzem olurdu teyzem hemen yanımdaki evde oturuyordu, bazen komşular gelir birlikte hamur yapar daha sonra bunu hep ekmek yapardık genelde bu iş tüm günümüzü alırdı. Hamur açmayı falan böyle öğrendim. Annemin hamurla olan becerisi çok iyiydi. Kış hazırlığı için genelde hep komşularla bir arada olurduk biber dizer, salça kaynatır, çeşitli turşular ve annemin tarhanası mahallede meşhurdur.**



Kızı;

**“Evde yemek işi hep annem tarafından gerçekleşir bense daha çok okul ödevlerimi yaptıktan sonra ona temizlik işlerinde yardımcı olurum oda hafta sonları çünkü okul yılları dersler sonra lise zamanı dershaneler tüm günümü doldururdu, yemek yapma işi benim için daha kolay ve hazırlanması kolay ürünlerden oluşurdu. Bazen gün içinde boş zamanlarım olurdu bunuda hep arkadaşarımla sosyal aktivite şeklinde değerlendirirdim. Ama yazın mutfakta anneme yardım ederdim. Annem gençliğinde yaptığı yemekleri artık evimizin değişmesinden dolayı yapmıyordu, malum müstakil evden apartman dairesine taşınınca bu işler artık olmuyordu.”**

Görüşmeden elde edilen veriler analiz edildiğinde Yaşamasal alanların değişmesi müstakil ev ortamından apartman dairesine geçiş mutfak kültüründe var olan bazı ürünlerin hazırlanmasını imkânsızlaştırmıştır. Türk mutfağında yer alan özellikle hazırlanması imece usulu bir çalışma gerektiren ürünler ve açık ateş olgusunun kaybolması bu ürünlerin artık yapılamamasını ortaya çıkarmıştır. Mahalle kavramının genelde birbirlerini yakın tanıyan komşuluk ilişkilerinin üst seviyede olduğu bir yaşam tarzını temsil ederken apartman tarzı binalara yerleşilmesi durumu genelde birbirlerini az tanıyan komşuluk ilişkilerinin resmiyet kazandığı bir yaşam tarzını temsil eden bir hal almıştır. Bu durum Milli ve yöresel mutfak kültürümüzü olumsuz anlamda etkilemiştir. Bununla birlikte iki jenerasyon farkı olarak eğitim durumu birinci grupta yer alan annelerin eğitim durumları ile kızlarının eğitim durumları arasında ki farkı da ortaya koymaktadır. Şanlıer, Cömert ve Özkaya nın 2012 yılında yaptıkları gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı adlı çalışmasında Türk mutfağının değişim nedenleri olarak ise batı kültürünün etkisi, göç ve kentleşme, kadının çalışma yaşamına girmesi, kitle iletişim araçlarının etkisi, gıda endüstrisindeki gelişmelerin etkisi, fast food (ayaküstü beslenme) etkisi olduğunu bildirmiştir. Yine aynı çalışmada Gençlerin % 64'ünün Türk mutfağının unutulduğunu düşündüğü saptanmıştır.

Görüşmecilerimizle yaptığımız görüşmeler de Yemek yapmak gün içerisinde size zor gelir mi? Yemek yapmaya gün içinde ne kadar zaman ayırırsınız? Düzenli yemek yaparmısınız? Haftada kaç defa yemek yaparsınız yapacağınız yemekleri belirlerken hangi etkenlere dikkat edersiniz. Sorularına aldığımız yanıtlar; Çoğu Anne bunu kendisine görev edinmiş durumdadır gün içerisinde yemek yapmayı bir zorluk olarak görmediklerini yemeklerin günlük olarak yâda çok nadir de olsa kalan yemeklerin ertesi güne kullanıldığını belirtmişlerdir. Hatta kışlık hazırlık ürünlerinin ev ekonomisine olan katkılarından bahsetmişlerdir. Gün içerisinde yapılacak yemeklerin çeşitliliğini ve türünü belirlerken bağımsız olduklarını genelde kullanılacak malzemelerin ev deki durumuna göre karar verdikleri tespit edilmiştir. Aynı sorular kızlara sorulduğunda iki nesil farkı net olarak ortaya konmaktadır. Genç kızlar evde yemek yapmayı kendilerini kısıtlayıcı bir unsur olarak algıladıkları ortaya çıkmaktadır. Özellikle yemek yapılacaksa kolay ürünlerden ve zaman olarak da kısa olan çeşitler seçilmektedir. (Görüşmecimiz 64 yaşında, ev hanımı, evli 2 çocuk annesidir. Kızı 21 yaşında ön lisan mezunu aktif olarak çalışmaktadır).

Anne;

**“Gün içinde yemek yapmak benim işim, dolayısıyla evde herkese düşen görevler var ben hiç “hanım ben bugün işe gitmeyeceğim çok zor dediğini duymadım beyimin. Ben de her gün yaşamımın bir parçası haline gelmiş günlük rutin işlerimi**



aksatmam sağlığım elverdiğince tabi. Yemek yaparken o gün hangi malzemeler varsa pazardan ona göre alışverişimi yaparım ve yemeğimi ona göre planlarım. Genelde sabahdan hazırlığımı yapar akşama doğru pişiririm.”

KIZI;

“Gün içinde hangi yemeği yapacağım diye hiç düşünmem annem var olduğu sürece bu işleri o yapar. Zaten okuldu iş ti derken benim eve gelmem akşamı bulur. Ancak yemek yapacak olsaydım bu benim için zor olmayan çeşitler olurdu çoğu zaman makarna yapmak olmuştur.”

Anneler ve kızlarından aldığımız yanıtlar birbirine paralel gösterir niteliktedir. Bu durumun kızların eğitim ve iş hayatında daha fazla yer alması olarak gösterilebilir. Günlük yaşam koşuşturmasına kadınların dâhil olması ev de yemek yapmaya ayrılan sürenin kısılması gençlerin daha çok hazır mutfak ürünlerine yönelmesi, Gıda endüstrisinin hızla gelişmesi gibi etmenler özellikle ikinci grupta yer alan genç kızların yemek yapma eğilimlerini doğrudan etkilemektedir. Tüm veriler ele alındığında faktörlerin milli mutfak kültürümüz de yer alan ürünlerin sürdürülebilirliğini azalttığı görülmektedir.

Yapılan görüşmelerde annelere “KIZINIZ mutfakta size yardımcı olur mu? Bu durumu nasıl değerlendirirsiniz? sorusuna aldığımız yanıtlar incelendiğinde kendilerinin genç kızlık döneminde annelerine mutfakta etkin olarak katıldıklarını ancak kızlarının bu anlamda kendilerine genelde yıkama ayıklama gibi sofraya düzenin kurulmasında veya temizlik işlerinde yardımcı olduklarını, ancak işin yemeği ya da geleneksel ürünleri hazırlama noktasında kızlarının hazırlık veya pişirme süreçlerine bir katkısının olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumu yetişen yeni kızların mutfakta ki hazırlık süreçlerine dâhil olmamalarını sosyal hayatın geniş zaman dilimlerine yayıldığı internet kavramının ve arkadaş çevrelerinin çok geniş olması yemek yapma olayının onlara göre basit bir iş olduğunu vurgulamışlardır ( Görüşmecimiz 58 yaşında evli ev hanımı ve 2 çocuk annesidir. Kızı 22 yaşında üniversite öğrencisidir).

Anne;

“Kızım genellikle okulda ya da işte olduğundan yemek hazırlamada basit yardımları dokunur. Kızım yöremize ait yemeklerin damak zevkine hitap etmediğinden yapılaş aşamasında katkısı olmaz, Ama ben ilerde evinde yemek yapması gerekliliğinden bahsettiğim zaman kolay olduğunu söyler. Artık yeni nesil çocuklar hazır ürünlerin kendileri için daha cazip ve lezzetli olduklarını hiç olmadığı dışarıda yemek yemenin daha ekonomik olduğunu söyler. Benim gibi eski insanlar bu restoranların yemeklerini pek bilmez hamburger hayatım da hiç yemediğim bir üründür.”

KIZI;

“Annem tüm gününü yemek yapmak ve temizlik ile doldurur. Bazen yazın kış için biber kurutur, salça turşu, zeytin, tarhana ve v.b ürünler yaparken boş zamanlarımda ona yardımcı olurum ama tek başıma herhalde hiçbirini yapamam, Günlük koşuşturmanın yanında yemek veya geleneksel ürünlerin hazırlanması noktasında çok fazla zaman harcamanın gerekeceğini düşünüyorum. Bugün marketlerde her ürüne ulaşmak mümkün ancak bazen annemin yaptığı ürünleri özlediğim anlar olmuştur. İlerde kendi evimde sanırım hepsini hazır alırım.”



Günümüz sosyal hayatı baz alındığında ve teknolojinin gıda endüstrisine getirdiği yenilikçi yaklaşımlar geleneksel mutfak ürünlerinin dayanıklılık veya mevsimsel farklılıklarını ortadan kaldırmıştır. Geleneksel aile yapısı daha çok günümüzde tek çocuklu çekirdek aile düzenine doğru gösterdiği eğilim bireyleri hazır gıdalara veya ürünleri doğrudan satın alma yoluna itmektedir. Bilinçli veya bilinçsiz günümüz işletmelerinin havalı reklam gücünün bu denli güçlü olduğu düşünüldüğünde bu eğilimin normalleşmesi anlamına gelmektedir. Tüm dünyada ve ülkemizde insanlar evlerinde aile sofralarında birlikte yemek fırsatını bulamamaktadırlar.

Evde yemek yeme alışkanlıkları yerini hızlı hazır (fast food) yemeklere bırakmakta ve tüm dünyayı kapsayan yeni bir yemek sisteminin oluşmasına yol açmıştır. Bulduk ve Demirel 1998 yılında yaptıkları “Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler” adlı çalışmalarında; Kadınlar tüm dünyada olduğu gibi ekonomik ve sosyo-kültürel nedenlerden dolayı çalışma yaşamı içinde yer almak zorunda kalmışlardır. Eski çağlardan beri kadının aile içindeki görevi, çocuk bakımı ve beslenme ile ele alınmışsa da günümüzde kadınlar artık farklı rolleri üstlenmişlerdir. Toplumun gelişmişlik düzeyi ile birlikte, kadının rolü değişmiş olsa da en önemli geleneksel rolü aile içindeki kişilerin beslenme ihtiyacını karşılamaktır (Bulduk ve Demirel 1998 :67).

Görüşmeler sırasında yaşanan çevre ile ilgili yöresel yemekler ve özel günlerde yapılan yemekler gibi yöreye ait kültürel etmenler irdelenmek istenmiştir. Alınan yanıtlar analiz edildiğinde yaşanan çevrenin kültürel etmenleri ve o bölgede üretilen ürünlerin kültürel boyutları ele alınmıştır. Buradan hareketle yörede doğada var olan bir çok çeşitli ot türü ve mantar türünün yöre kadınları tarafından bilindiğini mevsiminde doğadan bunları birebir toplanarak mutfaklarda piştiğini bunun için doğada var olan bu ürünlerin toplanmasında bilgi birikiminin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Ancak bu bilgi birikiminin kızlara aktarımının olmadığını tespit edilmiştir. Yemekler yörelerin geleneksel alışkanlıklarını, ekonomik imkânlarını, yöresel yemek hazırlama biçimlerini ve beseri özelliklerini yansıtmakla beraber, yemek kültürümüz bugün unutulmaya yüz tutmuştur. Yaşadığımız günler, koşullar ve büyük değişimler nedeniyle kültürümüzün kalıcı olma şansı her gün biraz daha azalmaktadır ( Albayrak, 1996 : 1123).

Muğla yöresinin temelde ortaya çıkan yemekleri; Nohutlu pırasa, Keşkek, Yahni, Çentme biber, Kişkiş salatası, Hindiba, Kapari Filizi, Dülger Balığı Mantısı, Tavuklu Çökertme, Zeytinyağlı Kabak Çiçeği Dolması, Cevizli Biber Dolması, Börülceli Muğla Pilavı, Tarhana, Zeytinyağlı Bamya, Arapsacı kavurması, Milas Köftesi, Mantar Dolması, Deniz Börülcesi Salatası, Limonlu Yaprak Sarması, Turpotu Salatası, Taratorlu Börülce Salatası, Damat Tatlısı, Patlıcanlı Börek, Kuru Ekmekli Bodrum Salatası, Köyceğiz Usulü Tavuk Dolması, aynı zamanda doğadan direk olarak toplanan ot çeşitleri; Kuzukulağı, Tilkişen, Bakla yaprağı, Gerdime otu, Çintar, Göbek mantarı, Kızıl çanak, Turp otu, Gazyak otu, Hardal otu, Gelincik otu, Köremen otu, Devetabanı, Dalgan otu, Kapırcık otu, Sariotu, Ebegümbeci, Görüşmelerden elde edilen bu verilerle aslında bir nevi Muğla yöresinin doğal resmidir. Doğayla bu denli iç içe olan bir şehrin yemek kültürü doğanın kendilerine sunduğu zenginlikle eş değer olması önemli bir göstergedir.

Çalışmanın yapılma amacı düşünüldüğünde elde edilen verilerin tamamına yakını annelerden elde edilmiştir. 17-25 yaş arası görüşmecilerden bu ürünlerin doğadan nasıl toplanacağına dair bir veri elde edilememiştir. Çoğu görüşmeci var olan doğal ürünlerin yalnızca isim noktasında, bazılarını ismen duyduklarını ve hatta çoğunu



tüketmediklerini belirtmişlerdir. Anneler kızlarının yörenin öz mutfak kültürüne bu denli uzak kalmasını aşağıda belirtilen etmenlere bağlamışlardır.

- Değişen ve gelişen sosyal yaşam biçimleri
- Kadınların iş hayatına daha fazla katılması
- Göç ve kentleşme
- Müstakil yapılardan apartman dairelerine olan geçiş
- Arkadaş çevresinin farklılaşarak artması
- Modernleşme
- Görsel işitsel, internet, medya gibi kaynakların daha ulaşılabilir ve etki güçlerinin artması
- Sosyo ekonomik düzeylerde meydana gelşen iyileşmeler
- Kültürel olarak değişen davranış kalıpları
- Toplu yemek yeme geleneğinin ortadan kalkması
- Ataerkil aile modelinden çekirdek aile modeline olan geçiş
- Batılılaşma olarak tanımlayabileceğimiz batı ürünlerine olan istek

Bu ve buna benzer etmenler genç kızların kültürel boyutta ele alabileceğimiz mutfak ürünlerinin nesiller arası gaktarımında köprü görevini üstlenmelerini engellemektedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Beslenme kültürü toplumların yaşam biçimleriyle doğrudan ilişkilidir. Mutfak bir uygarlık belirtisi olup kültürün vazgeçilmez ögesidir. Burada en önemli köprü hanede mutfak ile doğrudan ilişkili olan annelerdir asırlardır bu görevi bir şekilde yerine getiren anneler kızlarına günümüz yaşam koşullarında maalesef bu kültürü aktarmada yetersiz kalmaktadırlar. Kentleşme süreci gelenek ve göreneklerimizin degismesine, yozlaşmasına, unutulmasına neden olmaktadır. Bu durum kültürel etmenlerimizin unutulmasına neden olduğu gibi bir milletin kimlik özelliklerinin de yok olması anlamına gelebilir. Oysaki tarih boyunca Türk toplumu geleneksel mutfak kültürlerinin günümüze kadar ulaşmasını sağlayan etkenlerden biride beslenme alanındaki bilgi, gelenek ve uygulamalardır.

Günümüz gençliğinin bu araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi geleneksel yeme içme alışkanlıkları hakkında bilgilerinin olmaması üzücüdür. Pek çok çalışmada Türk yemeklerinin gençler tarafından yeterince bilinmediği ifade edilmistir. Ancak zengin bir kültüre sahip olan Anadolu'da her yöreye, her topluluğa ait yeme- içme gelenekleri, kullanılan araç-gereç, saklama ve pişirme yöntemlerini ortaya çıkartılarak yeni nesillere tanıtılmalıdır. Bu konuda uzmanlaşmış bireylerin, özellikle turizm öğretmenlerinin, turizm sektöründe çalışan turizmcilerin, gönüllü kuruluşların, kitle iletişim araçlarının, vakıfların ve üniversitelerin desteğine ihtiyaç vardır. Var olan kültürel mirasın kayıt altına alınması gerekliliği bu çalıma verilerinden de anlaşılabilir. Bu anlamda illerde yer alan valiliklerin belediyelerin sivil toplum örgütlerine büyük işler düşmektedir. Ayrıca elde edilen verilerin, mutlak suretle belgelendirilmesinin de faydalı olacağı inancındayız.



## Kaynakça

- Albayrak B. 1996. *Mutfagımızı yasatmaya kararlıyız*. V. Milletler arası Türk Halk Aman, F., (2012), *Bronislaw Malinowski'nin Kültür Teorisi*, Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 21, Sayı: 1, s.135-151.
- Baysal, A., (1992), *Türk Mutfağında Kışa Hazırlık*, IV. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri, V. cilt s. 60-67
- Bulduk, S ve Demirel N. Y. (1998). “*Antalya ili merkez ilçelerinde farklı sosyo-ekonomik düzeydeki kadınların yiyecek hazırlamada uyguladıkları yöntemlerin saptanması*”, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 22, 67-75, Ankara.
- Genç, Reşat, “*XI. Yüzyılda Türk Mutfağı*”, Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, Kültür ve Turizm Bakanlığı MİFAD Yayınları, Ankara, 1982, s.57-68
- Gökalp, Z., (1976), *Türkçülüğün Esasları*, Haz. Mehmet Kaplan, MEB Yay., İstanbul , s.25.
- Güler, S. (2010a). “*Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları*”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24-30, Kütahya.
- Güvenç, B. (2002). *İnsan ve Kültür* (9.bs.). İstanbul: Remzi Kitabevi. s.101-104
- Güvenç, B., (1997), *Kültürün ABC'si*, Yapı-Kredi Yay., İstanbul, s.54.
- Köymen, (M.Altay)., (1982), “*Selçuklular Zamanında Beslenme Sistemi*”, Türk Mutfağı Sempozyum Kültürü Kongresi Program ve Bildiri Özetleri, Ankara s: 1123-1127
- Maviş, F., (2003), *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Metin, A., (2011), *Kimliğin Toplumsal İnşası Ve Geleneksel Kadın Kimliğinin Aktarımı*, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (1), s. 74-92.
- Sürücüoğlu, M., ve Akman, M., (1998), “*Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Değişim Nedenleri*”, “Standart Dergisi”, Temmuz, Sayı 439, s. 42-53.
- Şanlıer, N., Cömert, M. ve Özkaya, F. D., (2012) *Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı*, Millî Folklor, Yıl 24, Sayı 94 s.152-161
- Şavkay, T., (2007) *Osmanlı Mutfağı*, İstanbul, Şekerbank Yayınevi
- Tuncel, M., (2000), *Fast Food (Hızlı Yemek) Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yerasimos, S., (2004) *Sultan Sofraları -15. ve 16. Yüzyılda Osmanlı Saray Mutfağı*, YKY, İstanbul,
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.





T.C.  
MUGLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## **Gençlerin Fastfood Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği**

<sup>1</sup>Adnan Acar

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Muğla meslek Yüksekokulu, Muğla, ustamadnan@mu.edu.tr

### **Özet**

Son yıllarda modernleşen günümüz dünyasının hareketli yaşam tarzını benimseyen toplumlari; Beslenme alışkanlıklari kaynaklı problemler ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu problemlerin başında bilinçsiz tüketim alışkanlığından kaynaklanan ‘Obezite’ başı çekmektedir. Dünya Sağlık Örgütü şişmanlığı küresel bir salgın hastalık olarak niteleyerek bu duruma dikkat çekmektedir. Özellikle genç nüfus oranını fazla olduğu Türkiye gibi gelişmekte olan toplumlarda bu durum daha bir fazla önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinde okuyan öğrencilerin fastfood ürünlerinin tüketimini etkileyen faktörleri belirlemektir. Ayrıca fastfood beslenme tarzının günlük yaşamdaki yeri hakkında bilgi almak, fastfood ürünlerinin tercihi noktasında farklılaşan unsurları belirlemek çalışmanın amaçları arasında sayılabilir. Bu çerçevede bu çalışmanın amacı genç nüfusun fastfood beslenme alışkanlığının boyutunun ne derece olduğu noktasında önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra fastfood beslenme alışkanlıklari ile ilgili genel eğilimleri ölçmek tüketicilerin fastfood türü yiyecek seçimlerinde etkili olan kriterleri belirlemek ve bu kriterler üzerinde demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisi olup olmadığını belirlemek olarak tanımlanabilir. Yapılan bir çok çalışma fastfood beslenme alışkanlığı olan bireyler yeterli ve dengeli beslenemedikleri için başta obezite olmak üzere birçok sağlık problemiyle karşı karşıya kaldıkları bilinen bir gerçektir. Bu çalışma ile birlikte ortaya çıkan veri analizleri Ülkemizde yaşayan gençlerin fastfood ürünlerine olan yaklaşımlarını ortaya çıkarmada etkili olacaktır düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Obezite, Beslenme, Fastfood, Gençlik

***An Analysis of Fastfood Consumption Habits of the Youth: The Case Muğla Sıtkı Koçman University Students.***

### **Abstract**

Contemporary societies embracing the fast moving life style of the modernizing world are facing problems related to nutrition habits. The first among these problems is obesity originating from unconscious consumption. World Health Organization notes this situation by referring to obesity as a global epidemic. This problem is especially important for developing countries with a higher ratio of younger population like Turkey. For this reason, this study aims to identify the factors effecting the nutrition habits of students at the University of Mugla, especially with regard to their preferences of fast food products. It also aims to identify the place of fast food in their everyday life and the factors influencing their choice of fast food products and the effect of demographic or other socio-economic factors on their preferences. It is a fact supported by numerous studies that the individuals with a fast food style of nutrition encounter many health problems because of unbalanced diet, the first and foremost among them is obesity. The data gathered by this study aims to describe the perception and attitude of the youth for fast food products.

**Keywords:** Obesity, Nutrition, Fast food Youth



## Giriş

Dünya üzerinde var olan insanlık hızla her alanda ilerleme göstermektedir. Bu durum gıda sektöründe çok farklı yaklaşımları beraberinde getirmektedir. Günümüz insanları iş hayatında daha fazla yer edinmesi kentsel yaşantısında hareketli bir yaşam sürmesi dışarıda daha fazla zaman geçirmesine neden olmuştur. Dışarıda geçirilen zamanın artması, dışarıda yemek yeme alışkanlığının doğmasına neden olmuştur. Ancak var olan bu gereksinim için ayrılan zaman azalmıştır.

Yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmeler bu akıma ayak uydurmak adına fastfood (Hızlı tüketim) ekolünü getirerek bir anlamda bu düzene uyum sağlamışlardır. Bu çalışmada amaç fastfood beslenme alışkanlıkları ile ilgili genel eğilimleri ölçmek, tüketicilerin fastfood yiyecek seçimlerinde etkili olan kriterleri belirlemek, fastfood ürün gruplarından birini tercih eden katılımcıların bu seçimlerinde etken faktörü ortaya koymaktır.

Küreselleşen dünyada gelişmiş ülkelerin sanayi toplumundan bilgi toplumuna dönüşmeleri bireylerin zamanlarını daha yoğun geçirmelerine neden olmuş ve bunun sonucunda bireylerin yiyecek-içecek faaliyetlerine ayırdıkları zamanda gün geçtikçe azalmalar meydana gelmiştir. Bireylerin yoğun yaşam temposu sonucu yiyecek-içecek faaliyetlerine ayırdıkları zamanın azalması bireyleri fastfood beslenme şekline yöneltmiştir. Fastfood beslenme şekli ile birlikte bireylerin besinlerden alacakları verim ve tat alma hazları da erozyona uğramıştır (Aymanıy ve Sarıoğlan, 2007:8-9).

Genel olarak fastfood endüstrisi (hızlı yemek endüstrisi), kalifiye iş gücü anlamında hem de az yatırım gerektiren, bir endüstri olarak tanımlanabilir. Belirli bir süreç içinde değişen ve gelişen ekonomik hayat ve buna bağlı olarak sosyal ve demografik faktörlerde meydana gelen değişimler fastfood endüstrisinin büyümesine neden olmuştur. Bu büyüme yalnızca yabancı menşeli zincir fastfood işletmelerinde değil aynı zamanda bu değişime ayak uyduran yerli yiyecek içecek işletmeleri de dahil olmuştur.

Birçok kimse fastfood kavramının sadece Amerikan yaşam biçimiyle özdeş olduğunu düşünmemektedir. Bununla beraber fastfood kavramının kökeninin Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunduğunu ve modern bir olgu olduğunu düşünenlerde bulunmaktadır. Aslında, çoğu fastfood türü yiyeceğin kökeni Avrupa' da olup hayli eskiye dayanır. Örneğin, John Show'un 1598 Londra araştırmasının yanı sıra Henry Mayhew'in 1840 ve 1850'lerin Londra'sının sosyal tarihini anlatmış olduğu eserde de fastfood ile ilgili konulardan bahsedilmektedir. Hamburger aslında, Orta Çağ'da Rusya'nın Baltık bölgelerinde çeşitli kabilelerin, özellikle Tatarların yemiş oldukları bir biftektir. Tatarlar bu lezzeti ticari ilişki içerisinde buldukları Almanlara Hamburg limanında tanıtmışlardır. Almanlar bu eti kızartmışlar ve soğan katarak lezzetlendirmişlerdir. Alman göçmenler Amerika'ya geldiklerinde bu yemeği de beraberlerinde getirmişlerdir. Ayrıca, Romalıların daha MÖ 500 yılında bir tür hamburger ve pizza türü yiyecekler tükettiklerinin kayıtlarının bulunduğunu söyleyen kaynaklar da mevcuttur (Korkmaz, 2005: 23).

1800'lü yılların sonundan itibaren Amerika'da uygulanmaya başlanan franchising sistemi, Türkiye'de ilk olarak 1986 yılında dünyanın en büyük fastfood restoran zincirlerine sahip olan McDonalds'ın İstanbul'da ilk restoranını açması ile başlamıştır. Bu girişimi, diğer çok uluslu şirketler de izlemiş ve ülkemizde halen franchising sistemiyle faaliyet gösteren birçok işletme bulunmaktadır.



Hızlı yemek sektörü veya fastfood sektörü değişik bakış açıları ile değişik şekillerde tanımlanmaktadır. Daha öğretici bir yaklaşım ise fastfood perakende sektörünü, dört genel özelliği olan, bitmiş ve nihai bir ürün olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre bu sektörde yer alan ürünlerin nispeten fiyatı düşüktür. Üretim ve servis süresi kısadır. Ürün elle yenilebilir, kullanıldıktan sonra atılabilen bir ambalajı, hatta bazen çatal bıçak takımı bile olmayabilir. Nihai ürünün dayanıklılık süresi sıcak fastfood türü ürünler için dakikalarla, soğuk ürünler için ise saatlerle ifade edilir. Bu genel kategori kapsamına dâhil olan tipik hızlı yemek ürünleri arasında kutulanmış veya kullanıma hazır içeceklerin yanı sıra hamburgerler, balık ve patates, kepeyle sunulan dondurma, kebaplar, kızartılmış ya da ızgara yapılmış tavuk, parmak patates, pizza, sandviçler ve diğer pismiş hazır ürünler söylenebilir (Korkmaz, 2005:25).

Tüm bu argümanlar irdelendiğinde fastfood beslenme alışkanlığının geçmiş yıllarda ki büyüme hızının artarak devam edeceği tahmin edilmektedir. Fastfood türü yiyecekler, bugün ve gelecekte de gıda endüstrisi için hızla gelişen bir sektör, insanlar için de vazgeçilmez bir tüketim biçimi olmaya devam edecektir.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın genel amacı; fastfood ürünlerinin 17-25 yaş gençlerin tercih nedenlerinin belirlenmesi ve incelenmesidir. 17-25 yaş arası gençlerin demografik özellikleri ile tüketim tarzında bir ilişkinin varlığı incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın alt problemleri şunlardır;

- Fastfood tüketimi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin varlığı
- Gençlerin ikamet durumu ile tüketim tarzı arasındaki ilişkinin saptanması
- Gelir durumu ile fastfood beslenme alışkanlığı arasında bir ilişkinin olup olmadığının saptanması
- Gençlerin fastfood tüketim sıklığının tespit edilmesi
- Gençlerin BKİ ile fastfood beslenme alışkanlıkları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi
- Fastfood tüketimi ile birlikte ne tür içecek tüketimi gerçekleştiğinin belirlenmesi
- Gençlerin en sık tükettiği fastfood ürünlerinin neler olduğunun tespit edilmesi
- Gençlerin fastfood tüketimini hangi yolla gerçekleştirdiği

Fastfood hizmeti veren firmaların işletmelerinde yürüttükleri faaliyetlerin yalnızca kar amacı taşımadığı insan sağlığı boyutunu da düşündüğü, günümüz toplumlarında doğru olmadığı gerçeği genel bir kabuldür. Dolayısıyla var olan bu firmalar yürüttükleri hizmetin ahlaki ve sosyal boyutunu da göz önünde bulundurmaları gerektiği gerçeği önümüzde duran apaçık bir olgudur.

Bu çerçevede bu çalışmanın amacı genç nüfusun fastfood beslenme alışkanlığının boyutunun ne derece olduğu noktasında önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra fastfood beslenme alışkanlıkları ile ilgili genel eğilimleri ölçmek tüketicilerin fastfood türü yiyecek seçimlerinde etkili olan kriterleri belirlemek ve bu kriterler üzerinde



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisi olup olmadığını belirlemek olarak tanımlanabilir.

Burada esas olan ve bu araştırmanın sonunda ortaya çıkan veriler bir anlamda Türk Mutfak kültüründe fastfood beslenme alışkanlığının yerini de dolaylı olarak ortaya koymaktadır. Türk Mutfak kültürünü fastfood ürünlerine dönüştürme gayreti mutfak kültürümüze büyük anlamda zarar verecektir. Bu çerçevede bu çalışmanın amacı genç nüfusun fastfood beslenme alışkanlığının boyutunun ne derece olduğu noktasında önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra fastfood beslenme alışkanlıkları ile ilgili genel eğilimleri ölçmek tüketicilerin fastfood türü yiyecek seçimlerinde etkili olan kriterleri belirlemek ve bu kriterler üzerinde demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisi olup olmadığını belirlemek olarak tanımlanabilir.

### Fastfood

Coğrafi sınırların her geçen gün ortadan kalktığı günümüz küreselleşen dünyamızda ortadan kalkanın yalnızca sınırlar olmadığını aynı zamanda toplumların kültürlerinin de ortak bir paydada yalınlaşarak bir araya geldiğini gözlemlemek mümkündür. Yeni oluşan bu ortak paydada toplumların yaşam biçimleri, doğaya karşı olan tutumları, yeme-, içme alışkanlıkları ve buna benzer daha birçok konu yer almaktadır.

Toplumunu meydana getiren bireylerin iş hayatında daha fazla yer alması özellikle bayanların gün geçtikçe evden çıkıp iş alanlarında boy göstermesi, toplumların yeme-içme alışkanlıklarının da yeni bir reforma gitme zorunluluğu oluşturmuştur. Toplumların artık daha hızlı, doyurucu ve ekonomik yiyecek arayışı boşluğunu fastfood doldurmuştur.

Fastfood Türk Dil Kurumu tarafından ‘Hızlı yiyecek’ olarak anlamlandırılmıştır. Her ne kadar hızlı tüketim denilse de; Fastfood gerçek anlamda bakıldığı zaman birçok bilimsel araştırmaya konu olmuş bir sistemler bütünüdür. Bu sistemi oluşturan birçok faktör olmakla birlikte hızlı yiyecek bu faktörlerin en önemlilerinden yalnızca biridir.

Sınırlı bir mönü ile çalışan restoranların çok kısa zamanda çok müşteriye hizmet vermesine ‘Hızlı Yemek Sistemi’ denir. Fastfood çok pahalı olmayan restoranların sınırlı sayıda ürünlerin hızlı bir şekilde pişirilip servis edildiği sistemlere verilen isimdir (Merdol ve ark., 1998: 98).

Fastfood doğal bir sürecin ortaya çıkardığı bir kavramdır. 18. ve 19. yüzyıllarda meydana gelen yeni buluşların makineleşmiş bir endüstri doğurması ve bu gelişmelerin Avrupa’da ki sermaye birikimini arttırması sanayi devrimini meydana getirmiştir. Bireylerin iş hayatında ki ve çalışma biçimlerinde ki değişimler dışarıda yemek yeme ihtiyacını doğurmuştur. Hazır yemek kültürü gıda maddeleri üretimindeki gelişmelerin doğal bir sonucudur (Grafe, 1994: 268).

### Yöntem

Bu araştırma, betimsel bir çalışma olup araştırmanın yürütülmesinde tarama modeli kullanılmıştır. ‘Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez’ (Karasar, 2009: 77). Araştırma ile tüketicilerin fastfood tüketim davranışlarını etkileyen değişkenlerin fastfood ürün gruplarına göre ve bazı demografik ve sosyo-ekonomik farklılıklara göre



ne düzeyde değişiklik gösterdiğinin belirlenmesi üzerine kurulmuştur. Araştırmada elde edilecek bulgularla aşağıda verilen sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır.

- Fastfood tüketim tercihlerine etki eden değişkenlerden hangileri yaşa göre farklılık göstermektedir?
- Fastfood tüketim tercihlerine etki eden değişkenlerden hangileri gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir?
- Fastfood tüketim sıklığı medeni duruma ve sağlıklı yaşam bilincine göre farklılık göstermekte midir?
- Fastfood tüketim alışkanlığı geleneksel beslenme alışkanlığını etkilemekte midir?

Araştırmanın evrenini Muğla ili Merkez ve ilçelerinde okuyan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi 35847 kişidir. Bu rakam merkez öğrenci işleri 10.11.2013 tarihinde elde edilen rakamdır. Bu rakam yeni kayıt yaptıran veya kaydını sildiren öğrenciler sebebiyle değişken bir rakamdır. Evrenin büyüklüğü ve araştırmanın zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle evreni oluşturan tüm bireyler araştırma kapsamına alınamamıştır.

Araştırmanın örneklemini belirlerken basit tesadüfi örnekleme metodu uygulanmıştır. Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısıyla hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır (Arıkan, 2004: 36). Bu yöntemin kullanılabilmesi için ele alınan problemlerle ilgili bilgilerin evrene göre benzeşik (homojen) olması gerekir (İslamoğlu, 2003: 126).

Homojen bir yapıda olmayan bu evren için % 95 güven aralığında,  $\pm$  % 5 örnekleme hatası ile gerekli örneklem büyüklüğü  $n = 381$  olarak hesaplanmıştır. Ancak çalışmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla daha fazla sayıda örnekleme ulaşmak için 600 anket formu basılmış ve uygulanmıştır.

Bu çerçevede anket soruları tesadüfi olarak belirlenen örneklem grubuna uygulanmış fastfood türü yiyecek tüketmiyorum cevabını veren, hatalı eksik veri girenlerin anketleri veri setinden çıkartılarak toplamda 532 kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Anket cevaplama oranı  $532/600 = \% 88,7$  dir.

Araştırma kapsamına alınan Muğla Sıtkı Koçman üniversitesi Öğrencileri fastfood ürünlerinin tercih nedenlerini ortaya koyabilecek verilerin incelenmesinde araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının geliştirilmesi aşamasından önce, araştırmanın temellendirilmesi ve belirlenen amaçlara ulaşabilmesi için konuyla ilgili İngilizce ve Türkçe literatür (tez, makale, bildiri, kitap, bilimsel araştırma vb.) incelenmiştir. Literatür incelemesinden elde edilen bilgiler yardımıyla veri toplama aracının kavramsal yapısı ve ana çerçevesi belirlenmiştir. Anketin kapsam geçerliliğini belirlemek amacıyla, 50 öğrenci üzerinde ön uygulaması yapılmış ve uygulamada karşılaşılabilecek aksaklıklar giderilmiştir.

## **Bulgular ve Yorum**

Çalışmanın örneklemini oluşturan katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, çalışma statüsü, eğitim durumu, aylık geliri, ikamet durumu, boyu ve kilosu gibi bilgilere tezin bu bölümünde yer verilmiştir.



Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcıların büyük çoğunluğunu erkek katılımcılar (%74,8) oluşturmaktadır. Genel katılımcı profiline bakıldığında katılımcıların bekar (%94,9), ön lisans mezunu (74,6) ve 20-22 yaş aralığında (%57,9) yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcıların mesleğinin sorulmasının sebebi öğrencilerin okul zamanının da eş zamanlı olarak bazı işlerde çalışabilmesidir. 65 katılımcının tam zamanlı işlerde, 37 katılımcının yarı zamanlı işlerde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların aylık gelirlerine bakıldığında 250 TL’den az, 251-500 TL aralığında ve 501-1000 TL aralığında orantılı olarak dağıldığı görülmektedir. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin ekonomik seviyelerinin birbirine yakın olması aynı zamanda çalışmanın çıktılarının doğru bir yansıtma gösterebileceğini gösterir niteliktedir. Katılımcılar arasında 1000 TL üzerinde aylık gelire sahip olan bir katılımcının olmaması dikkat çekicidir. Bu durumun katılımcıların çoğunluğunu öğrenci olmasından ve genel profillerinin birbirine yakın sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerin varlığından kaynaklandığı söylenebilir.

**Tablo 1.** Demografik Bulgular

Cinsiyet	Sayı	Yüzde(%)
Kadın	134	74,8
Erkek	398	25,2
Toplam	532	100,0

Eğitim Düzeyi	Sayı	Yüzde(%)
Ön lisans	397	74,6
Lisans	102	19,2
Yüksek lisans	32	6,0
Doktora	1	0,2
Toplam	532	100

Aylık Gelir	Sayı	Yüzde(%)
< 250 TL	173	32,5
251 – 500	164	30,8
501 – 1000	195	36,7
Toplam	532	100

Mesleğiniz	Sayı	Yüzde(%)
Öğrenci	511	96,1
İşçi	21	3,9
Toplam	532	100

Medeni Durum	Sayı	Yüzde(%)
Evli	27	5,1
Bekar	505	94,9
Toplam	532	100

Yaş	Sayı	Yüzde(%)
17-19	193	36,3
20-22	308	57,9
23-25	25	4,7
26 ve üzeri	6	1,1
Toplam	532	100

Çalışma Statüsü	Sayı	Yüzde(%)
Full Time	65	12,2
Part Time	37	7,0
Çalışmıyor	430	80,8
Toplam	532	100



Katılımcılardan ikamet durumları ve hangi ilden geldikleri ile ilgili bilgiler edinilmiştir. Katılımcıların % 39,8'inin daha öncede Muğla'da yaşadığı bilgisi edinilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun il dışından eğitim için geldikleri anlaşılmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü gibi katılımcıların arkadaşlarıyla birlikte evde (%37,2) ikamet etmektedir. Arkadaşlarıyla birlikte evde ve tek başına evde ikamet eden kitlenin evde yemek yapma eğiliminin düşük olacağı ve dolayısıyla fastfood ürünlerine daha çok yöneleceği düşünülebilir. İkamet durumunu diğer olarak belirten katılımcılar pansiyon, apart otel vb. yerlerde kaldıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 2.** İkamet Durumu

İkamet Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Aileyle birlikte	119	22,4
Akrabaların yanında evde	18	3,4
Arkadaşlarla birlikte evde	198	37,2
Yalnız evde	40	7,5
Yurtta (Devlet)	65	12,2
Yurtta (Özel)	73	13,7
Diğer	19	3,6
Toplam	532	100

Katılımcılardan çeşitli fastfood ürünlerini ne sıklıkta tükettikleri ile ilgili bilgi vermeleri istenmiştir. Veriler arasında patates kızartmasını günde bir öğünden fazla tüketenlerin sayısının yüksek olması dikkat çekicidir. Bunun sebebi olarak patates kızartmasının ucuz olması ve farklı yiyeceklerle birlikte aperatif olarak tüketilebilmesi gösterilebilir. Ayrıca katılımcılar içinde döner, dürüm ve burger gibi ürünleri günlük olarak tüketen kişilerin sayısının yoğunluk kazandığı gözükmektedir. Bu yiyeceklerin genellikle ucuz ve doyurucu olduğu söylenebilir. Çıtır tavuk, çiğ köfte, kumpir, sandviç, kokoreç gibi yiyecekleri bazı katılımcılar hiç tüketmediklerini belirtmiştir. Bu yiyeceklerin bir kısmı az bilinen yiyecekler, bazıları ise her damak zevkine hitap etmeyecek yiyeceklerdir.

Kayısoğlu ve İçöz (2012) yılında yaptıkları “Eğitim Düzeyinin Fast- Food Tüketim Alışkanlığına Etkisi” konulu çalışmalarında; Fast- food tüketicisi olarak ankete katılanların büyük oranı hamburger (%31.3) ve pizza (%22.1) tercih etmiştir. Lise öğrencilerinin %27.4'ü hamburger, %26.2'si pizza tercih ederken, yüksekokul öğrencilerinin %28.8'i döner, % 26.9'u hamburger, meslek yüksek okulu öğrencilerinin % 28.2'si hamburger, %21.1'i pizza ve döner, fakülte öğrencilerinin %40.8'si hamburger, %18.8'i pizza tercih etmiştir. Bu veriler yapılan anket çalışmasının verileri ile örtüşüğünü göstermektedir.



**Tablo 3.** Farklı Fastfood ürünlerinin tüketim sıklıkları

Tüketim Sıklığı	Günde bir öğünden fazla		Her gün		İki günde bir		Üç Günde bir		Haftada Bir		Nadiren		Hiç	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Fastfood türü</b>														
<b>Burger çeşitleri</b>	0	0	86	16,2	0	0	100	18,8	237	44,5	109	20,5	0	0
<b>Çıtır Tavuk</b>	0	0	0	0	1	0,2	1	0,2	89	16,7	352	66,2	89	16,7
<b>Çiğ köfte</b>	0	0	0	0	1	0,2	2	0,4	103	19,4	338	63,5	88	16,5
<b>Pizza Çeşitleri</b>	0	0	0	0	86	16,2	90	16,9	250	47,0	105	19,7	1	0,2
<b>Dürüm (et, tavuk)</b>	0	0	101	19,0	164	30,8	5	0,9	86	16,2	176	33,1	0	0
<b>Kumpir</b>	0	0	0	0	0	0	170	32,0	90	16,9	171	32,1	101	19,0
<b>Lahmacun</b>	0	0	0	0	1	0,2	267	50,2	88	16,5	176	33,1	0	0
<b>Tantuni</b>	0	0	0	0	0	0	202	38,0	235	44,2	95	17,9	0	0
<b>Pide Çeşitleri</b>	0	0	0	0	0	0	269	50,6	85	16,0	178	33,5	0	0
<b>Sandviç</b>	0	0	0	0	1	0,2	172	32,3	1	0,2	294	55,3	64	12,0
<b>Köfte ekmek</b>	0	0	0	0	103	19,4	3	0,6	164	30,8	262	49,2	0	0
<b>Patates Kızartması</b>	87	16,4	0	0	66	12,4	3	0,6	273	51,3	103	19,4	0	0
<b>Kokoreç</b>	1	0,2	1	0,2	0	0	1	0,2	102	19,2	255	47,9	172	32,3
<b>Döner (et, tavuk)</b>	2	0,4	103	19,4	167	31,4	1	0,2	88	16,5	171	32,1	0	0

Fastfood ürünlerinin tüketim sıklıkları kullanılarak puanlama yöntemine göre en çok tüketilen ürünler belirlenmeye çalışılmıştır. Bununla ilgili veriler tablo 4’de verilmiştir. Bu puanlama oluşturulurken en yoğun tüketim sıklığına (günde bir öğünden fazla) 6, en az tüketim sıklığına (Nadiren) olmak üzere 1-6 arası rakamlar kullanılmış ve her fastfood türü için puan toplamı alınmıştır.





**Tablo 4.** Fastfood tüketim sıklığı puanları

Fastfood türü	Tüketim sıklığı puanı
Burger çeş.	1313
Çıtır Tavuk	537
Çiğ köfte	554
Pizza Çeş.	1219
Dürüm (et, tavuk)	1524
Kumpir	861
Lahmacun	1157
Tantuni	1171
Pide Çeş.	1155
Sandviç	816
Köfte ekmeç	1011
Patates kızartması	1444
Kokoreç	473
Döner (et, tavuk)	1545

Tablo 4’de görüldüğü gibi katılımcılar en yoğun olarak döner ve dürüm gibi yerli fastfood ürünlerini tüketmektedir. Hamburger ve pizza ise katılımcıların en yoğun olarak tükettiği yabancı kaynaklı fastfood ürünleridir. Patates kızartmasının da yoğun şekilde tüketildiği görülmektedir. Çıtır tavuk, Çiğ köfte ve kokoreç gibi yiyeceklerin çok düşük bir sıklık puanına sahip olduğu görülmektedir. Tablo 5’de fastfood ürünleriyle birlikte tüketilen içeceklerin tüketim sıklıkları sunulmuştur. Asitli içecekler ve ayran fastfood yanında en yoğun olarak tüketilen içeceklerdir. Alkollü içeceklerin ise fastfood ile birlikte nadiren tüketildiği ya da hiç tüketilmediği görülmektedir. Geleneksel bir içecek olan şalgam suyunun neredeyse hiç tüketilmediği görülmektedir. Diğer içeceklere görece daha az geçmişe sahip ice tea’de fastfoodla birlikte çok sık tüketilmemektedir.

**Tablo 5.** Fastfood ürünlerinin tercih sebepleri

Önermeler	Ort.	S.s.
Fastfood işletmelerinde havalandırmanın iyi olması	4,16	0,39
Fastfood işletmelerinde ısıtma ve soğutmanın iyi yapıyor olması	4,17	0,39
Fastfood işletmelerinde yeterli aydınlatmanın olması	4,16	0,39
Fastfood işletmelerinde iç mekân tasarımının iyi olması	3,97	0,60
Fastfood işletmelerinde Oturma alanlarının düzenli ve ferah olması	4,16	0,40
Fastfood işletmelerinin popüler olması	4,34	0,51



Fastfood işletmelerinde gıdaların güvenilir olması	3,96	0,62
Fastfood işletmelerinde hizmetin zamanında sunulması	4,16	0,39
Fastfood işletmelerinde kurumsallaşmış bir şirket olması	4,34	0,51
Fastfood işletmelerinin reklamlarının olması	4,51	0,53
Fastfood işletmelerine elit insanların gelmesi	3,91	1,02
Fastfood işletmelerinde çalışan personelin güler yüzlü olması	3,82	0,71
Fastfood işletmelerinde Ulaşımın kolay olması	3,45	0,77
Fastfood işletmelerinde sunulan yiyeceklerin damak zevkime hitap etmesi	2,91	1,16
Fastfood işletmelerinde standart lezzet ve kaliteye sahip olması	3,99	0,60
Fastfood işletmelerinde arkadaş çevrem buralarda yemek tüketmesi	3,63	0,94
Fastfood işletmelerinde servisin hızlı olması	3,84	0,72
Fastfood ürünlerinin fiyatının uygun olması	1,87	0,94

Tablo 5’de görüldüğü gibi fastfood ürünlerini tercih sebepleri arasında Fastfood işletmesinin reklamının olması (4,51), fastfood işletmesinin kurumsallaşmış bir şirket olması (4,34) ve işletmenin popüler olması (4,34) ön plana çıkmaktadır. Yine yiyeceklerin standart lezzet ve kaliteye sahip olmasının (3,99) ve gıda güvenliğinin (3,96) fastfood ürünlerinin tercihinde önemli rol oynadığı görülmektedir.

Kayısoğlu ve İçöz (2012) yılında yaptıkları “Eğitim Düzeyinin Fast- Food Tüketim Alışkanlığına Etkisi” konulu çalışmalarında; Fast- food tercihinde ankete katılanların %56.’sı reklamdan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Eğitim düzeyi ile reklamdan etkilenme arasındaki ilişki önemli olmadığını bulmuşlardır.

### Sonuç ve Öneriler

Yiyecek-içecek faaliyeti bireylerin günlük yaşamlarında vazgeçemeyecekleri birincil unsurdur. Bu unsur bireylerin yaşamlarının sürekliliği açısından olmazsa olmaz öğelerden birisidir. Ancak bireyler günlük yaşamlarında fizyolojik gereksinimlerini karşılamaları amacıyla yiyecek-içecek faaliyetine yönelirken farkında olmadan bir takım sosyal ilişkiler içerisine girmektedirler. Örneğin restorana yemek yemeğe giden bireyin birincil amacı karnını doyurmakken farkında olmadan diğer birey ve gruplarla etkileşimde bulunmaktadır. Burada yiyecek-içecek öğesinin bireyleri sosyalleşmeye yönelttiğini ve bu sosyalleşme ile birlikte bireylerde, gruplarda ve toplumlarda değişimlere yol açmaktadır. Bu değişimlerin farkına vararak neden olacağı sonuçları incelemek sosyoloji biliminin konusu olduğu için yiyecek-içecek olgusuna sosyolojik olarak bakılmasının da bir gereklilik olduğu ortaya çıkmıştır.

Çalışmadan elde edilen veriler ışığında fastfood tüketim eğilimleri öğrencilerin evde kalmaları veya farklı konaklama türlerini kullanmaları arasında bir fark olmadığı belirlenmiştir. Ancak öğrencilerin ailesiyle birlikte oturuyor olması evde düzenli bir yemek üretiminin varlığını gösterir. Dolayısıyla evde düzenli bir yemek üretimi söz



konusu iken dışarı da yemek yeme eğilimini etkileyen faktörler incelendiğinde bunların başında arkadaş çevrelerinin etkisi ve popüler olması diğer faktörlerden daha önemli bulunmuştur. Bunu aynı zamanda yemek olgusunun sosyal yönüne zarar verebileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere dayanarak 17-25 yaş arası gençlerin fastfood beslenme alışkanlıkları ile ilgili aşağıda verilen öneriler ortaya çıkmıştır.

- Beslenme alışkanlığı noktasında elde edilen verilerin genç nüfusun beslenme temelinde fastfood olduğu bu durumun sağlıklı birey sağlıklı toplum anlayışı gözetiminde düşünüldüğü zaman gençlerin eğitiminin ilk ve orta kademelerinden başlayarak ders müfredatına girmesi konusu son derece önemlidir.
- Özellikle yerli fastfood işletmelerini işleten ve bu işletmelerde çalışan mutfak personelinin gerekli uzmanlık seviyesine ulaştırılmaları gerekmektedir.
- Fastfood tercihinin bakılmaksızın tercih edilen ürünün yanında asitli içeceklerin yerine kültürel mirasımız olan ve son derece besleyici ayranın tercih edilmesi bu konuda gençlerin özendirilmesi ve bilgilendirilmesi gerekmektedir.
- Görsel işitsel ve yazınsal medyada yer alan sağlıklı beslenme ile ilgili çelişkili haber ve yayınların denetimi bireylerin inanç noktasında gerek duydukları güveni sağlayacaktır.
- Çeşitli amaçlar için kurulan kalkınma ajansları bu konuda sağlıklı beslenmeye yönelik işletmelere gerek duyulacak mali ve kurumsal desteği sağlayarak işletmeleri sağlıklı ürün noktasında teşvik etmelidir.
- Üniversite kampüsleri içerisinde bireylerin kolay ulaşılacağı değişik noktalara, öğrencilere düşük maliyetle hizmet verecek meyve büfeleri kurulabilir.
- İhale yolu ile özel işletmelere devredilen okul kantinlerinin ihale şartnameleri hazırlanırken işletme de yer alacak mönülere sağlık gıdalardan oluşan mönüler eklenebilir.
- Türkiye de kurulmuş olan aşçılık federasyonlarından fastfood anlayışına uygun sağlıklı gıdalar noktasında destek sağlanabilir.



## Kaynakça

Açıkgöz, S. (2006). *Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ile özyetkinlik ve iyimserlik ilişkisi: Ankara Üniversitesi örneği*, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Arıkan, R. (2004). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. (3.Basım). Ankara: Asil Yayını.

Aymankuy, Y., Sarıoğlan, M., (2007). *Yiyecek-içecek felsefesi ve beslenme alışkanlığının geliştirilmesine yönelik bir model önerisi*. Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. I.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Antalya.

Bulduk, S. (2002) *Beslenme ilkeleri ve mönü planlama*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayınları.

Grefe, C., (1994). *Hamburger Çağı*. Çeviri: Ogün Duman İletişim Yayınları: İstanbul. 268s

İslamoğlu, H. (2003). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. (7.Basım.). İstanbul: Beta Basını.

Karasar, N. (2009). *Araştırmalarda Rapor Hazırlama*, (15.Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.

Kayısoğlu, S., İçöz, A., (2012). Eğitim düzeyinin fastfood tüketim alışkanlığına etkisi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(2), 16-19.

Korkmaz, S., (2005). FastFood (Hızlı Yemek) Pazarında Rekabetçi Stratejilerin Etkinliği: Üniversite Gençliğinin Tercihlerinin Analizi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 22-39.

Merdol, T., K., (1998). *Tarihten Günümüze Toplumlar ve Beslenme Alışkanlıkları*,(TOYGAR, Kamil. **Türk Kültürü Üzerine Araştırmalar** kitabının içinden), Ankara, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, No: 22, 135-143.

Özçelik, A. Ö., Akan, L. S. ve Sürücüoğlu, M. S., (2007). An evaluation of fast food preferences according to gender. *Humanity and Social Sciences Journal*, 2 (1), 43-50.

Özdiñç, İ. Y., (2004). Üniversite öğrencilerinin fastfood tüketim alışkanlıkları ve tüketim noktası tercihlerini etkileyen faktörler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (1), 71-79.

Özleyen, G., (2005). *Fast food işletmelerde tüketici davranışı analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.



## ***Hemşirelik 1. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına İlişkin Tutumları***

Alihan Olak<sup>1</sup>, Adile Tümer<sup>2</sup>

<sup>1</sup>MSKÜ, Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü Öğrencisi

<sup>2</sup>MSKÜ, Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü Öğretim Üyesi

### **Özet**

Bu araştırma, hemşirelik 1. ve 4. sınıf öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumlarının incelenmesi amacıyla yapıldı. Tanımlayıcı tipte tasarlanan bu çalışma Kasım 2015-Mart 2016 tarihlerinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde, 233 öğrencinin katılımı ile gerçekleştirildi. Veriler sosyo-demografik form ve Yaşlı Ayrımcılığı Tutum Ölçeği (YATÖ) ile sınıf ortamında toplandı. Vefikuluçay (2008) tarafından geliştirilen YATÖ, yaşlının yaşamını sınırlama (9 madde), yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık (8 madde) ve yaşlıya yönelik olumsuz ayrımcılık (6 madde) olmak üzere üç alt boyutu olan beşli likert tipi bir ölçektir. Ölçekten alınan toplam puan ortalamasının yüksek olması, yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumun olumlu olduğunu gösterir. Araştırma öncesinde ilgili kurumdan, etik kuruldan ve öğrencilerden izin alındı. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaş ortalamasının 20.16±2.09 (min:17, max:28) olduğu, % 75.5'inin kadın, % 56.2'sinin birinci sınıf ve %45.5'inin şimdiye kadar yaşlı ile birlikte yaşadığı belirlendi. YATÖ toplam puan ortalaması 69.51±7.13, yaşlının yaşamını sınırlama 19.90±4.00, yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık 31.05±4.65 ve yaşlıya yönelik olumsuz ayrımcılık 18.55± 3.59 olarak saptandı. Çalışmada birinci sınıflar ile dördüncü sınıfların toplam ölçek puan ortalaması farkı istatistiksel olarak anlamlı bulundu (p<0.05). Katılımcıların cinsiyeti, yetiştiği sosyal çevre, gelir durumu, anne-baba eğitim durumu, yaşlı ile birlikte yaşamış olma durumuna göre ölçek puan ortalamasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmadı (p>0.05). Hemşirelik eğitimi sürecinde konuyla ilgili farkındalığın artırılmasının yaşlı sağlığına, dolayısıyla toplum sağlığına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Yaşlı, yaşlı ayrımcılığı, tutum, hemşirelik öğrencisi.

### ***Freshman and Senior Nursing Students' Attitudes Towards Elderly Discrimination***

#### **Abstract**

This study was conducted to examine freshman and senior nursing students' attitudes towards elderly discrimination. The study which was conducted in descriptive design was carried out with 223 students in Muğla Sıtkı Koçman University during November 2015-March 2016 period. The data were obtained through socio-demographic form and Elderly Discrimination Attitude Scale (YATÖ) in classrooms. The scale developed by Vefikuluçay (2008) is a 5- Likert type scale consisting limiting elderly's life (9 items), positive discrimination towards elderly (8 items), and negative attitudes towards elderly (6 items) sub dimensions. High mean value resulted from the data shows that the discrimination towards elderly is positive. Before procedure, ethical permissions were provided and students responded voluntarily. It was found that the mean value of the participant students ages was 20.16±2.09 (min:17, max:28), % 75.5 was female, % 56.2 was freshman students, and %45.5 participants lived with elderly. The total scale mean value was 69.51±7.13, limiting elderly's life mean value was 19.90±4.00, positive discrimination towards elderly mean value was 31.05±4.65, and negative discrimination mean value towards elderly was 18.55± 3.59 based on the analysis. There was found a statistically significant difference between freshman and senior students' total scale points (p<0.05). There was not a significant difference between participants' gender, social environment, income, parents' educational background, living with an elderly and total scale points (p>0.05). Therefore, it was considered that raising awareness to the topic during nursing education would contribute to elderly's wellness, accordingly, to the public's health.

**Key words:** Elderly, ageing, attitude, nursing students.



## Giriş

Sağlık alanındaki bilimsel ve teknolojik gelişmeler, erken tanı ve tedavi yöntemlerinin uygulanması, koruyucu sağlık hizmetlerindeki gelişmeler ile sağlıkta yaşam kalitesi iyileşmekte ve buna bağlı olarak da dünyada yaşlı nüfus oranı giderek artmaktadır (Güven, Muz ve Ertürk, 2012). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) yaşlılık için kronolojik tanımlamayı dikkate almakta ve bu dönemi “65 yaş ve üzeri” olarak kabul etmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre ülkemizde 65 yaş ve üzeri nüfus oranı 2013 yılında %7.7 iken, nüfus projeksiyonlarına göre bu oranın 2023 yılında %10.2’ye, 2050 yılında %20.8’e, 2075 yılında ise %27.7’ye yükseleceği tahmin edilmektedir (TÜİK, 2013).

Yaşlılık, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde ortalama yaşam süresinin uzamasına paralel olarak hem belli bir grup insan kitlesini oluşturmak açısından hem de belli yaşlarda daha çok ortaya çıkan hastalıklara bağlı olarak ciddi bir halk sağlığı uğraşı alanı ve problemi haline gelmiştir (Altay ve Aydın, 2015). Genelde yaşlı bireyler üretken olmamaları ve artan sağlık sorunları nedeniyle içinde yaşadıkları toplum tarafından bağımlı bir grup ve topluma yük olarak görülmektedir (Gething vd., 2004). Özellikle, yaşlıların aile ve yakın çevre tarafından sağlanan sosyal destek, yaşlanma sürecine uyum, yeterli gelir elde etme, emeklilik ve barınma gibi alanlarda da sorunlar yaşayabileceği belirtilmektedir (Akgün, Bakar, Budakoğlu, 2004). Yaşlı bireylerin tüm bu sorunlarla karşılaşmasının toplumsal ve sosyal bir sonucu olarak yaşlı ayrımcılığı ortaya çıkmaktadır.

Yaşlı ayrımcılığı terimini ilk defa 1969 yılında Amerika Ulusal Yaşlılık Enstitüsü başkanı Robert Butler kullanmıştır. Butler yaşlı ayrımcılığını; yaşlı insanlara yönelik bir ayrımcılık, ırk ayrımcılığı ve cinsiyet ayrımcılığı gibi eyleme dönüşebilen bir ideoloji türü olarak tanımlamıştır (Özdemir ve Bilgili, 2014). Palmore(2004) ise yaşlı ayrımcılığını; ileri yaştaki bireylere yönelik önyargıyı, tutum ve davranışlar aracılığı ile ifade eden bir terim olarak tanımlamıştır. Yaşlı ayrımcılığı bir kişiye sadece yaş nedeniyle gösterilen farklı tavır, önyargı, davranış ve eylemleri içinde barındıran çok boyutlu bir terimdir (Palmore, 2004). Toplumların sosyo-kültürel yapıları ve gelenekleri, değişik alanlardaki tutum ve davranışlarını büyük ölçüde belirlemekte ve bu anlamda yaşlıya karşı tutum ve davranışların oluşmasında rol oynamaktadır (Altay ve Aydın, 2015; Ünsar vd. 2015).

Son yıllarda sağlık bakım hizmetinin sunulduğu tüm alanlarda yaşlı insanlara yönelik ayrımcılık yapıldığı görüşü yaygındır (Karadağ, İnkaya, Karatay, 2012). Sağlık personelinin yaşlılara yönelik kendi ön yargıları, değerleri, algılamaları, inançları yaşlı ayrımcılığının temel nedenleri arasında düşünülmektedir. Yapılan çalışmalarda hemşirelerin daha genç yaş grupları ile çalışmayı tercih ettikleri, yaşlı bireylerin sorunlarını yaşamın doğal bir seyri olarak düşünüp önemsemedikleri ya da erteledikleri ve yaşlıları bağımlı, inaktif, izole olarak algıladıkları tespit edilmiştir. Akut bakım hemşirelerinin yaşlı hastalara yönelik olumlu ve olumsuz davranışlarının incelendiği bir araştırmada; hemşirelerin yaşlı ayrımcılığına ilişkin olumsuz davranış sergiledikleri ve yaşlı bakımı konusunda bilgi eksikliğinin olduğu ve yaşlıların bakım kalitesinin etkilendiği belirtilmiştir (Özdemir ve Bilgili, 2014).

Sağlık bakım ekibi içinde yer alan hemşirelerin temel amaçlarından biri bireyin, ailenin ve toplumun ihtiyaç duyduğu konularda eğitim ve danışmanlık hizmeti vermektir. Toplumun yaşlı ayrımcılığına ilişkin eşitlikçi bakış açısı kazanabilmesi, kendi düşünce,



davranış ve tutumlarını geliştirebilmesi için hemşirelerin rehberliğine gereksinim vardır (Vefikuluçay ve Terzioğlu, 2011). Gelecekte sağlık bakım ekibi içinde yer alacak olan hemşirelik öğrencilerinin topluma rehberlik ederken ve yaşlı bireylere sağlık bakım hizmeti sunarken, olumlu tutum içinde olmaları herhangi bir şekilde ayrımcılık sergilememeleri, yaşlılık dönemi ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmaları bu açıdan önemlidir. Hemşirelik eğitimi veren kurumlara, hemşirelik öğrencilerinin yaşlanma ve yaşlılığa yönelik olumlu tutumlar geliştirmelerini sağlamak üzere önemli görevler düşmektedir.

Literatürde hemşirelik öğrencilerinin yaşlı bireylere karşı olumlu tutumlara sahip olduklarını gösteren çalışmalar vardır (Altay ve Aydın, 2015; Güven vd., 2012; Karadağ vd., 2012; Ünsar vd., 2015; Yılmaz ve Özkan, 2010). Bir toplumda yaşlılara karşı olumlu tutum sergilenmesi, yaşlıların aldığı her tür hizmetin kalitesini arttıracak ve özellikle sağlık sorunlarının sık ve yoğun yaşandığı bu dönemde sağlık bakım hizmetlerinin de kalitesini olumlu yönde etkileyecektir. O nedenle ileride sağlık bakım ekibi içinde yer alacak hemşirelik öğrencilerinin, yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumlarının belirlenmesi, konuyla ilgili farkındalık oluşturulması, yaşlılık ve yaşlanmaya ilişkin daha olumlu, saygılı ve hoşgörülü tutum geliştirmelerinin sağlanması önemlidir.

Bu araştırma, hemşirelik 1. ve 4. sınıf öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumlarının incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

## Yöntem

**Araştırmanın tipi, yeri ve zamanı:** Tanımlayıcı tipte tasarlanan bu araştırma, Kasım 2015-Mart 2016 tarihlerinde, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü'nde gerçekleştirilmiştir.

**Araştırmanın Evreni / Örnekleme:** Araştırmanın evrenini, Hemşirelik Bölümü 1. ve 4. sınıfta öğrenim gören öğrenciler oluşturmuş, örneklem seçilmeyerek öğrencilerinin tümüne ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak veri toplama aşamasında sınıf ortamında bulunan ve çalışmaya gönüllü katılan 233 öğrenciye ulaşılmıştır (Katılı oranı %63.66).

**Veri Toplama Araçları:** Veriler sosyo-demografik form ve Yaşlı Ayrımcılığı Tutum Ölçeği (YATÖ) ile araştırmacılar tarafından toplanmıştır.

Sosyo-demografik formda konuya ilişkin literatür incelenerek, öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruların yanısıra, yaşlı/yaşlılar ile yaşamaya ilişkin deneyimleri ve ileride yaşlılar ile çalışmaya bakış açısına yönelik sorulara da yer verilmiştir (Altay ve Aydın, 2015; Ünsar vd., 2015).

Yaşlı Ayrımcılığı Tutum Ölçeği (YATÖ); yaşlının yaşamını sınırlama, yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık ve yaşlıya yönelik olumsuz ayrımcılık konularını içeren üç alt boyutlu, 23 maddeden oluşan bir ölçektir. YATÖ, Vefikuluçay tarafından 2008 yılında geliştirilmiş ve geçerlilik-güvenirlilik (cronbach alfa güvenirlik katsayısı 0.80) çalışması yapılmıştır. Ölçek yaşlıya ilişkin ifadelerin yer aldığı her madde için “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum”, “tamamen katılıyorum” seçenekleri olan 5’li likert tipi bir ölçektir. Ölçekte yaşlı ayrımcılığına ilişkin olumlu tutum cümlelerine; tamamen katılıyorsa “5” puan, katılıyorsa “4” puan, kararsızsa “3” puan, katılmıyorsa “2” puan, kesinlikle katılmıyorsa “1” puan olacak şekilde puanlandırılmıştır. Yaşlı ayrımcılığına ilişkin olumsuz tutum cümleleri ise; tamamen katılıyorsa “1” puan, katılıyorsa “2” puan, kararsızsa “3” puan, katılmıyorsa “4” puan, kesinlikle katılmıyorsa “5” puan olacak şekilde puanlandırılmıştır. Ölçekten



alabilecekleri maksimum puan “115”, minimum puan ise “23”dür. Ölçekten alınan puan arttıkça yaşlı ayrımcılığına ilişkin olumlu tutum da artmaktadır. Yaşlı Ayrımcılığı Tutum Ölçeği üç boyuttan oluşmaktadır. Bunlar;

1. Yaşının Yaşamını Sınırlama: Toplumun yaşlı bireyin sosyal yaşamını sınırlamaya ilişkin inanç ve algılarıdır. Bu boyuttan alınabilecek maksimum puan “45”, minimum puan ise “9”dur.
2. Yaşlıya Yönelik Olumlu Ayrımcılık: Toplumun yaşlı bireye yönelik olumlu inanç ve algılarıdır. Bu boyuttan alınabilecek maksimum puan “40”, minimum puan ise “8”dir.
3. Yaşlıya Yönelik Olumsuz Ayrımcılık: Toplumun yaşlı bireye yönelik olumsuz inanç ve algılarıdır. Bu boyuttan alınabilecek maksimum puan “30”, minimum puan ise “6”dır (Vefikuluçay ve Terzioğlu 2011).

**Verilerin Değerlendirilmesi:** Verilerin değerlendirilmesi SPSS 20.00 paket programında, tanımlayıcı istatistikler (sayı, yüzde, ortalama, standart sapma), Kolmogorov-Smirnov, Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U testi ile yapılmıştır. Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri bağımsız değişken; YATÖ puan ortalaması ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

**Araştırmada Etik:** Araştırma öncesinde kurumdan, etik kuruldan ve öğrencilerden izin alınmıştır.

## Bulgular

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yaş ortalaması  $20.16 \pm 2.09$ 'dur. Öğrencilerin %56.2'sinin birinci sınıf öğrencisi, %75.5'nin kız öğrenci ve %71.7'sinin kent merkezinde yaşadığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %45.5'inin 65 yaş ve üzeri yaşlı/yaşlılarla birlikte aynı evde yaşadığı, %63.1'inin mezun olduktan sonra yaşlı bireylerle çalışmak istediği saptanmıştır (Tablo 1).

**Tablo 1.** Öğrencilerin Tanımlayıcı Özellikleri (n=233)

Değişkenler	Özellikler	n	%
Yaş	Ort.±SS: 20.16±2.09 min-max: 17-28		
Sınıf	1. Sınıf 4. Sınıf	131 102	56.2 43.8
Cinsiyet	Kadın Erkek	176 57	75.5 24.5
Yetiştigi sosyal çevre	Kent Kırsal	167 66	71.7 28.3
Aile gelir durumu	Gelir giderden az Gelir gidere denk Gelir giderden fazla	47 155 31	20.2 66.5 13.3
Baba eğitim durumu	İlköğretim Ortaöğretim Yükseköğretim	114 77 34	48.9 33.0 14.6
Anne eğitim durumu	İlköğretim Ortaöğretim Yükseköğretim	151 55 11	64.8 23.6 4.7
Yaşlı/yaşlılar ile aynı evde yaşama durumu	Evet Hayır	106 127	45.5 54.5
Mezun olduktan sonra yaşlı bireylerle çalışma isteği	Evet Hayır	147 86	63.1 36.9





Araştırmaya katılan öğrencilerin YATÖ toplam puan ortalaması  $69.51 \pm 7.13$ , yaşının yaşamını sınırlama  $19.90 \pm 4.00$ , yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık  $31.05 \pm 4.65$  ve yaşlıya yönelik olumsuz ayrımcılık alt boyut puan ortalaması  $18.55 \pm 3.59$  olarak saptanmıştır (Tablo 2).

**Tablo 2.** Yaşlı Ayrımcılığı Tutum Ölçeği (YATÖ) Puan Ortalamaları (n:233)

YATÖ/alt boyutları	Ort±SS	Min-Max
Yaşının Yaşamını Sınırlama	$19.90 \pm 4.00$ ,	10.00 - 35.00
Yaşlıya Yönelik Olumlu Ayrımcılık	$31.05 \pm 4.65$	10.00 - 40.00
Yaşlıya Yönelik Olumsuz Ayrımcılık	$18.55 \pm 3.59$	6.00 - 30.00
YATÖ Toplam Puan	$69.51 \pm 7.13$ ,	41.00 - 90.00

Öğrencilerin sınıfına göre YATÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında 1.sınıf öğrencilerin puanlarının 4.sınıf öğrencilerin puanlarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $Z=5094.500$ ,  $p=0.002$ ) (Tablo 3).

**Tablo 3.** Öğrencilerin YATÖ Puan Ortalamasının Dağılımı

Sınıf	n	x	ss	Z	P
1. Sınıf	131	70.80	7.33		
4. sınıf	102	67.85	6.53	5094.500	<b>0.002</b>

Z= Mann-Whitney U Test

Öğrencilerin cinsiyete göre YATÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında erkek öğrencilerin puanlarının kız öğrencilerin puanlarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiş ancak bu farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır ( $Z=4705.000$ ,  $p=0.481$ ) (Tablo 4).

**Tablo 4.** Öğrencilerin Cinsiyetine Göre YATÖ Puan Ortalamasının Dağılımı

Cinsiyet	n	x	ss	Z	P
Kadın	176	69.44	6.90		
Erkek	57	69.73	7.84	4705.000	0.481

Z= Mann-Whitney U Test



Öğrencilerin yetiştiği sosyal çevreye göre YATÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında kırsalda yaşayan öğrencilerin puanlarının kentte yaşayan öğrencilerin puanlarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır ( $Z=5360.000$ ,  $p=0.744$ ) (Tablo 5).

**Tablo 5.** Öğrencilerin Yetiştği Sosyal Çevreye Göre YATÖ Puan Ortalamasının Dağılımı

Sosyal çevre	n	x	ss	Z	p
Kent	167	69.44	7.46		
Kırsal	66	69.68	6.26	5360.000	0.744

Z= Mann-Whitney U Test

Öğrencilerin aile gelir durumuna göre YATÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında geliri giderinden az olan öğrencilerin ailelerinin puanlarının gelir gidere denk ve gelir giderden fazla olan öğrencilerin ailelerinin puanlarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır ( $KW=2.292$ ,  $p=0.318$ ) (Tablo 6).

**Tablo 6.** Aile Gelir Durumuna Göre YATÖ Puan Ortalamasının Dağılımı

Aile gelir Durumu	n	x	ss	KW	P
Gelir giderden az	47	70.72	8.00		
Gelir Gidere denk	155	69.37	7.06	2.292	0.318
Gelir Giderden fazla	31	68.38	5.91		

KW=Kruskal-Wallis Test

Anne-baba eğitim durumu ve yaşlı ile birlikte yaşamış olma durumuna göre de öğrencilerin ölçek puan ortalamalarında anlamlı fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

### Tartışma

Yaşlı ayrımcılığında, kişisel, kültürel ve yapısal düzey olmak üzere üç düzeyden bahsedilmektedir. Kişisel düzeyde bireyin yaş ve yaşlanmaya ilişkin bakış açısı belirleyicidir ve bu büyük ölçüde bireyin içinde yetiştiği, sosyalleştiği ve öğrendiği yaşlılığa ilişkin kabullerle ilgilidir. Kültürel düzeyde kültürün yaşlıya bakışı, bunun görsel ve yazılı medyayla nasıl sunulduğu, yaşlılıkla ilgili şakalar, küçük düşürücü espriler, atıflar vb. belirleyicidir. Yapısal düzeyde ise kurumların ya da politikaların



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



yaşlılara yönelik olarak yapılanmaması, hizmet sunmaması ya da yetersiz hizmet sunumu, adil olmayan politikalar ve hizmetler anlaşılmaktadır (Buz, 2015).

Bu çalışmada YATÖ kullanılarak hemşirelik öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumları değerlendirilmiş (YATÖ toplam puan ortalaması  $69.51 \pm 7.13$ ) ve genel olarak tutumlarının olumlu yönde olduğu saptanmıştır. Benzer çalışmalarda da öğrencilerin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumlarının olumlu yönde olduğu bildirilmektedir (Altay ve Aydın, 2015; Güven vd., 2012; Karadağ vd., 2012; Ünsar vd., 2015; Yılmaz ve Özkan, 2010). Kite, Stockdale, Whitley, Johnson (2005) tarafından yapılan çalışmada ise gençlerin yaşlı bireylere yönelik tutumlarının olumsuz olduğu saptanmıştır. Bu farklılığın nedeni, kültürler arasında yaşlı ve yaşlıya karşı inançların ve tutumların değişkenlik göstermesi olabilir.

Bu çalışmada, öğrencilerin yaşının yaşamını sınırlama alt boyut puan ortalaması  $19.90 \pm 4.00$ , yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık alt boyut puan ortalaması  $31.05 \pm 4.65$ , yaşlıya yönelik olumsuz ayrımcılık alt boyut puan ortalaması  $18.55 \pm 3.59$  olarak belirlenmiştir. Özellikle yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık puan ortalamasının yüksek olması dikkat çekicidir ve olumlu değerlendirilebilir. Araştırmada, öğrencilerin yaklaşık yarısının (% 45.5) hayatının herhangi bir döneminde, aile içinde, yaşlı bireyle yaşamış olması da yaşlılara yönelik olumlu tutuma sahip olmalarının bir nedeni olabilir. Modernleşen dünya ve değişen yaşam koşullarına rağmen kültürümüzde var olan yaşlıya saygı, bilgi ve deneyimlerine değer verme gibi özelliklerimizin halen devam etmesi sevindiricidir. Altay ve Aydın'ın (2015) hemşirelik öğrencilerinin yaşlı bireylere karşı tutumunu incelediği çalışmada da benzer şekilde, öğrencilerin YATÖ toplam puan ortalamaları  $68.82 \pm 8.54$ , yaşının yaşamını sınırlama alt boyut puan ortalaması  $22.41 \pm 5.49$ , yaşlıya yönelik olumlu ayrımcılık alt boyut puan ortalaması  $28.82 \pm 5.44$  ve olumsuz ayrımcılık puan ortalaması  $17.57 \pm 3.46$  olarak bulunmuştur.

Bu çalışmada kız öğrencilerin YATÖ puan ortalamalarının erkek öğrencilere göre daha düşük olduğu bulunmakla birlikte gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Çalışmanın bulgusu bazı literatür (Koç, Yıldırım, Gürcü, Uluçay, 2013; Soyuer, Ünal, Güleser, Elmalı, 2010; Ünal vd., 2012; Ünsar vd., 2015) bulguları ile benzerlik gösterirken, bazıları (Altay ve Aydın, 2015; Güven ve ark. 2012) ile farklılık göstermektedir. Cinsiyet faktörünün yaşlı ayrımcılığı ile ilgili tutumlarda etkili olduğunu gösteren çalışmalarda, bu farkın kültürümüzdeki kadının bakım verici rolünden kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Çalışmada birinci sınıf öğrencilerin YATÖ puan ortalamalarının dördüncü sınıflardan daha yüksek olduğu ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Çalışmanın bulgusu literatür bulguları ile farklılık göstermektedir (Altay ve Aydın, 2015; Kulakçı, 2010; Yılmaz ve Özkan, 2010; Vefikuluçay ve Terzioğlu, 2011). Oysa öğrenim düzeyi arttıkça hemşirelik öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumlarının olumlu yönde değişmesi beklenir.

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yetiştiği sosyal çevreye göre YATÖ puan ortalamaları karşılaştırıldığında kırsalda yaşayan öğrencilerin puanlarının kentte yaşayan öğrencilerin puanlarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak bu farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde Soyuer vd. (2010) çalışmasında, yaşanılan yerin yaşlıya yönelik ayrımcılık tutumlarında etkisiz olduğu vurgulanmıştır. Yılmaz ve Özkan (2010) ise çalışmalarında, köy / kasaba gibi yerleşim



yerlerinde doğan öğrencilerin olumlu ayrımcılık puan ortalamalarının daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

Çalışmada öğrencilerin genel olarak yaşlıya yönelik olumlu tutuma sahip oldukları belirlenmesine rağmen, %36.9'unun mezun olduktan sonra yaşlı bireyler ile çalışmak istemedikleri dikkat çekmiştir. Bu oran Ünsar vd. (2015) çalışmasında %52, Altay ve Aydın'ın (2015) araştırmasında %36.9 olarak bildirilmiştir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Hemşirelik öğrencilerinin genel olarak yaşlıya yönelik olumlu tutuma sahip oldukları saptanmıştır. Hemşirelik lisans eğitiminde, yaşlılık, yaşlanma süreci ve yaşlı bakımına ilişkin konuların daha ayrıntılı yer alması, öğrencilere yaşlı kliniklerinde, huzurevi ve rehabilitasyon merkezi gibi kurumlarda uygulama yapma fırsatı verilmesi, geriatri hemşireliği becerilerini geliştirme ve yaşlı ayrımcılığının önlenmesi açısından yararlı olabilir.

### **Kaynakça**

- Akgün S., Bakar C. ve Budakoğlu İ. (2004). Dünyada ve Türkiye’de yaşlı nüfus eğilimi, sorunları ve iyileştirme önerileri. *Turkish Journal of Geriatrics* ;7:105-10.
- Altay B. ve Aydın T. (2015). Hemşirelik Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi. *Hemşirelikte Eğitim Ve Araştırma Dergisi*, 2015;12 (1): 11-18
- Buz, S.(2015). Yaşlı Bireylere Yönelik Yaş Ayrımcılığı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53): 268-278.
- Gething L., Fethney J., McKee K., Persson L.O., Goff M. ve Churchward M., (2004) Validation of the reactions to ageing questionnaire: assessing similarities across several countries. *J Gerontol Nurs.*;30:47-54. <http://dx.doi.org/10.3928/0098-9134-20040901-09>
- Güven Ş.D., Muz G.U. ve Ertürk N.E.(2012) Üniversite Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına İlişkin Tutumları Ve Bu Tutumların Bazı Değişkenlerle İlişkisi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*; 15: 2
- Karadağ E., Vardar İnkaya B. ve Karatay G.(2012). Hemşirelik öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumları. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi* ; 28:31-40.
- Kite ME., Stockdale GD., Whitley BE., Johnson BT. (2005) Attitudes toward younger and older adults: an updated meta-analytic review. *Journal of Social Issues*, 61(2): 241–266.
- Koç A., Yıldırım R., Gürcü M. ve Uluçay DV. (2013) Assessing young university students’ behaviour regarding age discrimination. *J Ann Eu Med* 1(3):49-55.
- Özdemir Ö. ve Bilgili N. (2014) Sağlık Hizmetlerinde Yaşlı Ayrımcılığı. *Gülhane Tıp Derg* ;56: 128-131.
- Soyuer F., Ünal D., Güleser N. ve Elmalı F.(2010) Sağlık Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumları ve bu tutumların bazı demografik değişkenlerle ilişkisi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*; 3:20-5.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni (2014) İstatistiklerle Yaşlılar, 2013. Sayı: 16057.

Ünalın D., Soyuer F. ve Elmalı F. (2012) Geriatri merkezi çalışanlarında yaşlı tutumunun değerlendirilmesi. Kafkas J Med Sci, 2(3):115– 120 • doi: 10.5505/kjms.2012.15870

Ünsar S., Erol Ö., Kurt S., Türüng F., Sekmen I., Sak C. ve Türksen S.(2012) Hemşirelik Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. Cumhuriyet Hemşirelik Dergisi; 1:12-13.

Vefikuluçay D. ve Terzioğlu F.(2011) Development and psychometric evaluation of ageism attitude among the university students. Turkish Journal of Geriatrics;14(3): 259-268.

Yılmaz E. ve Özkan S.(2010) Hemşirelik Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına İlişkin Tutumları. Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi ;3:35-53.



## *Қазақ Эпосындағы Әскери Лексиканың Стильдік Сипаты*

<sup>1</sup>Арман АЗИМХАН

<sup>1</sup>Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті Қазақ тіл білімі кафедрасының магистранты

Астана / Қазақстан Республикасы, arman\_azimkhan@mail.ru

### **Түйіндеме**

Бұл мақалада қазақ эпосындағы әскери лексиканың қолданылу өрісі мен стильдік сипаты жайында айтылған. Әскери лексиканың эпос тіліндегі қолданылу ерекшеліктері, жырдың көркемдігі мен бейнелелігін танытудағы рөлі жайындағы автордың көзқарасы әдеби дәйектер негізінде талданылып көрсетілген. Эпостық жырлардағы қару-жарақ, құрал-саймандар атауымен қатар, жауынгер бейнесі, оның мінезі, бітім-болмысы жан арпалысы, соғысқа аттанардағы батырдың психологиялық ахуалы т.б. жағдаяттардың берілу сәтіндегі әскери лексиканың стильдік мақсаттарға қолданылуы мен өзіне тән ерекшеліктері айтылған.

**Кілт сөздер** Әскери лексика; стильдік мақсат; эпос тілі; көркемдік-эстетикалық қуат; автор позициясы.

### *Description of a Military Vocabulary in Kazakh Epos*

#### **Abstract**

This article Kazakh epos military says about the nature of the field of vocabulary and style. Features of the military in the lexicon epic poetry and imagery tanitwdagi artistic analyred on the basis of the author's viewan the role of literary. The writings of epic weapons, tools of the image of a soldier by the name of his character, the nature of reace, exit war hero is struggling with psychological conditions and other circumstances at the time of the given circumstances military style set goals and specific features of the lexicon.

**Key words:** Military vocabulary; The purpose of style; artistic and aesthetic impact; author's impact; author's position.



Қазақ әдеби тілінің негізгі арналарының бірі болып табылатын батырлар жырының лексикасы өте бай, көркемдік-эстетикалық қуаты күшті, стильдік әлеуеті мол болып келеді. Батырлар жырында жиі қолданылатын тілдік бірліктердің бірі – әскери лексика.

Эпостық жырлар әскери лексикаға бай. Өйткені эпостық жырлардың түпкі мәні - елді, жерді қорғау, сол елді қорғайтын батырды дәріптеу екені анық.

Академик Р.Сыздықова: «Жаугершілік мазмұнды тұтас шумақтар немесе жеке тіркестер мен сөздер XV-XVII ғасырлардағы қазақ әдеби тілінің сипаты белгілерінің бірі. Ұрыс-соғыс, ел қорғау ұғымындағы лексиканың әдебиет дүниесінде басты орын алғандығы сондай, ол көркемдеу құралына айналып, образ жасайтын фразалар құраған», - деп орынды көрсете білген [1;100].

Эпостық жырларда әскери лексика молынан қолданылады. Олар қару-жарақ, сауыт-сайман атаулары: *берен, садақ, найза, семсер, сүңгі, мылтық, жебе, қынап, кіреуке, бадана, дойыр, адырна, қарын т.б.* Сонымен қатар, *соғыс-ұрыс атауларына қатысты етістіктер де жиі қолданылады: жай тарту, қарының қанға бояу, адырнасын құру, семсермен турау, қанға боялу, қабағынан қар жауу, қамалды бұзу, жарақтанып алу, түн қатып жорту, атқан оғын жоғалту т.б.*

Батырлар жырында қолданылатын әскери лексика жырдың көркемдігін, бейнелілігін танытуда ерекше рөл атқарады. Жалпы алғанда, батырлар жырында қолданылатын әскери лексика сан алуан стильдік мақсатта қолданып, жырдың тілдік әлеуетін көтеріп, көркемдік-эстетикалық қуатын арттырады. Сонымен бірге, эпостағы әскери лексика тура мағынадағы есім сөз формасында ғана емес, сан алуан бояуға қаныққан келтірінді мағынадағы сөз образын жасауға негіз болады. Мысалы: «Ер Тарғын» жырында:

Жас шыбықтан **жай тарттың,**

Жалғыз шиден **оқ аттың,**

**Атқан оғың жоғалттың,**

Кәне шыққан мүйізің?

Немесе:

Қоңыраулы **найза қолға алдың,**

Қоңыр салқын төске алдың,

**Жауды көрсен шүйілдің,**

**Жеңсіз берен киіндің,**

Көк серек атты борбайлап,

**Қамалды бұздың айғайлап,**

Қане шыққан мүйізің? (44-том 9-б) – деген жыр жолдарындағы «жай тарту», «оқ ату», «атқан оғын жоғалту», «найза(ны) қолға алу», «жауды көрсен шүйілігі», «айғайлап қамал бұзу» сынды етістікті тіркестер ұрысқа сай азаматтың бейнесін, оның мінезін, бітім-болмысын ашу сипатында қолданылған.

Эпостық жырларда қолданылатын әскери лексика тек ұрыс-керіс, соғысқа қатысты ұғымдарда ғана қолданылмайды, сондай-ақ батырдың бейнесін,



астындағы тұлпарын сипаттауда, батырдың ата-анасы мен сүйген жарының бейнесін беру мақсатында да қолданылады.

Бектер мінген бедеудей  
Бауырынан жараған.  
Бет ажарын қарасаң,  
Жазғы түскен сағымдай.  
Бет ажарын байқасаң,  
Терісінен айырған  
Жарша бидай ақ ұндай.  
Қасы **саржадай** керілген,

Кірпігі **оқтай** тігілген, («Ер Тарғын» жыры, 44-том 2-б.) - деген жолдарда «саржа», «оқ» атаулары образ үшін қолданылып, сипаттау құралы ретінде жұмсалған.

Әскери лексиканың өрісі кең. Эпостық жырларда батырдың ішкі ойын, соғысқа аттанар алдындағы жан арпалысы мен психологиялық ахуалын жеткізу мақсатында да қолданылады. Мысалы, «Алпамыс батыр» жырында:

Қуаттанып болған соң,  
**Жарағын** алды сайланып.  
**Жалаң қылыш** байланып,  
Толып жатқан қалмаққа  
**«Шабайын»** деп ойланып,  
**Жарақтанып** алды енді. (35-том. 22-б.)

Немесе

**Талай жауға** мақтатқан,  
**Төрт қырлаған көң сүңгі**  
**Жау ішінде** жалданып,  
**Толғамасам** маған серт!  
**Толғауыма** шыдамай,  
**Толықсынсаң** саған серт! («Ер Тарғын» жыры, 44-том 27-б.)

Әскери лексика жырдағы соғыс динамикасын, ондағы батырдың қимыл іс-әрекетін, жауына жасайтын шабуылдарын суреттеу тәсілдерінде де белсенділік танытып, автор позициясына мақсатты түрде қатысады. Мысалы: («Ер Тарғын» жыры, 44-том 29-б.)

Қысылмай батыр не қылсын,  
**Сауытын қанға малшыды.**  
Бір уақыт болғанда,





**Толғады батыр найзаны.**

Жалғыз жаумен ойнады,

**Жауды** еркіне қоймады.

Көтеріп салған **көк сүңгі**

Тіріде қанға тоймады.

Бір уақыт болғанда,

**Суырды** белден қанжарды.

**Жауға** таман ал барды,

Қалмақтың көбі жалбарлы.

Жалбарлыны **сермеді,**

Іліндірді сағақтан,

**Бауыздады** тамақтан.

Қарсы алдынан қараса,

Адам шыдар ер емес.

Қар жаудырды қабақтан,

Бір уақыт болғанда,

**Қынабынан** суырды,

**Қиялады** тартып қылышты,

Жалғыз жаумен ұрысты.

Жоғарыдағы үзіндіде айтылған «сауытын қанға малшу», «найза толғау», «жауды еркіне қоймау», «қанға тоймау», «қанжарды суыру», «жауға таман бару», «тамақтан бауыздау», «қынабынан қылыш суыру», «қиялай тарту», «жаумен ұрысу» етістіктері соғыс қимылдарын ашып көрсету мәнінде жұмсалыуымен қатар, адам сезіміне эмоциялық әсер ету мақсатында қолданыс тапқан.

Берілген мысалдарға қарап әскери лексиканың стильдік қызметінің әралуан екендігін байқауға болады. Бірде қару-жарақ, құрал-сайман атауы ретінде қолданып, заттық ұғымда жұмсалса, бірде батыр бейнесін, оның соғыстағы іс-қимылын ашу мәнінде және кейіпкердің мінез-құлқын ашу барысында тура және жанамалық сипаттағы мінездеменің жүгін арқалауға негіз болатындығы.

Сонымен қатар, әскери лексика тобындағы кейбір атаулардың омонимдік, сөздің көп мағыналық қатарын құруға қабілетті екендігі. Мәселен, жырда кездесетін «берен» сөзін алайық.

«Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» төмендегідей түсінік берілген:

1. Ұңғысы ұзын шиті мылтық.
2. Пышақ сияқты қару, қанжар.
3. Нейлон, шыны пластикалық кеудеше немесе құрыш өмілдірік, әскери қызметшілердің қорғаныс жарағы.

4. Ауысп. мағ.: Батыр, ер [Зт., 278-б.]. Осы ойларға дәлел ретінде жырдан үзінді келтірейік.



«Алпамыс батыр» жырында:  
Алпамыс берен ойлады.  
Қайратты туған бала-ды,  
Тайшыққа кетіп барады. («Алпамыс батыр» жыры, 35-том.11-б.)

«Ер Тарғын» жырында:

Жауды көрсең шүйілдің,  
Жеңсіз берен киіндің.  
Көк серек атты борбайлап,  
Қамалды бұздың айғайлап,  
Қане шыққан мүйізің? («Ер Тарғын» жыры, 44-том 9-б.)

Немесе:

– Алда тізгін оңдаса,  
Көк сүңгіні салармын.  
Балдағы алтын ақ берен  
Қызыл қанға малармын. («Ер Тарғын» жыры, 44-том 6-б.)

Жоғарыда келтірілген дәйектердің біріншісінде - берен сөзі ауыспалы мағынада жұмсалып, батыр, ер ұғымында қолданылған; екінші әдеби дәйекте – жеңсіз берен сөзі әскери қызметшілердің қорғаныш жарағы ретіне; ал үшінші контексте – берен сөзі қанжар, қару мағынасында қолданылған. Осы сияқты кейбір атаулардың әртүрлі контексте стильдік мақсатқа сай әр түрлі ұғымда жұмсалуды - эпос тілінің іштей іштей «түлеу» қасиеті мен мақсатқа сай ұғымға жеңіл бейімделе алатын табиғи қасиетінде болса керек-ті.

Сонымен, ойымызды қорытындыласақ, эпостық жырлар әскери лексикаға өте бай. Жырларда түрлі стильдік мақсатта пайдаланылған әскери сөздердің қолданылу өрісі өте кең.

Әскери лексика – эпос тілін көркемдік-эстетикалық жағынан күшейтіп, тіл құнарын байытумен қатар, оның әлеуетін арттырудағы мықты арқаулардың бірі.

### Әдебиеттер

Сыздықова Р. Қазақ әдеби тілінің тарихы. Алматы, 1993, 324б.

Бабалар сөзі. Астана, 2014. 35-том, 45-том, 496 б.

Қазақ әдеби тілінің сөздігі. Алматы, 2011. 3-том, 630 б.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kariyer Algıları<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>Arzu GÜRDOĞAN <sup>1</sup>Selma ATABEY

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu, Muğla, Türkiye, agurdogan@mu.edu.tr

### **Özet**

Turizm işletmelerinin kemik kadrosunu oluşturan çalışanların temelden başlayarak eğitilmiş bir şekilde bu basamaklardan geçmeleri, onların turizm sektöründe kariyer yapma imkanlarını da arttıracaktır. Dolayısıyla, öğrencilerin başarılı bir çalışma dönemi geçirmeleri sektörde kalma isteklerini ve bu yönde kariyer yapma planlamalarını da arttırmaktadır. Öğrencilerin kariyer planlamalarında okul hayatı boyunca staj sırasında elde ettiği deneyim ve tecrübelerin onların çalışma hayatına atılmalarında oldukça etkili olduğu görülmektedir. Çalışma, turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer hedeflerinin belirlenmesine yönelik tutum ve algılamalarının ölçülmesi açısından önem taşımaktadır. Çalışmada, araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin, kariyer planlaması yaparken turizmin yeteneklerine ve kişisel özelliklerine uygunluğunu dikkate aldığı ve kariyer planlaması yaparken turizm mesleğinin gerektirdiği bilgi düzeyine ve kapasitesine sahip olunması gerektiğinin bilincinde oldukları ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İş hayatı, öğrenciler, kariyer hedefleri, turizm sektörü.

### *Career Perceptions of Vocational School Students*

#### **Abstract**

The fact that the employees constituting the basic staff of tourism businesses walk up the steps one by one will increase their opportunities of building a career in tourism sector. Therefore, successful working terms have been increasing the students' desire to stay in the sector and plans to build a career accordingly. In career planning, the knowledge and experience of the students obtained within internship during school life have seemed to be considerably effective on getting a start in business. Working is important in terms of measuring the attitudes and perceptions aimed at setting career objectives of the students having tourism education. From the research methods, questionnaire technique has been used in the study. As a result of the study, it has become evident that while planning their career, the students consider the appropriateness of tourism to their abilities and personal characteristics and they are conscious of the necessity of having the knowledge level and capacity that tourism as an occupation requires.

**Key Words:** Business life, career objectives, students, tourism sector.

<sup>1</sup> Bu çalışma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi BAP Birimi tarafından 13/70 no'lu proje ile desteklenmiştir.



## Giriş

Kariyer kavramı 16. yüzyıldan itibaren, özellikle devlet memurluğu kavramı ile beraber ortaya çıkıp gelişme göstermiş ve modern anlamda 1970’li yıllarda incelenmeye başlanıp, iş dünyasında temel kavramlardan biri haline gelmiştir. Bu bağlamda 1970’li yıllardan itibaren insan aracılığı ile verimliliğin artırılması açısından, örgütlerde insan kaynakları yönetimi daha yoğun biçimde incelenmeye başlanmıştır. Bu incelemelerin sonucunda işletmelerde personel yönetimi kavramından insan kaynakları yönetimi kavramına geçiş yaşanmıştır. İnsan kaynakları yönetimi kavramına geçiş ile aynı döneme rastlayan eğitim sistemlerindeki değişme ve gelişmeler de kariyer yönetimi kavramının hızlı bir şekilde gelişmesine olumlu katkılar sağlamıştır. Bu bağlamda hayat boyu eğitim ve öğrenmenin gündeme gelmesi ve artan rekabet karşısında hem çalışanların hem de örgütlerin kariyer gelişimini sistematik bir biçimde ele almaları kariyer yönetimi kavramının daha sık konuşulmasına neden olmuştur (Türkkahraman ve Şahin, 2010: 77).

## Kariyer Kavramı

Kariyer, Fransızca “carrière”, İngilizce “career” kelimesinin karşılığı olarak Türkçeye çevrilmiştir (Sarı ve Çevik, 2009: 65). Günlük konuşmalarda kariyer; meslek ve iş hayatında ilerlemek, başarı elde etmek ve kişinin tüm bu iş hayatı süresince yerine getirdiği rolleriyle ilgili deneyimlerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Taşlıyan vd., 2011: 233). Kariyer sözcüğü meslek sözcüğü anlamında kullanılabilirle beraber sözlük anlamına bakıldığında “çalışma yaşamında ilerleme sağlayıcı bir başarı elde edebilmek amacıyla bireyin izlediği yol, süreç veya çalıştığı alan” şeklinde tanımlanmaktadır (Sav, 2008: 4). Bununla birlikte, bireyin, çalışma yaşamı boyunca kariyer amaçlarına ulaşabilmesi için uygulanan programlar, eylemler ve faaliyetler ise kariyer geliştirme olarak tanımlanabilir (Kılıç ve Öztürk, 2009: 46). Kariyer karar verme sürecini kolaylaştırmak için internet tabanlı interaktif kariyer planlama sistemleri geliştirilmiştir. Bu internet tabanlı interaktif kariyer planlama sistemlerinin, geleneksel bireysel planlamaya göre daha fazla avantajları olduğu ifade edilmektedir (Gati, at al, 2003: 274).

Hall (1986), kariyeri bir bireyin yaşamı boyunca kişisel ve örgütsel hedefleri doğrultusunda işi ile ilgili bir dizi deneyimleri ve faaliyetleri olarak tanımlamıştır. Beckhard’a göre kariyer kavramının oldukça kabul gören 4 özelliği bulunmaktadır. Bu özelliklerden birincisi; güncel memnuniyetin ötesinde çalışanların performanslarının uzun vadeli bir bakış içerisinde olması gerekliliğidir. İkincisi; nesnel veya harici yönlerin yanı sıra öznel ya da içsel yönler üzerinde de odaklanılmasıdır. Üçüncüsü, kariyer etkinliğinin değişik bakış açılarından incelenmesidir. Bununla birlikte, kadın ya da erkeğin bireysel amaçlarını gerçekleştirmek için de önemlidir. Son olarak ve en önemlisi, kariyer üzerinde, sadece bireysel çabalar ve bireysel sonuçların tam kontrole sahip olmadığı, bunun yanında dış güçlerin de etkisinin olduğu ortak bir sonuç olarak ele alınmasıdır (Orpen, 1994: 27). Bireyin, kendisini ve kapasitesini hazırlama olarak tanımlanan kariyer olgunluğunda, yaş ile kariyer karar ilişkisi, bireyin kariyer davranışının gelişimsel bir anlayış olgusuna ve kariyer alanında en çok araştırılan yönlerinden birisi olmasına olanak sağlamaktadır (Creed, Patton and Prideaux, 2007: 378). Kariyer danışmanlıklarından biri olan “yeniden yerleştirme danışmanlığı”, performanslardaki gerileme, işgücünün küçülmesi, birleşme ve satın almalar, firma kapanışları ve yeniden yapılanma gibi çeşitli nedenlerle açığa alınmış bireylere bu geçiş



döneminde destek vermek amacıyla kariyerlerinde ulaşmak istedikleri bir sonraki noktaya, en çabuk ve kolay nasıl ulaşabileceklerini göstermek için uygulanan bir danışmanlıktır. Bu hizmet, çalışanını açığa almak zorunda kalan işletmelerin bu kişilere ücretsiz olarak sunduğu bir destektir. Burada amaç, işten çıkartılan bireylere direkt olarak iş bulmak değil, bireylerin işgücü piyasasına yeniden uyumunu sağlamaktır (Doherty, 1998).

Kariyer geliştirme sürecinin ilk adımı olan eğitim sürecindeki aşama, öğrencinin işletmecilik türünü, çalışma bölgesini ve işletmeyi seçme aşamasıdır. İşletmecilik türü açısından turizm sektöründe zengin bir seçim olanağı olduğu söylenebilir. Otel işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, yiyecek-içecek işletmeciliği, ulaştırma işletmeciliği ve rekreasyon işletmeciliği gibi değişik alanlar turizm öğrencilerine yönelik istihdam olanağı sunmaktadır. İşletmenin seçilmesi ise, çoğu zaman çalışma bölgesinin seçilmesi sürecini takip eden ve öğrencinin istihdam edilebilirliği kadar, işletmelerin de beklentilerinin devreye girdiği bir aşamadır. Kariyeri bireysel ve örgütsel kariyer olarak iki başlık altında incelemek mümkündür.

### **Bireysel Kariyer**

Bireysel kariyer yönetimi, kişinin kendi kariyer hedefleri için gösterdiği bireysel çabalarıdır. Bireysel kariyer çabalarında, işverenin de bir parçası olduğu etkin bir kariyer yönetim programına ihtiyaç vardır (Kitapçı ve Sezen, 2002: 221). Kariyer, kişinin çalışma hayatı boyunca üstlendiği işler toplamı olarak tanımlansa da kariyer kavramı, daha geniş bir anlam ifade etmektedir. Bireyin sahip olduğu kariyer, sadece sahip olduğu işleri değil, aynı zamanda işyerinde kendisine verilen iş rolüne ilişkin beklenti, amaç, duygu ve arzularını ortaya koyabilmesi için eğitilmesi ve bunun sonucunda sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek ve çalışma isteği ile o işletmede ilerleyebilmesi olarak tanımlanabilir (Sarı ve Çevik, 2009: 65). Bireylerin kariyeri, birçok nedenden dolayı önem kazanmaktadır. Bireyin kimliğinin ve toplumsal durumunun, statüsünün oluşturmasına da yardım eder. Kariyer, insan yaşamı için bir odak ve anlam oluşturur. Zira birçok meslek, insanlarla yakınlaşmayı gerektirdiğinden, bu şekliyle sosyal bir anlam teşkil eder. Meslek yaşamının sürdürülebilmesi için gerekli olan maddi gücü elde etmek için de etkin bir araçtır. Ayrıca psikolojik olarak iş doyumunun oluşmasında, kişiliğin gelişmesinde etkili olduğu bilinmektedir (Sarı ve Çevik, 2009: 65).

Kariyer insanların ömür boyu edindikleri tüm rolleri içermektedir. İnsan yaşamının başlaması ile birlikte rolleri de başlamakta ve rollerine göre değerleri oluşmaktadır. Bu değerler bireylerin ailesi, akrabaları, arkadaşları ve içinde yaşadığı toplumdan etkilenmekte ve insan yaşama başladığı ilk yıllardan itibaren bu değerleri onunla birlikte şekillenmeye başlamaktadır. Zaman içinde bu değerler, insanın kariyer tercihinde büyük bir öneme sahip olmaktadır (Batur ve Adıgüzel, 2014: 344). Bireysel anlamda kariyer görüldüğü üzere çok farklı şekillerde tanımlanabilmekte hatta çoğu zaman ise meslek ile aynı anlamda kullanılabilir. Ya da sadece mesleki anlamda yükselme gibi bir anlam yüklenebilmektedir. Kariyer ile meslek kelimelerinin aynı anlama gelmediği, ancak aralarında bir ilişki bulunduğu görülmektedir. Meslek, bireyin yaşam rollerinin bir bölümünü tanımlarken; kariyer ise meslek öncesi, mesleği sürdürme anı ve meslek sonrası ile ilgili tüm rolleri kapsayan gelişimsel bir süreç olarak tanımlanır. Dolayısıyla kariyer, bireyin yaşamı boyunca yaptıkları, yaşamını oluşturan olaylar dizisi, yaşam rollerinin birleşimi olarak ifade edilebilir (Gülcan, 2011: 10).



T.C.  
MUGLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Günümüzde işletmeler esnek, maharetli, sorumluluk alabilen kalifiye çalışanları tercih etmeye başlamışlar, çalışanların bu belirsizlik ortamında mevcut pozisyonlarını koruyabilmek için sürekli öğrenmeye yatırım yaptıkları, risk alma ve birlikte öğrenmeden ise kaçındıkları görülmektedir. Moral düşmekte, iş tatmini azalmakta ve performans aşağıya yönelme eğilimi göstermektedir. Bunun sonucu olarak, bireyler örgüte daha az kendi kariyerlerine daha fazla bağlılık duymaya başlamışlardır (Anafarta, 2002: 115).

### Örgütsel Kariyer

Örgütsel kariyer yönetimi, örgütün, çalışanların kariyerlerinin iyileştirilmesini içine alan çeşitli politika ve uygulamalarıdır. Örgütsel kariyer yönetimiyle, çalışanların kariyerlerinden beklentileri ortaya çıkarılabilir, çalışanlar için uygun kariyer fırsatları sağlanabilir, kariyer fırsatları için uygun çalışanlar bulunabilir ve kariyer yönetim programının sonuçları değerlendirilebilir (Kitapçı ve Sezen, 2002: 221).

Örgütsel anlamda kariyer planlama, bireysel kariyer hedefleri ve fırsatlarının örgütün kariyer amaçları ile uyumlaştırılarak, işletmenin geleceğe ilişkin ihtiyaç duyacağı işgören gereksinimlerinin belirlenmesi, işgörenin geliştirilerek örgüt içindeki yükselmesinin planlanması sürecidir (Kılıç ve Öztürk, 2009: 45). Organizasyonlardaki kariyer geliştirme süreçlerinde hedeflenen; bireyin sahip olduğu yeteneklerini geliştirerek, onu hem bireysel hem de örgütsel amaçlar için değerlendirmesidir. Buna göre, organizasyonlar, personel seçimlerini sağlamakla kalmayıp, daha da önemlisi onların kişisel doyumlarının ve özlemlerinin gerçekleşmesini sağlayan bir kaynak özelliği de taşımaktadır (Akın, 2005: 6).

Kariyer kavramı, yalnızca yüksek statüdeki ya da hızlı ilerleme olanağı bulunan işleri yapan kişilerle ilgili değil, en alt statüdeki çalışanın da kariyeriyle ilgili olduğu söylenebilir. Yine kariyer kavramı hiyerarşik yükselme yanında yatay olarak yani şu anda yapılan işten memnun olup yükselmek istemeyen personeli de kapsayabilir. Ayrıca kariyer kavramı hem örgütün birey üzerindeki etkileri açısından önemlidir; hem de çalışanın kendi iş yaşamını planlama ve denetiminde söz sahibi olması demektir. Kariyer kavramında tanımlar ne kadar farklı olursa olsun, kariyer kavramının içeriğinin yanlış anlaşılmasını önlemek bakımından bu kriterlerin dikkate alınması faydalı olacaktır (Sav, 2008: 7).

Yapılan bir çalışmada, erkek öğrencilerin yaşlıların tedavilerine yönelik olarak kariyer yapma düşüncelerinin kız öğrencilere göre daha yoğunlukta olduğu tespit edilmiştir (Hughes, et al, 2008: 337). Bireylerin yaşadığı çekingenliğin, ne olumsuz duygular ne de kariyer kararsızlığı ile ilgili olmadığı başka bir çalışma sonucu olarak dikkat çekmektedir. Buna benzer çalışmalar sonucunda ortaya çıkan bu tür bulgular, kariyer planlama ve geliştirme ile içselleştirilmiş ilişkiler arasındaki bağlantının anlaşılmasına katkıda bulunmuş ve kariyer seçimi ile ilgili duyguların kariyer karar verme sürecinde önemli rol oynadığını vurgulamıştır (Braunstein-Bercovitz, Benjamin, Asor and Lev, 2012: 236). Ayrıca, bireyin, kendisini hazırlama ve kapasite olarak tanımlanan kariyer olgunluğunda, yaş ile kariyer karar ilişkisi, bireyin kariyer davranışının gelişimsel bir anlayış olgusuna ve kariyer alanında en çok araştırılan yönlerinden birisi olmasına olanak sağlamaktadır (Creed, Patton and Prideaux, 2007: 378).



## Kariyer Planlama

Bilgi ve teknolojinin yaygınlaşması, işletmelerin ekonomik yaşamda rekabet üstünlüğünü devam ettirebilmesinde önemli olmaktadır. Üretim, bilgiye bağımlı duruma gelmekte ve nitelikli insan kaynağına duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır (Güler, 2006: 22). Her örgütün başarısının temelinde iyi yetişmiş insan kaynağı bulunmaktadır. Günümüzde insan kaynağı, sermayeden de önemli hale gelmiştir. Örgütler değişime ayak uydurmak için kendilerini sürekli yenilemeli ve geliştirmelidir. Bu yenilenme ve gelişimlere ilk olarak insan kaynakları ile başlanmalıdır. Örgütler güçlü çalışanlarla daha güçlü olabilirler. Çalışanına değer vermeyen ve ihtiyaçlarını tatmin etmeyen örgütlerin başarılı olması düşünülemez. Her şey insan için insanla birlikte yapılmalıdır; onun temel ihtiyaçlarından birisi olan kariyer hedefleri göz ardı edilmemelidir (Tuncer, 2012: 207). Yüksek yetkinliğe sahip, mesleklerle ilgili etkinliklere daha fazla ilgi gösteren bireylerin güven duygusu gelişmekte, doğru ve isabetli mesleki karar verme olasılığı artmaktadır. Buna karşılık bireylerin güven eksikliği meslek kararında güçlük yaratan önemli bir faktör olup bireyin kararsızlığına neden olmaktadır (Öztemel, 2012: 460). Bireylerin kariyer düşüncesi, yaşadıkları sosyo-kültürel ve ekonomik düzeyleri ile doğrudan ilişkilidir. Bir iş bulup geçimini sağlamayı düşünen bireyin kariyer beklentisi olmaz. Bu nedenle geçim kaygısının taşınmadığı bir ortamda birey kendini ileride hangi konumda görmek istediğini düşünecektir. Bu noktada kariyer düşüncesi oluşur ve kariyer planlaması başlar (Geçikli, 2002: 336). Kariyer planlaması motivasyonu, kaliteyi, birey ve işletmenin hedeflerini ortak bir noktada buluşturarak verimliliği arttırmak için insan kaynakları yönetiminin vazgeçilmez bir uygulaması haline gelmiştir. Kariyer planlamasının temel amacı, örgütün etkinlik ve verimliliğinin artırılmasıdır (Taşlıyan, 2011: 235).

İnsanlar, buldukları yerde daha fazla güç, statü ve para sağlayan pozisyonlara geçmek için uğraşırlar. Bunun için kariyer planlarlar, kendilerini bu hedeflere götürecek yollar ararlar ve seçerler. Bireyin kariyer yapabilmek için örgüte olan ihtiyacından dolayı örgüt içerisinde desteklenerek, yönlendirilerek ve önü açılarak kariyerlerine fırsat verilmesi zorunluluğu ortaya çıkar. Bu durumda kariyer planlama, kişinin kendi problemi olmaktan çıkar, işletmelerin sorumluluk alması gereken bir iş haline gelir. İşletmeler büyürken kariyer faaliyetleriyle ilgili planlama ve geliştirme faaliyetlerine de başlar. Kariyer yönetimi dendiğinde, bu çabaları bütünleştiren, kişisel ve organizasyonel kariyer süreçlerini aynı zamanda yönlendiren çalışmalar anlaşılır (Kitapçı ve Sezen, 2002: 221). Kariyer planlaması, bireyin örgütte kendisine bir kariyer yolu seçerek bu yolda ilerlemeye başlama süreci ile birlikte, bu süreç içerisinde kariyer amaçlarını ve bu amaçları gerçekleştireceği araçları belirleme süreci olarak nitelendirilmektedir (Türkkahraman ve Şahin, 2010: 77).

Kariyer planlamasına başlanırken ilk adım olarak ulaşmak istenilen hedefle ilgili karar verilmelidir. Nereye, ne zaman ulaşmak istenildiği konusunda kararlı olunmalıdır. Her an bir engelle karşılaşılabilmesi göz ardı edilmemeli ve yedekte B planı bulundurulmalıdır. İkinci adım sektör belirlemek olmalı, hangi sektörlerin ve firmaların geleceği olduğunu ve bunlardan hangilerinin eleman eksikliğinin olduğu ya da olabileceği tespit edilmelidir. Bütün bunlar yapılırken kişinin bilgi ve becerileri göz önünde bulundurulmalıdır (Taşlıyan vd., 2011: 235).

Meslek seçimi, bireyin yaşam kariyerini planlamada önemle üzerinde durulması gereken konuların başında gelmektedir. Çünkü bireyin kariyer seçimi yaşam tercihlerine



uygun yapılmazsa daha sonraki dönemlerde uygunsuzluğun ortaya çıkaracağı muhtemel sonuçlar, bireyin yaşam kariyerini doğrudan etkileyecektir. Bireyin yaşamını doğrudan etkileyecek böylesine önemli bir kararı vermek birey için son derece zor ve karmaşıktır. Kariyer seçim sürecinin karmaşıklığı ve bireyin kişisel özellikleri ile mesleğin özelliklerini uzlaştırma gerektirmesi, kariyer karar verme sürecini zorlaştırmaktadır (Öztemel, 2012: 460). Uygun sektör ve meslek bulduktan sonra kişinin bilgi, beceri ve deneyimlerini kullanabileceği pozisyonlar için plan geliştirilmelidir. Burada önemli olan güçlü yönleri arttırmak, zayıf tarafları ise en aza indirmektir. Bunu başarabilmek için öncelikle güçlü ve zayıf yönlerin neler olduğunun bilinmesi gerekir. En doğru yol, kişinin mümkün olduğunca tarafsız olarak kendini dinlemesidir. Bu durum, verilen kararları yerine getirmek için yapılan çabalardan oluşan bir süreçtir. Bu aşamada araştırma yapılabilir, sektördeki uzmanlarla konuşulabilir ya da yapılması planlanan işte başarılı olmuş olan kişiler incelenebilir. Kariyer planlarında yapılacak değişiklikler finansal durumu etkileyebilir (Taşhyan vd., 2011: 235).

Jakson (1990), kariyer yönetimini; hazırlanması, uygulanması ve kariyer planlarının izlenmesi süreci olarak tanımlamış, araştırmanın, her seviyesinde yöneticiler arasında kariyer sorunlarının gittikçe artan bir farkındalık yarattığını ifade etmiştir (Bolton and Gold, 1994: 9, 11). Tüm kuşaklarda, kariyer seçimi sırasında özellikle erkek ve kadın arasındaki farklılıklar nedeniyle cinsiyet faktörü önemli bir inceleme konusu olmuştur. Kuşaklarda, kariyer odaklı toplum olma olasılığında kadınlar anlamlı bir artış göstermiş ve kariyer seçimi sonrasında kadınlarda erkeklere göre 4 yıl gibi daha fazla süre kararlarının etkisinde kaldıkları görülmüştür (Howe and Ives, 2001: 393).

Roberts ve Melamed kariyer gelişimi ve modellerinde kişisel özgürlüklerin seçim yapma ve sosyo-örgütsel olanakların kısıtlanmasında önemli bir kriter olarak kabul etmiştir (Tracey and Nicholl, 2007: 677). Ergenlik ve genç yetişkinlik döneminde kariyer seçimi ve ona bağlı olan kariyer uyumu ve bireyler üzerindeki uzun vadeli etkileri merkezi gelişimsel sorunlarından birisidir. Ancak, kariyer seçimi kariyerde kararsızlık, kariyer hedefi seçme ve bunu işlemek için yeterli olamama gibi çeşitli nedenlerle tehlikeye girebilir. Kariyerde yaşanan kararsızlık, sıklıkla psikolojik sıkıntı ile ilişkili görülen yaygın bir durum olarak değerlendirilmiştir. Bu durum, genç yetişkinler arasında büyük bir endişe kaynağı oluşturmaktadır. Kariyerde yaşanan kararsızlığı daha iyi anlamak için, etkili bir kararsızlık olayı yaşandığında onu tedavi edici yönlerini ve önleyici hangi tedbirlerin alınması gerektiğini ortaya koymak yararlı olacaktır. Son yirmi yılda aile dinamiklerinin kariyerde karar verme sürecine dahil olma isteğinde artan bir yoğunluk olmuştur. Teorik yaklaşımlar, bireyin anne ile içselleştirilmiş ilişkisinin kalitesinin kariyer gelişimi ve kariyer ayarı ile ilişkili olduğunu öne sürmektedir (Braunstein-Bercovitz, et al, 2012: 237). Dünya Sağlık Örgütü ile Uluslararası Çalışma Örgütü'nün ortak bir raporunda, iş ile ilgili olası stres nedenleri arasında kariyer geliştirmenin altında iş güvencesizliğini ele almışlardır. Yapılan araştırma sonucunda, iş güvencesizliğinin stres yaratıcı bir faktör olduğunu doğruladığı söylenebilir (Dığın ve Ünsar, 2010: 142).

### **Turizm ve Kariyer**

Turizmin bir ülkeye sağladığı en önemli yararların başında yeni iş alanları yaratması ve mevcut istihdam potansiyelini arttırması gelmektedir. Turizmin çok sayıda farklı işletmeden oluşması ve hemen her sektörle ilişki içerisinde olması açısından bu durum oldukça önemlidir (Sarışık, 2007: 144).





Son yıllarda Türkiye’de yapılan gösterişli lüks otellerin turizmde kaliteyi olumlu yönde etkilediği bir gerçektir. Ancak kalite için sadece tesisleşmenin yeterli olmadığı ve özellikle hizmet sektörü olması nedeni ile turistlerin hizmeti aldıkları anda algıladıkları kalitenin ne kadar önemli olduğu bilinmektedir. Bu nedenledir ki öncelikle nitelikli turizm elemanı ile çalışılması kaliteyi yükseltecektir. İşletmelerde, hizmeti sunan personelin, müşterilerin beklentileri doğrultusundaki hizmet kalitesinin nasıl geliştirilebileceği ve bunun nasıl sürekli hale getirilebileceği konusunda bilinçlendirilmesi gerekir. Bu da onlara verilecek iyi bir müşteri ilişkileri eğitimi ile mümkün olacaktır (Öztürk ve Seyhan, 2005: 122). Birer potansiyel turizm çalışanı olarak düşünülmesi gereken turizm öğrencilerinin sektörle ilişkileri, algılamaları, beklenti ve seçimleri bu kapsamda önem arz etmektedir (Türkay, Tüzemen, 2009: 215-216).

Ülkemizde turizm eğitimi örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde verilebilmektedir. Yaygın eğitim bünyesinde Turizm Bakanlığı, TUGEV ve özel bazı kuruluşlarca verilen mesleki turizm eğitiminden bahsedilebilir. Örgün turizm eğitimi programları ise MEB bağlı orta öğrenim ve YÖK bünyesinde ön lisans, lisans ve yüksek lisans programlarından oluşmaktadır (Demirkol ve Pelit, 2002: 3-4). Ön lisans ve lisans düzeyi öğrencilerinin turizmde kariyer yapma konusundaki düşüncelerini öğrenebilmek adına yapılan araştırmalara bakıldığında öğrencilerin seçici, eleştirel yaklaşabildikleri görülmektedir. Genç (2012) ön lisans düzeyinde eğitim almakta olan öğrenciler üzerinde yapmış olduğu çalışma da öğrencilerin büyük bölümünün, turizm sektörünün bir iş kolu olarak toplumsal saygınlığının yeterli düzeyde olmadığı, meslekte başarılı olabilmek için yüksekokulun gerekli olmadığı, çalışma saatlerinin düzensiz ve ücretlerin düşük olması nedeni ile kariyer yapma düşüncelerinin olumsuz olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yine bir başka araştırmada öğrencilerin geleceklerini garanti altına almak için, turizm sektöründe çalışmak ya da kendi işini kurmak yerine akademisyen olmak ya da kamu sektöründe iş bulma hedefinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Kızanlıklılı, Konaklıoğlu, 2016: 187). Bu noktada işletmelerin politikalarının ve yasal düzenlemelerinin turizmde kariyer yapmaya değer ve vazgeçilmez olmasını sağlayabilecek şartları eğitim kurumları ile iş birliği içerisinde yapma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Öğrencilerin çalışma bölgesi seçimini belirleyen sosyal, ekonomik ve kariyer olanakları olmak üzere üç faktöre ilişkin toplam on iki alt faktör ortaya koyulmaktadır. Bunlar arasında kariyer olanakları bölge seçiminde en belirleyici alan durumundadır. En öne çıkan alt faktörler sırasıyla, deneyim olanağı, beklenen düzeyde para kazanma olanağı ve yurt dışında çalışma bağlantısı olanağıdır. Faktörlerin analitik hiyerarşi süreci değerlemeleri neticesinde ise İstanbul’un en yüksek oranda tercih edilen çalışma bölgesi olarak öne çıktığı görülmektedir (Türkay ve Tüzemen, 2009: 216).

Çağdaş kariyerde, kariyer davranış kalıbı başarının önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilir. Yıllar geçtikçe değişen kariyer ortamı üzerinde kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Yapılan psikolojik sözleşme, çalışanların kişisel kariyer hedeflerini gerçekleştirmek ve istihdam sağlamak için bir dizi öz-yönetim faaliyetleriyle ilgilenilmesini sağlamaktadır. Çalışandaki bu tavır değişikliği, onların kariyer gelişimi ve üstlenecekleri rollerine yönelik olacaktır. Kariyerle ilgili çalışmalar, bireylerin kariyer deneyimlerinde hem öznel ve nesnel kariyer başarılarının önemli çıktılar olduğunu göstermektedir. Kariyer başarısı, “işle ilgili arzu edilen başarının bireyin iş deneyimlerinin her noktasında olması” anlamına gelmektedir. Geleneksel kariyer araştırmacıları, kariyer başarısında,



örgütsel konum veya elde edilen avantajlar gibi objektif göstergeler üzerinde odaklanmıştır (Vos and Soens, 2008: 449, 450). Weitz (1994) ise kariyer ve aile rollerini birleştirerek kuramsal bir çerçeve oluşturmuştur. Bu modelde, birden fazla rol planlamaya yönelik tutumları modeldeki en önemli tutum bileşeni olarak göstermiş, bireyin genel olarak oryantasyon sürecinde planlanmış kariyer ve aile rolleri kombinasyonunu vurgulamıştır (Peake and Harris, 2002: 406).

## Materyal ve Yöntem

Araştırmada incelenen veriler, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi meslek yüksekokulları turizm bölümlerinde okuyan ikinci sınıf öğrencileri üzerinde anket soruşturması yapılarak elde edilmiştir. Araştırma kapsamına ön lisans turizm eğitimi veren tüm okullardaki ikinci sınıf öğrencilerini temsil edecek örneklem seçiminde ikinci sınıfı esas alan kota örnekleme uygulanmıştır. Anket uygulaması kota sınırlamalarına uygun olan öğrenciler arasından basit rassal örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Araştırmanın evrenini 1024 öğrenci oluşturmuştur. Bu öğrencilerden 902 tanesine ulaşılmış, ancak veri tabanına uygun olmayanlar çıkartılmış ve SPSS paket programından yararlanılarak analize uygun 894 öğrenci üzerinden bulgular değerlendirilmiştir.

## Ölçeğin Güvenilirliği

Kariyer hedefleri ölçek soruları Akış Roney-Öztin (2007) ve Sav'ın (2008) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket formunda toplam 22 ifade bulunmaktadır. Ölçekte 0,25'in altında olan değerler ölçekten çıkarılmış ve ölçeğin güvenilirlik testi yeniden yapılmıştır. Güvenilirlik analizi değeri 0,885 (Cronbach Alpha) çıkmış ve toplam 21 ifade üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

## Bulguların Değerlendirilmesi ve Yorumlanması

Çalışmanın bu kısmında araştırmadan elde edilen verilerin istatistiksel açıdan test edilmesi, sonuçların değerlendirilmesi ve yorumlanmasına yer verilmiştir.

Öğrencilerin cinsiyetleri açısından bakıldığında yoğunluğu %59 oranında erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin en yoğun %70 oranı ile 20-22 yaş aralığında, yaklaşık %49 oranında otelcilik programında okuduğu, arkasından %30 oranında seyahat programının geldiği; aşçılık ve rehberlik programlarının da takip ettiği görülmektedir.

Öğrencilerin mezun oldukları lise bakımından incelendiğinde ilk üç sırada %33 oranı ile düz lise, %30 oranı ile Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ve %7 oranı ile Endüstri Meslek Lisesi mezunları oluşturmaktadır.

Öğrencilerin %52'si daha önceden okul hakkında bilgi sahibi olarak üniversite tercihlerini yaptıklarını ifade etmiştir. Geriye kalan %47'lik kesim ise okul hakkında bilgi sahibi olmadıklarını dile getirmiştir.

Öğrenciler, okuyacakları bölüm ile ilgili önceden bilgi sahibi oldular mı? Yoksa tamamen tesadüfi ya da açıkta kalmamak için mi bu bölümü tercih edip etmedikleri ile ilgili sorulan soruya %71'i bilgi sahibi olduğunu söylemiş, %29'luk kesim ise bilgi sahibi olmadığını ifade etmiştir.

Öğrencilerin, okudukları okulu ve bölümü niçin tercih ettikleri sorulduğunda öğrencilerin %36'sı okulun turizm yöresinde olduğu için, %28'i turizm mesleğini sevdiği için ve %18'i ise rastgele tercih yaparak geldiklerini belirtmiştir. Öğrenciler,



okuyacakları okulu/bölümü seçerken, okulun turizm yöresinde olmasını ve turizm mesleğini sevmelerini öncelikleri arasında belirtmiş, buna sebep olarak ise hem çalışıp hem de okuyabileceklerini ifade etmişlerdir.

Üniversitede alınan eğitim, turizm sektöründe kariyer planına uygun bir iş bulabilme ve kariyerde başarılı olabilmek için yeterli mi?" sorusuna %37'sinin evet, %30'unun hayır, %33'ünün ise kararsız ifade verdiği görülmektedir.

Öğrencilere, "Gelecekte kariyerinizin en üst noktası neresidir? sorusu sorulmuş, %52'si Genel Müdür, %29'u Departman Müdürü ve %6'sı Genel Müdür Yardımcısı cevaplarını vermiştir. Görüldüğü gibi öğrencilerin gelecekte kendilerini yüksek kademelerde görmeleri onların yükselme ile ilgili planlamalarda bulduklarını göstermektedir.

"Mezun olduktan sonra turizm işletmelerinde hangi görevde çalışmayı düşünüyorsunuz?" sorusuna %26'sı ön büro elemanı, %23'ü seyahat acentası elemanı, %20'si mutfak elemanı ve %13'ü turist rehberi olarak çalışmayı düşündüklerini ifade etmiştir.

**Tablo 1.** Kariyer Hedefleri ile İlgili Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

İfadeler	Ort.	ss.
Turizm İşletmelerinde kariyer yapmak kolaydır.	2,96	1,199
Kariyer planlaması yaparken konaklama işletmelerinde departman tercihi önemli bir faktördür.	<b>3,31</b>	2,181
Turizm işletmelerinde kariyer hedeflerine daha kolay ulaşılmaktadır.	2,96	1,060
Cinsiyetim bu bölümü tercih etmemde önemli bir faktördür.	2,87	1,334
Mezun olduktan sonra turizm sektöründe iş bulma diğer sektörlere göre daha kolaydır.	3,19	1,275
Kariyer planlamamı yaparken aile/ sosyal çevrenin önerilerini dikkate aldım.	3,05	1,237
Kariyer planlamamı yaparken turizmin kişisel özelliklerime uygunluğunu dikkate aldım.	3,18	1,194
Kariyer planlamamı yaparken turizmin yeteneklerime uygunluğunu dikkate aldım.	<b>3,21</b>	1,178

Öğrencilerin kariyer hedefleri ile ilgili verdikleri ifadelerin karşılığı ölçek değerlerine göre 1:Kesinlikle katılmıyorum-5:Kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Öğrencilerin en fazla katıldıkları ifade "Kariyer planlaması yaparken konaklama işletmelerinde departman tercihi önemli bir faktördür" (ort.3,31) ifadesidir (Tablo 1).



**Tablo 2.** Kariyer Hedefleri ile İlgili Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular (Tablo 1'in Devamı)

İfadeler	Ort.	ss.
Kariyer planlamamı yaparken turizm mesleğinin gerektirdiği bilgi düzeyi ve kapasitesini dikkate aldım.	3,19	1,192
Kariyer planlamamı yaparken turizm mesleğinin yüksek getirisinin olmasını dikkate aldım.	3,17	1,175
Kariyer planlamamı yaparken turizm mesleğinin güvenli bir geleceğinin olmasını dikkate aldım.	3,06	1,194
Kariyer planlamamı yaparken turizm mesleğinin sunduğu özel sağlık hizmetleri ve sosyal imkanlarını dikkate aldım.	2,99	1,179
Kariyer planlamamı yaparken turizm mesleğinde iş bulma olasılığının yüksek olmasını dikkate aldım.	3,18	1,237
Kariyer planlamamı yaparken turizm mesleğinin gerektirdiği eğitim son derece önemlidir.	3,11	1,282
Turizm mesleğinin gerektirdiği eğitimin güç (derslerin zor) olması kariyer planlamamı etkilemektedir.	2,96	1,245
Turizm mesleğinin gerektirdiği yoğun mesai saatleri kariyer planlamamı etkilemektedir.	<b>3,21</b>	1,283
Turizm mesleğinin saygın bir meslek olması kariyer planlamamı etkilemektedir.	3,10	1,136
Turizm mesleğinin yükselme imkanı sunması kariyer planlamamı etkilemektedir.	3,10	1,170
Turizm mesleğinin geçerliliğini ileride de koruyacak olması kariyer planlamamı etkilemektedir.	3,10	1,173
Ülkede yaşanan güncel ekonomik gelişmeler turizm mesleğindeki kariyer planlamamı etkilemektedir.	3,10	1,204
Ülkede yaşanan güncel politik gelişmeler turizm mesleğindeki kariyer planlamamı etkilemektedir.	3,06	1,271

Öğrencilerin kariyer hedefleri ile ilgili olarak düşüncelerine yönelik sorulan sorulardan “Kariyer planlamamı yaparken turizmin yeteneklerime uygunluğunu dikkate aldım” ve “Turizm mesleğinin gerektirdiği yoğun mesai saatleri kariyer planlamamı etkilemektedir” ifadesine (ort.3,21) en üst ikinci düzeyde olumlu yönde katıldıklarını belirtmişlerdir (Tablo 2). Genel olarak öğrencilerin kariyer hedefleri ile ilgili ifadelerden ölçek değerleri karşılığı 2,87 ve 3,21 arasında yoğunlaşmaktadır. Öğrencilerin, ölçek değeri karşılığı “orta derecede katılıyorum/orta derecede katılmıyorum” ifadelerine denk gelen cevaplar verdikleri, oldukça net fikirlerinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

**Tablo 3.** Kariyer Hedefleri ile İlgili Analiz Sonuçları (İki Yönlü Anova)

Değişkenler	Kariyer hedefleri
Bölüm	Sig. 0,433
Mezun olduğu lise	Sig. 0,003**
Bölüm*Mezun olduğu lise	Sig. 0,420
Varyansların Eşitliği Testi	Sig. 0,642*

\*Sig.>0,05 anlamlı, \*\* Sig.<0,05 anlamlı, Kariyer hedefleri: Bağımlı değişken

Öğrencilerin kariyer hedefleri ile demografik özellikleri arasında ilişki olup olmadığı incelenmiş, her bir değişkende varyansların homojenliği pozitif çıkmıştır. Kariyer hedefleri ile ilgili yapılan İki yönlü Anova analizinde varyansların eşitliği testine



bakılmıştır. Teste göre \*Sig.>0,05 olduğu zaman test anlamlıdır şeklinde yorumlanır. Ancak, diğer değişkenlerin sig. değeri anlamlı çıkmamıştır. Öğrencilerin kariyer hedefleri ile mezun oldukları lise arasında anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Diğer değişkenler ile kariyer hedefleri arasında ilişkiye rastlanılmamıştır.

Öğrencilerin geleceğe yönelik kariyer hedeflerini belirlerken cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, ortalamalar açısından erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha olumsuz bir düşünce içinde oldukları görülmüştür. Analiz sonucunda, istatistiksel açıdan significant değeri (sig.0,149) anlamsız bulunmuştur. Sonuç olarak, öğrencilerin kariyer hedeflerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği söylenebilir.

Öğrencilerin, okul hakkında önceden bilgi sahibi olmalarının onların cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiğini göstermektedir. Öğrencilerin okul/bölüm tercihi yaparken cinsiyetlerinin etkili olduğu, bölüm hakkında bilgi sahibi olmaları ile cinsiyetleri arasında bir farklılık olduğu (0,036<0,05), okumak istedikleri bölümün cinsiyetlerine göre farklılık arz ettiğini ifade etmişlerdir. Cinsiyet açısından bakıldığında, kız öğrencilerin insanlarla sürekli iletişim kurabilecekleri bir alan olduğu için sektörü tercih ettiği, erkek öğrencilerin ise gelecekte bu sektörde kendi işini kurabilme beklentisi içerisinde olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (Sarışık, 2007).

Öğrencilerin “gelecekte kariyerlerinde hangi kademedede olacaklarına” ilişkin sorulan ifade üzerinde öğrencilerin yaş, mezun olduğu lise ve okudukları bölüm” değişkenlerinin hiçbir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Öğrencilerin okul/bölüm tercih nedenleri ile “yaş, mezun olduğu lise ve okudukları bölüm” değişkenleri için yapılan test sonucunda varyansların eşitliği testi anlamlı çıkmıştır. Öğrencilerin “gelecekte kariyerlerinde hangi kademedede olacaklarına” ilişkin sorulan ifade üzerinde öğrencilerin yaş, mezun olduğu lise ve okudukları bölüm” değişkenlerinin hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevleri üzerinde varyansların eşitliği testinin (Sig.>0,05) anlamlı çıkmadığı belirlenmiştir. Varyansların eşitliği anlamlı çıkmadığı için öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevlerde öğrencinin yaşı, mezun olduğu lise ve okudukları bölümün” hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin okulu ve bölümü tercih etme nedenleri, mezun olduktan sonra çalışmak istediği görev ve gelecekte kariyerlerinde hangi kademedede olmak istedikleri ile kariyer hedefleri arasında ilişki olup olmadığına bakılmış, \*Sig.>0,05 anlamlı temel varsayım olarak ele alınmıştır.



**Tablo 4.** Demografik Değişkenlerle Kariyer Hedefleri Arasındaki Korelasyon Analizi

Bağımsız Değişken	Önem Derecesi	Bağımlı Değişken
		Kariyer hedefi
Yaş	Pearson Cor.	-,027
	Sig.(2-tailed)	,491
Bölüm	Pearson Cor.	,027
	Sig.(2-tailed)	,489
Mezun Olduğu Lise	Pearson Cor.	,009
	Sig.(2-tailed)	,808
Okul hakkında bilgi sahibi olma	Pearson Cor.	-,025
	Sig.(2-tailed)	,519
Bölüm hakkında bilgi sahibi olma	Pearson Cor.	-,092
	Sig.(2-tailed)	,017*
Okul/bölüm tercih nedeni	Pearson Cor.	-,011
	Sig.(2-tailed)	,775
Kariyer planı ve yeterliliği	Pearson Cor.	-,033
	Sig.(2-tailed)	,394
Mezuniyet sonrası hangi görevlerde çalışırsınız?	Pearson Cor.	,031
	Sig.(2-tailed)	,435
* Sig. <0,05 anlamlı, Kariyer hedefleri: Bağımlı değişken		

Öğrencilerin kariyer hedefleri ile yaşları, okudukları bölüm, mezun oldukları lise, okul ve bölüm hakkında önceden bilgi sahibi olmaları, okul/bölüm tercih etme nedenleri, kariyer planı ve yeterliliği ve mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevler arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir (Tablo 4).

Öğrencilerin bölüm hakkında önceden bilgi sahibi olmaları ile kariyer hedefleri arasında bir ilişki olduğu, ancak bu ilişkinin ise ters yönlü ilişki olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak, öğrencilerin bölüm hakkında bilgi sahibi oldukça kariyer hedeflerinde farklılık olduğu olumsuz yönde fikirlerinde gelişme olduğu söylenebilir. Diğer değişkenlerin sig. değeri anlamlı çıkmadığı için ilişki olmadığı belirlenmiştir.

### Tartışma ve Sonuç

Çalışmadan elde edilen sonuçların değerlendirilmesi aşağıda yer almaktadır:

- Öğrencilerin yarısından fazlası daha önceden okul hakkında bilgi sahibi olduklarını (%52) ifade etmiştir.
- Öğrencilerin okuyacakları bölüm ile ilgili önceden bilgi sahibi oldukları sevindirici bir durum olarak görülebilir. Öğrencilerin kariyer planlamanın ilk aşamalarından birisi olan ne yapacağı ile ilgili bir fikrinin olması ve bu yönde karar vererek, kararlarını uygulamaya koyması önemli bir aşamadır.



- Öğrencilerin; okulun turizm yöresinde olması, turizm mesleğini sevmesi ve rastgele tercih yapma sebep olarak gösterilmiştir.
- Öğrenciler, üniversitede aldıkları eğitimin turizm sektöründe kariyer planına uygun bir iş bulabilme ve kariyerde başarılı olabilmelerine çok yeterli görmediklerini ifade etmiştir. Yaptıkları meslekler, kendilerini tanıma ve çevreleri konusunda yeterli bilgiye sahip olmayanların daha fazla kariyer kararsızlığı yaşadığını gösteren çalışmalar da mevcuttur (Öztemel, 2012).
- Öğrenciler gelecekte kariyerlerinin en üst noktasının neresi olduğuna ilk olarak Genel Müdür, Departman Müdürü ve Genel Müdür Yardımcısı cevaplarını vermiştir. Öğrencilerin alt kademe personeli ve departman yardımcısı olma eğilimlerinin düşük olması, onların kariyer yapma planlamalarına şimdiden kendilerini hazırladıklarını ve kariyerlerinde yükselme ile ilgili fikirlerinin oturduğunu göstermektedir. Yapılan araştırmalar, turizm ve otelcilik sektöründe işgücü devir oranının yüksek, çalışanların iş tatmininin düşük, ücretlerin az ve çalışma saatlerinin fazla olduğunu ortaya koymaktadır (Zengin, Şen ve Taşar, 2011).
- Öğrencilerin mezun olduktan sonra ön büro elemanı, seyahat acentası elemanı, mutfak elemanı ve turist rehberi olarak çalışmayı düşündüklerini dile getirmiştir.
- Öğrencilerin, kariyer planlaması yaparken turizmin yeteneklerine uygunluğuna baktıklarını ve turizm mesleğinin gerektirdiği yoğun mesai saatlerinin kariyer planlamasında etkili bir kriter olduğunu belirtmiştir. Öğrencilerin, geleceğe yönelik belirledikleri hedeflerle birlikte eğitimin de turizm sektöründe ilerlemek için son derecede önemli olduğunu farkında oldukları görülmektedir.
- Öğrencilerden erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha olumsuz bir düşünce içinde oldukları görülmüştür. Öğrencilerin kariyer planlarını yaparken cinsiyetin de bu konuda önemli bir faktör olduğunu gösteren çalışmalara da rastlanılmaktadır (Zengin, Şen ve Taşar, 2011). Okul ve bölüm hakkında önceden bilgi sahibi olmalarının onların cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Hayatın her aşamasında, kariyer seçimi sırasında özellikle erkek ve kadın arasındaki farklılıklar nedeniyle cinsiyet faktörü önemli bir inceleme konusu olmuş ve kariyer seçimi sonrasında kadınların erkeklere göre 4 yıl gibi daha fazla süre aldıkları kararların etkisinde kaldıkları görülmüştür (Howe and Ives, 2001: 393).
- Öğrencilerin, okuduğu bölüm/mezun olduğu lisenin kariyer hedefleri üzerinde etkisinin olmadığı anlaşılmıştır. Öğrenciler, gelecekte belirli bir kademeye geldiklerinde yaşlarının, mezun oldukları lisenin ve okudukları bölümün etkisinin olmayacağı düşüncesindedir. Genel olarak bakıldığında, öğrencilerin (yaş, bölüm, mezun olduğu lise) demografik özellikleri ile planladıkları kariyer hedefleri arasında bir ilişkiye rastlanılmamıştır.
- Öğrencilerin ilk yılda, öğrencilerin okul/bölüm tercihleri üzerinde yaşının, mezun oldukları lisenin ve okudukları bölümün etkisinin olmadığını söylemektedir. Öğrenciler, yine gelecekte kariyerlerinde olacakları kademe ve mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevlerde yaş, mezun olduğu lise ve okudukları bölüm değişkenlerinin hiçbir etkisinin olmayacağını ifade etmiştir.
- Öğrencilerin, mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevlerde yaşının, mezun olduğu lisenin ve okudukları bölümün hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna



ulaşmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde ise; öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevlerde öğrencinin yaşı, mezun olduğu lise ve okudukları bölümün hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Baltacı ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada da öğrencilerin, sınavda almış oldukları puandan dolayı okudukları bölümü tercih ettiği, gelecek kaygısının yüksek ve aldıkları eğitimden memnuniyet düzeylerinin düşük seviyede olduğu belirlenmiştir. Ayrıca okudukları bölümde kariyer yapma konusunda katılımın düşük olduğu görülmüştür (Baltacı, vd., 2012).

- Öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri görevlerde öğrencinin yaşı, mezun olduğu lise ve okudukları bölümün” hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak incelendiğinde ise, öğrencilerin okulu ve bölümü tercih etme nedenleri ve mezun olduktan sonra çalışmak istediği görev ile kariyer hedefleri arasında ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Nihayetinde, öğrencilerin mezun olduktan sonraki yapmak istedikleri görev kolunun onların, kariyer hedefleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Öğrencilerin okul/bölüm tercih nedenlerinin öğrencilerin kariyer hedeflerinde farklılık yarattığı görülmektedir. Bu durum, öğrencilerin okudukları okul/bölüm tercihlerini yaparken gelecekteki kariyerlerini de düşünerek hareket ettiklerini göstermektedir.
- Öğrencilerin bölüm hakkında bilgi sahibi oldukça kariyer hedeflerinde olumsuz yönde gelişme olduğu görülmektedir. Genel olarak, öğrencilerin kariyer hedefleri üzerinde yaşları, okudukları bölüm, okul/bölüm tercih etme nedenleri ve okul hakkında önceden bilgi sahibi olmalarının etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, öğrencilerin bölüm hakkında önceden bilgi sahibi olmaları ile kariyer hedefleri arasında bir ilişki olduğu, bu ilişkinin ise ters yönlü ilişki olduğu saptanmıştır. Sonuçta, öğrencilerin önceden bölüm hakkında bilgi sahibi olmalarının onların kariyer tercihlerinde etkili olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak, öğrencilerin, kariyer planlaması yaparken turizmin yeteneklerine ve kişisel özelliklerine uygunluğunu dikkate aldığı ve kariyer planlaması yaparken turizm mesleğinin gerektirdiği bilgi düzeyine ve kapasitesine sahip olunması gerektiğinin bilincinde oldukları ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin, geleceğe yönelik belirledikleri hedeflerle birlikte eğitimin de turizm sektöründe ilerlemek için son derecede önemli olduğunun farkında oldukları görülmektedir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların turizmle ilgili işletme sahibi/yöneticilerine ulaşması, şimdinin öğrencisi, geleceğin kalifiye yetişmiş elemanları olacak olan bireylerin sektör hakkında ne düşündüklerini görmeleri, ne gibi sıkıntılar ve problemlerle karşılaştıklarının bilinmesi açısından önem taşımaktadır. Daha kariyerlerinin ilk yıllarında olan öğrencilerin sağlıklı, kendisini alanında yetiştirmiş bireyler haline getirmeleri uzun zaman almaktadır. Bu süreçte, sektörün genel sorunlarının azaltılması ya da kısmen de olsa ortadan kaldırılması onların düşüncelerinin ya da umutlarının zarar görmeden gerçekleşmesine yardımcı olacaktır.





## Kaynaklar

- Akın, A. (2005). Takım Kariyer Modeli ile Proje Takımlarında Kariyer Geliştirme, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, s. 25.
- Anafarta, N. (2002). Bireysel Kariyer Danışmanı Olarak Rehber (Mentor), C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, c.3,(1): 115-128.
- Baltacı, F. Üngüren, E. Avsallı, H. ve Demirel, O. N. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlemesine Yönelik Bir Araştırma, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, c.4, (1), s.17: 17-25.
- Batur, Z.H. ve Adıgüzel, O. (2014). Schein'in Kariyer Değerleri Perspektifinde Öğrencilerin Kariyer Tercihlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Isparta İli Fen Lisesi Öğrencileri Örneği, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 42: 327-348.
- Bolton, R. and Gold, J. (1994). Career Management: Matching the Needs of Individuals with the Needs of Organizations, Personnel Review 23, (1): 6-24.
- Braunstein-Bercovitz, H., Benjamin, A.B., Asor, S. and Lev, M. (2012). Insecure Attachment and Career Indecision: Mediating Effects of Anxiety and Pessimism, Journal of Vocational Behavior, 81: 236-244.
- Creed, P.A., Patton, W. and Prideaux, A.L. (2007). Predicting Change Over Time In Career Planning and Career Exploration for High School Students, Journal of Adolescence, (30): 377-392.
- Demirkol, Ş. ve Pelit, E. (2002). "Türkiye'deki Turizm Eğitim Sistemi ve Avrupa Birliği Sürecinde Olası Gelişmeler", Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, s. 2: 125-134.
- Dığın, Ö. ve Ünsar, S. (2010). Çalışanların İş Güvencesi Algısının Belirleyicileri ve İş Güvencesinden Memnuniyetin Organizasyonel Bağlılık, İş Stresi ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 26: 133-145.
- Doherty, N. (1998). The Role of Outplacement in Redundancy Management, Personnel Review, 27(4): 343-353.
- Gati, I, Kleiman, T., Saka, N., and Zakai, A. (2003). Perceived Benefits of Using an Internet-Based Interactive Career Planning System, Journal of Vocational Behavior, (62): 272-286.
- Geçikli, F. (2002). Bireysel Kariyer Planlama ve Geliştirmede İmajın Rolü, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi: 337-354.
- Gülcan, B. (2011). Turizmde Doçentlik Ünvanı: Kapalı Kariyer Yolu ve Etkileri, İşletme Araştırmaları Dergisi, 3, (1): 3-32.
- Güler, E.Ç. (2006). İşletmelerin e-insankaynakları Yönetimi ve e-işe Alım Süreçlerindeki Gelişmeler, Ege Akademik Bakış: Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi, s.1, c. 6: 1-17.
- Howe, A. and Ives, G. (2001). Does Community-Based Experience Alter Career Preference? New Evidence From a Prospective Longitudinal Cohort Study of Undergraduate Medical Students, Medical Education, (35): 391-397.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Hughes, J.N., Soiza, L.R., Chua, M., Hoyle, E.G., MacDonald, A., Primrose, R.W. and Seymour, G.D. (2008). Medical Student Attitudes Toward Older People and Willingness to Consider a Career in Geriatric Medicine, *The American Geriatrics Society*, 56: 334–338.

Kılıç, G. ve Öztürk, Y. (2009). Kariyer Yönetimi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, c.20, (1): 45-60.

Kızanlıklılı, M veKonaklıoğlu, E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Kontrol Odağı ve Kariyer Tercihlerinin Zaman Yönelimleri Üzerindeki Rolü, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1): 172-191.

Kitapçı, H. ve Sezen, B. (2002). Çalışanların Tatminini Belirleyici Unsurlar Üzerine Bir Araştırma: Kariyer Süreci Örneği, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c.12, (1): 219-230.

Orpen, C. (1994). The Effects of Organizational and Individual Career Management on Career Success, *International Journal of Manpower*, Vol. 15, (1): 27-37.

Öztemel, K. (2012). Kariyer Kararsızlığı ile Mesleki Karar Verme Öz Yetkinlik ve Kontrol Odağı Arasındaki İlişkiler, *GEFAD / GUJGEF* 32 (2): 459-477.

Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, s. 1: 121-138.

Peake, A. and Harris, L.K. (2002). Young Adults' Attitudes toward Multiple Role Planning: The Influence of Gender, Career Traditionality, and Marriage Plans, *Journal of Vocational Behavior*, (60): 405–421.

Sarı, E. ve Çevik, A. (2009). Kadın İçin Kariyer Gelişiminin Önemi, *Uluslararası Disiplinler arası Kadın Çalışmaları Kongresi, Kongre Bildirileri*, c.1, s.67: 65-74.

Sarıışık, M. (2007). Turizm Sektöründe Meslek Sahibi Olmaya Yönelten Etkenler: Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, c.18, s.2: 143-160.

Sav, D. (2008). Bireysel Kariyer Planlamada Etkili Olan Faktörler ve Üniversitelerin Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi, Isparta*.

Türkay, O. ve Tüzemen, A. (2009). Turizm Öğrencilerinin Çalışma Bölgesi Seçimleri Üzerine Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 20, Sayı 2: 215-229.

Taşlıyan, M. Arı, N. Ü. ve Duzman, B. (2011). İnsan Kaynakları Yönetiminde Kariyer Planlama ve Kariyer Yönetimi: İİBF Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, c. 3, (2): 233-235.

Tuncer, P. (2012). Değişen İnsan Kaynakları Yönetimi Anlayışında Kariyer Yönetimi, *On Dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, (1): 203-233.

Türkkahraman, M. Şahin, K. (2010). Kadın ve Kariyer, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2/1: 75-88.

Tracey, C. and Nicholl, H. (2007). The Multifaceted Influence of Gender in Career Progress in Nursing, *Journal of Nursing Management*, (15): 677–682.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Vos, D.A. and Soens, N. (2008). Protean Attitude and Career Success: The Mediating Role of Self-Management, *Journal of Vocational Behavior*, (73): 449–456.

Zengin, B., Şen, M.L. ve Taşar, O. (2011). Marmara Bölgesinde Turizm Lisans Öğrencilerinin Konaklama Sektöründe Cinsiyete Göre Kariyer Düşünceleriyle İlgili Bir Araştırma, *International Conference On Eurasian Economies*, 217-225.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Azərbaycan Gənclərinin Ölkə İqtisadiyyatda Rolu Xülasə*

<sup>1</sup> Prof. Dr. Rəna SULTANOVA,

AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, Şöbə Müdiri, rena-sp@mail.ru

---

### **Özet**

Məqalədə Azərbaycan gənclərinin ölkə iqtisadiyyatının ayrı-ayrı sahələrində fəaliyyəti göstərilmiş və təhlil edilmişdir. Qeyd olunmuşdur ki, son dövrlər gənclərin daha çox axını informasiya texnologiyaları sahəsinə müşahidə olunmaqdadır. Bu isə, öz növbəsində, ölkədə innovasiyalı iqtisadiyyatın qurulmasının əsas göstəricisi kimi çıxış edir. Lakin bütün bunlara baxmayaraq, məqalədə gənclərlə bağlı problemlərin həlli istiqamətində təkliflər irəli sürülmüşdür.

**Açar Sözlər:** İnnovasiyalı iqtisadiyyat, informasiya-kommunikasiya texnologiyaları, kadr, rəqabətə davamlı, sosial-iqtisadi inkişaf, keyfiyyət, idarəetmə

### **The Role Of The Youth In The Country Economy**

#### **Abstract**

The article also mentioned the activity of the youth in the country's economy and have been separately analyzed. It was noted that the young people flow has seen more in information technology in recent years. This, in turn, acts as the main indicator of the establishment an innovative economy in the country. However, in the article have been put forward proposals to solve the problems related to youth.

**Keywords:** Innovative economy, information and communication technologies, personnel, competitive, social and economic development, quality, management.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Giriş

Hər bir ölkənin ictimai, iqtisadi və siyasi həyatında gənclərin rolu olduqca xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Bu gün Azərbaycan Respublikasında da gənclər həm dövlət strukturlarında, həm ictimai sektorda, həm də elmi-pedaqoji və elmi-tədqiqat sahələrində fəal iştirak edirlər. Son illər dövlətin gənclərlə bağlı məqsədli dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi bu sahədə müsbət dəyişikliklərə təkan vermişdir.

Ölkə əhalisinin 2,7 milyon nəfərini və ya 28,1 faizini gənclər təşkil edir ki, onların da 49 faizini qadınlar təşkil edir. Əsasən gənclərin 52 faizi şəhər yerlərində, 48 faizi isə kənd yerlərində yaşayır. Belə ki, ölkədə 2015-ci ildə nikaha daxil olanların 78 faizini gənclər təşkil etmişdir ki, onlardan ilk dəfə nikaha daxil olan kişilərin orta yaşı 28, qadınların isə 24-dür. Boşananlar arasında gənc kişilərin xüsusi çəkisi 15,9 faiz, qadınların isə 30,9 faiz təşkil edir. 2004-cü illə müqayisədə gənc analar tərəfindən doğulan uşaqların sayı 34,5 faiz artmış və bütövlükdə, doğulan körpələrin 82,5 faizi gənc ailələrdə dünyaya gəlmişdir.

Ümumilikdə, gənclər dövlətin qaygısını daim öz üzərində hiss edir. Belə ki, 2002-ci ildə “Gənclər siyasəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmiş, 2005-ci və 2011-ci illərdə “Azərbaycan gəncliyi Dövlət Proqram”ları təsdiq edilmiş, gənclərin ümumrespublika forumları keçirilmiş, 2007-ci il Gənclər ili elan edilmişdir [1, səh.101]. Gənclər siyasətinin həyata keçirilməsi üçün dövlət büdcəsindən ayrılan vəsait ildən ilə artır. Azərbaycan Respublikasının “Gənclər siyasəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa dəyişikliklər və əlavələr edilməsi barədə” 5 may 2007-ci il tarixli Qanununa əsasən Azərbaycanda gənclər 14–29 yaşlarında hesab edilir.

Azərbaycan gənclərinin sağlam və fəal həyat tərzini təşviq etmək və onların cəmiyyətə inteqrasiyasını təmin etmək məqsədi ilə Strategiya və Dövlət Proqramı hazırlanaraq həyata keçirilməkdədir. Belə ki, ölkə rəhbərliyinin sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2007-2015-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin xarici ölkələrdə təhsili üzrə Dövlət Proqramı” xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Bu proqramın həyata keçirilməsi gənclərin dünyanın nüfuzlu ali təhsil məktəblərində təhsillərini başa vuraraq respublikamızın inkişafına xidmət etmələrinə və həmçinin peşəkar kadrların hazırlanmasına imkan verəcəkdir [2, səh.84]. Məhz gənclərlə işin keyfiyyət standartlarının hazırlanması və onun qiymətləndirilməsi üçün monitorinq mexanizminin yaradılması əsas götürülməlidir.

## İnnovasiyalı İqtisadiyyat və Gənclik Fəaliyyəti

Bu günləri gənclər siyasəti sahəsində işlərin səmərəliliyinin və keyfiyyətinin artırılması məqsədilə yaradılmış infrastrukturun maddi-texniki bazasının gücləndirilməsi (“Gənclər evi” və “Gənclər Mərkəzi”), fəaliyyətinin dəstəklənməsi və təkmilləşdirilməsi üçün tədbirlərin ön plana keçirilməsi vacibdir.

Müasir dövrdə gənclərin ölkənin ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi və mədəni həyatında fəal iştirakının təmin edilməsi, yeni nəsildə ömür boyu təhsil almaq, qeyri-formal təhsil vasitəsilə intellektual potensialının artırılması peşə bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi və genişləndirilməsi tələbatının formalaşdırılması, onların elm, təhsil, mədəniyyət, idman və digər sahələrdə nailiyyətlər əldə etməsi üçün şəraitin yaradılması, elmi-tədqiqat işlərinin, araşdırmalarının, kəşflərinin və səmərəli təkliflərinin praktiki cəhətdən həyata keçirilməsinə təminat mexanizmlərinin yaradılması ən əsas məsələlərdən biri kimi gündəmədədir.



**Cədvəl 1**

**14-29 yaşlı gənclərin cins və yaş qrupları üzrə bölgüsü (min nəfər)**

Yaş qrupları	2000			2005			2010			2014			2015		
	Cəmi	O cümlədən		Cəmi	O cümlədən		Cəmi	O cümlədən		Cəmi	O cümlədən		Cəmi	O cümlədən	
		Kişilər	qadınlar		Kişilər	Qadınlar		Kişilər	qadınlar		Kişilər	qadınlar		Kişilər	qadınlar
<b>Şəhər və kənd yerləri - cəmi, min nəfər</b>															
<b>Əhalinin sayı - cəmi</b>	<b>8032,8</b>	<b>3927,0</b>	<b>4105,8</b>	<b>8447,4</b>	<b>4156,2</b>	<b>4291,2</b>	<b>8997,6</b>	<b>4455,5</b>	<b>4542,1</b>	<b>9477,1</b>	<b>4713,5</b>	<b>4763,6</b>	<b>9593,0</b>	<b>4775,8</b>	<b>4817,2</b>
onlardan 14-29 yaşlı gənclər	2269,4	1144,1	1125,3	2588,4	1310,7	1277,7	2825,8	1418,5	1407,3	2740,9	1392,2	1348,7	2694,0	1374,2	1319,8
O cümlədən															
14 yaşlı	181,4	88,4	93,0	189,4	92,8	96,6	161,5	84,2	77,3	134,2	71,2	63,0	129,5	68,8	60,7
15-19 yaşlı	806,4	402,7	403,7	927,6	465,2	462,4	905,2	463,0	442,2	762,8	398,7	364,1	724,9	380,5	344,4
20-24 yaşlı	657,7	344,8	312,9	809,9	405,0	404,9	939,2	465,5	473,7	920,3	465,8	454,5	902,8	461,3	441,5
25-29 yaşlı	623,9	308,2	315,7	66,5	347,7	313,8	819,9	405,8	414,1	923,6	456,5	467,1	936,8	463,6	473,2

**Qeyd:** cədvəl müəllif tərəfindən müvafiq statistik materiallar əsasında tərtib edilmişdir [[www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)].

Belə ki, aparılan tədqiqat göstərir ki, 2015-ci ildə 2000-ci illə müqayisədə 14-29 yaşlı gənclərin artımı 424,6 min nəfər təşkil etmişdir ki, onlardan kişilər - 230,1, qadınlar isə -194,5 min nəfər çox olmuşdur(bax cədvəl 1-ə).

Hazırda gənclərin məişət problemlərinin həlli və məşğulluğunun təmin edilməsi bir problem kimi qalmaqdadır. Vurğulamaq lazımdır ki, gənclərin sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olması üçün əlverişli şəraitin yaradılması zəruri hesab olunur.

Azərbaycanlı mütəxəssislərin beynəlxalq qurumlarda, xarici humanitar, elmi, tədqiqat, jurnalist və s. təşkilatlarda işə götürülməsində səylər göstərməlidir.

Müasir dövrdə gənclərin hərtərəfli inkişafı üçün müvafiq şəraitin yaradılması, dünya standartlarına cavab verən təhsil səviyyəsinin artırılması, məşğulluğunun təmin edilməsi, mülkiyyət formasından asılı olmayaraq müəssisə və təşkilatlara işə götürülməsinə bərabər imkanlar yaradılmalıdır.

Cədvəl 2-dən görüldüyü kimi, 15-29 yaşlı gənclərin iqtisadi fəallığı 2014-cü ildə 2002-ci illə müqayisədə 40,7 min nəfər, o cümlədən məşğul gənclər -43,5 min nəfər artmış, işsiz gənclər isə 2,8 min nəfər azalmışdır. Bu dövr ərzində İqtisadi-qeyri fəal gənclər 49,0 min nəfər azalması müşahidə olunur.

Belə ki, əmək bazarının tələblərinə cavab verən rəqabətədavamlı gənc kadrların hazırlanması, dövlət qulluğunda və idarəetmədə peşəkar və bilikli gənclərin sayının artırılması, gənc alim və tədqiqatçıların sosial təminatının gücləndirilməsi və məişət problemlərinin həll edilməsinin vacibliyi ortaya çıxır.

Gənclərdə müasir düşüncə tərzinin formalaşdırılması, onların idarəetmə və tədqiqat yönü fəaliyyətə cəlb olunması, regional sosial-iqtisadi və mədəni inkişafdan bəhrələnməsi, özünüidarə və iqtisadi baxımdan təminatmə bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi və sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi həyata keçirilməlidir.



**Azərbaycanda 15-29 yaşlı iqtisadi fəal və iqtisadi qeyri-fəal əhali (min nəfər)**

Yaş qrupları	İqtisadi fəal əhali			o cümlədən:						İqtisadi qeyri-fəal əhali		
				məşğul əhali			işsiz əhali					
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
<b>Cəmi</b>												
<b>Cəmi</b>	<b>4688,4</b>	<b>4757,8</b>	<b>4840,7</b>	<b>4445,3</b>	<b>4521,2</b>	<b>4602,9</b>	<b>243,1</b>	<b>236,6</b>	<b>237,8</b>	<b>2162,7</b>	<b>2393,2</b>	<b>2120,5</b>
onlardan 15-29 yaşlı gənclər	1234,0	1239,8	1274,7	1107,1	1116,8	1150,6	126,9	123,0	124,1	1208,9	1275,0	1159,9
o cümlədən:												
15-19 yaşlı	100,1	96,8	98,3	83,9	81,4	82,8	16,2	15,4	15,5	695,8	664,8	599,2
20-24 yaşlı	479,9	479,8	486,7	414,0	416,0	423,0	65,9	63,8	63,7	417,1	428,5	386,0
25-29 yaşlı	654,0	663,2	689,7	609,2	619,4	644,8	44,8	43,8	44,9	96,0	181,7	174,7
<b>kişilər</b>												
<b>Cəmi</b>	<b>2395,3</b>	<b>2436,0</b>	<b>2475,7</b>	<b>2291,8</b>	<b>2337,5</b>	<b>2376,1</b>	<b>103,5</b>	<b>98,5</b>	<b>99,6</b>	<b>1014,3</b>	<b>1112,8</b>	<b>1000,9</b>
onlardan 15-29 yaşlı gənclər	642,8	646,4	672,5	588,0	593,8	619,4	54,8	52,6	53,1	643,2	672,8	577,6
o cümlədən:												
15-19 yaşlı	53,3	50,4	56,3	44,4	42,1	48,1	8,9	8,3	8,2	359,1	347,7	311,6
20-24 yaşlı	251,3	249,7	256,9	223,1	222,1	229,1	28,2	27,6	27,8	217,1	215,6	182,3
25-29 yaşlı	338,2	346,3	359,3	320,5	329,6	342,2	17,7	16,7	17,1	67,0	109,5	83,7
<b>qadınlar</b>												
<b>Cəmi</b>	<b>2293,1</b>	<b>2321,8</b>	<b>2365,0</b>	<b>2153,5</b>	<b>2183,7</b>	<b>2226,8</b>	<b>139,6</b>	<b>138,1</b>	<b>138,2</b>	<b>1148,4</b>	<b>1280,4</b>	<b>1119,6</b>
onlardan 15-29 yaşlı gənclər	591,2	593,4	602,2	519,1	523,0	531,2	72,1	70,4	71,0	565,7	602,2	582,3

Qeyd etmək lazımdır ki, ümumdünya üzrə innovasiya layihələrində gənclər üstünlük təşkil edir və Azərbaycanda da onlar bu sahədə olduqca aktivdir. Bu isə onu göstərir ki, ölkədə innovasiyalı iqtisadiyyatın formalaşmasında gənclərin rolu artmaqdadır. Əsasən bu informasiya-kommunikasiya sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətində özünü qabarıq şəkildə göstərir.

Hazırda Azərbaycanda «Startup» layihələrində gənclər böyük üstünlük təşkil edir ki, bu da ölkə rəhbərliyinin gənclərə qarşı qayğısının əsas göstəricilərindən biridir. Azərbaycanın informasiya kommunikasiya texnologiyaları üzrə fəaliyyət göstərən ekspertləri qeyd edirlər ki, bu sahəyə gənclərin axını müsbət hal kimi hesab olunur və bu, öz növbəsində, yeniliyə, aparılan işlərin daha da operativliyinə, innovasiyalı iqtisadiyyatın formalaşmasına təkan verəcək.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Vurğulamaq lazımdır ki, iqtisadiyyatın informasiya kommunikasiya texnologiyaları sahəsinin yüksək gəlirli bir sahə olması, dövlətin bu sahəyə diqqətinin artırılması, məhz gənclərin buraya axınını sürətləndirir.

## Nəticə

Azərbaycan gənclərinin sağlam və normal fəaliyyətinin tənzimlənməsi istiqamətində aşağıdakıları məqsəddə uyğun hesab edirik:

- gənclərin hərtərəfli inkişafı üçün müvafiq şəraitin yaradılması;
- gənclərin dünya standartlarına cavab verən təhsil almaları üçün imkanların yaradılması;
- gənclərin məşğulluğunun artırılması üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- gənc mütəxəssislərin Azərbaycanın regionlarında işləməsinin təşviq edilməsi və s.

Beləliklə, gənclərin inkişafında yerli icra strukturlarının və bələdiyyələrin iştirakının təmin edilməsi, yerlərdə diqqətin gücləndirilməsi vacibdir və bu istiqamətdə səylər artırılmalıdır.

## Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının 2014-cü il Dövlət Büdcəsinin zərfi. Bakı: Milli Məclis, 2013, səh.101.
2. Azərbaycan Respublikasının 2015-ci il Dövlət Büdcəsinin zərfi. Bakı: Milli Məclis, 2014, səh. 84.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Hafızlık Eğitimi Alan Genç Kızların Kur'an Kursuna Yönelik Tutumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki***

Ayşe Bozgeyikli<sup>1</sup>, Hasan Bozgeyikli<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Kayseri İl Müftülüğü, Kayseri, aysebozgeyikli@gmail.com

<sup>2</sup> Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü, Kayseri hbozgeyikli@erciyes.edu.tr

### **Özet**

Yatılı Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan genç kızların, Kur'an kursuna yönelik tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Öncelikle hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları yaş, öğrenim durumu, aile durumu vb. özlük nitelikleri açısından ele alınmıştır. Daha sonra iki değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmanın katılımcıları 2015-2016 eğitim öğretim döneminde Kayseri il merkezlerindeki yatılı kız Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan toplam 215 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırma verilerini toplamak amacıyla araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu, Kur'an kursuna yönelik tutum ölçeği ve sıfatlara dayalı kişilik testi kullanılmıştır. Verilerin analizinde betimsel istatistiklerin aynı sıra bağımsız gruplar için t testi, tekyönlü varyans analizi ve korelasyon teknikleri kullanılmıştır. Araştırma bulguları hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ile kişilik özelliklerinin yaş, öğrenim durumu, aile durumu vb. özlük nitelikleri açısından anlamlı düzeyde farklılaştığını ortaya çıkarmıştır. Bunun yanı sıra hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırmanın sonuçları ilgili literatür çerçevesinde tartışılmış ve gelecek araştırmalara yönelik öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Hafızlık öğrencileri, Kur'an Kursuna yönelik tutum, Kişilik özellikleri

### ***The Relation Between The Young Girls Who Are Educated As Hafiz Attitudes Towards Quran Course and Their Personality Traits***

#### **Abstract**

It is aimed to investigate the relation between attitudes of young girls getting hafiz training in Boarding Quran Course towards Quran Course and their personality traits. For this study the survey model is used. Firstly, attitudes of young girls getting hafiz training in Boarding Quran Course towards Quran Course are analyzed basing on some personal qualifications such as age, educational background, family status etc. After that, the relation between the two variables is examined. The participants of the research include 215 students who are getting hafiz training in Boarding Quran Course in Kayseri during 2015-2016 education periods. Personal Information form which is developed by the researchers and the attitudes towards Quran Course Scale and The Adjective Based Personality Scale are used to collect research data. Besides descriptive statistics, The T test for independent groups, one way variance analysis and correlation techniques are used for analyses of research data. Results shows that attitudes of the young girls towards to Quran Course and personality traits differentiate significantly according to personal qualifications such as age, educational background, family status etc. Behind these, it is depicted that there is significant correlation between attitudes of young girls who are getting hafiz training towards Quran Course and their personality traits. The findings of this study have been discussed within the framework of the related literature, and suggestions have been offered for researches to be done in the future.

**Keywords:** Hafiz students, Attitudes towards Quran Course, Personality Traits



## Giriş

Sosyal bir varlık olan insan, içinde yaşadığı toplumun maddi ve manevi bütün birimleriyle zorunlu bir iletişim ve etkileşim içerisinde. İnsanın etkileşim içerisinde olduğu sosyal kurumlar arasında toplumu ve onun değerlerini meydana getiren, koruyan ve yükselten en önemli kültürel unsurların din, dil ve sanat olduğu tartışılmaz sosyolojik bir gerçektir. İnsan ve toplumla ilgilenen bütün bilimlerde, din unsurunun kişisel ve sosyal bir ihtiyaç olduğu konusunda fikir birlikteliği vardır. Ancak temel sorun bu ihtiyacın doğru ve sağlıklı bir şekilde nerede, nasıl ve hangi yollarla karşılanacağı konusunda ortaya çıkmaktadır. Nitekim Hz. Peygamber ile başlayan din eğitimi ve öğretimine, İslam toplumlarında eğitim ve öğretimin her kademesinde, düzenli veya düzensiz, örgün veya yaygın, hemen hemen bütün eğitim ve öğretim müesseselerinde ağırlıklı olarak yer verilmiştir. Diğer İslam toplumlarında olduğu gibi ülkemizde de hemen hemen her dönemde din eğitimi ve öğretimine büyük bir önem verilmiş ve bunun gerçekleştirilmesi için maddi ve manevi her türlü gayret gösterilmiştir (Aybey, 2015). Özellikle Kur'an eğitimi, başlangıçtan itibaren din eğitiminin temel amaçları arasında yerini almış Kur'an'ı öğrenmek ve ezberlemek İslam dünyasında ayrıcalıklı konumunu sürekli muhafaza etmiştir. Bu çerçevede, içeriğinin öğretilmesinin yanında okunması ve ezberlenmesi konusunda çalışmalar yapılmıştır.

Kur'an öğretimine Osmanlı örgün eğitim sistemi içerisinde her dönemde yer verilmiştir. İlköğretim kurumlarından itibaren din eğitimi ve Kur'an öğretiminin yapılması, daha sonraki aşamada ise daha ileri derecede öğrenime devam etsin ya da etmesin, insanların temel din eğitimlerini almaları imkânını sağlamıştır. Cumhuriyet döneminde ise Tevhid-i Tedrisat Kanunu ile örgün din eğitim-öğretimine dönük köklü düzenlemeler yapılmıştır. Örgün din eğitiminin yapıldığı kurumların kaldırılmasının yanında, genel eğitimin yapıldığı kurumlarda din derslerinin programdan kaldırılması ve Kur'an öğretimine yer verilmemesi bu alanda ihtiyacın giderilememesi sonucunu doğurmuştur. Dolayısıyla "Kur'an Kursu" adıyla anılan ve Cumhuriyet yıllarında görülen yaygın din eğitimi kurumları böyle bir ihtiyacın giderilmesi amacıyla ortaya çıkmıştır (Zengin, 2011). Kur'an Kursları, Kur'an'ın öğrenilmesi, öğretilmesi, ezberletilmesi ve insanların dini vecibelerini yerine getirmesine yönelik gerekli olan bilgi ve becerilerin kazandırılmasında önemli işlevler gören dini eğitim kurumlarıdır. Bu kurumlar, İslam eğitim geleneği boyunca Müslümanların özellikle Kur'an'ın ezberlenmesine verdikleri öneme binaen varlıklarını güçlü bir şekilde devam ettirmişlerdir (Koç, 2009).

Kur'an Kursları hafızlık eğitiminin planlı bir şekilde verildiği resmi kurumlardır (DİB, 2002:Madde 5). Bu kurumlar kuruldukları yıldan itibaren yönetmenlikte belirtilen usuller çerçevesinde çok sayıda insana Kur'an-ı Kerim okumayı öğretmiş, birçok insanın da hafız olmasına imkân sağlamıştır. Nitekim Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Kur'an kurslarıyla ilgili olarak yayınlamış olduğu 2014-2015 eğitim-öğretim yılına ait istatistik verilerine (DİB, 2016) göre; 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılında Türkiye'deki bütün Kur'an kurslarında 105.243 erkek, 1.087.814 kadın olmak üzere, 1.193.057 öğrenci eğitim görmüştür. 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılında Hafızlık Eğitiminde 16.138 erkek, 18.235 kadın olmak üzere, 34.373 öğrenci eğitim görmüştür. Hafızlık Temel Öğretim Programında ise 13.329 erkek, 9.336 kadın olmak üzere 22.665 öğrenci eğitim görmüştür. Gerek kurum ve gerekse öğrenci sayısının günümüzde ulaştığı nokta, Kur'an Kurslarının toplum tarafından benimsendiğinin bir göstergesidir. Bu kurumların maddi ihtiyaçlarının büyük bir çoğunluğunun halk tarafından karşılanıyor olması da bunun göstergesidir.



Dini eğitim kurumları olarak varlığını sürdüren Kur'an kursları ile ilgili literatür incelendiğinde çok sayıda bilimsel çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Ancak yapılan çalışmalar incelendiğinde (Çanakçı, 2014; Korkmaz, 2011; Balbay, 2011, Bingöl, 2012 vb. ), daha çok Kur'an kursu öğreticileri ve öğretim sürecine odaklandığı görülmektedir. Kur'an Kurslarında eğitim alan öğrenciler ile ilgili çalışmalar ise yok denecek kadar azdır. Oysaki Kur'an kurslarında eğitim alan ve özellikle birçoğu yatılı olarak eğitim alan hafızlık öğrencilerinin aldıkları eğitim sürecindeki performanslarını etkileyen kişisel faktörlerin araştırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Başta okullar olmak üzere bütün eğitim kurumlarının eğitsel amaçlarını etkin şekilde başarmalarında pek çok etmenin rol oynadığı söylenebilir. Eğitim alanında yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular göstermektedir ki, eğitim sürecinde başarılı olan bireyler, öğrenmeyi sevmeye meyilli olanlardır. Başarısı düşük olanlar ise, ortalama düzeydeki veya daha yüksek düzeyde başarılı olanlara kıyasla eğitim aldıkları kuruma yönelik negatif bir tutum sergilemektedirler. Yaşantı ve deneyimler sonucunda oluşan, ilgili olduğu bütün obje ve durumlara karşı bireyin davranışları üzerinde yönlendirici ya da dinamik bir etkileme gücüne sahip duygusal ve zihinsel hazırlık durumu (Allport, 1967) olarak tanımlanan tutumlar bireyin hayatında önemli bir işlevi yerine getirmektedirler. Doğal olarak, her biri birbirinden farklı özelliklere sahip olan öğrencilerin eğitim aldıkları kuruma yönelik algıları ve tutumları da farklı olacaktır. İnsanlar aynı şeyi görür, aynı kokuyu alır, aynı sesi duyar ama bunları farklı şekillerde algılayabilirler. Algılama, algılanan uyarıcının ve algılayan kişinin özelliklerinin etkileşimi ile oluşur (Cüceloğlu, 1997). Algı sosyal ve psikolojik bir olgudur ve dış müdahalelerle yönlendirilebilir. Bu açıdan Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan bireylerin Kur'an kursuna yönelik algılarının tespit edilmesi önemli görülmektedir. Zira Kur'an kursunun fiziksel ve sosyal ortamı, öğreticilerin ve yöneticilerin sergiledikleri davranışlar öğrencilerin bunlara yönelik bir tutum geliştirmesine ve buna uygun davranış sergilemelerine neden olacak ve bu durum öğrenme süreçlerine de kaçınılmaz olarak yansıtacaktır. Nitekim okul doyumu ile ilgili yapılan araştırmalar okul doyumunun yüksek olmasının diğer bir ifadeyle olumlu tutuma sahip olmanın öğrencilerin okula özgü değerleri daha çok içselleştirmelerine katkı getirdiğini ve öğrenmeye yönelik motivasyonlarını artırdığını ortaya çıkartmıştır (Keys ve Fernandes, 1993).

Kur'an kursları genel işleyişi itibariyle gencin toplumsallaşması sürecinde önemli bir işlevi olan akran etkileşimi sağlaması bakımından da birey için önemli bir bilgi kaynağı özelliği taşımaktadır. Olumlu kişilerarası ilişkiler, bireyde sadece topluluk duygusu oluşturmaz, aynı zamanda ait olma duygusunu da geliştirir. Başkaları tarafından saygılı davranılan genç, eğitim aldığı kurumda daha mutlu olmakta ve hedeflerini gerçekleştirmek için daha fazla çalışmaktadır (Smith ve Sandhu, 2004). Bu nedenle Kur'an kursu öğrencilerinin kursun onlara sağladığı etkileşim ortamını nasıl algıladığı da üzerinde durulması gereken diğer bir noktayı oluşturmaktadır.

Bireylerin başarılarını etkileyen diğer bir faktör ise öğrenme motivasyonlarıdır. Motivasyon bireyin eylem yönünü, gücünü ve öncelik sırasını belirleyen iç veya dış bir uyarıcının etkisiyle harekete geçmesidir (İnceoğlu, 2000). Motivasyon (istekli olma) öğrenme sürecinin kalbidir. Akboy'a (2005) göre yeterli motivasyon öğrenmeyi getirir, sürdürür ve yönlendirir. Motivasyon düzeyinin sonucu olarak öğrenciler kendi becerileri ile ilgili bir takım algılar geliştirirler. Akademik benlik algısı olarak tanımlanan bu durum, öğrencilerin katılmayı seçtikleri etkinlik türlerini, bu etkinliklerde gösterdikleri



çabayı ve istikrarı da etkiler. Akademik benlik algısı, algılanan akademik becerilerle ilgili kendine değer verme konusundaki yaygın kanıları kapsar.

Bireylerin yaşadıkları ortamdaki tatminlerini ve geliştirdikleri tutumları etkileyen bir çok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden biriside sahip olunan kişilik özellikleridir. Kişilikle ilgili yapılan çalışmalarda; bir bireyin, diğer bireyden nasıl farklılaştığı ya da diğer bireye nasıl benzediği üzerinde durulur. Bireylerin birbirlerinden farklı bir şekilde davranmalarının arkasında yatan güdülerin neler olduğu; kişiliğin nasıl geliştiği konuları, kişilik psikolojisinde çalışma alanlarındandır (Cloninger, 2000). Sonuç olarak kişilik, bir insanın bütün ilgilerini, tutumlarını, yeteneklerini, konuşma şeklini, dış görünümünü ve çevresine uyum biçimini içeren bir kavramdır. Bu doğrultuda kişiliği, bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu ve bireyi diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı bir ilişki biçimi olarak değerlendirmek mümkündür (Cüceloğlu, 1996). Daha da açmak gerekirse kişilik, bireyin özel ve onu diğerlerinden ayıran davranışlarını içerir. Özeldir; çünkü bireyin sıklıkla yaptığı davranışlarını ya da en belirgin davranışlarını temsil eder. Bu kapsamda bu çalışmada Kur'an kurslarında Hafızlık eğitim alan genç kızların kursa yönelik tutumları (Kurs algısı, motivasyon, akademik benlik ve akran etkileşimi) ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

1. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları yaşlarına göre farklılaşmakta mıdır?
2. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları öğrenim durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?
3. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları aile durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?
4. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları yatılı kalma sürelerine göre farklılaşmakta mıdır?
5. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları geldikleri yerleşim yerinin türüne göre farklılaşmakta mıdır?
6. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ve kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

## Yöntem

Bu çalışmada hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ve kişilik özelliklerinin, yaş, öğrenim durumu, aile durumu, yatılı kalma süreleri ve geldikleri yerleşim yeri türü değişkenler açısından incelenmesi amaçlandığından, araştırmanın yöntemi betimsel tarama modeli olarak belirlenmiştir.

## Katılımcılar

Araştırma grubunu Kayseri il merkezinde bulunan yatılı kız Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan toplam 230 kız hafızlık öğrencisi oluşturmaktadır. Öğrencilerin yaşları ortalaması 17,1'dir. Araştırma grubuna aşağıda belirtilen veri toplama araçları ve kişisel bilgi formu kullanılarak bilgi toplanmıştır. Uygulama öncesinde, katılımcılara araştırmanın amacı ve kendilerinden bu bağlamda beklenenler konusunda kısa bir bilgi verilmiştir. Daha sonra uygulamaya geçilmiştir.



T.C.  
MUĞLA SİTKİ KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerini toplamak amacıyla “Kur’an Kursuna Yönelik Tutum ölçeği”, “Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi” ve araştırmacılar tarafından geliştirilen Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

**Kişisel Bilgi Formu:** Araştırmada katılımcıların, yaş, öğrenim durumu ve aile durumu vb. özlük niteliklerini belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda yukarıda belirtilen değişkenlerle ilgili kapalı uçlu sorular sorulmuş ve katılımcılardan kendilerine uygun seçeneği işaretlemeleri istenmiştir.

**Kur’an Kursuna Yönelik Tutum Ölçeği:** Hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur’an kursuna yönelik tutumlarını belirlemek amacı ile Uyan (2012) tarafından geliştirilen “Okula Yönelik Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. Okul algısı (9 madde), Akademik benlik (8 madde), motivasyon (8 madde) ve akran etkileşimi (6 madde) şeklinde dört alt boyutu olan ölçek toplam 31 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte 1-Hiç katılmıyorum ile 5-Tamamen katılıyorum şeklinde 5’li likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Ölçeğin geçerlik çalışmaları kapsamında yapılan faktör analizi sonuçlarına göre ölçekteki dört alt boyutun okula yönelik tutuma ait varyansın %42,23’ünü açıkladığı görülmüştür. Okul/kurs algısı alt boyutu faktör yükleri ,70 ile ,41 arasında değişmekte olan 9 maddeden oluşmakta ve okula yönelik tutuma ait varyansın %11,94’ünü açıklamaktadır. Akademik benlik alt boyutu faktör yükleri ,74 ile ,53 arasında değişmekte olan 8 maddeden oluşmakta ve okula yönelik tutuma ait varyansın %11,82’sini açıklamaktadır. Motivasyon alt boyutu faktör yükleri ,63 ile ,47 arasında değişmekte olan 8 maddeden oluşmakta ve okula yönelik tutuma ait varyansın %9,27’sini açıklamaktadır. Son boyut olan akran etkileşimi alt boyutu ise faktör yükleri ,72 ile ,49 arasında değişmekte olan 6 maddeden oluşmakta ve okula yönelik tutuma ait varyansın %9,21’ini açıklamaktadır. Ölçek alt faktörlerinin güvenirlik katsayıları ise sırasıyla birinci boyutta ,79, ikinci boyutta ,80, üçüncü ve dördüncü boyutlarda ise ,71 olarak hesaplanmıştır (Uyan, 2012). Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur’an kursuna yönelik tutumlarının ölçülmesi amacıyla Okula yönelik tutum ölçeğindeki okul ifadeleri Kur’an Kursu, öğretmen ifadeleri ise öğretici olarak değiştirilmiş ölçeğin diğer ifadelerinde ve derecelendirmelerin de herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Ölçeğin son hali için hesaplanan alt faktörlerinin güvenirlik katsayıları ise sırasıyla birinci boyutta ,76, ikinci boyutta ,79, üçüncü boyutta ,72 ve dördüncü boyutlarda ise ,69 olarak hesaplanmıştır.

**Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi:** Hafızlık eğitimi alan genç kızların kişilik özelliklerini belirlemek amacı ile Bacanlı, İlhan ve Aslan (2009) tarafından Beş Faktör kuramından yola çıkılarak geliştirilen ve bu kuramda yer alan Dışadönüklük, Yumuşak Başlılık, Sorumluluk, Deneyime Açıklık ve Duygusal Dengesizlik boyutlarına uygun sıfat çiftleri kullanılan 40 maddelik bir ölçektir. Ölçek maddeleri birbirine zıt sıfat çiftlerine dayalı bir şekilde oluşturulmuş, maddelerdeki ifadeler 1–7 arasında derecelendirilen Likert tipi bir ölçekle ölçülmeye çalışılmıştır.

SDKT’nin yapı geçerliğini test etmek için veriler üzerinde Temel Bileşenler Faktör Analizi yapılmış ve Direct Oblique döndürme uygulanmıştır. Analiz sonucunda beş faktörün SDKT’ye ait varyansın % 52.63’ünü açıkladığı görülmüştür. Dışadönüklük, faktör yükleri .568 ile .790 arasında değişen 9 maddeden oluşmakta ve SDKT’ye ait varyansın % 23.20’ini açıklamaktadır. Yumuşak Başlılık, yükleri .778 ile .605 arasında değişen 9 maddeden oluşmakta ve SDKT’ye ait varyansın % 10.45’ini açıklamaktadır.



Sorumluluk, faktör yükleri .861 ile .665 arasında değişen 7 maddeden oluşmakta ve SDKT'ye ait varyansın % 9.15'ini açıklamaktadır. Duygusal Dengesizlik, yükleri .719 ile .367 arasında değişen 7 maddeden oluşmakta ve SDKT'ye ait varyansın % 5.26'sını açıklamaktadır. Deneyime Açıklık, yükleri .793 ile .491 arasında değişen 8 maddeden oluşmakta ve SDKT'ye ait varyansın % 4.56'sını açıklamaktadır. SDKT'nin güvenilirlik çalışmaları kapsamında katılımcılara iki hafta arayla SDKT uygulanmış ve iç tutarlık katsayılarının .73 ile .89 aralığında değiştiği görülmüştür (Bacanlı, İlhan ve Aslan, 2009).

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan araçlar katılımcılara 2016 yılı Mart-Nisan ayları içerisinde, dağıtılmış, uygulanmış ve toplanmıştır. Öncelikle öğrenciler yaşlarına göre 15 yaş altı ve 16 yaş üstü şeklinde erinlik ve ergenlik dönemini ifade edecek şekilde iki gruba ayrılmıştır. Hafızlık eğitim alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumlarının farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla bağımsız değişkenlerin özelliklerine göre bağımsız gruplar için t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri istatistik tekniği olarak TUKEY testi kullanılmıştır. Kur'an kursuna yönelik tutum ve kişilik özellikleri alt boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak içinde pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Araştırmada manidarlık düzeyi ,05 olarak alınmıştır.

### Bulgular

Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kuruna yönelik tutumlarının yaş gruplarına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız gruplar için t testi analizi yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna yönelik tutumlarının yaş gruplarına göre farklılaşmasına ilişkin t testi sonuçları

Değişkenler	Yaş	N	X	Std. Sapma	t	p
Kurs Algısı	15 Yaş ve altı	67	32,02	4,07	<b>3,058*</b>	,002
	16 Yaş ve üstü	163	30,19	4,17		
Akademik Benlik	15 Yaş ve altı	67	27,29	4,60	<b>-2,150*</b>	,033
	16 Yaş ve üstü	163	28,72	4,55		
Motivasyon	15 Yaş ve altı	67	26,94	3,85	-1,053	,127
	16 Yaş ve üstü	163	27,76	3,61		
Akran Etkileşimi	15 Yaş ve altı	67	18,52	3,29	<b>3,107*</b>	,002
	16 Yaş ve üstü	163	17,26	2,55		

\*p<,005

Tablo 1'deki bulgular incelendiğinde kursa yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı ve akran etkileşimi alt boyutlarında 15 yaş ve altı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamalarının 16 yaş ve üstü yaş grubundaki öğrencilerin ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin akademik benlik ve motivasyon alt boyutlarında ise 16 yaş ve üstü gruptaki öğrencilerin ortalamalarının 15 yaş ve alt yaş grubundaki öğrencilerin ortalamalarından yüksek olduğu gözlenmektedir. Kursa yönelik tutum



ölçeğinin alt boyutlarında grupların puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek amacıyla hesaplanan t değerleri incelendiğinde sadece kurs algısı, akademik benlik, akran etkileşimi alt boyutlarında ,05 düzeyinde manidar bir farkın olduğu Tablo 1’de görülmektedir. Bu bulguya 15 yaş ve altı öğrencileri kurs algısı ve akran etkileşimi boyutlarında 16 yaş ve üstü öğrencilere oranla daha olumlu bir tutuma sahipken, motivasyon boyutunda ise 16 yaş ve üstü öğrenciler 15 yaş ve altı öğrencilere kıyasla daha olumlu bir tutuma sahiptirler.

Kur’an kurslarında hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur’an kursuna yönelik tutumlarının öğrenim durumlarına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Öğrencilerin Kur’an Kursuna yönelik tutumlarının öğrenim durumlarına göre farklılaşmasına ilişkin Anova (F testi) sonuçları

Değişkenler	Öğrenim durumu	N	X	Std. Sapma	F	p
Kurs Algısı	Ortaokul	68	31,72	3,76	<b>4,286*</b>	,015
	Lise	130	30,59	4,29		
	Mezun	32	29,15	4,41		
Akademik Benlik	Ortaokul	68	28,61	4,80	1,642	,196
	Lise	130	27,87	4,35		
	Mezun	32	29,40	5,06		
Motivasyon	Ortaokul	68	26,39	3,71	<b>5,145*</b>	,007
	Lise	130	28,13	3,53		
	Mezun	32	27,40	3,84		
Akran Etkileşimi	Ortaokul	68	18,45	3,11	<b>5,123*</b>	,007
	Lise	130	17,43	2,72		
	Mezun	32	16,68	2,29		

\*p<,005

Öğrencilerin Kur’an kursuna yönelik tutumlarının öğrenim durumlarına göre göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 2’deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde sadece Kur’an kursuna yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı (F=4,286, p<,05), motivasyon (F=5,145, p<,05) ve akran etkileşimi (F=5,123, p<,05) alt boyutlarında gruplar arasında, 05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin akademik benlik alt boyutuna ilişkin bulgular incelendiğinde ise öğrenim düzeyi açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir

Öğrenim durumu açısından kurs algısı, motivasyon ve akran etkileşimi alt boyutlarında ortaya çıkan anlamlı farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri analiz olarak TUKEY testi uygulanmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 3’de verilmiştir.



**Tablo 3.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna yönelik tutumlarının öğrenim durumlarına göre farklılaşmasına ilişkin Tukey testi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Öğrenim	(J) Öğrenim	Ortalamalar arası fark (I-J)	p
Kurs Algısı	Ortaokul	Lise	1,12828	,168
		Mezun	2,56434*	,012
	Lise	Mezun	1,43606	,190
Motivasyon	Ortaokul	Lise	-1,74140*	,004
		Mezun	-1,00919	,399
	Lise	Mezun	,73221	,564
Akran Etkileşimi	Ortaokul	Lise	1,02511*	,040
		Mezun	1,76838*	,010
	Lise	Mezun	,74327	,370

\*p<,005

Tablo 3'deki bulgular incelendiğinde kursa yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı alt boyutunda ortaya çıkan farkın ortaokul öğrencileri ile lise mezunu öğrenciler arasında ortaokulda öğrenim gören öğrenciler lehine olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre aynı zamanda ortaokul öğrencisi olan hafızlık öğrencileri lise mezunu olan öğrencilere kıyasla daha olumlu bir kurs algısına sahiptirler. Kursa yönelik tutum ölçeğinin motivasyon alt boyutunda ortaya çıkan farkın kaynağı incelendiğinde ise yine ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında manidar bir farkın olduğu Tablo 3'de görülmektedir. Bu bulguya göre halen lise eğitimine devam eden hafızlık öğrencisi kızların kurstaki motivasyonlarının halen ortaokul öğrencisi olan hafızlık öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu söylenebilir. Akran etkileşimi alt boyutuna ilişkin Tukey testi sonuçlarının incelendiğinde ise farkın ortaokul öğrencileriyle hem lise hem de mezun öğrenciler arasından ortaokul öğrencileri lehine olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulguya göre ortaokul öğrencilerinin kurs ortamındaki akranlarıyla etkileşim düzeylerinin hem lise hem de mezun öğrencilerin akran etkileşim düzeylerinden yüksek olduğu söylenebilir. Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kuruna yönelik tutumlarının aile durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız gruplar için t testi analizi yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 4'de verilmiştir.





**Tablo 4.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna Yönelik Tutumlarının Aile Durumlarına Göre Farklılaşmasına İlişkin T Testi Sonuçları

Değişkenler	Aile Durumu	N	X	Std. Sapma	t	p
Kurs Algısı	Anne-Baba Birlikte	198	30,94	4,13	<b>2,010*</b>	,046
	Anne-Baba Ayrı	32	29,34	4,54		
Akademik Benlik	Anne-Baba Birlikte	198	28,59	4,56	<b>2,377*</b>	,018
	Anne-Baba Ayrı	32	26,53	4,50		
Motivasyon	Anne-Baba Birlikte	198	27,86	3,50	<b>3,575*</b>	,001
	Anne-Baba Ayrı	32	25,40	4,21		
Akran Etkileşimi	Anne-Baba Birlikte	198	17,60	2,93	-,369	,697
	Anne-Baba Ayrı	32	17,81	2,24		

\*p<,005

Tablo 4'deki bulgular incelendiğinde kursa yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon alt boyutlarında anne-babası birlikte olan öğrencilerin ortalamalarının anne-babası ayrı olan öğrencilerin ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin akran etkileşimi alt boyutunda ise anne-babası ayrı olan öğrencilerin ortalamalarının anne-babası birlikte olan öğrencilerin ortalamalarından yüksek olduğu gözlenmektedir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin alt boyutlarında grupların puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek amacıyla hesaplanan t değerleri incelendiğinde kursa yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon alt boyutlarında ,05 düzeyinde manidar bir farkın olduğu Tablo 4'de görülmektedir. Bu bulguya anne-babası birlikte olan öğrenciler kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon boyutlarında anne babası ayrı olan öğrencilere oranla daha olumlu bir tutuma sahipken,

Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kuruna yönelik tutumlarının yatılı kalma sürelerine göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 5'de verilmiştir.



**Tablo 5.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna Yönelik Tutumlarının Yatılı Kalma Sürelerine Göre Farklılaşmasına İlişkin Sonuçlar

Değişkenler	Yatılı Süresi	N	X	Std. Sapma	F	P
Kurs Algısı	1 Yıl ve daha az	128	31,46	4,19	<b>4,389</b>	,005
	2 Yıl	37	30,45	3,26		
	3 Yıl	31	30,29	4,42		
	4 yıl ve üstü	34	28,64	4,45		
Akademik Benlik	1 Yıl ve daha az	128	28,37	4,63	<b>2,905*</b>	,036
	2 Yıl	37	27,45	4,22		
	3 Yıl	31	30,22	5,12		
	4 yıl ve üstü	34	27,23	3,93		
Motivasyon	1 Yıl ve daha az	128	27,40	3,61	<b>2,669*</b>	,048
	2 Yıl	37	26,43	4,07		
	3 Yıl	31	28,87	4,04		
	4 yıl ve üstü	34	27,91	2,90		
Akran Etkileşimi	1 Yıl ve daha az	128	17,46	2,87	1,883	,133
	2 Yıl	37	18,54	2,67		
	3 Yıl	31	17,06	2,69		
	4 yıl ve üstü	34	17,79	2,91		

\*p<,005

Öğrencilerin Kur'an kursuna yönelik tutumlarının yatılı kalma sürelerine göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 5'deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde Kur'an kursuna yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı (F=4,389, p<,05), akademik benlik (F=2,905, p<,05) ve motivasyon (F=2,669, p<,05) alt boyutlarında gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Kursa yönelik tutum akran etkileşimi alt boyutuna ilişkin bulgular incelendiğinde ise yatılı kalma süresi açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Yatılı kalma süresi açısından kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon alt boyutlarında ortaya çıkan anlamlı farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri analiz olarak TUKEY testi uygulanmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 6'da verilmiştir.



**Tablo 6.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna yönelik tutumlarının yatılı kalma sürelerine göre farklılaşmasına ilişkin Tukey testi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Yatılı Süre	(J) Yatılı Süre	Ortalamalar arası fark (I-J)	p
Kurs Algısı	1 Yıl ve daha az	2 Yıl	1,00148	,564
		3 Yıl	1,17061	,491
		4 yıl ve üstü	2,81388*	,003
	2 Yıl	3 Yıl	,16914	,998
		4 yıl ve üstü	1,81240	,254
		3 Yıl	1,64326	,379
Akademik Benlik	1 Yıl ve daha az	2 Yıl	,91554	,703
		3 Yıl	-1,85081	,179
		4 yıl ve üstü	1,13971	,565
	2 Yıl	3 Yıl	-2,76635	,063
		4 yıl ve üstü	,22417	,997
		3 Yıl	2,99051*	,043
Motivasyon	1 Yıl ve daha az	2 Yıl	,97382	,485
		3 Yıl	-1,46472	,191
		4 yıl ve üstü	-,50551	,891
	2 Yıl	3 Yıl	-2,43854*	,034
		4 yıl ve üstü	-1,47933	,325
		3 Yıl	,95920	,717

\*p<,005

Tablo 6'deki bulgular incelendiğinde kursta yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı alt boyutunda ortaya çıkan farkın kursta 1 yıl ve daha az süredir kalan öğrenciler ile 4 yıl ve üstü süredir yatılı kalan öğrenciler arasında 1 yıl ve daha az süredir yatılı kalan öğrenciler lehine olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre kursta 1 yıl ve daha az süredir kalan hafızlık öğrencileri 4 yıl ve üstü süredir yatılı olan öğrencilere kıyasla daha olumlu bir kurs algısına sahiptirler. Akademik benlik alt boyutuna ilişkin Tukey testi sonuçlarının incelendiğinde ise farkın 3 yıldır yatılı kalan öğrencilerle 4 yıl ve üstü süredir yatılı kalan öğrenciler arasında 3 yıldır yatılı kalan öğrenciler lehine olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulguya göre 3 yıldır yatılı kalan öğrencilerin kurs ortamındaki akademik benlik algısı düzeylerinin 4 yıl ve üstü süredir yatılı kalan öğrencilerin akademik benlik algısı düzeylerinden olumlu olduğu söylenebilir. Kursta yönelik tutum ölçeğinin motivasyon alt boyutunda ortaya çıkan farkın kaynağı incelendiğinde ise kursta 2 yıldır yatılı kalan öğrenciler ile 3 yıldır yatılı kalan öğrenciler arasında manidar bir farkın olduğu Tablo 6'da görülmektedir. Bu bulguya göre kursta 3 yıldır yatılı kalan hafızlık öğrencisi kızların kurstaki motivasyonlarının kursta 2 yıldır yatılı kalan hafızlık öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu söylenebilir.

Kur'an kurslarında hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kuruna yönelik tutumlarının geldikleri yerleşim yerinin türüne göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.



**Tablo 7.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna yönelik tutumlarının geldikleri yerleşim yerine göre farklılaşmasına ilişkin Anova sonuçları

Değişkenler	Yerleşim yeri	N	X	Std. Sapma	F	p	
Kur'an Kursuna Yönelik Tutum	Kurs Algısı	Şehir Merkezi	119	30,46	4,23	,488	,614
		İlçe	36	31,08	4,17		
		Köy-Kasaba	75	30,97	4,24		
	Akademik Benlik	Şehir Merkezi	119	28,52	4,69	,302	,740
		İlçe	36	27,94	4,92		
		Köy-Kasaba	75	28,13	4,34		
	Motivasyon	Şehir Merkezi	119	27,46	3,55	,057	,945
		İlçe	36	27,47	3,48		
		Köy-Kasaba	75	27,64	4,05		
	Akran Etkileşimi	Şehir Merkezi	119	17,82	2,60	<b>4,957*</b>	,008
		İlçe	36	18,55	3,21		
		Köy-Kasaba	75	16,88	2,87		

\*p<,005

Öğrencilerin Kur'an kursuna yönelik tutumlarının geldikleri yerleşim yerinin türüne göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 7'deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde Kur'an kursuna yönelik tutum ölçeğinin akran etkileşimi (F=4,286, p<,05), alt boyutunda gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin diğer alt boyutlarına ilişkin bulgular incelendiğinde ise geldikleri yerleşim yerinin türü açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Geldikleri yerleşim yerinin türü açısından akran etkileşimi alt boyutunda ortaya çıkan anlamlı farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri analiz olarak TUKEY testi uygulanmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 8'de verilmiştir.

**Tablo 8.** Öğrencilerin akran etkileşimlerinin geldikleri yerleşim yerinin türüne göre farklılaşmasına ilişkin Tukey testi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Yerleşim	(J) Yerleşim	Ortalamalar arası fark (I-J)	p
Akran Etkileşimi	Şehir Merkezi	İlçe	-,73203	,355
		Köy-Kasaba	,94353	,059
	İlçe	Köy-Kasaba	1,67556*	,010

\*p<,005

Tablo 8'deki bulgular incelendiğinde kursa yönelik tutum ölçeğinin akran etkileşimi alt boyutunda ortaya çıkan farkın ilçeden gelen hafızlık öğrencileri ile köy-kasabadan gelen hafızlık öğrencileri arasında ilçeden gelen öğrenciler lehine olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre ilçe merkezinden kursa gelen hafızlık öğrencilerinin akranlarıyla etkileşim düzeyleri köy-kasabadan gelen öğrencilerin akran etkileşimlerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 9'da verilmiştir.



**Tablo 9.** Öğrencilerin Kur'an Kursuna yönelik tutumları ile Kişilik özelliklerinin arasındaki ilişki

		Dışa Dönüklük	Yumuşak Başlılık	Sorumluluk	Deneyime Açıklık	Duygusal Dengesizlik
Okul Algısı	<i>r</i>	-,101	,101	,055	-,101	-,067
	<i>p</i>	,125	,126	,406	,125	,310
Akademik Benlik	<i>r</i>	,157**	,153*	,345**	,157*	-,159*
	<i>p</i>	,017	,020	,000	,017	,016
Motivasyon	<i>r</i>	,165**	,146*	,341**	,165*	-,058
	<i>p</i>	,012	,027	,000	,012	,377
Akran Etkileşimi	<i>r</i>	-,053	-,003	,073	-,053	-,051
	<i>p</i>	,422	,964	,273	,422	,441

Tablo 9'daki bulgular incelendiğinde kişilik özellikleri ile kursa yönelik tutum ölçeğinin akademik benlik ve motivasyon alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. İlişkilerin yönü incelendiğinde ise sadece duygusal dengesizlik ile akademik benlik arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğu ilişki çıkan diğer boyutlarda ise pozitif yönlü olduğu Tablo 9'dan anlaşılmaktadır. Bu bulguya göre dışadönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk ve deneyime açıklık kişilik özellikleri arttıkça akademik benlik algısı ve motivasyonda anlamlı bir yükseliş olmaktadır. Bununla birlikte duygusal dengesizlik arttıkça akademik benlik algısının düştüğü Tablo 9'daki bulgulardan anlaşılmaktadır.

### Tartışma ve Sonuç

Hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada öncelikle öğrencilerin Kur'an kursuna yönelik tutumları, yaş, öğrenim durumu, aile durumu, yatılı kalma süresi ve geldikleri yerleşim yerinin türü gibi değişkenler açısından ele alınmıştır. İkinci olarak ise Kur'an kursuna yönelik tutum ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Araştırma kapsamına alınan genç kızların kursa yönelik tutumlarının yaş değişkeni açısından farklılaşma durumu incelendiğinde kursa yönelik tutumun kurs algısı, akademik benlik, akran etkileşimi alt boyutlarında yaş grupları arasında anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kursa yönelik tutum açısından 15 yaş ve altı öğrencilerin, kurs algısı ve akran etkileşimi boyutlarında 16 yaş ve üstü öğrencilere oranla daha olumlu bir tutuma sahip oldukları, motivasyon boyutunda ise 16 yaş ve üstü öğrencilerin 15 yaş ve altı öğrencilere kıyasla daha olumlu bir tutuma sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu da Hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumlarının öğrenim durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığına



ilişkindir. Öğrenim durumu değişkenine bakıldığında yine kursa yönelik tutumun kurs algısı, motivasyon ve akran etkileşimi alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı alt boyutunda ortaya çıkan farkın ortaokul öğrencileri ile lise mezunu öğrenciler arasında ortaokulda öğrenim gören öğrenciler lehine olduğu sunucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre aynı zamanda ortaokul öğrencisi olan hafızlık öğrencilerinin lise mezunu olan öğrencilere kıyasla daha olumlu bir kurs algısına sahip oldukları söylenebilir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin motivasyon alt boyutunda ortaya çıkan farkın da yine ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında ancak lise öğrencileri lehine olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu sonuca göre halen lise eğitimine devam eden hafızlık öğrencisi kızların kurstaki motivasyonlarının halen ortaokul öğrencisi olan hafızlık öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu söylenebilir. Akran etkileşimi alt boyutuna ilişkin elde edilen sonuçlara göre ise gruplar arasındaki farkın ortaokul öğrencileriyle hem lise hem de mezun öğrenciler arasında ortaokul öğrencileri lehine olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuca göre ortaokul öğrencilerinin kurs ortamındaki akranlarıyla etkileşim düzeylerinin hem lise hem de mezun öğrencilerin akran etkileşim düzeylerinden yüksek olduğu söylenebilir.

Araştırmada ele alınan diğer bir değişken aile durumu değişkenidir. Anne ve babası birlikte yaşayan genç kızlarla anne-babası çeşitli nedenlerle ayrı yaşayan (boşanma, ölüm vb.) genç kızların kursa yönelik tutumları arasındaki fark incelendiğinde kursa yönelik tutum ölçeğinin kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon alt boyutlarında anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre anne-babası birlikte olan öğrencilerin kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon boyutlarında anne babası ayrı olan öğrencilere oranla daha olumlu bir tutuma sahip oldukları söylenebilir.

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu da hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumlarının yatılı kalma sürelerine göre farklılaşmış ve farklılaşmadığına ilişkindir. Yurtta yatılı kalma süresi değişkenine bakıldığında kursa yönelik tutumun kurs algısı, motivasyon ve akademik benlik alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Kurs algısı alt boyutunda ortaya çıkan farkın kursta 1 yıl ve daha az süredir kalan öğrenciler ile 4 yıl ve üstü süredir yatılı kalan öğrenciler arasında 1 yıl ve daha az süredir yatılı kalan öğrenciler lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre kursta 1 yıl ve daha az süredir kalan hafızlık öğrencilerinin 4 yıl ve üstü süredir yatılı olan öğrencilere kıyasla daha olumlu bir kurs algısına sahip oldukları söylenebilir. Akademik benlik alt boyutunda ise 3 yıldır yatılı kalan öğrencilerle 4 yıl ve üstü süredir yatılı kalan öğrenciler arasında 3 yıldır yatılı kalan öğrenciler lehine anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Bu sonuca göre 3 yıldır yatılı kalan öğrencilerin kurs ortamındaki akademik benlik algısı düzeylerinin 4 yıl ve üstü süredir yatılı kalan öğrencilerin akademik benlik algısı düzeylerinden daha olumlu olduğu söylenebilir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin motivasyon alt boyutunda ortaya çıkan farkın kaynağı incelendiğinde ise kursta 2 yıldır yatılı kalan öğrenciler ile 3 yıldır yatılı kalan öğrenciler arasında manidar bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre kursta 3 yıldır yatılı kalan hafızlık öğrencisi kızların kurstaki motivasyonlarının kursta 2 yıldır yatılı kalan hafızlık öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu söylenebilir. Bu bulgulara göre genel olarak yatılı olarak kalınan sürenin uzamasının kursa yönelik tutumu olumsuz etkilediği düşünülebilir. Bunun temel sebeplerinden birisi kursların fiziki ve sosyal imkânları ile ilgili olabilir. Nitekim yapılan çeşitli araştırmalarda öğrenciler, oyun oynamaya izin verilmeyişi (Koç, 2005), yeterli imkânların olmayışı



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



(Genç, 2007; Ünsal, 2006), yatakhanelerin kalabalık oluşu, öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri bahçe, oyun alanı gibi uygun alanların bulunmaması (Bayraktar, 1992; Akşener, 2012; Nazıroğlu ve Vahaboğlu, 2015), gibi problemlerden dert yanmaktadırlar. Öğrencilerin çoğunluğunun eğitimlerine yatılı olarak devam ettiklerini göz önünde bulundurunca, bu tür etkinliklerin, öğrencilerin değişik ortamlarda stres atmalarına imkân sağlayacak fırsatlar olarak düşünülmesi gerekmektedir.

Araştırmada ele alınan diğer bir değişken yerleşim yeri türü değişkenidir. Yerleşim yeri türü değişkeni açısından araştırmada elde edilen sonuçlara göre sadece Kur'an kursuna yönelik tutum ölçeğinin akran etkileşimi alt boyutunda gruplar arasında anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Kursa yönelik tutum ölçeğinin akran etkileşimi alt boyutunda ortaya çıkan farkın ilçeden gelen hafızlık öğrencileri ile köy-kasabadan gelen hafızlık öğrencileri arasında ilçeden gelen öğrenciler lehine olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre ilçe merkezinden kursa gelen hafızlık öğrencilerinin akranlarıyla etkileşim düzeyleri köy-kasabadan gelen öğrencilerin akran etkileşimlerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Bu araştırmada elde edilen son bulgu hafızlık eğitimi alan genç kızların Kur'an kursuna yönelik tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye ilişkindir. Araştırmadan ulaşılan sonuçlara göre kişilik özellikleri ile kursa yönelik tutum ölçeğinin akademik benlik ve motivasyon alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İlişkilerin yönü incelendiğinde ise sadece duygusal dengesizlik ile akademik benlik arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğu ilişki çıkan diğer boyutlarda ise pozitif yönlü olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçlar dışadönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk ve deneyime açıklık kişilik özellikleri arttıkça akademik benlik algısı ve motivasyonda anlamlı bir yükseliş olmaktadır şeklinde yorumlanabilir. Bununla birlikte duygusal dengesizlik arttıkça akademik benlik algısının düştüğü şeklinde bir yorumda bu sonuçlara uygun düşmektedir.

Mutlaka her bilimsel araştırmanın konusu ve kapsamı açısından sahip olduğu bazı sınırlılıkları vardır. Bu çalışmanın en önemli sınırlılığı Türkiye'deki bütün hafızlık eğitim alan öğrencileri temsil edecek özelliklere ve büyüklüğe yeterince sahip olmayan küçük bir örneklem üzerinde yapılmış olmasıdır. Bu nedenle konu alanı ile ilgili gelecekte yapılacak araştırmalarda daha büyük ve farklı özelliklere sahip gruplarda (hafızlık eğitimi alan erkek öğrenciler, kursa kendi isteğiyle gelip gelmediği, kurstan memnun olup olmadığı vb.) yenilenmesi kursa yönelik tutum ve kişilik özelliklerinin anlaşılması konusunda daha ayrıntılı ve güvenilir sonuçlar verecektir.

Bunun yanı sıra yaş, öğrenim düzeyi ve yatılı kalma süresi değişkenleri açısından elde edilen sonuçlara dayalı olarak kurslardaki bütün öğrencilerin kurs algısı, motivasyon, akademik benlik ve akran etkileşimlerini arttıracak sosyal ve eğitsel faaliyetlerin arttırılması önerilebilir. Ayrıca aile durumu açısından elde edilen bulgulara dayalı olarak anne babası ayrı olan öğrencilerin kurs algısı, akademik benlik ve motivasyon düzeylerinde diğer öğrencilere göre daha düşük bir düzeyde olmalarını engellemek amacıyla bu öğrencilere özel bireysel veya grupla rehberlik ve psikolojik danışma etkinlikleri planlanabilir.



## Kaynakça

- Akboy, R. (2005) *Eğitim Psikolojisi ve Çoklu Zekâ*. İzmir: Dinazot Kitabevi.
- Akşener, T. (2012). *Diyanet İşleri Başkanlığına Bağlı Kur'an Kurslarında Yeni Düzenlemeler ve Din Eğitimi (Adana Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana
- Allport, G. W. (1967) “Attitudes”, *Readings in Attitude Theory and Measurement*. Ed: Martin Fishbein. Newyork: Jhon Wiley&Sons, inc.
- Aybey, S., (2015). “Yaz Kur'an Kurslarının Din Eğitimi Açısından Fonksiyonelliği Üzerine Bir Araştırma”, *TURKISH STUDIES -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turcic-*, 10(15), p. 85-102, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8874>.
- Bacanlı, H., İlhan, T. ve Aslan S. (2009). Beş faktör kuramına dayalı bir kişilik ölçeğinin geliştirilmesi: Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 261-279.
- Balbay, E. (2011). *Kur'an kursu öğretmenlerinin mesleki yeterlikleri: Diyarbakır örneği*, Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Elazığ.
- Bayraktar, M. F. (1992). *Eğitim Kurumu Olarak Kur'an Kursları Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul: Yıldızlar Matbaası.
- Bayraktar, M. F. (1994). Eğitimde Disiplin, Ceza ve Dayak Üzerine, *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 1, 97-107.
- Bingöl, S. (2012)*Kur'an kursu öğretmenlerinde empati: Kastamonu örneği*, Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi, On dokuz Mayıs Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun
- Cloninger, S. C. (2000). *Theories of Personality*. New Jersey: Prentice Hall.
- Cüceloğlu, D. (1996). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Cüceloğlu, D. (1997) *Yeniden İnsan İnsana* (15. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çanakçı, A.A. (2014) *Öğrenme Ve Öğretme Süreci Açısından Yaz Kur'an Kursları (Balıkesir Örneği)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya,
- D.İ.B. (2002). *Kuran Kursları İle Öğrenci Yurt ve Pansiyonları Yönetmeliği ve Kur'an Kursları Yönergesi*, Ankara.
- DİB (2016). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2015 Faaliyet Raporu*, <http://www2.diyanet.gov.tr/StratejiGelistirme/Faaliyet/2015%20Y%C4%B1%20Faaliyet%20Raporu.pdf> adresinden 10.05.2016 tarihinde erişilmiştir.
- Genç, M. F. (2007). *Kur'ân Kurslarında Toplam Kalite Yönetimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- İnceoğlu, M. (2000) *Tutum, Algı, İletişim*, Ankara: Verso Yayıncılık.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Keys, W., ve Fernandes, C. (1993). *What do students think about school? A report for the National Commission on Education*. Berkshire: National Foundation for Educational Research.

Koç, A. (2005). *Kur'an Kurslarında Eğitim ve Verimlilik*, Ankara: İlahiyat Yayınları.

Koç, A. (2009). Kur'an Kurslarının Mevcut Sorunları ve Bunlara Yönelik Çözüm Önerileri, *IV. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri*, 12-16 Mayıs / Ankara, 2, 717-730.

Korkmaz, M. (2011) Öğretici Görüşlerine Göre Yaz Kur'an Kurslarının Sorunları (Kayseri Örneği), *Bilimname*, Xx1, 2011/2, 127-156.

Nazıroğlu, B. Ve Vahaboğlu, V. (2015). Halkın Kur'an Kurslarına yönelik tutumları üzerine betimsel bir araştırma: Of Bölgesi örneği, *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7, 103-140

Simith, c. Ve Sandhu, D. S. (2004). Toward a positive perspective on violence prevention in schools: Building connections. *Journal of Counseling & Development*, 82(3), 287-293.

Uyan, Z.D. (2012) *Özengen müzik eğitimini alan ve almayan ilköğretim 6. Sınıf öğrencilerinin akademik başarılarının ve okula yönelik tutumlarının incelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara

Ünsal, B. (2006). *Günümüz Kur'ân kurslarındaki hafızlık eğitimi ve problemleri (İstanbul örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Zengin, Z.S. (2011). Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Kur'an Kurslarının Kurulması ve Gelişimi, *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11(2), 1-24.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Bağlılıkları Arasındaki İlişki***

**Bengü Hırlak<sup>1</sup>, Tuba Bıyıkbeyi<sup>2</sup>, Simge Alaşahan<sup>3</sup>, Hüseyin Çiçeklioğlu<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr. Kilis 7 Aralık Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kilis, [benguhirlak@hotmail.com.tr](mailto:benguhirlak@hotmail.com.tr)

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Kahramanmaraş

<sup>3</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Kahramanmaraş

<sup>4</sup> Doktora Öğrencisi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Kahramanmaraş

### **Özet**

İnternet bağımlılığı; aşırı internet kullanımı, kullanım arzusunun engellenememesi, internet olmadığına negatif duygulara kapılma ve sosyal, aile, iş yaşamında problemlere sebep olması ile ilgili klinik bir rahatsızlıktır. Bu rahatsızlık, bireylerin sosyal ve yakın çevresi ile olan ilişkisinde farklılıklar meydana getirebilmektedir. Bu çalışmada Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin internet bağımlılığı ile sosyal bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan 326 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anket sonucu elde edilen verilerin analizleri SPSS programı kullanılarak yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre; internet bağımlılığı ile sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca internet bağımlılığı ile sosyal bağlılık düzeylerinin akademik not ortalamasına göre; internet bağımlılık düzeyinin interneti kullanım amaçlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği de tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İnternet Bağımlılığı, Sosyal Bağlılık, Üniversite Öğrencisi.

### ***The Relationship between İnternet Addiction and Social Connectedness of Students***

#### **Abstract**

Internet addiction is a clinical disturbance with excessive internet using, cannot be precluded to desire of internet using, to feel negative in lack of internet and to cause problems in social, family, work life. This disturbance can occur differences relationship between social and close environment of people. In this research it was aimed to investigate to relationship between of the students of internet addiction and social connectedness students of studying in Kahramanmaraş Sütçü İmam University Faculty of Economics and Administrative Sciences. For this purpose, the questionnaire was applied to 326 students of studying in Kahramanmaraş Sütçü İmam University Faculty of Economics and Administrative Sciences. Analysis of data obtained from questionnaire was performed by using SPSS program. According to correlation analysis, a significant relationship was found between level of internet addiction and social connectedness. It was also determined that level of internet addiction and social connectedness vary significantly among academic grade point average variable; level of internet addiction vary significantly in order to use the internet variable.

**Key Words:** Internet Addiction, Social Connectedness, University Student.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Giriş

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte internet, artık günlük ve sosyal hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. İnternetin doğru kullanımı, günlük hayatımızı kolaylaştırabilmektedir. Fakat internet, doğru kullanılmadığı takdirde bağımlılık yaratabilecek riskleri de içerisinde barındırabilmektedir. Söz konusu bu durum da, gençlerin sosyal çevreleri ile ilişkilerine, duygularına ve düşüncelerine yansıtılabilmektedir. Doğru internet kullanımının faydalı olduğu bilinmekle birlikte, günümüz gençlerine, özellikle gelişme çağına aşırı internet bağımlılığının meydana getirdiği gelişimsel zararlar hakkında gerekli bilgilerin verilmesine ve internet bağımlılığına götüren risk faktörlerinin anlatılıp gerekli önlemlerin alınmasına yönelik çalışmaların yürütülmesine öncelik tanınmasına gereksinim duyulmaktadır.

Toplumdaki bireyler; aile, arkadaşlar ve akranlar arasındaki ilişkileri sürdürmek için teknolojiye daha da bağımlı hale gelmektedirler. Bu yüzden de sosyal bağımlılık kavramı ile internet bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi oldukça önemli bir konudur. Bağımlılık kavramı, başkaları ile olumlu ilişkileri, deneyimleri yansıtır ve rahatlama duygusu ile esenliği artırarak, anksiyetenin azalmasını sağlar. Bunun aksine bağımlılığın olmaması, bireylerde sosyal içe dönüklüğe yol açabilir.

Yapılan bu araştırma ile üniversite öğrencilerinin internet bağımlılıkları ile sosyal bağımlılıkları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi açısından literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

## İnternet Bağımlılığı

Bilgi teknolojisinin yaygın gelişimi ile birlikte, internet kullanımı daha da artmaktadır. Tüm bu gelişmelerle birlikte, bazı insanlar, bu kitle iletişim aracı konusunda çok heyecanlı olup, buna katılmaktan kendilerini alamayıp, bağımlı hale gelebilmektedirler. Son zamanlarda psikologların da dikkatini çekmeye başlayan bu olgu (Griffths, 1997), bir tür davranışsal bağımlılık ya da teknolojik bağımlılık olarak değerlendirilmekte olup, tıbbi alanda (O'Reilly, 1996) internet bağımlılığı bozukluğu olarak ifade edilmektedir (Akt. Wang, 2001: 919). İnternet bağımlılığı ile ilgili standart bir tanım bulunmamakla birlikte, araştırmacılar arasında bu olgunun varlığı kabul edilmiştir. Griffths (1998), internet kullanımının bir tür teknoloji bağımlılığı bilgisayar bağımlılığı gibi ve davranış bağımlılıklarının bir alt türü olan kumar oynama bağımlılığı gibi olduğunu ifade etmektedir. Kandell (1998: 12) ise, internet bağımlılığını internete duyulan psikolojik bir bağımlılık ve her fırsatta internete girme hissi olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalar ışığında, doğru bir biçimde internet kullanımının olmamasının davranışsal bir bağımlılık oluşturacağı ifade edilebilmektedir (Chou vd. 1999; Akt. Chou ve Hsiao, 2000: 66). Psikoloji alanında yapılan araştırmalar incelendiğinde ise; internet ile ilgili bozukluklar için iki temel tanımlama yapıldığı görülmektedir. Tanısal ve İstatistiksel El Kitabının Dördüncü Baskısında (DSM-IV) (American Psychiatric Association, 1994) yer alan madde bağımlılığı kriterlerinden türetilen internetle ilgili bozukluklar için ilk tanımlama, internet bağımlılığı bozukluğu, altı temel bileşenden oluşan (çatışma, depresyon, duygu durumu değişikliği, geri çekilme semptomları, tolerans, dikkat çekme) bir davranış bağımlılığı olduğu şeklindedir (Griffths, 1998). Söz konusu bu bağımlılığın kaynağı; yazı yazma süreci, iletişim ortamı, yüz yüze iletişimin eksikliği, internet içeriği ya da çevrimiçi sosyal faaliyetler (örneğin; chat odaları, bülten panoları ve çevrim içi oyunlar) gibi süreçleri içeren bir ya da daha fazla internet kullanımından ortaya çıkabilmektedir (Akt. Leung,



2004: 334). İnternet ile ilgili bozukluklar için ikinci bir tanımlama ise, Young (1998b) tarafından yapılmıştır. Young (1998b) “problemlili internet kullanımı” olarak adlandırdığı bu bozukluğu, DSM-IV’den uyarlanan patolojik kumar oynama ile ilgili kriterlerden yararlanarak tanımlamıştır. Bu tanımlamaya göre, Young internet bağımlılığını, bağımlılık olarak tanımlayabilmek için, bireylerde sekiz kriterden beşinin görülmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu kriterler şunlardır (Young 1996, 1998b); internetle meşgul olmak, uzun bir süre çevrim içi olmak, internet kullanımını azaltmak için tekrarlanan girişimler, internet kullanımını azaltmak için geri çekilme, zaman yönetimi sorunları, çevreyle ilgili sıkıntılar (aile, okul, iş, arkadaşlar), internette çevrim içi olunan zaman konusunda yalan söyleme, internet kullanımı ile duygu durumu değişikliğidir.

İnternet bağımlıları, çevrimiçi faaliyetlerini gizlemek için, büyük bir çaba sarf edeceklerdir. Öncelikle bu davranışın kapsamını ve niteliğini gizlemek için çabalayacaklardır. Dürtü kontrol bozukluklarının birçoğu, bir bireyin saplantılı davranışı, çoğunlukla belli bir eylemin gerçekleştirilmesi ile ortadan kalkan acı verici gerginlik ve ajitasyon artışı ile ilişkilidir. Örneğin; aşırı yeme bozukluğu olan bir birey, yiyeceklere saldırır. Her durumda bu saplantılı davranışlar, bireylerin duygusal gerginlik düzeylerini azaltmak için ve gelecekteki davranış için bir ödül yerine geçmektedir. Aynı şekilde, bir internet bağımlısının bilgisayar kullanımı, bilgi edinme aracı olarak kullanımdan çok, hayatın sorunlarıyla başa çıkmak için psikolojik bir kaçış yolu bulmak şeklinde olmaktadır (Young, 2004: 405).

Gençlerin internet bağımlısı olmasında aile yapısının ve ortamının da etkisi söz konusu olabilmektedir. Li ve arkadaşları (2014) internet bağımlısı olan gençlerin ailelerinin, internet bağımlısı olmayan gençlere göre daha fazla çatışmacı, cezalandırıcı ve daha az destekleyici olduğunu, aile ortamlarının sıcaklığının daha az olduğunu ifade etmişlerdir (Li vd. 2014: 393).

İnternet bağımlılığı, genellikle bireylerin internet kullanım kontrollerini kaybetmeleri, aşırı internet kullanmaları ve bunun sonucunda da tüm yaşamlarını olumsuz yönde etkileyecek problemlili sonuçlarla karşılaşmaları anlamına gelmektedir (Young ve Abreu, 2011; Akt. Kardefelt Winther, 2014: 351). Bu tür sonuçlara örnek olarak şunlar verilebilir; internette çok fazla vakit harcama sonucunda uyuyamama, aile üyeleri ile çatışma içerisinde olma, iş ya da eğitim kariyerinde zarara uğrama vs. dir (Kardefelt Winther, 2014: 351). Kısacası internet bağımlısı gençler, fiziki problemler yaşayabilmekle beraber psikolojik, sosyal ve akademik açıdan da problemlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Özellikle internetin öğrenciler için eğitimleri ve gelişmeleri adına hayatlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmesi, öğrencileri internet bağımlısı olma konusunda riskli duruma getirmektedir. Bu nedenle de öğrencilerin psikolojik olarak internet bağımlısı haline gelmeden yeterliliklerini geliştirmek adına interneti doğru bir şekilde kullanmaları büyük bir önem arz etmektedir.

### **Sosyal Bağlılık**

Sosyal bağlılık kavramı, Kohut’un benlik psikolojisi perspektifinden aidiyet hissini gelişiminin son basamağı olarak kavramsallaştırılmıştır (Lee ve Robbins, 1995, 1998; Akt. Duru, 2008b: 15). Kohut’a (1977) göre; bireylerin benliklerinin gelişimleri, doğumla birlikte başlamakta, çevreyle etkileşimle de genişleyen bir süreçten oluşmaktadır. Büyük ölçüde bu gelişim, bebeklik ile çocukluk zamanlarında, benlik ile benlik nesnelere arasındaki ilişkinin kalitesine bağlı olmaktadır (Romano, 2004; Akt.



Duru, 2008a: 16). Bağlılığın, ergenlikten yetişkinliğe geçiş aşamasında önemli olduğu ifade edilmektedir (Lee ve Robbins, 1995, 1998; Akt. Duru, 2008b: 15). Sosyal bağlılık, duygusal yakınlığın derecesinin bilişsel temsili şeklinde tanımlanmaktadır (Lee ve Robbins, 1995, 1998; Akt. Duru, 2008b: 15). Bir başka ifadeyle, sosyal bağlılık, bireylerin sosyal ve duygusal ilişkilerinin çeşitliliği kapsamında kendilerini bu ilişkilerin “anamlı bir parçası” şeklinde hissedebilmesinin öznel farkındalığını kapsamaktadır (Lee ve Robbins, 1998; Akt. Duru, 2008b: 15-16). Sosyal bağlılık, bireyin sosyal dünyası içerisindeki arkadaşlar, aile, akranlar, tanıdıklar, yabancılar, topluluklar ve toplum ile ilişkilerini kapsayan içsel aidiyet ve yakınlık duygusunun bir yansıması şeklinde ifade edilmektedir (Lee ve Robbins, 1998; Akt. Detrie ve Lease, 2007: 176). Sosyal bağlılık kavramı, arkadaşlık, dostluk, etkileşim ve yalnızlık gibi kavramları içeren çok boyutlu bir yapıdadır (Townsend ve McWhirter, 2005). Hagerty ve arkadaşları (2007: 293) sosyal bağlılık kavramını, konfor ve refahı yükselten, anksiyeteyi azaltan, bir bireyin başka bir birey, nesne, grup veya çevre ile birlikte aktif bir şekilde geçirdiği zaman olarak tanımlamışlardır (Akt. McIntyre vd. 2015: 570).

Yüksek sosyal bağlılık duygusuna sahip bireyler, yeni sosyal ortamlara daha rahat katılabilirken, düşük sosyal bağlılık duygusuna sahip bireyler, hislerini ve gereksinimlerini yönetemeyebilir; kaygı, anksiyete ve depresyon yaşayabilirler (Lee ve Robbins, 1998; Akt. Duru, 2008b: 15-16). Aynı şekilde sosyal bağlılık düzeyleri yüksek olan bireyler, kendisini diğer bireylere çok yakın hissederler, kolaylıkla başkalarını tanımlayabilirler, başkalarını samimi ve cana yakın olarak algılayabilirler ve sosyal gruplar, aktivitelere katılabilirler (Lee vd. 2001: 310). Baker ve Baker’ın (1987) da belirttiği gibi, sosyal bağlılık duygusu yüksek olan yetişkinler, kişiler arası farklılıklar için daha çok hoşgörülü olabilmekte ve saygı duyabilmektedirler (Lee vd. 2001: 310).

Alan yazında yapılan araştırmalar incelendiğinde; üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri üniversitedeki ilk yıllarında sosyal destek ve sosyal bağ oluşturacak yaşantılara ihtiyaç duyduklarını, sosyal bağlılığın gerek yeni bir çevre olarak üniversiteye uyum sürecinde (Duru, 2008a: 15-24), gerekse yeni bir kültüre uyum sürecinde etkili bir değişken olduğu anlaşılmaktadır (Duru ve Poyrazlı, 2007: 99-110). Ayrıca sosyal bağlılık ve sosyal desteğin, üniversiteye uyum süreci açısından önemli bir rolü olduğunu ve üniversiteye uyum sürecinde çevreyle kurulan sosyal bağların da önemli olduğunu yapılan araştırmalar göstermektedir (Duru, 2008b: 13-24). Üniversitelerde de öğrenciler, yeni bir çevre, ilişki ve bağlar oluşturamazlar ise, geri çekilme davranışları göstermeleri, sosyal bağlılığın daha erken formlarına gerilemeleri söz konusu olabilmektedir (Duru, 2008a: 23).

## Yöntem

### Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler, insanların günlük hayatlarını kolaylaştırabilecek birçok fırsat sunmaktadır. Teknolojik gelişmenin sunduğu bu fırsatlar, günlük hayatı kolaylaştırmanın yanı sıra, aşırı bir biçimde kullanılması ve uygun olmayan kullanımları sebebi ile çeşitli problemlere yol açabilmektedir. Özellikle okul çağındaki bulunan gençlerin, bilgisayarları ve interneti aşırı bir şekilde kullanmaları okul başarı düzeylerini düşürebilmektedir. Gençlerin interneti doğru olmayan bir şekilde yoğun kullanmalarını önleyici önlemlerin alınması oldukça önemli bir konudur.



Söz konusu yapılan bu araştırma ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal bağılıkları arasındaki ilişkinin yönünün ve düzeyinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca bu araştırma ile öğrencilerin internet bağımlılıklarına ve sosyal bağılılık düzeylerine ilişkin görüşlerinin bazı sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşım farklılaşmadığının tespit edilmesi de amaçlanmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin doğru internet kullanımlarını ve sosyal bağılıklarını güçlendiren uygulamalar ortaya koyularak çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

### **Araştırmanın Kapsamı (Evren ve Örneklem)**

Araştırma evrenini, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesindeki İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın evreninin geniş bir alanı kapsaması, evrenin tümüne ulaşmada enerji, maliyet ve zaman güçlüğünü ortaya çıkarmaktadır (Karasar, 2005: 127). Bu nedenle araştırmada belirlenen bu evren üzerinden örneklem alınması yoluna gidilmiştir (Ural ve Kılıç, 2013: 35). Bu araştırmanın örneklemini, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan 326 öğrenci oluşturmaktadır.

### **Veri Toplama Araçları**

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada uygulanan anketler üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümde; katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine, ikinci bölümde; internet bağımlılıklarını ölçen ifadeler, üçüncü bölümde ise; sosyal bağılıklarını ölçen ifadeler yer verilmiştir.

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunda iki değişkeni ölçmek için literatürde yaygın olarak kullanılan ve güvenilirlikleri test edilmiş ölçekler kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan birinci ölçek; internet bağımlılığı ölçeğidir. İnternet bağımlılığı ölçeği, Young (1998a) tarafından internet bağımlılığını belirlemek amacıyla, DSM-IV'ün patolojik kumar oynamanın tanı kriterleri kullanılarak geliştirilmesiyle oluşturulmuştur ([http://www.netaddiction.com/resources/internet\\_addiction\\_test.htm](http://www.netaddiction.com/resources/internet_addiction_test.htm)). Bu ölçekte 20 ifade yer almaktadır. Ölçekte 6'lı Likert tipi dereceleme kullanılmıştır. Bu dereceleme "Devamlı (6), Çok Sık (5), Çoğunlukla (4), Arada Sırada (3), Nadiren (2) ve Hiçbir zaman (1)" şeklinde yapılmıştır. Bu cevap seçeneklerine sırasıyla 5, 4, 3, 2, 1 ve 0 puan verilmektedir. En az 0 ve en çok 100 puan alınabilmektedir. Alınan puanlar doğrultusunda 80 ve üzeri puan alanlar "internet bağımlısı" olarak tanımlanmakta; 50-79 puan arası alanlar "sınırlı semptom gösterenler", 49 puan ve altı alındığında "semptom göstermeyenler" olarak değerlendirilmektedir. Yani alınan yüksek puanlar, yüksek problemlili internet kullanımı, internet bağımlısı olarak tanımlanmaktadır. Bayraktar (2001) tarafından bu ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışması sonucunda Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı, 0,91 olarak bulunmuştur (Bayraktar, 2001; Akt. Batıgün ve Hasta, 2010: 215; Esen ve Siyes, 2011: 129; Fuat ve Him, 2013: 394; Morsünbül, 2014: 360; Kuzucu vd. 2015: 13; Soydan, 2015: 47). Bu araştırmada ise, söz konusu ölçeğin güvenilirlik için alfa değeri 0,912 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada kullanılan ikinci ölçek ise, Lee ve Robbins (1995) tarafından geliştirilen sosyal bağılılık ölçeğidir. Ölçek, sosyal ilişkilerle ilgili duygu ve düşünceleri ifade eden



tek boyutlu sekiz ifadeden oluşmaktadır. Bu ölçek, Lee ve Robbins (1995) tarafından özellikle ergenlik dönemi ve sonrasında, bireylerin sosyal bağlılık duygularını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin her bir ifadesinde sosyal ilişkilerle ilgili duygu ve düşünceleri belirten bir durum sunulmakta ve bireylerden bu durumu ne sıklıkla yaşadıklarını, altılı ölçek üzerinden değerlendirmeleri istenmektedir (Duru, 2008c: 841). 6'lı Likert tipi dereceleme kullanılan bu ölçekte derecelenmeler “Kesinlikle katılıyorum (6), Çoğunlukla katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Katılmıyorum (3), Çoğunlukla katılmıyorum (2) ve Kesinlikle katılmıyorum (1)” şeklinde yapılmıştır. Bu ölçekten alınan puanlar yükseldikçe aidiyet duygusu da artmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 48, en düşük puan 6'dır. Orijinal ölçeğin güvenilirlik analizinde ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0.91, iki hafta arayla gerçekleştirilen test-tekrar test güvenilirliği ise, 0.96 olarak hesaplanmıştır (Duru, 2008c: 841; Kurtyılmaz, 2011: 87). Bu ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışması, Duru (2007) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0.90 olarak bulunmuş ve dört hafta ara ile yapılan test tekrar test ile korelasyon katsayısının  $r=0.90$  olduğu tespit edilmiştir. Bu rakamlar da ölçeğin yeterli test-tekrar test güvenilirliğine sahip olduğunu göstermektedir (Duru, 2007: 85). Bu çalışmada ise, söz konusu ölçeğin güvenilirlik için alfa değeri 0,889 olarak hesaplanmıştır. Bu ölçek, birçok çalışmada kullanılmıştır (Duru, 2007; Duru, 2008c; Başak, 2012; Arslan, 2015; Yıldırım, 2015).

Anket formundan elde edilen veriler SPSS 18 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anketler ile toplanan verilerin istatistiksel analizleri için; örneklem grubunun özelliklerinin tespit edilmesine ilişkin frekans ve yüzde hesaplamaları, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin yönünü ve düzeyini tespit etmek için korelasyon analizi ve öğrencilerin araştırma değişkenlerine ilişkin görüşlerinin farklılaşmalarını tespit etmek için t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır.

Yapılan bu araştırma, araştırmanın yapıldığı Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrenciler ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma sonuçları ankette yer alan sorulardan elde edilen veriler ile sınırlıdır. Dolayısıyla anket tekniğine özgü sınırlılıklar, bu araştırma için de geçerlidir.

### **Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırma değişkenleri ile ilgili alan yazında yapılan araştırmalar doğrultusunda test edilecek hipotezler şunlardır:

H1: İnternet bağımlılığı ile sosyal bağlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Cinsiyet değişkeni açısından (a) internet bağımlılığı (b) sosyal bağlılık düzeyi farklılaşmaktadır.

H3: Akademik not ortalaması değişkeni açısından (a) internet bağımlılığı (b) sosyal bağlılık düzeyi farklılaşmaktadır.

H4: İnternet kullanım amacı açısından (a) internet bağımlılığı (b) sosyal bağlılık düzeyi farklılaşmaktadır.



## Bulgular

### Araştırmanın Güvenilirliği

Araştırmada kullanılan anket formunda yer alan ölçeklerin her biri için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamına alınan değişkenlerin boyutları ile birlikte yapılan güvenilirlik analizine ilişkin sonuçlar Tablo 1’de yer almaktadır.

Güvenirlilik göstergesi olarak; güvenilirlik katsayısı hesaplanır. Güvenirlilik katsayısını hesaplamak için kullanılan yöntemlerden birisi de ( $\alpha$ ) Cronbach’s Alfa katsayısıdır (Güriş ve Astar, 2014: 245). Bu araştırmada da ölçeklerin güvenilirlik analizlerini yapabilmek adına Cronbach’s Alfa katsayısı kullanılmıştır. Literatüre göre alfa değeri 0,70 veya üzerinde bir değere sahip ise, ölçek güvenilir olarak kabul edilmektedir (Nunally 1978). Araştırmada kullanılan tüm ölçekler kabul edilebilir alfa değeri düzeyi olarak tanımlanan 0,70 üzerinde bir değere sahip olup, araştırma kapsamına alınan söz konusu bu değişkenlerin güvenilir bir şekilde ölçümlendiği söylenilebilir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Araştırmada Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Kullanılan Ölçekler (Scales)	İfade Sayısı (N of Items)	Cronbach's Alpha Katsayıları ( $\alpha$ )
İnternet Bağımlılığı	20	0,912
Sosyal Bağlılık	8	0,889

### Örnekleme İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan 326 öğrencinin sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, bölüm, akademik not ortalaması, günlük internet kullanım süresi, internete en çok bağlanılan yer, interneti en çok kullanma amacı, ailenin aylık gelir düzeyi, anne babanın tutumu, yalnız hissetme durumu, yer) ilişkin, frekans ve yüzde dağılımları Tablo 2.’de verilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu (% 63,2-206 kişi) kadınlardan oluşmakta ve (% 53,7-175 kişi) işletme bölümünde okumaktadır. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun (% 73,6- 240 kişi) akademik not ortalamalarının 2,00-2,99 aralığında yer aldığı tespit edilmiştir. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun (% 51,8-169 kişi) günlük internet kullanım sürelerinin 0-3 saat aralığında olduğu görülmüştür. Bu bulgu doğrultusunda, katılımcı öğrencilerin günlük internet kullanım sürelerinin çok olmadığı söylenebilmektedir. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun (% 89-290 kişi) internete cep telefonundan bağlandığı ve (% 55,5-181 kişi) interneti sosyal medya amaçlı kullandığı tespit edilmiştir. Özellikle cep telefonlarının toplumdaki bireylerin hayatında önemli bir rol oynadığı, cep telefonları sayesinde diğer bireylerle sosyal bağlantıların sağlandığı bilinmektedir.





**Tablo 2.** Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleriyle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Demografik Özellikler	(N)	(%)	Demografik Özellikler	(N)	(%)
<b>Cinsiyet</b>			<b>Bölüm</b>		
Kadın	206	63,2	İşletme	175	53,7
Erkek	120	36,8	Kamu Yönetimi	65	19,9
<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	İktisat	43	13,2
<b>Akademik Not Ortalaması</b>			Uluslararası İlişkiler	43	13,2
0,00-1,99	58	17,8	<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>
2,00-2,99	240	73,6	<b>Günlük İnternet Kullanım Süresi</b>		
3,00-4,00	28	8,6	0-3 saat	169	51,8
<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	4-7 saat	119	36,5
<b>İnternete En Çok Bağlanılan Yer</b>			8-11 saat	25	7,7
Cep Telefonu	290	89	12 saat ve üstü	13	4
Bilgisayar	34	10,4	<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>
Diğer	2	0,6	<b>İnterneti En Çok Kullanma Amacı</b>		
<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	Sosyal medya	181	55,5
<b>Ailenin Aylık Geliri</b>			Sohbet/Chat	32	9,8
0-1200 TL	102	31,3	Online oyun	6	1,8
1201-2500 TL	138	42,3	Alışveriş	7	2,1
2501 TL ve üstü	86	26,4	Ders çalışmak/ödev hazırlamak	21	6,4
<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	Online haber, dergi vb. okumak	18	5,5
<b>Ane ve Babanın Tutumu</b>			Video, müzik, film indirme/izleme	59	18,1
Otoriter	92	28,2	Diğer	2	0,6
Demokratik	159	48,8	<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>
Aşırı koruyucu	68	20,9	<b>Büyüdüğünüz Yer</b>		
İlgisiz	7	2,1	Büyükşehir	80	24,5
<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	İl	106	32,5
<b>Yalnız Hissetme</b>			İlçe	61	18,7
Evet	93	28,5	Kasaba	11	3,4
Hayır	233	71,5	Köy	68	20,9
<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

Günümüzde birçok genç de sosyal bağlılık ve bağlantı kurabilmek adına, online iletişimi yüz yüze iletişim yerine tercih edebilmektedir. Sosyal medya da, bireylerin sürekli ve etkin olarak sosyal çevreleriyle iletişim kurmak ve bilgi alışverişini yapabilmek için kullandıkları araçlardan bir tanesidir. Araştırmaya katılan gençlerin çoğunlukla sosyal medyayı kullandıkları, sosyal birlikteliklere, sosyal gruplara katılmada ve sosyal bağlılık oluşturmada bir araç olarak değerlendirdikleri söylenebilir. Katılımcı öğrencilerin % 42,3'ünün (138 kişi) ailelerinin 1201-2500 TL aralığında aylık gelirlerinin olduğu, % 48,8'inin (159 kişi) annelerinin ve babalarının demokratik bir tutum içerisinde oldukları, % 71,5'inin (233 kişi) kendilerini yalnız hissetmedikleri, % 32,5'inin (106 kişi) büyüdüğü yerin il olduğu görülmüştür (Tablo 2).



Tablo 3 ve Tablo 4’de araştırmaya katılan öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağımlılık düzeylerine ilişkin algılarını belirlemeye yönelik, ankette yer alan ifadelere ilişkin frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

**Tablo 3.** İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Frekans, Yüzde Dağılımları ile Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

*İFADELER		1	2	3	4	5	6	A.O	s.s
Ne sıklıkla planladığınızdan daha fazla süre internette kalıyorsunuz?	N 20	65	118	75	27	21		3,27	1,23
	% 6,1	19,9	36,2	23	8,3	6,4			
Ne sıklıkla internette kalmak için günlük ev işlerini ihmal edersiniz?	N 70	107	99	30	14	6		2,48	1,16
	% 21,5	32,8	30,4	9,2	4,3	1,8			
Ne sıklıkla arkadaşlarınızla birlikte olmak yerine interneti tercih edersiniz?	N 116	105	65	23	11	6		2,16	1,18
	% 35,6	32,2	19,9	7,1	3,4	1,8			
Ne sıklıkla internet kullanan kişilerle yeni ilişkiler kurarsınız?	N 100	89	84	33	13	7		2,36	1,24
	% 30,7	27,3	25,8	10,1	4	2,1			
Ne sıklıkla bir işe başlamadan önce e-postanızı (e-mail) denetlersiniz?	N 79	61	81	57	25	23		2,87	1,50
	% 24,2	18,7	24,8	17,5	7,7	7,1			
Ne sıklıkla okula devamınız internette dolay olumsuz etkilenir?	N 202	50	40	17	8	9		1,79	1,25
	% 62	15,3	12,3	5,2	2,5	2,8			
Herhangi biri internette ne yaptığınızı sorduğunda ne sıklıkla kendinizi savunur veya ne yaptığınızı gizlersiniz?	N 121	72	83	34	10	6		2,26	1,24
	% 37,1	22,1	25,5	10,4	3,1	1,8			
Çevrenizdekiler ne sıklıkla internette harcadığınız zamanın fazlalığından şikâyet eder?	N 99	79	81	36	11	20		2,51	1,42
	% 30,4	24,2	24,8	11	3,4	6,1			
Ne sıklıkla okuldaki ders notlarımız, ödevlerimiz ya da verimliliğiniz internette kalma sürenizden olumsuz yönde etkilenir?	N 115	100	68	25	11	7		2,20	1,21
	% 35,3	30,7	20,9	7,7	3,4	2,1			
Hayatınız hakkında sizi rahatsız eden düşünceleri dağıtmak için ne sıklıkla internete girersiniz?	N 39	64	104	69	19	31		3,18	1,39
	% 12	19,6	31,9	21,2	5,8	9,5			
Ne sıklıkla internete girmek için sabırsızlanırsınız?	N 75	97	84	40	15	15		2,60	1,33
	% 23	29,8	25,8	12,3	4,6	4,6			
Ne sıklıkla internetsiz hayatın, sıkıcı, boş ve eğlencesiz olacağını düşünürsünüz?	N 72	87	74	46	31	16		2,77	1,43
	% 22,1	26,7	22,7	14,1	9,5	4,9			
Biri sizi internetteyken rahatsız ettiğinde ne sıklıkla kırıncı konuşur, bağırır veya kızgın davranışlar gösterirsiniz?	N 128	84	58	30	17	9		2,24	1,34
	% 39,3	25,8	17,8	9,2	5,2	2,8			
Gece geç saatlerde internet kullanmaktan ötürü ne sıklıkta uykunuz kaçır?	N 83	91	72	38	24	18		2,64	1,44
	% 25,5	27,9	22,1	11,7	7,4	5,5			
İnternette olmadığınız zamanlarda ne sıklıkla interneti düşünür veya internete girmeyi hayal edersiniz?	N 118	91	66	27	11	13		2,27	1,33
	% 36,2	27,9	20,2	8,3	3,4	4			
Kendinizi ne sıklıkla internetteyken “yalnızca birkaç dakika daha” derken bulursunuz?	N 61	87	95	49	18	16		2,77	1,33
	% 18,7	26,7	29,1	15	5,5	4,9			
Ne sıklıkla internette harcadığınız zamanın miktarını azaltmaya çalışır ve başarısız olursunuz?	N 88	78	89	38	18	15		2,59	1,38
	% 27	23,9	27,3	11,7	5,5	4,6			
İnternette kaldığınız süreyi ne sıklıkla saklamaya çalışırsınız?	N 150	72	53	26	18	7		2,11	1,33
	% 46	22,1	16,3	8	5,5	2,1			
Ne sıklıkla başkalarıyla dışarı çıkmak yerine internette daha fazla zaman geçirmeyi tercih edersiniz?	N 157	87	41	23	8	10		1,98	2,26
	% 48,2	26,7	12,6	7,1	2,5	3,1			
Ne sıklıkla internette olmadığınızda kendinizi çökmüş, aksi veya sınırlı hissedip, internete girince rahatlırsınız?	N 160	62	61	20	17	6		2,05	1,30
	% 49,1	19	18,7	6,1	5,2	1,8			

\* N =326, 1.Hiç bir zaman 2.Nadiren 3. Arada sırada 4.Çoğunlukla 5.Çok sık 6.Devamlı

Tablo 3’de internet bağımlılık düzeylerini ölçen sorulara ilişkin verilen yanıtların genel ortalamalarına bakıldığında (2,45), katılımcı öğrencilerin ilgili ifadelerle hiçbir zaman,



nadiren, arada sırada şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Bu elde edilen bulgu doğrultusunda, ankete katılan öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu düşündükleri söylenebilir.

**Tablo 4.** Sosyal Bağlılığa İlişkin Algılarının Frekans, Yüzde Dağılımları ile Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

*İFADELER		1	2	3	4	5	6	A.O	s.s
Kendimi çevremden kopuk hissediyorum	N	109	58	103	30	13	13	2,44	1,35
	%	33,4	17,8	31,6	9,2	4	4		
Tanıdık insanlarla birlikteyken bile, kendimi onlara ait hissetmiyorum	N	117	52	99	34	13	11	2,41	1,34
	%	35,9	16	30,4	10,4	4	3,4		
Kendimi insanlara çok uzak hissediyorum.	N	116	47	103	31	15	14	2,46	1,39
	%	35,6	14,4	31,6	9,5	4,6	4,3		
Arkadaşlarımla birliktelik duygusuna sahip değilim.	N	135	46	101	21	10	13	2,28	1,35
	%	41,4	14,1	31	6,4	3,1	4		
Kendimi herhangi biriyle ilişkili hissetmiyorum.	N	118	52	101	24	9	22	2,45	1,44
	%	36,2	16	31	7,4	2,8	6,7		
Toplumla bütün bağlarımı kaybetmiş duygusuna kapılıyorum	N	140	52	95	14	16	9	2,21	1,31
	%	42,9	16	29,1	4,3	4,9	2,8		
Arkadaşlarımın kendi arasında bile, kardeşlik/dostluk duygusu yoktur.	N	143	51	85	24	10	13	2,22	1,36
	%	43,9	15,6	26,1	7,4	3,1	4		
Kendimi herhangi bir kişi ya da grubun parçası olarak hissetmiyorum	N	135	60	76	20	15	20	2,33	1,48
	%	41,4	18,4	23,3	6,1	4,6	6,1		

\* N =326, 1.Kesinlikle Katılmıyorum  
2.Çoğunlukla Katılmıyorum 3.Katılmıyorum 4.Katılıyorum  
5. Çoğunlukla Katılıyorum 6. Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 4’de sosyal bağlılık düzeylerini ölçen olumsuz ifadelerle ilişkin verilen yanıtların genel ortalamalarına bakıldığında (2,35), katılımcı öğrencilerin ilgili ifadelerle kesinlikle katılmıyorum, çoğunlukla katılmıyorum ve katılmıyorum düzeyinde cevap verdikleri görülmektedir. Bu elde edilen bulgu doğrultusunda, ankete katılan öğrencilerin sosyal bağlılık düzeylerinin yüksek olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Araştırma kapsamında ele alınan bu değişkenler arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5.** İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Bağlılık İlişkisi (Korelasyon Analizi)

	Ort.	S.S.	1	2
İnternet Bağımlılığı	2,45	0,81		
Sosyal Bağlılık	2,35	1,04	0,230*	

\*r (korelasyon katsayısı)  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlı korelasyon

Tablo 5’de öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal bağlılık düzeyleri arasındaki korelasyon ilişkisi ve her bir değişkene ait ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönde çok zayıf düzeyde ( $0,00 < r < 0,25$ ;  $p < 0,01$ ) anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, H1 hipotezini desteklemektedir.

Konumuz açısından iki araştırma değişkenini (internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık) değerlendirecek olursak; günümüz teknolojisi ile birlikte artık kolay kurulamayan



sosyal bağlantılar internet üzerinden kurulabilmekte, tanınmayan kişilerle kolaylıkla ve risksiz bir biçimde iletişime geçilebilmekte, insanlar kendilerini kısıtlamadan özgür bir şekilde düşüncelerini ve duygularını dile getirebilmekte ve internetle iletişimdeki bu olanaklar bağımlılık oluşturmada interneti çekici kılan faktörlerin başında gelmektedir. Bunun yanı sıra internette istenilen her an her şeye ulaşılabilmesi, internet kullanımını artıran diğer etmenlerden biri olmaktadır (Ekinci, 2002; Akt. Balcı ve Gülnar, 2009: 7). Griffiths (1998: 73), internetin aşırı kullanımının, pek çok durumda sorun olmayabildiğini ifade etmektedir. Ancak yapılan birçok araştırma sonucunda, bazı bireylerin aşırı internet kullanmalarının gerçek bir bağımlılık ve gerçek bir kaygı kaynağı olabileceği, duygusal, sosyal, psikolojik ve akademik açıdan negatif çıktılara sebep olabileceği ifade edilmiştir. Örneğin; Shen ve Williams (2011) yaptıkları araştırma sonucunda, internet kullanıcılarının çevrimiçi daha fazla zaman harcadıkları, gerçek dünyadaki yakın sosyal bağlara harcadıkları zamanı ise azalttıklarını tespit etmişlerdir. Fakat bu durum tüm bireyler için görünmeyebilmektedir. Çünkü biliyoruz ki artık gelişen ağ teknolojisi (mobil ağlar) ile birlikte toplumdaki bireyler; aileleri, arkadaşları ve akranları ile ilişkilerini sürdürebilmekte ve güçlendirebilmekte bu da bireyleri dış dünyadan koparmayıp teknolojiye daha da bağımlı hale getirebilmektedir. Örneğin; Kraut ve arkadaşları (2002) yaptıkları araştırma sonucunda, internet kullanımı arttıkça güçlü bir sosyal desteğe sahip olan bireylerde sosyal bağlılık düzeylerinin arttığını tespit etmişlerdir (Akt. McIntyre vd. 2015: 570). Çünkü gelişen teknolojilerle birlikte taşınabilir bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medyanın yoğun olarak kullanımı, uzaktaki ailelerle ve arkadaşlarla, iş arkadaşlarıyla, aynı ilgi alanlarına sahip olan yabancılarla sosyal bağlantıyı kurmaya ve sosyal bağlılıkları sürdürmeye olanak sağlamaktadır (Kraut vd. 2002). Yine Milbourne ve Wilkinson (2012: 1) Çin'de bir üniversitede lisans öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada, internet kullanımı ve olası bağımlılık davranışları ile öğrencilerin sosyal ağ bağlılık düzeyleri arasındaki bağlantıyı incelemişlerdir. Bu araştırma sonucunda, öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal ağ bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönde çok zayıf düzeyde bir ilişki ( $r=0,172$ ;  $p=0,001$ ) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca internet bağımlılığı en yüksek olan katılımcıların, aynı zamanda sosyal bağlılıklarını yansıtacak daha fazla etkinlik içerisinde yer aldığı, internet bağımlılığı en düşük seviyede olan katılımcıların ise, sosyal ve online medya araçları ile daha az etkinlik gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir (Milbourne ve Wilkinson, 2012: 10-11).

### **Araştırma Değişkenlerinin Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Farklaşması (T-Testi ve ANOVA Analizi)**

Araştırmaya katılan öğrencilerin çeşitli sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, akademik not ortalaması, internetin kullanım amacı) göre internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız iki örnek t-testi (iki grup) analizi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) (ikiden fazla grup) analizi yapılmıştır. Yapılan bu t-testi ve ANOVA analizleri sonucunda, bazı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar değerlendirilerek aşağıdaki tablolarda yer alan bazı bulgular elde edilmiştir.

**Tablo 6.** Cinsiyet Açısından Bağımsız İki Örnek T-Testi Analizi

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	S.D.	T	p
<b>İnternet Bağımlılığı</b>	Kadın	206	2,39	0,79	244,676	-1,798	0,073
	Erkek	120	2,55	0,81			
<b>Sosyal Bağlılık</b>	Kadın	206	2,37	1,03	244,350	0,558	0,578
	Erkek	120	2,30	1,05			

Tablo 6’da öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeyine ilişkin görüşlerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin t-testi analizi bulgularına yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kadın ve erkek öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t(244,676) = -1,798$ ;  $p > 0,05$ ;  $t(244,350) = 0,558$ ;  $p > 0,05$ ). Anlamlı bir farklılığın bulunmamasının sebebinin; kadın ve erkek öğrencilerin; internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeyleri ile ilgili benzer algılara sahip olmalarından kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin algılamaların; öğrencilerin cinsiyetlerinden bağımsız bir güç olduğu da ifade edilebilir. Bu bulgu, H2a ve H2b hipotezini desteklememektedir.

**Tablo 7.** Akademik Not Ortalaması Açısından ANOVA Analiz Sonuçları

Değişkenler		Kareler Toplamı	S.D	Kareler Ortalaması	F	p
<b>İnternet Bağımlılığı</b>	Gruplar arası	6,285	2	3,142	4,932	<b>0,008</b>
	Gruplar içi	205,789	323	0,637		
	Genel	212,073	325			
<b>Sosyal Bağlılık</b>	Gruplar arası	11,024	2	5,512	5,251	<b>0,006</b>
	Gruplar içi	339,076	323	1,050		
	Genel	350,100	325			

Tablo 7’de öğrencilerin akademik not ortalamalarına göre internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin görüşlerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin ANOVA analizi bulgularına yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; akademik not ortalamaları farklı olan öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F = 4,932$ ;  $p < 0,05$ ;  $F = 5,251$ ;  $p < 0,05$ ). Bu bulgu H3a ve H3b hipotezini desteklemektedir. Tukey-HSD testi sonucunda elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin akademik not ortalamalarına göre internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin görüşleri arasındaki farklılıkların hangi ikili gruplardan kaynaklandığına bakacak olursak; akademik not ortalaması 0,00-1,99 aralığında olan öğrencilerin ve akademik not ortalaması 2,00-2,99 aralığında olan öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Bu farklılık, akademik not ortalaması 0,00-1,99 aralığında olan öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin puanlarının daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.



**Tablo 8.** İnterneti Kullanma Amacı Açısından ANOVA Analiz Sonuçları

Değişkenler		Kareler Toplamı	S.D	Kareler Ortalaması	F	p
<b>İnternet Bağımlılığı</b>	Gruplar arası	10,128	7	1,447		
	Gruplar içi	201,946	318	0,635	2,278	<b>0,028</b>
	Genel	212,073	325			
<b>Sosyal Bağlılık</b>	Gruplar arası	10,059	7	1,437		
	Gruplar içi	340,041	318	1,069	1,344	0,229
	Genel	350,100	325			

Tablo 8’de öğrencilerin interneti kullanma amaçlarına göre internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin görüşlerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin ANOVA analizi bulgularına yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; farklı internet kullanma amaçları olan öğrencilerin internet bağımlılığı düzeylerine ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta ( $F= 2,278$ ;  $p<0,05$ ), ancak farklı internet kullanma amaçları olan öğrencilerin sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F= 1,344$ ;  $p>0,05$ ). Bu bulgu H4a hipotezini desteklemekte, H4b hipotezini ise desteklememektedir. Tukey-HSD testi sonucunda elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin interneti kullanma amaçlarına göre internet bağımlılığı düzeylerine ilişkin görüşleri arasındaki farklılıkların hangi ikili gruplardan kaynaklandığına bakacak olur isek; interneti sosyal medya amacıyla kullanan öğrencilerin ve interneti ders çalışma/ödev hazırlama amacıyla kullanan öğrencilerin internet bağımlılık düzeyine ilişkin görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Bu farklılık, interneti sosyal medya amacı ile kullanan öğrencilerin internet bağımlılığına ilişkin puanlarının daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

### Sonuç ve Öneriler

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal bağlılıkları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlar şunlardır:

- Yapılan frekans analizleri sonuçlarına göre; araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun kadınlardan oluştuğu, işletme bölümünde okuduğu ve akademik not ortalamalarının 2,00-2,99 aralığında yer aldığı tespit edilmiştir. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun günlük internet kullanım sürelerinin 0-3 saat aralığında olduğu tespit edilmiştir. Yani katılımcı öğrencilerin günlük internet kullanım sürelerinin çok olmadığı söylenebilmektedir. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun internete cep telefonundan bağlandığı ve interneti sosyal medya amaçlı kullandığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin çoğunlukla sosyal medyayı kullandıkları, sosyal birliktelilere, sosyal gruplara katılmada ve sosyal bağlılık oluşturmada bir araç olarak değerlendirdikleri söylenebilir. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun ailelerinin 1201-2500 TL aralığında aylık gelirlerinin olduğu, annelerinin ve babalarının demokratik bir tutum içerisinde olduğu, kendilerini yalnız hissetmedikleri, büyüdüğü yerin il olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu, sosyal bağlılık düzeylerinin ise yüksek olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

- Yapılan korelasyon analizinin sonucuna göre ise; öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönde çok zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Griffiths (1998: 73), internetin aşırı kullanımının, pek çok



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



durumda sorun olmayabildiğini ifade etmektedir. Ancak yapılan birçok araştırma sonucunda, bazı bireylerin aşırı internet kullanmalarının gerçek bir bağımlılık ve gerçek bir kaygı kaynağı olabileceği, duygusal, sosyal, psikolojik ve akademik açıdan negatif çıktılara sebep olabileceği ifade edilmiştir. Örneğin; Shen ve Williams (2011) yaptıkları araştırma sonucunda, internet kullanıcılarının çevrimiçi daha fazla zaman harcadıkları, gerçek dünyadaki yakın sosyal bağlara harcadıkları zamanı ise azalttıklarını tespit etmişlerdir. Fakat bu durum tüm bireyler için görünmeyebilmektedir. Çünkü biliyoruz ki artık gelişen ağ teknolojisi (mobil ağlar) ile birlikte toplumdaki bireyler aileleri, arkadaşları ve akranları ile ilişkilerini sürdürebilmekte ve güçlendirebilmekte bu da bireyleri dış dünyadan koparmayıp teknolojiye daha da bağımlı hale getirebilmektedir. Örneğin; Kraut ve arkadaşları (2002) yaptıkları araştırma sonucunda, internet kullanımı arttıkça güçlü bir sosyal desteğe sahip olan bireylerde sosyal bağlılık düzeylerinin arttığını tespit etmişlerdir (Akt. McIntyre vd. 2015: 570). Çünkü gelişen teknolojilerle birlikte taşınabilir bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medyanın yoğun olarak kullanımı, uzaktaki ailelerle ve arkadaşlarla, iş arkadaşlarıyla, aynı ilgi alanlarına sahip olan yabancılarla sosyal bağlantıyı kurmaya ve sosyal bağlılıkları sürdürmeye olanak sağlamaktadır (Kraut vd. 2002).

- Yapılan ANOVA ve t-testi sonuçlarına göre; kadın ve erkek öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Ancak akademik not ortalamaları farklı olan öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğu, bu farklılığında akademik not ortalaması 0,00-1,99 aralığında olan öğrencilerin internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin puanlarının daha yüksek olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Yine interneti sosyal medya amacı ile kullanan öğrenciler ile interneti ders çalışma/ödev hazırlama amacı ile kullanan öğrenciler arasında internet bağımlılık düzeyine ilişkin görüşlerinde anlamlı farklılık bulunduğu, bu farklılığında interneti sosyal medya amacı ile kullanan öğrencilerin internet bağımlılığına ilişkin puanlarının daha yüksek olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Bu araştırma sonucunda elde edilen verilerden de yola çıkılarak şu önerilerde bulunulabilir:

- Gençler internetten, bilgisayardan kısacası teknolojiye nasıl etkin bir şekilde yararlanacaklarını bilmelidirler. Amaçlara uygun bir şekilde kullanım faydalı olacaktır. Hatta üniversitelerde internetin doğru kullanımı ile ilgili eğitimler, seminerler, konferanslar verilebilir, toplantılar yapılabilir.
- Günümüz teknolojisinde yaşanan gelişmelerle birlikte her ne kadar gençler, sosyal medya kullanımı ile sosyal çevreleriyle ilişkilerini devam ettirebilse de diğer bireylerle yüz yüze iletişim kurmaları ve sosyal faaliyetlere daha fazla zaman ayırmaları, sosyal bağlılıklarının daha da güçlenmesini sağlayacaktır. Özellikle üniversiteler, bünyelerinde gerçekleştirecekleri sosyal etkinlik temelli organizasyonlarla ve programlarla (öğrenci kulüpleri vs.) öğrencilerin sosyal bağlarının güçlenmesine destek sağlayabilirler.
- Üniversitelerde yapılacak bilimsel araştırmalarla üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin ve bunu etkileyen faktörlerin incelenmesi ortaya çıkabilecek olumsuz sonuçların çözülmesinde yarar sağlayabilir.



Burada şu hususun vurgulanmasında da yarar bulunmaktadır. Bireylerin işlevselliğini azaltacak biçimde internet kullanımının aşırı olması halinde, bu kullanımın bireylere ve çevresine zararı dokunmasına karşın, internetin bireylerin yaşamında büyük katkısının olduğu da unutulmamalıdır. Çünkü bireyler internet sayesinde birçok bilgiye erişebilmekte, duygularını düşüncelerini farklı bireylerle paylaşabilmektedir.

İlerde farklı illerde, üniversitelerde ve fakültelerde benzer araştırmalar yürütülerek, öğrencilerin internet bağımlılıkları ile sosyal bağılıkları arasındaki ilişkiler tespit edilebilir ve karşılaştırmalar yapılabilir. Örneğin; büyük şehirlerdeki köklü üniversitelerle taşra üniversiteler arasında bir karşılaştırma yapılabilir. Konuyla ilgili daha geniş kapsamlı araştırmalar da yapılabilir. Örneğin; daha ayrıntılı bir ölçme aracı geliştirilerek, farklı değişkenlerle birlikte ele alınabilir. Yine araştırma değişkenleri ile ilgili nitel ve deneysel araştırmalar yürütülebilir. Bu durumun; araştırma bulgularının ve sonuçlarının genellemesinin yapılabilmesi açısından yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler sonucunda bireylerin internet kullanımları da değişeceğinden, bundan sonraki yapılacak araştırmalarda da bu davranışların izlenmesine devam edilmesinin oldukça önemli olduğu söylenebilir.

### Kaynaklar

American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorders*, 4th ed. Washington, D.C. American Psychiatric Association.

Arslan, G. (2015). Psikolojik İstismar, Psikolojik Sağlamlık, Sosyal Bağlılık ve Aidiyet Duygusu Arasındaki İlişki. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, s. 47-58.

Baker, H. S., Baker, M. N. (1987). Heinz Kohut's Self-Psychology: An Overview. *The American Journal of Psychiatry*, 144, s. 1-8.

Balcı, Ş., Gülnar, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili, *Selçuk İletişim*, 6, (1), s. 5-22.

Başak, B. E. (2012). *Düşük Gelirli Ailelerden Gelen Üniversite Öğrencilerinin Öz Duyarlık, Sosyal Bağlılık ve İyimserlik ile Psikolojik Dayanıklılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiler*. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.

Batıgün A. D., Hasta D. (2010). İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından bir Değerlendirme, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, s. 213-219.

Bayraktar, F. (2001). *İnternet Kullanımının Ergen Gelişimindeki Rolü*. Yayınlanmamış EÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Chou, C., Chou, J., Tyan, N. N. (1999). An Exploratory Study of Internet Addiction, Usage and Communication Pleasure The Taiwan's Case. *Int. J. Educ. Telecommun.* 5 (1), s. 47-64.

Chou, C., Hsiao M. C. (2000). Internet Addiction, Usage, Gratification, and Pleasure Experience: The Taiwan College Students Case, *Computers & Education*, 35 (1), s. 65-80.

Detrie, P. M., Lease, S. H. (2007) The Relation of Social Support, Connectedness and Collective Self-Esteem to the Psychological Well Being of Lesbian, Gay, and Bisexual Youth, *Journal of Homosexuality*, 53 (4), s. 173-199,





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Duru, E. (2007). Sosyal Bağlılık Ölçeğinin Türk Kültürün Uyarlanması. *EJER*, 26, s. 85-94.

Duru, E., Poyrazlı, S. (2007). Personality Dimensions, Psychosocial-Demographic Variables and English Language Competency in Predicting Level of Acculturative Stress among Turkish International Students in the US. *International Journal of Stress Management*, 14 (1), s. 99- 110.

Duru, E. (2008a). Yalnızlığı Yordamada Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılığın Rolü. *Türk Psikoloji Dergisi*, 23 (61), s. 15-24.

Duru, E. (2008b). Sosyal Bağlılık ve Sosyal Desteğin Yalnızlık Üzerine Doğrudan ve Dolaylı Rollerinin Üniversiteye Uyum Süreci Çerçevesinde İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 29, s. 13-24.

Duru, E. (2008c). Uyum Zorluklarını Yordamada Yalnızlık, Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri/Educational Sciences: Theory & Practice*, 8 (3), s. 833-856.

Ekinci, A. (2002) Aziz Antonius'un Baştan Çıkarılması: Bir Kötü Alışkanlık Olarak İnternet. *COGİTO Dergisi*, Kış 2002.

Esen, E., Siyes, D. M. (2011). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-sosyal Değişkenlerin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (36), s. 127-138

Fuat, N., Him, T. (2013). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım Durumları Ve Saldırganlık Düzeyleri Arasındaki Korelasyon: GAÜ Psikoloji Ve Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü Öğrencilerinde İnternet Kaynaklı Tutum. *II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design*, 02-04 May 2013 Famagusta-North Cyprus.

Griffiths, M. (1997). Psychology of Computer Use: XLIII. Some Comments on "Addictive Use of the Internet" by Young, *Psychological Reports*, 80, s. 81-82.

Griffiths, M. (1998). Internet Addiction: Does It Really Exist? In: J. Gackenbach (Ed.), "Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Applications". *New York: Academic Press*, s. 61-75.

Güriş S., Astar, M. (2014). *Bilimsel Araştırmalarda SPSS İle İstatistik*. DER Yayınları, İstanbul.

Hagerty, B. M. K., Lynch-Sauer, J., Patusky, K. L., Bouwsema, M. (2007). An Emerging Theory of Human Relatedness. *Journal of Nursing Scholarship*, 25 (4), 291–296.

Kandell, J. J. (1998). Internet Addiction on Campus: The Vulnerability of College Students. *CyberPsychology & Behavior*, 1 (1), s. 11-17.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi (Kavramlar-İkeler-Teknikler)*, Ondördüncü Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Kardefelt Winther, D. (2014). A Conceptual and Methodological Critique of Internet Addiction Research: Towards a Model of Compensatory Internet Use, *Computers in Human Behavior*, 31, s. 351-354.

Kohut, H. (1977). *The Analysis of the Self*. New York: International Universities Press.



Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., Crawford, A. (2002). Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues*, 58 (1), s. 49-74.

Kurtyılmaz, Y. (2011). *Üniversite Öğrencilerinin İlişkisel Saldırganlık İle Benlik Saygısı, Sosyal Bağlılık Ve Sosyal Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişkiler*. Eğitim Bilimleri (Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık) Anabilim Dalı Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Eskişehir.

Kuzucu, Y., Bulut, B., Özçelik, Ş., Soydemir, F. M. (2015). Sosyal Destek Kontrol Edildiğinde Cinsiyetin İnternet Bağımlılığı Üzerine Etkisi. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6 (2), s. 11-19.

Lee, R. M., Robbins, S. B. (1995). Measuring Belongingness: The Social Connectedness Scale and Social Assurance Scales. *Journal of Counseling Psychology*, 42 (2), s. 232-241.

Lee, R. M., Robbins, S. B. (1998). The Relationship between Social Connectedness and Anxiety, Self- Esteem, and Social Identity. *Journal of Counseling Psychology*, 45, s. 338-345.

Lee, R. M., Draper, M., Lee, S. (2001). Social Connectedness, Dysfunctional Interpersonal Behaviors and Psychological Distress: Testing a Mediator Model. *Journal of Counseling Psychology*, 48 (3), s. 310–318.

Leung L. (2004). Net-Generation Attributes and Seductive Properties of the Internet as Predictors of Online Activities and Internet Addiction, *CyberPsychology & Behavior*, 7 (3), s. 333- 348.

Li, W. Garland, E. L. Howard, M. O. (2014). Family Factors in Internet Addiction among Chinese Youth: A Review of English- and Chinese-Language Studies, *Computers in Human Behavior*, 31, s. 393-411.

McIntyre, E., Wiener, K. K. K., Saliba, A. J. (2015). Compulsive Internet Use and Relations Between Social Connectedness and İntroversion, *Computers in Human Behavior*, 48, s. 569–574.

Milbourne, C. C., Wilkinson, J. S. (2012). Too Close for Discomfort: An Exploratory Analysis of Connectedness and Internet Addiction among Chinese Students. *Academy of Business Disciplines 2011 Proceedings Thirteenth Annual Conference*. [http://rwahlers.iweb.bsu.edu/abd2011/submissions%20in%20PDF/p11\\_milbourne\\_wilkinson.pdf](http://rwahlers.iweb.bsu.edu/abd2011/submissions%20in%20PDF/p11_milbourne_wilkinson.pdf) , s.1-17, Erişim Tarihi: 11.04.2016.

Morsünbül, Ü. (2014). İnternet Bağımlılığının Bağlanma Stilleri, Kişilik Özellikleri, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu ile İlişkisi. *International Journal of Human Sciences*, 11 (1), s. 357-372.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York.

OReilly, M. (1996). Internet Addiction: A New Disorder Enters the Medical Lexicon. *Canadian Medical Association Journal*, 154, s. 1882-1883.

Romano, D. M. (2004). A Self-Psychology Approach to Narcissistic Personality Disorder: A Nursing Reflection. *Perspectives in Psychiatric Care*, 40 (1), s. 20-28.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Shen, C., Williams, D. (2011). Unpacking Time Online: Connecting İnternet and Massively Multiplayer Online Game Use with Psychosocial Well-Being. *Communication Research*, 38 (1), s. 123-149.

Soydan, Z. M. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı İle Depresyon ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Uygulamalı Psikoloji Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Townsend, K. C., McWhirter, B. T. (2005). Connectedness: A Review of the Literature with İmplications for Counseling, Assessment, and Research. *Journal of Counseling & Development*, 83 (2), s. 191-201.

Ural, A., Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, 4. Baskı, Ankara.

Wang W. (2001). İnternet Dependency and Psychosocial Maturity among College Students, *Int. J. Human-Computer Studies*, 55, s. 919-938.

Yıldırım, S. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarı, Akademik Erteleme, Kopya Çekme ve Devamsızlık Durumlarının Yordayıcısı Olarak Sosyal Bağlılık*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışma Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Tokat.

Young, K. S. (1996). Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of The İnternet. A Case that Breaks the Stereotype. *Psychological Reports*, 79, s. 899-902.

Young, K. S. (1998a). *Caught in the Net: How to Recognize the Signs of İnternet Addiction - and a Winning Strategy for Recovery*. John Wiley, New York. [http://www.netaddiction.com/resources/internet\\_addiction\\_test.htm](http://www.netaddiction.com/resources/internet_addiction_test.htm), Erişim Tarihi: 01.04.2016.

Young, K. S. (1998b). İnternet Addiction: the Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1, s. 237-244.

Young, K. S. (2004) İnternet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences, *American Behavioral Scientist*, 48 (4), s. 402- 415.

Young, K. S., Abreu, C. (2011). *İnternet Addiction. A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amaçlarının İncelenmesi: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Örneği*

**Bülent Öz<sup>1</sup> Erhan Ergin<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Osmaniye, bulentoz@osmaniye.edu.tr erhanergin@osmaniye.edu.tr

<sup>2</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Osmaniye

### **Özet**

İnternet erişiminin günümüzde gittikçe daha kolay ve daha ucuz hale gelmesi bireylerin iletişim tercihlerini yoğun olarak sanal ortamlardan yana kullanmalarına neden olmaktadır. Özellikle son on yıldır online iletişimin dünya genelinde geldiği nokta sosyal medya sitelerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla ilişkilidir. Bireylerin sosyal medyaya olan ilgileri günden güne artarken sosyal medyayı kullanım amaçları da farklılaşmaktadır. Bu araştırmayla da, yaş gurubu itibarıyla genç kuşağı temsil eden ve sosyal medyayı aktif kullandıkları düşünülen, üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine göre sosyal medya sitelerini kullanım amaçlarının farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nin farklı akademik birimlerinde öğrenim gören 400 öğrenciden anket yöntemiyle elde edilen veriler kullanılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amaçlarına yönelik bazı önermelere ilişkin bakış açılarında cinsiyet, akademik birim, anne ve baba eğitim düzeyi ve harcama miktarı demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Demografik Özellikler, Sosyal Medya, Üniversite Öğrencileri,

### *Investigation of the Social Media Sites Usage Intended According to Demographic Characteristics of University Students: Sample of Osmaniye Korkut Ata University*

#### **Abstract**

Individuals prefer virtual platforms intensely for communication, because internet access is getting easier and cheaper nowadays. Especially, common use of online communication in the last decade is related to the popularity of social media web sites. While interests of individuals towards social media are increasing day by day, intended uses of social media differentiate. The main purpose of this study is to determine whether the intended uses of social media web sites by university students who are thought to use internet actively and represent young generation in terms of age group, shows significant differences according to some demographic characteristics. In the study, the data from 400 students studying in different academic units of Osmaniye Korkut Ata University are used by survey method. It was found that there are significant differences in students perspectives on some of the propositions for intended usage of social media web sites according to some demographic characteristics like gender, academic units, parents education level and the amount of expenditure.

**Key Words:** Demographic Characteristics, Social Media, University Students,



## Giriş

Geleneksel ya da yüz yüze iletişim yöntemleri, teknoloji ve internetin insan hayatının önemli birer parçası haline gelmesiyle birlikte iletişimde daha az tercih edilir hale gelmektedir. Son yıllarda yüz yüze iletişimin alternatifi olarak iletişimde sürekliliği sağlama adına kullanılan sosyal medya siteleri bireylerin, toplulukların, firmaların, derneklerin hatta kamu kurumlarının birbirinden farklı amaçlarla hedef kitlelere mesaj iletmek veya kitlelerden mesaj almak için faydalandıkları alanlar haline gelmiştir.

Sosyal medya; internet, web siteleri, çoklu ortam uygulamaları, etkileşimli yayıncılık gibi içeriklerin, sayısal veriye dönüştürülüp bilgisayar ağları üzerinden herhangi bir noktadan noktaya her an iletelebildiği; çok sayıda doküman, görüntü, ses ve metni çeşitli yollarla birleştirerek sunma yetisine sahip bir medya alanıdır. Sosyal medya ile kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebilmeleri sağlanmaktadır (en.wikipedia.org/wiki/'den aktaran Toğay vd., 2012).

Sosyal medya genel olarak; sohbet odaları, tartışma forumları, lokasyona dayalı hizmetler, sosyal ağ hizmetleri, sosyal rehberler, sosyal itibar ağları, webloglar, bloglar, podcastler, videocastler, wikiler, facebook, twitter gibi uygulamaları kapsamaktadır (Eröz, Doğdubay, 2012, s.34). Sosyal medya siteleri günlük hayatta giderek daha fazla yer almaktadır. Özellikle genç nüfus başta olmak üzere bireylerin sosyal medya sitelerinde geçirmiş oldukları süre ve sosyal medya sitelerine artan üyelik sayıları göz önüne alındığında yeni bir yaşam biçimine yöneliş olduğu görülmektedir. (Dal, Dal, 2014, s.145). Sosyal medya siteleri, insanların sanal ortamlarda bir araya gelmelerine, bilgi paylaşımlarına, yeni grup ve topluluk oluşumlarına fırsat sağlamaktadır. İnternet üzerinde sayıları tam olarak bilinmeyen yüz milyonlarca ifade edilen bloglar, video ve resim içerikleri ve gerçek veya takma isimlerle oluşturulmuş kullanıcı profilleri mevcuttur (Hatipoğlu, 2009, s.72'den aktaran Tanrıverdi, Sağır, 2014, s.777).

Farklı yaş gruplarından birçok kullanıcı, değişik amaçlarla sosyal medya sitelerine üye olup bu siteleri kullanmaktadırlar. Yaş grubu itibarıyla genç kuşağı temsil eden üniversite öğrencileri de kullanım amaçları farklılıklar göstermekle birlikte aktif sosyal medya kullanıcı gruplarından biridir. Sanal dünya gezginleri olarak da ifade edilen üniversite gençliği, bilgiye daha çabuk ve kolay ulaşma, meraklı olma, kimlik ve kişilik kazanma sürecinde daha çok bilgi ve fikir alışverişi ihtiyacı içinde olma, eğlenme, yüz yüze olmayan iletişimde duygularını daha rahat ifade edebilme gibi nedenlerden dolayı internet ve sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmaktadır (Karaca, 2007'den aktaran Koçer, 2012, s.74).

Çalışmanın bundan sonraki kısımlarında önce konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiş ve ardından da araştırmanın metodolojisi ve bulgularına yer verilmiştir.

## Literatür Taraması

Sosyal medyayı konu alan yurt içi ve yurt dışı çok sayıda bilimsel araştırmalar bulunmaktadır. Literatür incelendiğinde, sosyal medya kavramını sosyal medya kullanıcıları üzerinden ele alan akademik çalışmaların pazarlama, siyaset ve eğitim bilimleri gibi farklı disiplinlerden oluştuğu ve farklı hedef gruplar üzerinde uygulandığı görülebilmektedir. Bu çalışmada hedef kitlenin üniversite öğrencileri olması nedeniyle, burada sadece konu ile ilgili öğrenciler ve gençler üzerinde yapılmış araştırmalara yer verilmiştir.



Utku (2015) üniversite öğrencilerinin vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algısını çeşitli değişkenlere göre incelemiştir. Çalışmada, öğrencilerin sosyal hayatta pasif-iyi vatandaş algısına; sosyal medyada ise pasif vatandaş algısına sahip olduğu, kitap okuyan öğrenciler ile Facebook'u her gün kullanan öğrencilerin vatandaşlık algısı ve sosyal medya vatandaşlık algısının daha üst düzey olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Ustakara ve Türkoğlu (2015) üniversite öğrencilerinin sosyal ağları, bir gözetim mekanizması olarak, algılama düzeyini inceledikleri çalışmada Gaziantep Üniversitesi'nde farklı öğretim birimlerinde eğitim alan 437 öğrenciye anket uygulamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal ağlar üzerinde erkekler kadınlara oranla daha çok gözetlediklerini belirtmekte iken, kadınlar ise erkeklere oranla daha çok gözetlendiklerini düşünmektedirler.

Filiz vd. (2014) bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi bölümü öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve sosyal ağ kullanım amacı ile internet bağımlılığı arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tanrıverdi ve Sağır (2014) lise öğrencileri üzerinde uyguladıkları çalışmada öğrencilerin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısı üzerinde anlamlı etkilerinin olduğunu tespit etmişlerdir. Erol ve Hassan (2014) gençlerin sosyal medya kavramına bakışı, sosyal medya kullanımı ve sosyal medya turizm ilişkisini inceledikleri çalışmada, gençlerin tatil tercihlerinde sosyal medyadan nispeten etkilendiklerini, sosyal medyanın tatil tercihleri üzerindeki etkileri ile sosyal medyada harcanılan zaman arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Otrar ve Arın (2014) ortaokul ve lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının; sosyal medya sitelerine üye olma, sosyal medyayı kullanma süresi, kullanma sıklığı, sosyal medyaya her girdiklerinde harcadıkları ortalama süre ve en fazla kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bilen, Ercan ve Gülmez (2014) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin sosyal paylaşım sitelerini yoğun olarak kullandıkları, Facebook'u genelde günde 1-3 saat arasında kullandıkları, kullanım amaçlarının çoğunlukla fotoğraf, video paylaşımı ve mesajlaşma şeklinde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal paylaşım sitelerinde 300'ün üzerinde arkadaşına sahip oldukları, sosyal paylaşım sitelerini yeni arkadaşlar bulmaktan çok var olan arkadaşlıklarını sanal ortamda sürdürmek amacıyla kullandıkları, en çok akran gruplarına, en az ise internet ve teknoloji gruplarına üye oldukları sonuçları da çalışmanın diğer bulguları olarak tespit edilmiştir. Kamiloğlu ve Yurttaş (2014) lise öğrencileri üzerinde uyguladıkları çalışmada gençler arasında Facebook'un en çok bilgi edinme amacı ile kullanıldığı bu kullanım biçimini sırası ile yakın çevre ile iletişim ve fonksiyonel kullanım biçimlerinin takip ettiği, en düşük kullanım biçiminin ise, siyasi kullanım ve dini kullanım olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada Facebook kullanımı ile lise öğrencilerinin bilgi edinmesi ve kişisel gelişimlerine kattığı değer arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tektaş (2014) çalışmasında kadın öğrencilerin internette geçirdikleri zamanının erkek öğrencilere göre daha büyük bir kısmını sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirdikleri, internet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında, sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Shoa ve Seif (2014) Tanzanya'da Dodoma Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin



T.C.  
MUGLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı



International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book

sosyal medya uygulamalarını çoğunlukla; iletişim, sınıf aktiviteleri, online öğrenme ve öğretmenlerle iletişim için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dal ve Dal (2014) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri ve sosyal ağ sitesi kullanım alışkanlıklarını incelemiştir. Çalışma sonucunda sosyal ağ sitelerinde günlük geçirilen ortalama süre ile uyumluluk ve deneyimlere açıklık kişilik boyutuna ilişkin ortalama puanlar arasında anlamlı ve doğrusal bir ilişki olduğu, erkek katılımcıların sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri günlük ortalama sürenin kadın katılımcılardan anlamlı olarak fazla olduğunu tespit edilmiştir. Bireylerin kişilik özelliklerine ilişkin ortalama puanlarının sosyal ağ sitesi üyeliği itibarıyla anlamlı olarak farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uysal (2013) meslek lisesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma durumlarını, kullanma amaçlarını ve eğitsel bağlamda kullanılmasına yönelik öğrenci görüşlerini incelediği çalışmada öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma amaçlarının daha çok eski arkadaşları ile iletişim kurmak, ortak ilgi ve gereksinimlere sahip gruplara katılmak ve kısa sürede daha çok bilgi paylaşmak olduğunu belirlemiştir. Çalışmanın bir başka sonucu ise öğrencilere göre sosyal medya siteleri iletişim, sosyalleşme, haberleşme, paylaşım, kendini ifade etme ve psikolojik rahatlama açılarından olumlu etkilere sahipken, gereğinden fazla zaman harcama, ders verimliliğini düşürme, ilginin dağılması, sosyalleşmeyi engelleme açılarından ise olumsuz etkilere sahip olduğu şeklindedir. Erdoğan ve Özgüler (2013) üniversite öğrencilerinin iş başvurularında sosyal paylaşım ağlarını ne ölçüde kullandıklarını ve istihdam beklentilerini inceledikleri çalışmada gençlerin sosyal ağlar aracılığıyla işgücü piyasalarına geçiş yolunu tercih etmeye meyilli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Jackson ve Wang (2013) Çin ve Amerika'da öğrenim gören üniversite öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanımlarında ki kültürel farklılıkları incelemiştir. Çalışmada sosyal medya kullanımında kültürel farklılıklar olduğu ve Amerikalı öğrenciler için sosyal medya sitelerinde daha fazla zaman geçirmenin ve daha fazla arkadaşına sahip olmanın Çinli öğrencilere göre daha önemli olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Öztürk ve Akgün (2012) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin sosyal paylaşım sitelerini yeni arkadaşlar bulmaktan çok var olan arkadaşlıklarını sanal ortamda sürdürmek amacıyla kullandıkları, öğrencilerin sosyal paylaşım sitelerinin olumlu özelliklerini; kendini rahat ifade etme, iletişimi kolaylaştırma; olumsuz özelliklerini ise gereğinden fazla zaman alma, bilgilerinin çalınma ihtimali ve ders çalışma verimliliklerini azaltma olarak belirttikleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Aksüt vd (2012) ilk ve ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada ilköğretim öğrencilerinde görselliğin ön plana çıktığını, ortaöğretim öğrencilerinde ise güvenlik ve internete kolay bağlanabilmenin önemsendiği tespit edilmiştir. Çalışmada ilköğretim öğrencilerinin ana babaların kontrolü konusunda gönülsüz oldukları, orta öğretim öğrencilerinin oyun oynama ve özel resimleri paylaşmayı tercih etmedikleri tespit edilmiştir. Koçer (2012) üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada genel olarak öğrencilerin interneti ve sosyal medyayı sıklıkla kullandıklarını, öğrencilerin fakülte ya da yüksekokulda öğrenim görme, yaş ve sınıf dağılımları itibarıyla internet ve sosyal medya kullanımı arasında farklılığın olmadığını, cinsiyet ve blog sahibi olma durumu ile farklılıkların olduğunu tespit etmiştir. Bostancı (2010) iletişim fakültesi öğrencileri üzerinde uyguladığı çalışmada öğrencilerin en sık kullandıkları sosyal ağın Facebook olduğu ve kullanıcıların sosyal ağları kullanırken öncelikli amaçlarının arkadaşlarla iletişim kurmak yani sosyal çevreden haberdar olma isteği olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



## Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine göre sosyal medya sitelerini kullanım amaçlarının incelenmesidir. Çalışma, gerçekleştirdiği veya gerçekleştireceği faaliyetlerde üniversite öğrencilerini hedef kitle olarak belirlemiş kişi ve kuruluşların üniversite öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanım amaçlarının neler olduğunu bilerek sosyal medya üzerinden bu bilgiye uygun reklam, tanıtım, halka ilişkiler vb. aktiviteler gerçekleştirebilmelerine katkı sağlaması açısından önemlidir.

## Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Üniversitenin Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan alınan bilgiye göre üniversitede 2015-2016 akademik eğitim yılında lisan ve ön lisans düzeylerinde öğrenim gören 10.768 öğrenci bulunmaktadır. Zaman ve maliyet kısıtlarının ana kitleye ulaşmaya engel oluşturmamasından ötürü söz konusu ana kitleyi temsil eden en az örneklem büyüklüğü % 95 güven aralığında ve  $\pm$  % 5 örnekleme hatası ile bu araştırma için 371 olarak tespit edilmiştir (Ural, Kılıç, 2013, s.45). Bu sonuca bağlı olarak anket formları; "Herhangi bir sosyal medya sitesine üyeliğiniz var mı?" ön sorusu sorulan ve "Evet" cevabı alınan kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen 420 öğrenciyi uygulanmıştır. Hatalı veya eksik doldurulan 20 anket formunun analiz dışında tutulmasıyla 400 kullanılabilir anket formu elde edilmiştir.

## Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunun birinci bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 9 soruya yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde Karal ve Kokoç (2010) tarafından geliştirilen ve 14 maddeden oluşan sosyal medya siteleri kullanım amacı ölçeğine yer verilmiştir. Araştırmada katılımcıların önermelerle ilgili görüşlerini 5'li likert tipi ölçekte; (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde belirtmeleri istenmiştir.

## Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik görüşleri için tanımlayıcı istatistikler (frekans ve yüzde dağılımları ve ortalamalar), sosyal medya siteleri kullanım amacı ölçeğinin güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alpha ve sosyal medya kullanım amaçlarının katılımcıların demografik özellikleri itibariyle farklılıklarını belirlemek için de, tek yönlü varyans analizi (one way ANOVA) kullanılmıştır.

## Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde verilerin analiz edilmesiyle elde edilen bulgulara ve bulguların açıklamalarına yer verilmiştir.

## Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1'de katılımcı öğrencilerin demografik özellikleri yer almaktadır.





**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%	Öğrenim Türü	Frekans	%
Kadın	203	50,8	N. Ö.	268	67,0
Erkek	197	49,2	İ. Ö.	132	33,0
Toplam	400	100	Toplam	400	<b>100</b>
Akademik Birim	Frekans	%	Yaş Grubu	Frekans	%
Müh.Fak.	64	16,0	18-21	275	68,8
Fen-Edb.Fak.	62	15,5	22-25	115	28,8
MYO	200	50,0	26 ve üzeri	10	2,5
İ.İ.B.F.	74	18,5	Toplam	400	100
Toplam	400	100	İkamet Edilen Yer	Frekans	%
Genel Not Ortalaması	Frekans	%	Aileyle Birlikte	155	38,8
2,50 ve daha düşük	233	58,3	Öğrenci Yurdu	131	32,8
2,51-3,00 arası	109	27,3	Öğrenci Evi	114	28,5
3,01 ve üzeri	58	14,5	Toplam	400	100
Toplam	400	100	Baba Eğitim Durumu	Frekans	%
Anne Eğitim Durumu	Frekans	%	İlkokul ve altı	147	36,8
İlkokul ve altı	261	65,3	Ortaokul	104	26,0
Ortaokul	67	16,8	Lise ve üzeri	149	37,3
Lise ve üzeri	72	18,0	Toplam	400	100
Toplam	400	100	Aylık Harcama Tutarı	Frekans	%
			400 TL ve daha az	189	47,3
			401-700 TL arası	128	32,0
			701 TL ve üzeri	83	20,8
			Toplam	400	100

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin % 50,8'i kadın, % 68,8'i 18-21 yaş aralığında % 50'si meslek yüksek okulunda, % 67'si ise normal öğretimde öğrenim görmektedirler. Öğrencilerin % 58,3'nün genel not ortalamasının 2,50'den daha düşük olduğu, % 38,8'inin aileleriyle birlikte ikamet ettiği % 47,3'ünün aylık 400 TL ve daha az harcadığı tabloda görülmektedir. Öğrencilerin anne eğitim düzeylerinin dağılımı incelendiğinde % 65,3'ünün ilkokul ve altı, baba eğitim düzeylerinin dağılımı incelendiğinde % 37,3'ünün ise lise ve üzeri düzeyde olduğu görülmektedir.

### Ölçeğin Güvenirliğinin Belirlenmesi

Ölçeğe ait güvenilirlik analizi sonuçları tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Ölçek Güvenirlik Sonuçları

Cronbach Alpha	Önerme Sayısı
0,814	14



Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik testi cronbach alpha güvenilirlik katsayısı analiz edilerek yapılmıştır. 14 önermeden oluşan sosyal medya kullanım amacı ölçeğine ait alpha güvenilirlik katsayısı 0,814 olarak bulunmuştur. Elde edilen sonuç ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2009:405).

### Katılımcıların Önermelere Verdikleri Cevaplar

Tablo 3’de katılımcı öğrencilerin önermelere katılma düzeylerini içeren frekans, yüzde değer ve önermelerin ortalama sıralaması yer almaktadır.

**Tablo 3. Önermelere Verilen Cevaplar**

ÖNERMELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X̄
	F %	F %	F %	F %	F %	
Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum.	28 7,0	20 5,0	30 7,5	170 42,5	152 38,0	4,00
Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.	21 5,3	29 7,3	46 11,5	174 43,5	130 32,5	3,91
Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.	35 8,8	18 4,5	49 12,3	162 40,5	136 34,0	3,87
Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.	32 8,0	39 9,8	75 18,8	150 37,5	154 26,0	3,64
Beğendiğim nesneleri (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.	43 10,8	34 8,5	64 16,0	166 41,5	93 23,3	3,58
Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum.	46 11,5	41 10,3	79 19,8	163 40,8	71 17,8	3,43
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.	38 9,5	59 14,8	82 20,5	136 34,0	85 21,3	3,43
Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.	53 13,3	64 16,0	77 19,3	127 31,8	79 19,8	3,29
İlgimi çeken gruplara katılmak için kullanıyorum.	73 18,3	74 18,5	78 19,5	104 26,0	71 17,8	3,07
İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamalarını incelemek amacıyla kullanıyorum.	61 15,3	74 18,5	90 22,5	117 29,3	58 14,5	3,09
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	79 19,8	89 22,3	79 19,8	94 23,5	59 14,8	2,91
Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.	73 18,3	90 22,5	110 27,5	80 20,0	47 11,8	2,85
Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.	95 23,8	84 21,0	73 18,3	85 21,3	63 15,8	2,84
Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	128 32,0	94 23,5	70 17,5	62 15,5	46 11,5	2,51

Tablo incelendiğinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun ilk sekiz önermeye %80,5 (Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum) ve %51,6



(Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum) oranları arasında katıldıkları anlaşılmaktadır. Önermelerin aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alındığında katılma düzeyinin en yüksek olduğu ilk üç önermenin; “Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum” (4,00), “Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum” (3,91), “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum” (3,87) olduğu görülmektedir. Önermelere katılım düzeyinin en düşük ve kararsıza yakın sonuçların olduğu önermeler ise “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” (2,51), “Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum” (2,84), Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum (2,85) önermeleri olmuştur.

### Demografik Özelliklerle Önermeler Arasındaki ANOVA Analizi

Çalışmanın bu bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerine göre önermelere bakışları varyans analiziyle (ANOVA) incelenmiş ve aralarında istatistiksel açıdan anlamlı sonuçların olduğu demografik özellikler ile önermeler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 4.** Cinsiyete Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

ÖNERMELER	CİNSİYET					
	Kadın (n=203)		Erkek (n=197)		ANOVA	
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	F	Sig.
Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum.	4,09	0,98	3,90	1,27	2,820	0,094***
Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.	3,86	1,03	3,41	1,30	14,375	0,000*
Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.	3,71	1,16	3,44	1,29	4,914	0,027**
Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.	3,42	1,26	3,15	1,34	4,483	0,035**
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	2,67	1,32	3,17	1,33	14,217	0,000*
Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.	2,66	1,36	3,03	1,42	7,021	0,008*
Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	2,18	1,25	2,85	1,41	25,557	0,000*

\* %1 \*\* %5 \*\*\* %10 'da anlamlı.

Tablo 4’de cinsiyete göre sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımsal istatistikler ve varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Tabloya göre kadınlarda 4,09, erkeklerde ise 3,90 ile katılma düzeyinin en yüksek olduğu önerme “Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum” olmuştur. Kadınlarda 2,18 erkeklerde ise 2,85 ile en düşük ortalamaya sahip önerme “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesi olmuştur.

Önerme ortalamalarının gruplar arasında %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak farklılık gösterdiği önermeler “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum”, “Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum”, “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” ve “Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum” önermeleri olmuştur. %5 anlamlılık düzeyinde ortalamaları farklılık gösteren önermeler



ise “Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum” ve “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum” önermeleri olmuştur. %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı olan önerme ise “Mevcut arkadaşlarımla iletişimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum” önermesidir.

**Tablo 5.** Akademik Birime Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

ÖNERMELER	AKADEMİK BİRİM									
	M.F.		F.E.F.		İ.İ.B.F.		M.Y.O.		ANOVA	
	(n=64)		(n=62)		(n=74)		(n=200)			
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	F	Sig.
Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.	3,64	1,23	4,13	0,93	3,68	1,24	3,47	1,20	4,970	0,002*
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.	3,81	1,23	3,58	1,30	3,30	1,11	3,31	1,24	3,350	0,019**
Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.	3,03	1,55	3,40	1,19	3,65	1,18	3,20	1,28	3,196	0,023**
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	3,50	1,26	2,73	1,43	2,58	1,28	2,91	1,33	6,112	0,000*
Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.	3,31	1,37	2,66	1,39	2,46	1,29	2,89	1,42	4,751	0,003*
Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	3,11	1,46	2,37	1,48	2,22	1,27	2,47	1,30	5,625	0,001*

\* %1 \*\* %5 de anlamlı

Tablo 5’de öğrenim görülen akademik birime göre sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımsal istatistikler ve varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde mühendislik fakültesinde en düşük ortalamanın “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum” önermesi, fen-edebiyat fakültesinde, iktisadi ve idari bilimler fakültesinde ve meslek yüksekokulunda “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesi olduğu görülmektedir. En yüksek ortalama fen-edebiyat fakültesi, iktisadi ve idari bilimler fakültesi ve meslek yüksekokulu gruplarında “Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum” önermesinde görülürken mühendislik fakültesinde “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum” önermesinde görülmektedir.

Varyans analizi sonuçlarına göre “Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum”, “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum”, “Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum”, ve “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermelerinde grup ortalamaları %1’de istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum” ve “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma



yapmak için kullanıyorum” önermelerinde ise grup ortalamaları %5 de istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki tabloda varyans analizinde grup sayısı ikiden fazla olduğu için hangi grup ortalamalarının birbirinden farklı olduğunu belirlemek adına çoklu karşılaştırma testi olan LSD testine başvurulmuştur. Çoklu test karşılaştırma sonuçlarına göre “Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum” önermesi için fen-edebiyat fakültesi ortalaması meslek yüksekokulu ortalamasından %1 de mühendislik fakültesi ve iktisadi ve idari bilimler fakülteleri ortalamalarından da %5 de anlamlı farklılık göstermektedir. “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum” önermesinde mühendislik fakültesi ortalaması %1 de meslek yüksekokulundan %5 de ise iktisadi ve idari bilimler fakültesi ortalamalarından farklılık göstermektedir. “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum” önermesinde iktisadi ve idari bilimler fakültesi ortalaması mühendislik fakültesi ortalamasından %1 de meslek yüksekokulu ortalamasından ise %10 da farklılık göstermektedir. “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” önermesinde mühendislik fakültesi ortalaması her üç grubun ortalamalarından da %1 de farklılık göstermektedir. “Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde mühendislik fakültesi ortalaması %1 de fen-edebiyat fakültesi ile iktisadi ve idari bilimler fakültesi ortalamalarından %5 de ise meslek yüksekokulu ortalamasından anlamlı farklılık göstermektedir. “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde mühendislik fakültesi ortalaması her üç grubun ortalamalarından da %1 de farklılık göstermektedir.

**Tablo 6.** Anne Eğitim Düzeyine Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

ÖNERMELER	ANNE EĞİTİM DÜZEYİ							
	İlkokul ve altı (n=64)		Ortaokul (n=62)		Lise ve üzeri (n=74)		ANOVA	
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	F	Sig.
Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.	3,80	1,25	4,15	0,973	3,83	1,08	2,334	0,098***
Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum.	3,34	1,26	3,72	1,11	3,47	1,12	2,527	0,081***
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	2,84	1,35	3,27	1,23	2,85	1,41	2,809	0,061***
Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.	2,80	1,26	3,19	1,20	2,69	1,27	3,276	0,039**
Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.	2,69	1,42	3,24	1,36	3,01	1,30	4,736	0,009*

\* %1 \*\* %5 \*\*\* %10 da anlamlı

Tablo 6’da anne eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımsal istatistikler ve varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde en düşük ortalamalar ilkokul ve altı, ortaokul ve lise ve üzeri gruplarda “Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum” önermesinde görülmektedir. En yüksek ortalamalar ise ilkokul ve altı, ortaokul ve lise ve üzeri gruplarda “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum” önermesinde ortaya çıkmıştır.



Varyans analizi sonuçlarına göre “Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde grup ortalamaları %1’de, “Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum” önermesinde %5 de ve “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum”, “Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum” ve “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” önermelerinde %10 da istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Çoklu test karşılaştırma sonuçlarına göre “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum” ve “Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum” önermelerinde ortaokul mezunu grup ortalaması ilkokul ve altı grubun ortalamasından %5 de anlamlı farklılık göstermektedir. “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” önermesi için ortaokul mezunu grup ortalaması ilkokul ve altı grubun ortalamasından %5 de lise ve üzeri mezunu grup ortalamasından ise %10 da anlamlı farklılık göstermektedir. “Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum” önermesi için ortaokul mezunu grup ortalaması lise ile ilkokul ve altı grupların ortalamasından %5 de “Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde ortaokul mezunu grup ortalaması ilkokul ve altı grup ortalamasından %1 de lise mezunu grup ortalaması ise ilkokul ve altı grup ortalamasından %10 da istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 7.** Baba Eğitim Düzeyine Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

BABA EĞİTİM DÜZEYİ									
ÖNERMELER	İlkokul ve altı		Ortaokul		Lise ve üzeri		ANOVA		
	(n=147)		(n=104)		(n=149)				
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	F	Sig.	
Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum.	3,24	1,30	3,48	1,166	3,58	1,16	3,105	0,046**	
İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamalarını incelemek amacıyla kullanıyorum.	3,05	1,30	2,88	1,193	3,28	1,32	2,938	0,054***	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	2,67	1,32	3,07	1,346	3,04	1,37	3,680	0,026**	
Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	2,27	1,29	2,38	1,360	2,83	1,41	6,908	0,001*	

\* %1 \*\* %5 \*\*\* %10 da anlamlı

Tablo 7’de baba eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımsal istatistikler ve varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde en yüksek ortalamalar ilkokul ve altı, ortaokul, lise ve üzeri gruplarda “Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum” önermesinde görülmektedir. En düşük ortalamalar ise ilkokul ve altı, ortaokul, lise ve üzeri gruplarda “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde ortaya çıkmıştır.



Varyans analizi sonuçlarına göre grup ortalamaları “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde %1 de “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” ve “Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum” önermelerinde %5 de “İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamlarını incelemek amacıyla kullanıyorum” önermesinde ise %10 da istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

Çoklu test karşılaştırma sonuçlarına göre lise ve üzeri grup ortalaması “Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkânı sunduğu için kullanıyorum” önermesinde ilkökul ve altı grup ortalamasından “İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamlarını incelemek amacıyla kullanıyorum” önermesinde ise ortaokul mezunu grup ortalamasından %5 de anlamlı farklılık göstermektedir. “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” önermesinde lise ve üzeri grup ile ortaokul mezunu grup ortalamaları ilkökul ve altı grup ortalamasından %5 de anlamlı farklılığa sahiptir. “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde ise lise ve üzeri grup ortalaması ortaokul mezunu ile ilkökul ve altı grup ortalamalarından %1 de istatistikî olarak anlamlı farklılığa sahiptir.

**Tablo 8.** Aylık Harcama Miktarına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

ÖNERMELER	AYLIK HARCAMA MİKTARI							
	400 TL ve daha az (n=189)		401-700 TL arası (n=128)		701 TL ve üzeri (n=183)		ANOVA	
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	F	Sig.
Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.	3,94	1,08	4,03	0,96	3,64	1,25	3,462	0,032**
Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.	3,87	1,18	4,02	1,10	3,61	1,30	2,898	0,056***
Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.	3,68	1,17	3,69	1,17	3,19	1,39	5,253	0,006*
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	2,79	1,27	2,88	1,41	3,23	1,40	3,055	0,048**
Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	2,33	1,32	2,53	1,36	2,89	1,44	4,952	0,008*

\* %1 \*\* %5 \*\*\* %10 da anlamlı

Tablo 8’de aylık harcama miktarına göre sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımsal istatistikler ve varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde en yüksek ortalamaların 400 TL ve daha az, 401-700 TL arası ve 701 TL ve üzeri gruplarda “Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde olduğu görülmektedir. En düşük ortalamalar ise ilkökul ve altı, ortaokul, lise ve üzeri gruplarda “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde ortaya çıkmıştır.



Varyans analizi sonuçlarına göre grup ortalamaları “Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum” ve “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.” önermelerinde %1 de “Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum” ve “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” önermelerinde %5 de “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum” önermesinde ise %10 anlamlılık düzeyinde istatistikî olarak anlamlıdır.

Çoklu test karşılaştırma sonuçlarına göre 401-700 TL arası ile 400 TL ve altı grup ortalamaları “Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde 701 TL ve üzeri grup ortalamasından %5 de anlamlı olarak farklıdır. “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum” önermesinde 401-700 TL arası grup ortalaması 701 TL ve üzeri grup ortalamasından %5 de “Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum” önermesinde ise 401-700 TL arası ile 400 TL ve altı grup ortalamaları 701 TL ve üzeri grup ortalamasından %1 de istatistikî olarak anlamlı farklılık göstermektedir. “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum” önermesinde 701 TL ve üzeri grup ortalaması 400 TL ve altı grup ortalamasından %5 de 401-700 TL arası grup ortalamasından ise %10 da anlamlı farklılık göstermektedir. “Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum” önermesinde 701 TL ve üzeri grup ortalaması 400 TL ve altı grup ortalamasından %1 de 401-700 TL arası grup ortalamasından ise %10 da anlamlı farklılık göstermektedir.

## Sonuç

Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanım amaçlarının incelendiği bu çalışmanın amacı öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarının bazı demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğrencilerine uygulanan anketten elde edilen verilere göre çalışmada;

- Öğrencilerin sosyal medyayı en çok mevcut arkadaşlarıyla iletişimlerini devam ettirmek, güncel farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak ve eski arkadaşlarıyla tekrar iletişime geçmek amaçlarıyla kullandıkları,
- Cinsiyet, anne ve baba eğitim düzeyi, öğrenim görülen fakülteye göre öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarında farklılıklar bulunduğu,
- Erkek öğrencilere göre kadın öğrencilerin sosyal medyayı eğitim amaçlı daha çok kullandığı, kadın öğrencilere göre ise erkek öğrencilerin sosyal medyayı daha çok yeni insanlarla iletişime geçmek için kullandıkları,
- Sosyal medyayı Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin diğer birimlere göre farklı kültürden insanlarla ve yeni insanlarla tanışmak amaçlı daha çok kullandığı,
- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin sosyal medyayı proje/ödev araştırması yapmak amacıyla diğer birimlere göre daha çok kullandığı,
- Anne eğitim düzeyi ortaokul olan öğrencilerin diğer gruplara göre farklı kültürden insanlarla tanışmak amacıyla sosyal medyayı daha çok kullandığı,
- Baba eğitim düzeyi lise ve üzeri olan öğrencilerin diğer gruplara göre kendine özgü alan yaratma imkânı sağladığı için sosyal medyayı daha çok kullandığı,
- Aylık harcama miktarı 701 TL ve üzeri olan öğrencilerin diğer gruplara göre yeni insanlarla tanışmak ve diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla daha çok kullandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.





## Kaynakça

Aksüt, M., Ateş, S., Balaban, S., Çelikkanat, A. (1-3 Şubat 2012). İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği). XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri Uşak Üniversitesi, Uşak.

Bilen, K., Ercan, O., Gülmez T. (2014) Sosyal Ağların Kullanım Amacı ve Benimsenme Süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 115-123.

Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Dal, N. E., Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (11), 144-162.

Erdoğan, N. K., Özgüler, V. C. (2013). Sosyal Ağlarının Üniversite Öğrencilerinin İstihdam Beklentilerine Etkisinin Araştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Eyi 2013 Özel Sayısı, 577-585.

Erol, G., Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (11), 804-812.

Eröz, S. S., Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 133-157.

Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F. İ., Kurt, A. A. (2014). BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal Of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3 (2), 17-28.

Jackson, L. A., Wang, J. (2013). Cultural Differences In Social Networking Siteuse: A Comparative Study Of China And The United States. *Computers In Human Behavior*, 29(3), 910- 921.

Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil: Ankara.

Kamiloğlu, F., Yurttaş, Ö. U. (2014). Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 129-150.

Karal, H., Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Turkish Journal Of Computer And Mathematics Education*, 1 (3), 251-263.

Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 70-85.

Otrar, M., Argın, F. S. (2014). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 1-13.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Öztürk, M., Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2 (3), 49-67.

Shao, D., Seif, H. (2014). Exploitation of Online Social Networks (OSNs) among University Students: A Case Study of the University of Dodoma. *International Journal of Computer Applications*, 94 (12), 10-14.

Tanrıverdi, H., Sağır, S. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 775-822.

Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi* (17), 851-870.

Toğay, A., Akdur, T.E., Yetişken, İ. C., Bilici, A. (28-30 Ocak 2013). Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyim. *XIV. Akademik Bilişim Konferansı*, Antalya.

Ural, A., Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi Detay Yayıncılık: İstanbul.

Ustakara, F., Türkoğlu, E. (2015). Y Kuşağının Bir Gözetim Mekanizması Olarak Sosyal Ağlar Üzerine Algısı: Gaziantep Üniversitesi Araştırması. *Turkish Studies Dergisi* 10 (10), 939-958.

Utku, M. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Vatandaşlık ve Sosyal Medya (Sosyal Ağ) Vatandaşlık Algısının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Erzincan.

Uysal, S. (2013). Meslek Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Eğitsel Sosyal Medya Kullanımlarının Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstanbul.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Üniversite Gençliğinin Örgütsel Sorunları ve Baş Etme Yolları: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi Üzerine Bir Araştırma***

**Cemil Gündüz<sup>1</sup> Harun Keskin<sup>2</sup> Levent Karadağ<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Gaziosmanpaşa Üniversitesi Niksar Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tokat, cemilgunduz48@gmail.com

<sup>2</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla

<sup>3</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Datça Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu, Muğla

### **Özet**

Üniversite dönemi, öğrenciler için bir taraftan gelişimsel olarak kimlik kazanma çabalarına devam edilen; diğer taraftan ise üniversite hayatının beraberinde getirdiği problemler ile mücadele edilmeye çalışılan hassas bir dönemdir. Bu araştırmanın amacı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrencilerinin sosyal problemlerini tespit ederek, bu problemlere çözüm önerileri geliştirmektir. Bu bağlamda Üniversitelerarası Kurul tarafından hazırlanan Üniversiteler Öğrenci Konseyi Yönetmeliği ile Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi Yönergesi incelenerek öğrenci temsilcileriyle yüz yüze ve telefonla görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca, bu çalışmada öğrenci temsilcileri ve üniversite yönetimi arasındaki iletişim kanalları da ele alınmıştır. Ülkemizin geleceğinin inşa edildiği üniversitelerde gençliğin yetiştirilmesi ve sorunlarının çözülmesi hususunda bu tür sivil örgütlerin önemli bir yeri vardır. Bu sebeple binlerce öğrencinin bir arada eğitim gördüğü bu kurumlarda, problemleri anında iletmek ve güncel çözümler üretmek açısından Öğrenci Konseyleri'nin etkinliğinin artırılması yerinde olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Gençlik, Üniversite Gençliği, Muğla, Öğrenci Konseyi

### ***Organizational Problems Of College Youth And Ways Of Coping: A Study On Muğla Sıtkı Koçman University Student Council***

#### **Abstract**

University period, as a way for students with developmental continued its efforts to identity; on the other hand, in seeking to tackle the issues brought about by the university life is a sensitive period. The purpose of this study the social problems of Muğla Sıtkı Koçman University students to identify and develop recommendations for solutions to these problems. In this context, the University prepared by the Interuniversity Student Council with Muğla University Student Council is examining student representatives made their face -to-face and telephone interviews . Additionally, in this study, communication channels between student representatives and the university administration are also discussed. The future of our country is built where the universities, with regard to the solution of the problems of youth upbringing and such civil organizations has an important role. For this reason, thousands of students are educated together in institutions where those problems and solutions to increase the effectiveness of student councils in terms of current instantly convey it would be appropriate.

**Keywords:** Youth, University Youth, Muğla, Student Council



## Giriş

Üniversiteler; öğrencilerin yalnızca derslere girip çıktığı bir ortam olmayıp aynı zamanda kendini tanıdığı, bilgi ve kültür ile yoğrularak kendini geliştirdiği ve sosyalleştirdiği en önemli mecralardan birisidir. Bu kapsamda üniversite yaşamı; akademik ve idari ilişkilerin yanı sıra sosyal ilişkileri de kapsayan karmaşık ve çok geniş bir alanı içine alır.

Bu alanda öğretim elemanları, yöneticiler, idari personel ve öğrenciler birbirleriyle etkileşim halinde bulunmaktadır. Üniversitede geçirilen yıllar, öğrencilerin eğitimsel, sosyal ve kişisel yaşamlarında önemli değişimler yaratan yıllardır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal problemleri üzerinde durulmaktadır.

Türkiye’de öğrenciler, üniversitede öğrenim görebilmek için zorlu bir yarıştan geçmek durumundadır. Öğrencinin üniversitede bir eğitim programında okuma fırsatını kazanması; öğrenci ve ailesi tarafından neredeyse öğrencinin “hayatının kurtarılması” olarak algılanmaktadır (Gündoğar, vd., 2007). Buna karşın öğrenciler üniversiteye girdikten sonra birtakım hayal kırıklıkları yaşamaktadır. Üniversiteden beklentilerinin karşılanmaması, öğrencilerin yaşadıkları en önemli hayal kırıklıklarından birisidir. Öğrencilerin üniversitede gördükleri öğretimin lisede gördükleri öğretimden çokta farklı olmadığını görmesi; öğrencilerin güdü, üniversiteye ve alana karşı tutum, bakış, ilgi gibi duyuşsal özelliklerini olumsuz yönde etkilemektedir (Ün-Açıkgöz ve Açıkgöz, 1992).

Çalışmanın başlangıcında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrenci konseyi yönetmeliğini incelenmiştir. Bu yönetmeliğin amacı; üniversitelerin ön lisans ve lisans programlarına kayıtlı öğrencilerin eğitim, sağlık, spor ve kültürel ihtiyaçlarının karşılanmasında öğrencilerin görüşlerini belirleyerek, yönetim organlarına bildirilmesi ve yönetim organları ile öğrenciler arasındaki iletişimi oluşturmak amacı ile kurulacak olan Öğrenci Konseyi’nin kuruluş ve çalışma esaslarını düzenlemek olarak belirtilmiştir. Ayrıca bu çalışmada öğrencilerin sosyal problemleri ve çözüm önerilerini tespit etmek için öğrenci temsilcileriyle (fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulları) görüşmeler yapılmıştır.

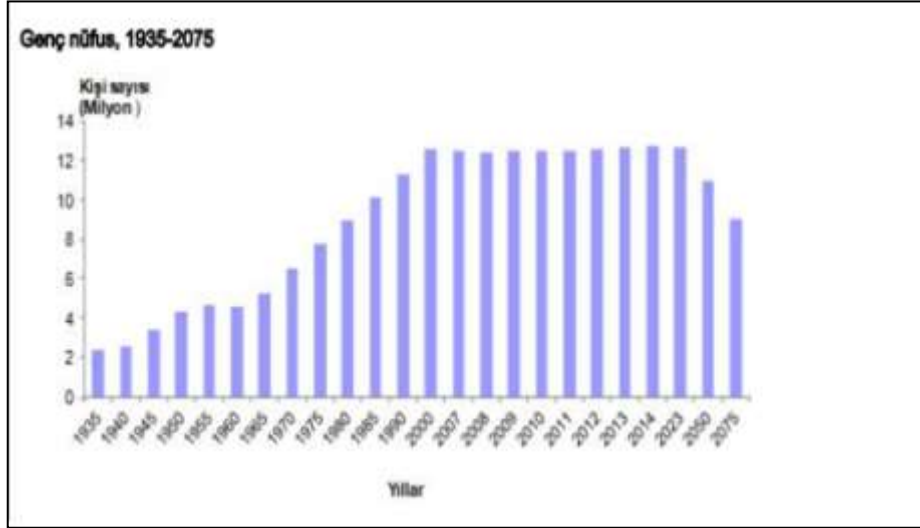
## Üniversite Gençliği

Gençlik, yapısı itibarı ile toplumun en dinamik ve değişime en açık kesimidir. Dünyanın köklü bir değişim ve sürekli bir gelişim içerisinde bulunduğu 21. yüzyılın başında yaşanan dönüşümlerden ve bu süreçte ortaya çıkan problemlerden en fazla etkilenenlerin başında da gençler gelmektedir. Bilimin ve teknolojinin hızla ilerlediği, nitelikli insan gücünün her zamankinden fazla önem kazandığı bir çağda, nitelikli, öz güveni yüksek ve toplumsal sorumluluklara duyarlı bir genç nüfus, bütün toplumlar için paha biçilemez değerdedir.

Gençlikle ilgili çalışmalarda gençliğin yaş aralığı konusunda farklı yaklaşımlar benimsenmektedir. Eurostat verilerine göre genç tanımı 15-24 yaş grubunu kapsamaktadır. Alt gruplar olarak da 15-19 ve 20-24 yaş aralığı alınmaktadır. Ancak dünya genelinde ve Türkiye’de 15-24 yaş grubunun eğitimde kalma süresi uzamıştır. Bu sebeple de birçok uluslar arası çalışmada ve istatistikte 25-29 yaş grubu; genç yaş grubu içinde ele alınmaktadır (Yentürk, 2006:3).

Toplumun en dinamik olan kesiminin belirlenip, sorunlarının ortaya çıkarılması için çok yönlü bilimsel araştırmalara gereksinim duyulmaktadır (Aksu, 1992:198). Türkiye’de bu konudaki araştırmalar istenilen sayıda değildir. Bunlara örnek olarak; "Üniversite

Öğrencilerinin Serbest Zaman Faaliyetleri" (Abadan, 1961); "Yurtlarda Kalan Yüksek Öğretim Gençlerinin Başlıca Problemleri" (Baymur, 1969); "Öğrenci Ayaklanmaları" (Kışlalı, 1974); "Gençlerimiz ve Sorunları" (Ekşi, 1982); "Yüksek Öğretim Öğrencilerinin Serbest Zaman Etkinlikleri, Kendilerini Gerçekleştirme Düzeyleri" (Gökmen vd. 1985); "Yüksek Öğretim Gençliğinin Sorunları Üzerine Bir Çalışma" (Aksu, 1992); "Fırat Üniversitesi Öğrencilerinin, Bazı Özellikleri ve Sorunları" (Güçlüol, 1992), "Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma" (Bayhan, 1997), "Gençlik Sorunları: Siirt İli Örneği" (Cafoğlu, 2013), vb. araştırmaları vermek mümkündür.



**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu (2015)

Türkiye nüfusunun (77 milyon 695 bin 904 kişi) %16,5'ini "15-24" yaş grubundaki genç nüfus (12 milyon 782 bin 381 kişi) oluşturmaktadır. Genç erkek nüfus genç nüfusun %51,2'sini, genç kadın nüfus ise %48,8'ini oluşturmaktadır.

Yukarıdaki grafikte de görüldüğü üzere 1935'li yıllarda başlayan genç nüfus artışı 2000'li yıllara geldiğinde durmuştur. Grafiğin devamı incelendiğinde ise 2050 yılında kadar duraklama, 2050'den sonra ise genç nüfusta bir düşüş öngörülmektedir. Ayrıca TÜİK (2015) verilerine göre Türkiye'de 2013/14 öğrenim döneminde yükseköğretim okullaşma oranı bir önceki yıla göre 1,4 puan artış göstererek %39,9'a yükselmiştir. Erkeklerde önceki yıla göre bu oran önemli bir değişim göstermezken kadınlarda 2,3 puan artış göstererek %40,9 olmuştur.

YÖK verilerine göre yükseköğretim kurumlarında okuyan öğrenci sayısı 6 milyon 62 bin 886'dır. Bunun 5 milyon 615 bin 293'ü devlet üniversitelerinde, 447 bin 593'ü ise vakıf üniversitelerinde öğrenim görmektedir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) 2014-2015 istatistiklerine göre geçen yıl lisans, önlisans, açıköğretim, yüksek lisans ve doktora dâhil yükseköğretim kurumlarında okuyan öğrenci sayısı 5 milyon 472 bin 521 iken bu yıl sayı 6 milyon 62 bin 886 olmuştur. Öğrencilerin 3 milyon 276 bin 658'ini erkek, 2 milyon 786 bin 228'ini ise kızlar oluşturmaktadır.

### Üniversite Gençliğinin Örgütsel Sorunları

Türkiye'de gençliğin sorunları üzerine birçok araştırma yapılmış, zaman içerisinde gençliğin yapısı ve sorunları dünyanın sosyokültürel ve ekonomik değişim sürecine göre farklılık göstermiştir. Bu bakış açısına göre Tezcan (1999) 1923'lü yıllarda gençliği



modernleşmeci ve yenilikçi; 1950'li yıllarda çoğulcu ve demokrasiden yana; 1960'lı yıllarda yenilikçi; 1970'li yıllarda politize gençlik; 1980'li yıllarda tüketici; 1990'lı yıllarda ise politik, şiddet eğilimli ve global yönelimli olarak değerlendirmiştir. Gazi Üniversitesi (2003) tarafından 2002 yılında yapılan ve 37.680 üniversiteli gencin katıldığı araştırma sonuçlarına göre ise gençlerin bireysel duyarlılıkları toplumsal duyarlılıklara göre daha baskın bir hal almıştır. Zaman içerisinde gençlerin değişen profili ile beraber problemleri de değişiklik göstermiştir.

Ekşi (1982) 1976 yılında 4318 üniversite öğrencisine anket uygulamıştır. Silahlı eylemlerin en yoğun olduğu yıllarda yapılmış bu araştırmada öğrencilerin en büyük çoğunluğunun sorunu, üniversitedeki ideolojik çatışmalardır. Erkeklerin %69,4'ü kızların %70,9'u üniversite olaylarından huzursuzluk duyduklarını belirtmişlerdir. Yine aynı araştırma kapsamı içinde tam istediği bölümde Öğrenim gördüklerini söyleyen öğrenciler sadece %39,8'dir.

Zaman içinde lise öğrencilerine verilen mesleki rehberlik hizmetleri artmıştır. Bunun olumlu sonuçları, yapılan araştırmalarla ortaya çıkmaktadır. Nitekim YÖK (1997) tarafından 80.000 üniversite öğrencisine uygulanan anket sonucunda üniversite öğrencilerinin %76'sının halen öğrenim gördükleri programdan memnun oldukları ortaya çıkartılmıştır.

Görüldüğü üzere, üniversite öğrencilerinin sorunları yıllar içerisinde farklılıklar göstermektedir. Ancak genel olarak kültürel/boş zaman ve ekonomik sorunların en sık rastlanan sorunlar olduğu görülmektedir. Özellikle ekonomik sorunlar günümüz gençliği için de büyük bir sorun oluşturmaktadır. Bu nedenle kredi ve burslar öğrenciler için önemli bir katkıdır. Bugüne kadar gençlerin sorunları ile ilgili çeşitli gençlik gruplarını içine alan birçok araştırma yapılmıştır. Ancak yaşam şartlarının günden güne değişmesi, nüfustaki farklılaşmalar ve genç nüfusun artışıyla beraber gençlerin sorunları da değişim göstermektedir. Bu araştırma, 2016 yılında üniversite gençliğinin problemlerini a) gençlerin ekonomik sorunları b) yaşam/sağlık sorunları c) psiko-sosyal sorunlar d) kültürel/boş zaman değerlendirmesi konusunda rastlanan sorunlar e) akademik sorunlar olarak beş farklı açıdan ortaya çıkartmak amacıyla MSKÜ öğrenci Konseyi'nin desteğiyle yapılmıştır.

### Üniversite Öğrenci Konseyleri

Üniversite Öğrenci Konseyleri, Yükseköğretim Kurulu tarafından 2005 yılında yeni bir yönetmelikle faaliyete geçirilmiştir. Bu yönetmeliğin amacı; Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarına kayıtlı öğrencilerin sağlık, eğitim, spor ve kültürel ihtiyaçlarının karşılanması ve geliştirilmesinde haklarını gözetmek, ulusal çıkarlar konusunda duyarlı olmalarını sağlamak, yükseköğretim kurumları yönetim organları ile öğrenciler arasında etkili bir iletişim kurarak öğrencilerin beklenti ve isteklerini yönetim organlarına iletmek ve öğrencilerin eğitim-öğretim konusundaki kararlara katılımını sağlamak amacıyla oluşturulacak Yükseköğretim Kurumları Öğrenci Konseyleri ile bunları ulusal ve uluslararası düzeyde temsil etmek için Yükseköğretim Kurumları Ulusal Öğrenci Konseyinin kuruluş, görev, yetki ve çalışma esaslarını düzenlemektir.

Öğrenci Konseyleri Yönetmeliğine göre, üniversite yönetiminde öğrenci temsilcilerinin belirlenen düzeyde bazı kurullara katılması ve öğrenci sorunlarına çözüm aranması veya öğrencileri ilgilendiren konularda görüş belirterek öğrencilerle yönetim arasında iletişim kurulması amaçlanmaktadır (YÖK, 2005). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi Yönergesinde de Konseyin amacı (MSKÜ, 2016); “Üniversiteye kayıtlı



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



öğrencilerin eğitim, sağlık, spor ve kültürel ihtiyaçlarının karşılanması ve geliştirilmesinde haklarını gözetmek, ulusal çıkarlar konusunda duyarlı olmalarını sağlamak, fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu veya enstitü yönetim organları ile öğrenciler arasında etkili bir iletişim kurarak öğrencilerin beklenti ve isteklerini yönetim organlarına iletmek ve öğrencilerin eğitim-öğretim konusundaki kararlara katılımını sağlamak” şeklinde ifade edilmektedir. Ayrıca bu yönetmelik; Türkiye'deki Üniversiteler ile Yüksek Teknoloji Enstitülerindeki ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerini temsil etme yetkisiyle kurulacak olan Yükseköğretim Kurumları Öğrenci Konseyleri ve Yükseköğretim Kurumları Ulusal Öğrenci Konseyinin kuruluş, görev, yetki ve çalışma esaslarına ilişkin hükümleri de kapsamaktadır.

Ulusal Öğrenci Konseyi'nin misyonunu incelediğimizde; başta yüksek öğretim gençliği olmak üzere, ülkemiz gençliğinin eğitim imkânlarını en iyi derece ve en kolay şekilde kullanmalarına olanak sağlamak üzere temsil gücü en yüksek, üniversitelerde ve ulusal bazda karar alma mekanizmalarının içinde öğrenciler adına fikir beyan edebilen ve inisiyatif kullanabilen en iyi Türkiye Öğrenci Konseyi ve Üniversite Öğrenci Konseyleri yapısını oluşturmak ve bu yapıyı kurumsal bir şekilde yürüterek tüm öğrencilerin katılımına açmak şeklinde deklere edilmiştir. Vizyon bağlamında baktığımızda ise; akademik, bilimsel ve sosyal açıdan ülke gençliğini en ileri seviyeye en demokratik yolla ulaştırmak bunu yaparken, uluslararası öğrenci ve gençlik organizasyonlarıyla iletişim ve işbirliği içerisinde olmak; ileri vadede ise Dünya Öğrenci Birliğinin kurulmasını sağlamak ve buna liderlik etmek olarak belirlenmiştir (UÖK, 2006).

Öğrenci temsilcilerinin seçiminin de yönetmeliğe göre yapıldığı bu konseyde; bir yükseköğretim kurumunda Öğrenci Konseyi üyelerinin belirlenmesi ve organlarının oluşturulması için yapılacak seçimler, ilgili yükseköğretim kurumu rektörlüğü tarafından belirlenen bir süre ve program içerisinde ilgili yılın Kasım ayında gerçekleştirilmektedir. Bu süre ve program içerisinde yapılan seçimlerde, bir birimde herhangi bir nedenle sonuç alınamaz ise, o birimde temsilci seçilmemiş olur. Öğrenci temsilciliklerine aday olacak öğrenciler, seçim tarihinden en az bir hafta önce adaylıklarını ilan ederler ve seçimlerin yapılacağı tarihten bir önceki günün mesai bitimine kadar seçim kampanyasını yürütebilirler.

Bununla birlikte Şahin (2005) tarafından yapılan araştırmada öğrencilerin karar alma sürecine katılmaları yönünde Üniversite Öğrenci Konseyinin varlığı öğrenciler tarafından anlamlı bulunmuştur. Bu araştırma sonuçlarına göre öğrenciler karara katılma konusunda sadece öğrencileri doğrudan ilgilendiren konularda ve sadece çağrılı olarak kurullara katılabildiklerini, oysa program hazırlama gibi kendilerini en çok etkileyen konularda ve yönetimin farklı kararlarında da söz sahibi olmak istediklerini belirtmişlerdir. Bazı birimlerde öğrenci temsilcilerine daha fazla söz hakkı verilirken bazılarında bu fırsat yeterince tanınmamaktadır (Şahin, 2005).

### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi'nde görev yapan fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulu temsilcilerinin perspektifinden, üniversite gençliğinin yaşadıkları problemleri ve bu problemlerle baş etmek için kullandıkları yöntemleri ortaya koymaktır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere MSKÜ Konsey temsilcilerine aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

1.Görev yaptığımız süre içerisinde okulunuzdaki öğrencilerin karşılaştığı en yaygın problem nedir?



- 2.Öğrenci Konseyi'nin okul yönetimi üzerinde etkili bir örgüt olduğunu düşünüyor musunuz?
- 3.Muğla il sınırları içerisinde veya şehir dışında herhangi bir organizasyonunuz oldu mu?
- 4.Okul yönetiminden gerekli ekonomik ve teknik destek alabildiniz mi?
- 5.Öğrenci Konseyi olarak sosyal sorumluluk projelerinde yer aldınız mı?
- 6.Temsilci seçimlerinin adil ve demokratik bir şekilde yapıldığını düşünüyor musunuz?
- 7.Üniversite senatosunda yeterli söz hakkı buldunuz mu? (Konsey Başkanı ve Başkan Yardımcısı)
- 8.Okul yönetimine istediğiniz zaman rahat bir şekilde ulaşabildiniz mi?
- 9.Kampüste gerçekleşen sosyal ve kültürel programlara katılma imkânı buldunuz mu? (İlçelerde bulunan okul temsilcileri)
- 10.Okulunuzda size ait bir toplantı odası mevcut mu?
- 11.Görev süreniz boyunca karşılaştığınız problemlerin çözümünde en çok benimsediğiniz yöntem nedir?
- 12.Üniversite öğrencileri Öğrenci Konseyini bir problem çözme makamı olarak görüyor mu?

Alınan cevaplar sistematik olarak gruplandırılmış ve üniversite öğrencilerinin yaşadıkları problemler saptanmıştır. Ardından Konsey temsilcilerinin vermiş oldukları cevaplar ışığında bu problemlerin çözümüne yönelik “başa çıkma” yolları irdelenmiştir.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma, nitel bir araştırma özelliğini taşımaktadır. Nitel araştırmalar; gözlem, görüşme ve doküman analizi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 39). Nitel çalışmaların en önemli özelliklerinden birisi araştırılan konuyla ilgili derinlemesine bilgi elde edilmesine olanak tanınmasıdır. Nitel teknikler, araştırmacının başkalarını anlama ve kavramlarını paylaşmalarını ve insanların günlük yaşantılarını nasıl yapılandırıp anlam verdiğini araştırmalarını sağlar (Berg ve Lune, 2015: 25).

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak birden fazla yöntemden yararlanılmıştır. Çünkü araştırmada birden fazla veri toplama yönteminin kullanılması araştırma bulgularının daha güvenilir ve kapsamlı olmasını sağlayacaktır (Rabson, 2002: 215; Veal, 2006: 128). Bu bağlamda araştırmada doküman incelemesi ve görüşme yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Bu yöntemlerin seçilmesinin nedenleri arasında;

- Doküman incelemesinin, araştırma konusunun geçmişine veya tarihsel sürecine ışık tutması ile birlikte araştırma problemine ilişkin yazılı ve görsel dokümanların incelenerek daha zengin ve kapsamlı bir çıkarım yapılmasını sağlaması (Baş ve Akturan, 2008: 117),
- Görüşme yönteminin, sosyal bilimlerde yapılan özellikle nitel araştırmalarda çok sık kullanılan bir yöntem olmasının yanı sıra bireylerden deneyimlerine, görüşlerine, tutumlarına, duygularına ilişkin





bilgi elde etmede oldukça etkili bir yöntem olması (Briggs, 1997: 45 ve Mil, 2007: 3),

- Bu bağlamda öncelikle Ulusal Öğrenci Konseyi Yönetmeliği ile ilgili literatür taraması yapılmış ve daha önce yapılmış olan çalışmalar incelenmiştir. Literatür taraması yapıldıktan sonra doküman incelemesi kapsamında;
- Öğrenci Konseyleri ile ilgili yönetmelikler, internet siteleri ve faaliyet raporları vb. incelenmiştir;
- Bunun yanında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi faaliyetleri hakkında basında yer alan haberler taranmıştır;
- Diğer taraftan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Hakları Beyannamesi incelenmiştir;

Görüşme kapsamında ise literatür taraması ve doküman incelmesi yönteminden elde edilen verilerden yola çıkılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Bu formda; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi'nde görev yapan fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulu temsilcilerinin yaşadıkları problemleri ve bu problemlerle baş etmek için kullandıkları yöntemlerin tespiti hakkında veri toplamayı amaçlayan sorulara yer verilmiştir. Yarı yapılandırılmış soru formu oluşturulduktan sonra, bu soru formunda yer alan sorular çerçevesinde Konsey Başkanı, Konsey Yönetimi, Fakülte, Yüksekokul Ve Meslek Yüksekokulu Temsilcileri ile 28 Nisan 2016 ile 9 Mayıs 2016 tarihleri arasında görüşmeler yapılmıştır.

### **Evren ve Örneklem**

Bu çalışmanın evrenini, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi bünyesindeki Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksek Okullarında 2015-2016 öğretim yılında kayıtlı olan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu çalışmanın örneklemini, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi bünyesindeki Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksek Okullarında 2015-2016 öğretim yılında görev yapan öğrenci temsilcileri oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nin 19 fakülte, 4 yüksekokul, 13 meslek yüksekokulu temsilcisinden toplam 27 öğrenci temsilcisiyle görüşülmüştür. Görüşmeler yüz yüze ve mail yoluyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde ulaşılamayan öğrenci temsilcilerinin bir kısmı mezun olmuş ve yerine henüz yeni temsilci seçilmemiştir.

### **Bulgular**

Araştırmada yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular anlam bakımından belirli bir gruptandırmaya tabi tutulup 8 ana başlık altında incelenmiştir. Bu kapsamda öğrencilerin karşılaştıkları sorunlar ve bunlarla baş etme yolları öğrenci temsilcilerinin perspektifinden ele alınarak aktarılmıştır.

### **Öğrencilerin Karşılaştıkları En Yaygın Problemler**

Öğrenci temsilcileriyle yapılan görüşmelerde, *üniversite öğrencilerinin en fazla karşılaştıkları ve şikâyet aldıkları problemler* sorulmuştur. Temsilciler birçok problemlerle karşılaştıklarını, ama en yaygın olarak karşılaşılan sorunun üniversite yönetimlerinin konseye karşı tutumları, bölüm dışı seçmeli ders sorunları, pedagojik formasyon kontenjanlarının yetersizliği, uygulamaya yeni başlanan kartlı sistemin getirdiği olumsuzluklar ve sosyal faaliyetlerde konseyin fikrine önem verilmemesi



olmuştur. Ayrıca yerleşke içindeki ulaşım araçlarının yetersiz olması ve ilçelerde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin kampüs imkânlarından yeterince faydalanamadıkları dile getirilmiştir.

### **Öğrenci Konseyinin Akademik ve İdari Birimler Üzerinde Etkililiği**

Bu konuda öğrenci temsilcileriyle yapılan görüşmelerde, *idari ve akademik birimler ile öğrenci sorunları ve talepleri hakkında sağlıklı bir iletişim kurup kuramadıkları* sorulmuştur. Alınan yanıtlar incelendiğinde ilçe temsilcilerinin büyük çoğunluğu okul yönetimleriyle sadece temsilci seçimleri döneminde görüştiklerini, bunun dışında çok kuvvetli bir ilişkilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Kampüste öğrenim gören temsilcilerin ilçelere nazaran daha etkili bir iletişim kanalına sahip oldukları belirtilmiştir. Konsey yönetiminin ise üniversite yönetimine rektör ve rektör yardımcılara çok rahat ulaşabilirken, daire başkanlıkları ve fakülte yönetimlerinden bu ilgiyi göremedikleri ifade edilmiştir.

### **Muğla İl Sınırları İçerisinde veya Şehir Dışında Düzenlenen Öğrenci Konseyi Faaliyetleri**

Öğrenci temsilcilerine 2 yıllık görev süreleri boyunca şehir içinde ya da farklı bir şehirde *konsey adına düzenledikleri faaliyetler* sorulmuştur. Alınan yanıtlarda şehir dışında Çanakkale gezisi haricinde herhangi bir faaliyete katılmadıkları bildirilmiştir. Kampüste ise bir defaya mahsus konser yapabildiklerini ancak öğrenci kulüplerinin yapmış olduğu projelerin (konferans, sergi vb) etkinliklerin yapılması için yardımcı olduklarını ifade etmişlerdir. Fakat çoğu projenin ödenek yetersizliği ve ilgi görmeyeceği gibi sebeplerle daha düşünce ve planlama aşamasında iken iptal etmek zorunda kaldıkları belirtilmiştir.

### **Öğrenci Temsilciliği Seçimlerinin Güvenilirliği**

Yeni yönetmeliğe göre, *iki yılda bir yapılan öğrenci temsilciliği seçimlerinin adil ve demokratik bir şekilde yapıp yapılmadığı* öğrenci temsilcilerine sorulmuştur. Alınan cevapların büyük bir çoğunluğu bu seçimlerin adil ve eşit rekabet şartlarında gerçekleştiğini belirtmiştir. Ayrıca ilk olarak Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinin öncülüğünde online ortamda da kontrol edilen bu seçimlerin öğrenciler üzerinde şeffaflık açısından olumlu bir izlenim oluşturduğu gözlemlenmiştir. Ancak fakülte ve yüksekokullarda çok adaylı geçen bu yarışların enstitülerde bu derecede rağbet görmediği belirtilmiştir.

### **Üniversite Senatosunda Öğrenci Konseyinin Temsiliyeti**

Öğrenci Konseyleri, öğrencilerle okul yönetimi arasındaki bağı kurarak, öğrencilerin demokratik bir şekilde okul yönetimine katılmasını sağlar. Bu katılım öğrenci konseyindeki üyelerin; komitelerde, fakülte ve bölüm toplantılarında, öğrenci konseyi yönetim kurulundaki öğrencilerin de üniversite yönetim kurulu ve senato toplantılarında görüş ve önerilerini üniversite yönetimiyle paylaşması ile sağlanır.

MSKÜ Öğrenci Konseyi Yönetmeliğine göre bölümlerin, fakültelerin ve yüksekokulların öğrencileri tarafından seçilen bölüm ve fakülte temsilcileri, bölüm ve fakülte toplantılarına katılma hakkına sahiptir. Öğrenci konseyi başkanının atadığı ve öğrenci konseyinin de uygun gördüğü konsey üyeleri düzenli olarak komisyon toplantılarına katılır. Bunun yanında öğrenci konseyi başkanı veya başkanın bulunmadığı durumlarda başkanın belirlediği yardımcılardan birisi üniversite yönetim



kurulu ve senato toplantılarına mümkün olduğunca katılmaya çalışır. Bu bağlamda *Konsey Başkanına; özellikle üniversite senato toplantılarına katılıp katılmadığı* sorulmuştur. Alınan cevapta her toplantıda olmasa bile öğrencileri ilgilendiren toplantılara katılım gösterildiği belirtilmiştir. Konsey Başkanının oy hakkının olmadığı vurgulanmakla birlikte görüş bildirme yoluyla öğrencilerin problemleri iletilmektedir cevabı alınmıştır.

### **İlçelerde Öğrenim Gören Temsilcilerin Sosyal Faaliyetlere Katılımı ve Sorunları**

İlçelerde öğrenim gören *meslek yüksekokulu, yüksekokul ve fakülte temsilcilerine sosyal faaliyetlere katılım durumu* sorulmuştur. Bu bağlamda alınan cevapların çoğu olumsuz olmuştur. Alınan cevaplar incelendiğinde en fazla rahatsızlık yaratan durumların; ilçelerde herhangi bir sosyal faaliyet düzenlenmediği, tüm faaliyetlerin kampüste düzenlendiği, bu faaliyetler için yeterli ulaşım imkânının sağlanmadığı ve çoğu faaliyetin yeterince duyurulmadığı olmuştur. Ancak bazı temsilciler sportif faaliyetler ve yarışmalar için öğrencilerin katılım gösterebildiklerini belirtmiştir.

### **Öğrencilerin Gelişimi Ve Okul Sonrası İçin Rehberlik Çalışmaları**

Yaklaşık 40.000 öğrencinin öğrenim gördüğü Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde *okul sonrası iş ve kariyer planlaması için öğrencilere yeterli rehberlik hizmetinin verilip verilmediği* sorulmuştur. Öğrenci temsilcilerinin küçük bir bölümü haricinde büyük kısmı bu tür faaliyetlerin yeterli düzeyde olmadığını belirtmiştir. Ancak, Mühendislik, Spor Bilimleri ve Turizm Fakültelerinin bu konuda daha aktif oldukları görülmüştür. Bu etkinlikler; teknik geziler, sektör buluşmaları ve sportif müsabakalara katılım şeklinde olmuştur. Ayrıca bazı meslek yüksekokullarının da bu bağlamda faal oldukları belirtilmiştir.

### **Problemlerin Çözümünde En Çok Benimsenen Başa Çıkma Yöntemi**

Yapılan görüşmelerde öğrenci temsilcilerine *öğrencilerin sosyal problemleri ile başa çıkmak için uyguladıkları yöntemler* sorulmuştur. Alınan cevaplarda en fazla orana sahip başa çıkma yöntemi; sorunun kaynağı hangi birimse o birimle direk görüşme yöntemi olmuştur. Bununla birlikte okul yönetimine dilekçe yazma, fakülte dekanları ve dekan yardımcılılarıyla görüşme, yüksekokul müdürü ve yardımcılı ile görüşme, eylem yapma gibi cevaplar öne çıkmıştır. Burada dikkat çeken husus öğrencilerin bir problemle karşılaştıklarında öğrenci konseyini ilk tercih olarak görmemeleri olmuştur. Bunun sebebi de öğrenci konseylerinin yasal olarak bir yaptırım gücünün ve ekonomik imkânının olmamasıdır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Ülkemizde öğrenciler üniversitelerde eğitim ve öğrenim görebilmek için zorlu bir süreçten geçmektedirler. Bu zorlu sürecin sonucunda yerleştikleri üniversitelerden beklentilerini bulamadıklarında büyük bir hayal kırıklığına uğramaktadırlar. Eğitim gördükleri süre içerisinde birçok örgütsel problemle karşılaşan üniversite öğrencileri, bu problemlerle başa çıkmak için çeşitli yöntemlere başvurumaktadırlar. Bu çalışmada öğrencilerin örgütsel sorunlarını çözmek amacıyla başvurduğu yöntemlere, kendi seçtikleri temsilcilerin perspektifinden bakılacaktır. Bu bağlamda fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulu temsilcilerine yüz yüze ve mail yoluyla bazı sorular yöneltilmiştir.



Yapılan görüşmeler sonucunda öğrenci temsilciliği seçimleriyle ilgili herhangi bir olumsuz düşüncenin hâkim olmadığı görülmüştür. Temsilcilik seçimlerinin demokratik olarak ve sanal ortamda yapılması sebebiyle, şeffaf bir yapıda gerçekleştirildiği görüşü hâkimdir. Öğrenci temsilcileri; Bölümlerinde, Fakülte ve Yüksekokullarında problemlerine yeterli çözüm getirilmediğini düşünmektedirler. Ancak konsey başkanı ve yardımcıları Rektörlük makamıyla uyumlu bir çalışma içinde olduklarını ifade etmiştir. Öğrenci temsilcilerinin ilgili kurullara davet edilmesine ilişkin görüşleri büyük ölçüde “yetersiz” düzeyindedir. Çünkü bu toplantılara katılsalar bile herhangi bir oy hakları bulunmadığından, öğrencilerle ilgili konularda yaptırım güçleri olmadığı belirtilmiştir.

Öğrencilerin yaşadıkları sorunları konsey temsilcilerine çok fazla aktarmamasının sebebi ise, “konseyin bu problemleri çözecek yetkisinin olmadığı” görüşünün hâkim olmasıdır. Öğrenci konseyi taleplerinin genel olarak yetersiz kaynak gerekçesiyle reddedilmesi, konseyin etkili çalışmamasına ve öğrenciler tarafından gelen taleplere olumlu cevap verememesine sebep olmaktadır. Öğrenciler arasında bilinçlendirmeye yönelik sivil toplum örgütleriyle işbirliği içinde projelerin yapılmadığı ve okul sonrası için herhangi bir rehberlik çalışmasının olmadığı görülmektedir. Yalnızca bazı bölümlerde (Mühendislik, Tıp, Turizm ve bazı MYO’lar) mesleki ve teknik gelişim programlarının gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Araştırmada bahsi geçen örgütsel sorunlarla başa çıkmak için en fazla kullanılan yöntem; sorunun kaynağı hangi birimse o birimle direk görüşme yöntemi olmuştur. Ayrıca okul yönetimine dilekçe yazma, fakülte dekanları ve dekan yardımcılılarıyla görüşme, yüksekokul müdürü ve yardımcıları ile görüşme, eylem yapma gibi cevaplar öne çıkmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere, öğrenci konseyinin yasal bir yaptırım gücünün olmaması, üniversite öğrencilerinin konseyi sorun çözme mekanizması olarak görmemesine sebep olmuştur.

Bu duruma göre Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyinin amacına uygun olarak oluşturulduğu fakat işlevsellik noktasında misyonlarını gerçekleştirmediği söylenebilir.

Elde edilen sonuçlara dayalı olarak şu öneriler ifade dileyebilir:

- Üniversite Öğrenci Konseyinin etkili biçimde görev yapabilmesi için Üniversite Yönetiminin öğrenci konseyine yetki ve söz hakkı tanınması önem arz etmektedir.
- Öğrenci Konseyi temsilciliği cazip hale getirilerek öğrencilerin ilgisi çekilebilir.
- Öğrenci Konseyi özellikle ilçelerde faaliyet gösteren birimlere daha fazla ağırlık vermelidir.
- Üniversitenin toplumu ilgilendiren konularda Öğrenci Konseyi aracılığıyla projelere ve etkinliklere (özellikle sosyal sorumluluk projelerine) maddi destek verilerek öğrenciler için Öğrenci Konseyi çalışmaları ilgi çekici duruma getirilmelidir.
- İlgili yönetim birimleri kurullarına ve senatoya öğrenci temsilcisinin katılması bir yasal zorunluluk olarak düzenlenmeli, ayrıca temsilciye oy hakkı tanınmalıdır.
- Üniversitenin ilgili yönetim birimine iletilen öğrenci sorunlarına öncelikle ilgili birimde çözüm aranmalı ve sonuçları öğrenci temsilciliği aracılığıyla öğrencilere iletilmelidir.



- Proje gerçekleştiren öğrencilere lisansüstü öğrenimde ek puan (veya öncelik) verilerek proje hazırlama cazip hale getirilebilir.
- Üniversite Öğrenci Konseyi aracılığıyla proje gerçekleştiren öğrencilere ödül ve sertifika verilerek daha cazip hale getirilebilir.

### Araştırmacılar için Öneriler

- Bu araştırma bir proje olarak hazırlanıp bir üniversitenin öğrencilerini, öğretim elemanlarını ve akademik yöneticileri de kapsayacak şekilde yapılabilir.
- Bu araştırma nicel olarak da gerçekleştirilebilir.
- Bu araştırma tüm üniversiteleri örneklendirecek şekilde geniş kapsamlı olarak gerçekleştirilebilir.
- Bu araştırma Ulusal Öğrenci Konseyi de dâhil edilerek yapılabilir.

### Kaynakça

Abadan, Nermin, (1961), Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Faaliyetleri, Ankara, SBF Yay.

Aksu, Meral, (1992), "Yüksek Öğretim Gençliği ve Sorunları Üzerinde Bir Çalışma" Fırat Havzasında Yüksek Öğrenim, Elazığ: Fırat Üni. Fırat Havzası Araştırma Merkezi Yay. No:12. F.Ü.Sosyal Bilimler Dergisi 2007 17

Baş, Türker ve Ulun Akturan. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Baymur, F. (1965). Lise ve Dengi Okullara Giden Öğrencilerin Problemleri. Ankara. Teksir.

Berg, Bruce L. ve Howard Lune. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Çeviri Editörü: Hasan Aydın) Eğitim Yayınevi: Konya.

Briggs, L. Charles. (1997). *Learning How to Ask: A Sociolinguistic Appraisal of the role of the Interview in Social Science Research*. Cambridge University Press: UK.

Cafoğlu, Z., Okçu, V., (2005). Gençlik Sorunları: Siirt İli Örneği. *Electronic Journal of Social Sciences*, Kış-2013 Cilt:12 Sayı:43 (082-115).

Ekşi, A. (1982). Gençlerimiz ve Sorunları. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Gazi Üniversitesi (2003). Türk Üniversite Gençliği Araştırması. Üniversite Gençliğinin Sosyo-Kültürel Profili. Gazi Üniversitesi Yayınları.

Gökmen, H. (1985) Yüksek öğrenim öğrencilerinin serbest zaman etkinlikleri ve kendilerini gerçekleştirme düzeyleri. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Gündoğar, D., Gül, S. S., Uskun, E., Demirci, S. ve Keçeci, D., (2007). Üniversite öğrencilerinde yaşam doyumunu yordayan etkenlerin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 10 (1), 14- 27.

Mil, Burak. (2007). *Nitel Araştırma*. (Editörler: Atila Yüksel, Burak Mil ve Yasin Bilim) Detay Yayıncılık. Ankara.

MSKÜ, (2016), *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci Konseyi Yönergesi*, <http://oidb.mu.edu.tr/tr/yonetmelikyonerge-2739 / 01.05.2016>.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Robson, Colin. (2002). *Real World Research*. Second Edition. Blackwell Publishing: USA. Veal, Anthony James. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism*. Third Edition. Prenticehall: UK.

Şahin, Asu (2005). *Perceptions Of Student Council Members On Their Participation In Decision Making In Higher Education*, A Thesis Submitted To The Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Unpublished Master Thesis. Ankara.

Tezcan, M. (1999). *Sosyo-Kültürel Değişim Sürecinde Türkiye'deki Gençlik. Türkiye ve Avrupa'da Gençlik*. Türk Demokrasi Vakfı Yayınları, s.94- 103.

TUİK, (2015). *Genç Nüfus Grafiği 1935-2075, Türkiye*. <https://biruni.tuik.gov.tr/gosterge/?locale=tr> (Erişim: 01.05.2016).

Ulusal Öğrenci Konseyi (2006), <http://www.turkiyeogrencikonseyi.org/p/69/yonetmelik.aspx/01.05.2016>.

Ün-Açıkgöz, K. ve Açıkgöz, K., (1992). *Üniversite Denilen Yer*. Malatya: Uğurel Matbaası.

Yentürk, N. (2006), *Demokratik Kitle Örgütlerinden STK'lara: Konjonktürel bir İnceleme*, İstanbul Bilgi Üniversitesi, STK Eğitim ve Araştırma Birimi Sivil Toplum ve Demokrasi Konferansı Yazıları No 11, 2006. [/http://stk.bilgi.edu.tr/sivil-toplumseminer.asp](http://stk.bilgi.edu.tr/sivil-toplumseminer.asp)

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.

YÖK. (2002). //66Üniversiteler Öğrenci Konseyi Yönetmeliği, T.C.Resmi Gazete, 26 Aralık 2002, Sayı: 24975.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Türkiyede'ki Genç Seçmenlerin Siyasete Bakışı ve Katılımı*

<sup>1</sup>Ergün Kara, <sup>2</sup>Duygu Türkmen

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Marmaris / Muğla / Türkiye

<sup>2</sup>Y. Lis. Öğr., Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Bölümü, Isparta,  
E-Mail: [d.turkmen48@gmail.com](mailto:d.turkmen48@gmail.com)

### **Özet**

Türkiye nüfusunun %16,5'ini "15-24" yaş grubundaki genç nüfus oluşturmaktadır.(TÜİK,2014) 25. dönem milletvekili genel seçimleri için 18 yaşını dolduran 1 milyon 47 bin 192 yeni seçmen yurtiçinde oy kullanmıştır. Bu bakımdan siyasi partiler maksimize oy oranlarına ulaşabilmek için genç nüfusun ihtiyaç ve beklentilerine değer vermek zorundadır. Genç seçmene hitap edebilmek, desteğini kazanmak ve desteğinin sürdürülebilirliğini arttırmak önem arz etmektedir. Siyasi partiler gençleri etkileyebilmek için gençlik kollarına önem vermekte ve gençlerle olan ilişkilerini sıkı tutmaktadırlar. Genç seçmenler de siyasal platformda gerek aktif rol üstlenerek gerek pasif olarak (sadece oy kullanarak ya da hiç katılmayarak) yer almaktadır. Yapılan akademik çalışmalar ve kamuoyu araştırma birimlerinin yaptıkları araştırmalardan görüldüğü üzere göre Türkiye'de siyasette aktif rol alabilen (miting katılmak, görev almak, gençlik kollarına üye olmak, siyasi liderlerle görüşmek vb.) genç seçmenlerin sınırlı olduğunu görülmüştür. Bu makalenin araştırma yöntemi betimseldir. Bu makale Türkiye'deki genç seçmenlerin siyasal katılımını ve siyasal yaşama nasıl yaklaşıklarını göstermek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak; Türkiye'de genç seçmenlerin siyasal katılma düzeyleri düşük bir seyir izlemekte olduğu gözlenmiştir. Yaş ilerledikçe siyasal katılım ve en temel katılma yolu olan oy kullanma eylemi de düzene oturmaktadır. Genç seçmenlerin siyasete katılımını ve siyasal görüşlerini referans grupları (aile, arkadaşlar), siyasal hayata güvensizlik, gelecek kaygısı, ideoloji, eğitim durumu etkilemektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Siyasal Katılma, Genç Seçmenler, Siyasal Yaklaşım

### *In Turkey, the Point of View and the Participation of Young Voters to the Politics*

#### **Abstract**

The young between the ages of 15-24 constitutes the 16,5 % of Turkey's population (TÜİK, 2014). 1.047.192 new voters who have turned 18 voted in the General MP Elections for the 25th period of elections. In this regard, political parties are supposed to invalue the expectations and needs of the young population to reach the maximized rates of votes. It is of vital importance to increase the sustainability of the young voters' supports, to gain their supports and be able to address to the young voters. The political parties give importance to the youth sections of their parties to be able to impress them and they keep their relationships with those sections pretty strong. The young voters are involved in the political platforms by taking both active role and remaining passive (either by voting or not participating at all). It has been observed that the number of the new voters are limited who can take active role in politics (joining meetings, taking responsibilities and tasks, being a member of the youth organizations of political parties and interviewing political leaders) as can be seen from the researches done by the public research units and the academic researches. The research method of this article is descriptive. This article's research has been conducted to reveal the political participation of the new voters and their insights to these approaches of participations in Turkey. As a conclusion, the political participation levels of the new voters in Turkey have been observed to be low. The older the voters get, the more the action of voting gets in order which is the most basic instrument of political participation. The participation of the young voters to the politics and their political views are influenced by the reference groups (family, friends), unreliability to the political life, future anxiety, ideology, educational status.

**Keywords:** Political Participation, Young Voter, Political Approach



## Giriş

Siyasal katılım, vatandaşların kendilerini etkileyebilecek kararları almada etkin olma veya olmama durumudur. Herkes siyasete aynı yoğunlukta katılım göstermemektedir. Birey siyasetle hiç ilgilenmeyebilir yâda yoğun bir katılım gerçekleştirebilmektedir.

Ülke nüfusumuzun % 30'unu 15-29 yaş arasındaki gençler oluşturmaktadır. Bu yönüyle Türkiye'de genç nüfusun yoğun olarak görülmesi, demografik açıdan avantajlı bir konumda bulunulduğunu göstermektedir. Genç nüfusun fazla olması ve gençlerin değişim yanlısı olması, yenilikçi düşünebilmesi, medyayı etkin kullanabilmesi onları cazip hale getirmektedir. Siyasi partiler maksimize oy oranlarına ulaşabilmek ve iktidara ulaşabilmek için bu avantajlı kesimi kendi partilerine çekebilmek için yarışmaktadırlar. Gerek gençlik kollarıyla, gerek yerel yönetim organlarıncaya, gerek parti programlarıyla gençlerin oylarını alabilmek ve yeri geldiğinde de parti mensubu yapabilmeye çalışmaktadırlar. Gençlerde toplumu etkileyen politikaların oluşumuna dâhil olabilmek için ya bireysel katılımı yani oy kullanarak, ya siyasi parti veya sivil toplum kuruluşlarına üye olarak doğrudan veya dolaylı olarak katılım gerçekleştirmektedir.

Gençlerin apolitik olmalarında aile, arkadaşlar, güvensizlik, etiketlenme vb. gibi etkenler yatmaktadır. Demokrasinin işleyebilmesi için vatandaşların siyasi alanda katılımı sağlanmalı ve ülkemizde özellikle siyasi platformdan uzak kalmak isteyen gençlerimizin katılımı teşvik edilmelidir. Gençler siyasetin birer parçası olursa katılımcı demokrasi gerçekleştirilir.

Bu makalede siyasal katılımın kavramsal çerçevesi oluşturulduktan sonra, Türkiye'de gençlerin siyasete bakışı ve katılımı daha önce yapılan araştırmalar da referans alınarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırmalarda görülen ortak analizlere göre gençlerin siyasete mesafeli bir tutum sergiledikleri görülmüştür.

## Siyasal Katılma

Siyasal katılmayı, bir siyasal davranış biçimi olarak vatandaşların, sadece seçimlerde gösterdikleri katılma, tercih ya da eğilimler olarak görmek yetersiz olur. Seçim davranışları ya da seçimlere katılma, siyasal katılımın en demokratik, en kapsamlı biçimi olarak oy vermenin ötesinde her türlü siyasal olaylar ve siyasal kararlar karşısında vatandaşların basit bir merakından başlayıp, yoğun kitlesel protesto eylemlerine kadar uzanan davranış biçimleridir (Öztek,2011:251). Siyasal katılma, siyasal karar mercilerini etkilemeye yönelik davranışlar olarak değerlendirilir. Merkezi ve yöresel devlet organlarının personelini yahut kararlarını etkilemek üzere kendilerince ya da başkalarıncaya tasarlanmış, hukuki veya hukuk dışı, başarılı veya başarısız eylemlere girişmeleri şeklindedir (Turan,2011:157).

Kişilerin siyasal davranışa katılma nedenlerini şu şekilde sıralayabilmemiz mümkündür:

1. Belli bir konuma ve göreve gelmek için,
2. Kendisinin ve yakınlarının beklentilerini gerçekleştirmek için,
3. Kendisinin ve temsilcisi olduğu kesimin çıkarlarını korumak için,
4. Ekonomik olanaklar sağlamak için,
5. Çevre edinebilmek için,
6. Sosyal dayanışma için,





7. Çeşitli psikolojik tatminsizliklerini ikâme etmek için,
8. Toplumda kendine bir yer edinebilmek için,
9. Yabancılaşmak istemediği için,
10. Doğruluğuna inandığı fikirlerini uygulamaya koyma fırsatı bulabilmek için,

11. Siyasal yaşamda yer almak istediği için değişik düzeylerde ve yoğunluklarda siyasete katılırlar (Öztekın,2011:.259).

Kalaycıoğlu'nun çalışmasında siyasal katılım yoğunluğuna göre ayrıştırılmaktadır: "Milbrath bireyin siyasi olaylara karşı takındığı tavrın aktif veya pasif olmasına göre siyasal katılımı üç gruba ayırmaktadır:

- İzleyici faaliyetleri,
- Geçiş faaliyetleri ve
- Gladyatör faaliyetleridir. En kolay eylemleri içeren izleyici faaliyetleridir. Yalnızca seçimden seçime oy kullanan bir kişi izleyici faaliyetleri ile meşgul olan bir bireydir. Daha zor eylemleri içeren siyasal katılma biçimi ise, geçiş faaliyetleri olarak adlandırılır. Oy vermenin yanı sıra siyasal lidere dilek ve şikâyetlerini iletmek üzere onlarla temas kuruyorsa, birey artık izleyici olmaktan çıkmıştır. Aynı birey bir seçim kampanyasında düzenli olarak zaman ayırıp faaliyette bulunuyorsa, gladyatör faaliyetlerinde bulunan bir bireydir ki bu da siyasal katılımın en zor eylemlerini kapsayan bir düzeydir" (Kalaycıoğlu,1983:202-203).

Siyasal katılımı gerçekleştiren ya da gerçekleştirilmeyen kitlelerin de sınırlandırılması mümkündür. Kızıldere'nin çalışmasına göre; "Verba ve Nie'nin siyasal katılmayla ilgili çalışmalarında siyasal katılma düzeyi ile ilgili bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre siyasal katılma düzeyi altı düzeyde gerçekleşir.

- a. Siyasal sürece hiç katılmayanlar: Bu kişiler siyasetle hiç ilgilenmezler. Hatta oy bile kullanmazlar.
- b. Sadece oy kullananlar: Seçimlerde oy kullanıp siyasal katılma davranışı gösterirler.
- c. Kişisel sınırlı katılımcılar: Oy kullanmaya ek olarak bazı kişisel sorunlarını çözmek için devlet memurlarıyla ilişkide bulunurlar.
- d. Topluluk düzeyinde katılımcılar: Bazı toplumsal sorunların çözümü için örgütsel düzeyde siyasal süreci etkilemeye çalışırlar.
- e. Kampanyacılar: Seçim kampanyalarına aktif olarak katılırlar.
- f. Siyasi partilerde aktif olarak görev alanlar: Siyasal parti faaliyetlerinde aktif olarak görev alırlar" (Kızıldere,2002:17).

Kapanı'ye göre, "Tüm yurttaşlar siyasal yaşama aynı ölçüde katılmazlar. Örneğin; Amerikalı siyaset bilimci Robert Dahl, siyasal katılmanın boyutlarını;

- İlgi,
- Önemseme
- Bilgi,
- Eylem olarak sıralamaktadır. İlgi; siyasal olayları izlemeyi, önemseme; siyasal olaylara önem vermeyi, bilgi; olaylar ve sorunlar hakkında bilgi sahibi olmayı, eylem ise siyasal olaylara aktif olarak karışmayı ifade eder. Katılmanın bu dört



boyutu birbirinden kopuk, birbiriyle ilgisi olmayan tutumlar değildir. Örneğin; seçim sonuçlarına ilgi duyan kimselerin, seçim kampanyasını önemseyerek izleyenlerin, tartışılan sorunlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olanların, seçimlerde oy kullanma oranlarının da -ilgisizlere nazaran- daha yüksek olduğu görülmektedir” (Kapani,2009:144).

Siyasal katılma, çeşitli toplum kesimlerine temsil olanağı sağlayarak, toplumda belirli bir dengenin ve uzlaşmanın oluşumunu kolaylaştırır. Katılım olanakları değişik bir biçimde arttıkça, toplumdaki güçler dengesinin siyasete barışçı yollardan yansması ve siyasal istikrarın artması doğaldır. Eğer bir toplumdaki bazı kesimler yeterli katılma olanaklarına sahip değilseler bir katılma bunalımı doğar. Faşist ve komünist rejimlerdeki siyasal katılmanın işlevi ve amacı ise farklıdır (Kışlalı, 2010:221). Totaliter siyasal sistemlerde katılma, tüm vatandaşların her düzeyde siyasete katılmalarının vatandaşların kendi özgür iradeleri ile olamayacağını söylemek hiç de yanlış olmaz. Totaliter siyasal sistemlerde başta seçimler sırasında oy vermek olmak üzere, gösteri düzenleme, propaganda yapma, siyasi partilere üye olarak siyasetle uğraşmak, her şeyden önce belirli koşullara bağlı olarak belli sınıflara özgüdür. Bu sistemlerde özellikle oy vermek her ne kadar anayasa ve yasalarca kabul edilmiş olsa da, bu katılma göstermelikten öteye geçemez. Çünkü vatandaşlara fazla tercih hakkı tanınmadığından, vatandaşlar ister istemez önceden belirlenmiş adaylara, programlara oy verecek ve belirlenmiş politikaları onaylamaktan öteye geçemeyeceklerdir. Çoğulcu ve katılımcı siyasal sistemlerde her vatandaş sınırlandırılmaksızın her düzeyde siyasete katılabilir. Çoğulcu ve katılımcı siyasal sistemlerde, totaliter sistemlerde olduğu gibi bazı ideolojiler ve örgütlenmeler özellikle düşünce özgürlüğü yasaklanmadığından ve her şeyi siyasi iktidarlar yönlendirmediğinden, koşullarda ve ortamlarda büyük ölçüde eşitlik ve denge söz konusudur. Vatandaşların her düzeyde siyasete katılmaları kendi özgür ifadeleriyle oluyor denebilir (Öztekin, 2011 s.266-268).

### **Genç Seçmenlerin Siyasete Bakışı ve Katılımı**

16-20 yaş arasındaki gençler, siyasete her düzeyde daha az ilgi duymakta ve daha az katılmaktadırlar. Siyasete katılmada orta yaşa doğru yoğunluk artmakta, orta yaş geçildiğinde de hızlı bir düşüş gözlenmekte ve sonuçta bir çan eğrisi oluşmaktadır (Öztekin,2011:258). Gençlik dönemlerinde ilerici ve radikal düşüncelerin vermiş olduğu hareketli çatışmacı bakışın yerini durağan ve statükocu anlayışa bıraktığı görülür. Ayrıca bazı araştırmalarca tespit edilen ergenlik sonrası dönemden yaşlılık dönemine doğru gidildikçe bireylerin daha otoriter oldukları yolundaki bulgular da burada görüşlerin pekişmesi olarak nitelediğimiz durumla örtüşmektedir (Yakışan,2014:110).

Hemen hemen tüm toplumlarda özellikle 16-20 yaş arasındaki gençler her düzeyde politikaya fazla ilgi duymamaktadırlar. Bu yaş grubundaki gençler, iş arama, eğitim ve meslek edinme gibi nedenlerle sık sık yer değiştirmektedirler. Henüz bekârdırlar ve belli bir mesleğe sahip olmadıklarından henüz bir yere yerleşememişler ve herhangi bir örgüte üye olmamışlardır. Bekâr olduklarından henüz korumak ve savunmak durumunda oldukları değerler yerli yerine oturmamıştır. İnsanlar bu yaş grubundan çıktıkça ve orta yaş grubuna doğru ilerledikçe her düzeyde siyasete ilgileri ve katılımları artmaktadır (Öztekin,2011:257).

Gençler fazla sorumluluk sahibi olmadıklarından gösteri yürüyüşleri, seçim kampanyası faaliyetleri gibi daha çok zaman ve enerji gerektiren siyasal faaliyetlere diğer yaş gruplarına oranla daha kolay girebilmekte ama toplumsal ortalamaya göre gençlerin

siyasal hayata katılım oranları düşük düzeyde kalmaktadır. Gençler ve yaşlılar arasındaki değişime yönelik tutumlar farklı olup, gençler daha çok değişme ve gelişme yanlısı olurken yaşlılar, daha ziyade muhafazakâr davranışlar sergilemektedirler (Avşar, 2002:48-49). Ergenlik döneminde genç insanın gerek enerji gerek zaman olarak siyasal eyleme elverişli bir durumda bulunması ve ayrıca aile yükümlülüğü, kariyer oluşturan düzenli bir meslek faaliyeti gibi bağlarının bulunmaması nedeniyle gösteri yürüyüşü, seçim kampanyası faaliyetleri gibi bol enerji ve zaman gerektirebilecek siyasal eylemlere orta yaşlı ve yaşlı kuşaklara oranla daha kolay girişebilmesi mümkündür (Turan,2011:172).

Gençler bunalımlı dönemlerde, iç ve dış önemli sorunların gündemde olduğu ortamlarda yüksek oranda siyasal davranış eğilimi içine girdikleri halde, bunu izleyen dönemlerde ilgilerinde azalma olabilmektedir. Bu durum özellikle yüksek öğrenim yapan gençlerde belirgindir. Gençlere umut verebilen yönetimler, onlardaki enerjiyi çok yapıcı bir siyasal davranış sergilemesiyle değerlendirebilmektedir (Kışlalı,2010:223).

Türkiye’de ‘60 ve 70’li yıllar dönemi gençliği gençlik efsanesinin devamı niteliğindedir. Bu durum 1980 sonrası kesintiye uğrar. 80 sonrası kuşak “apolitik” veya “depolitize” bir kuşak olarak tanımlanır. Düşünce ve davranışları devlet eksenli olmaktan ziyade birey eksenlidir (Bayhan, 2015:366). Türkiye’deki gençler kendi kuşaklarını 80’li yılların ve 2020’li yılların kuşaklarına nazaran daha apolitik olarak tanımlamaktadır. Dün-bugün ve yarın ekseninde değerlendirildiğinde, gençlerin apolitik yönelimler açısından en zayıf bulunduğu kuşak 80 ve sonrasındaki kuşak iken (% 11,4), en güçlü bulunduğu kuşak günümüz kuşağıdır (% 21,5). Yakın gelecekteki gençliği temsil eden 2020’li yılların kuşaklarının ise günümüz kuşaklarına göre daha az apolitik bir yönelim içerisinde olacağı düşünülmektedir (% 17,9) (MEMUR-SEN Memur Sendikaları Konfederasyonu,2013:14).

Gençlerin siyasal katılımlarıyla ilgili pek çok çalışma yapılmıştır. Yentürk tarafından 2008 yılında 15-24 yaş aralığındaki 1014 genç üzerinden yapılan “İstanbul Gençliği-Eğitim Bir Fark Yaratıyor Mu?” adlı çalışmaya göre; gençlerin yüzde 50’den fazlasının politikayla hiç ilgilenmediği, sadece yüzde 1,2’sinin siyasi partilere üye olduğu ve yaklaşık yüzde 75’inin hiçbir dernek yada klübe üye olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Yine 2004 yılında 18-25 yaş arası gençlerle gerçekleştirilen “İstanbul Gençliği Gençlik Değerleri Araştırması”nda da gençlerin yüzde 68’lik bir kesiminin kendi aralarında konuştukları konular içerisinde siyaset yer almamaktadır (Boyraz,2009:139). İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından yürütülen araştırmaya göre; “Gençlere “Bir siyasi partiye üye misin ya da bir siyasi partide aktif olarak rol alıyor musun?” diye sorduk. Araştırmanın sonuçlarına göre gençlerin yüzde 12’si bir siyasi partinin üyesi ya da bir siyasi partide aktif olarak yer alıyor. Siyasi parti üyesi olma ile cinsiyet arasındaki ilişkiye baktığımızda, genç erkeklerin yüzde 16,2’sinin, genç kadınların ise yalnızca yüzde 7,3’ünün bir siyasi parti ile ilişkili olduğunu görüyoruz” görüşü ortaya çıkmıştır (Yılmaz V., Oy B.,2014:43).

ARI Hareketi’nin 1999, 2003 ve 2008’de yaptığı “Türk Gençliği ve Katılım” araştırmalarının sonuçlarına göre; Gençler arasında oy kullanmak en yaygın siyasal katılım şekli olarak ön plana çıkmaktadır. Gençlerin oy verme oranları 1999 yılında yüzde 62, 2003’te yüzde 53, 2008’de de yüzde 48 olarak ölçülmüştür. Yine aynı araştırmanın sonuçlarına göre, herhangi bir siyasi 29 partinin gençlik koluna üye olanların oranı 1999’dan 2008’e kadar değişmeyerek yüzde 10 civarında kalmıştır.

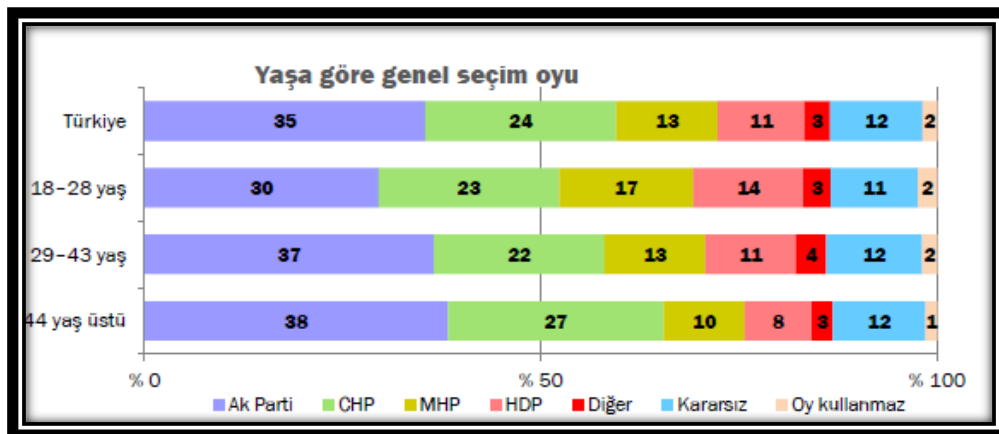
Gençlik kolları dışında bir partiye üye olma oranı gençler arasında herhangi siyasi partide yüzde 4-6 seviyesinde, seçim kampanyasında aktif rol oynama ise yüzde 5 civarında seviye göstermektedir (Erdoğan,2009: 78). Araştırma şirketi Konda'nın 2014 araştırması dâhilinde Türkiye genelinde 18– 24 yaş aralığındaki gençlerin katılımının düşük seviyede olduğu görülmüştür. Araştırmaya göre; “Yüzde 9’u bir siyasi partiye üye olduğunu, üye olmasa da partide veya gençlik kollarında aktif olarak rol aldığını belirtiyor. Bunun yanı sıra, yüzde 12, yani en az üye olan kadar bir kesim de üye olmadığını ancak olmak isteyeceğini belirtiyor” (Konda,2014:43).

**Tablo 1.** (Memur Sendikaları Konfederasyonu, “Türkiye Gençlik Profili Araştırması”, 2013: 114)



Memur Sendikaları Konfederasyonu'nun araştırmasına göre; Gençlerin üçte ikisinden fazlası (% 69,1) siyasetle sadece seçmen olarak, % 11,3'ü ise aktif katılımcı olarak ilgilendiğini belirtmektedir. Siyaseti gereksiz bulduğunu ifade edenlerin oranı ise % 12,3'tür. Bu sonuçlar, araştırmanın neredeyse tamamına yayılan ve 'gençlerin siyasete yönelik ilgisizliklerini' ima eden bulguyu açık bir şekilde ve kesin olarak teyit etmektedir. Türkiye'deki gençlerin yalnızca % 11,3'ü siyaset ile aktif olarak ilgilendiğini belirtmektedir. Geriye kalan büyük çoğunluk ise siyasetle ya bütünüyle ilgisiz ya da yalnızca oy verme davranışıyla sınırlı bir ilgi içindedir (MEMUR-SEN Memur Sendikaları Konfederasyonu,2013: 114).

**Tablo 2.** (KONDA, 7 Haziran Sandık ve Seçmen Analizi Raporu, 18 Haziran 2015: 62)





AKP seçmenlerinin 25-44 yaş arası kesitte; CHP seçmenlerinin 44 yaş ve üstü grupta; Genç Parti'nin 25-34 yaş grubunda; MHP'nin 18-25 yaş grubunda ve DYP'nin 55 yaş ve üstü grupta daha fazla temsil edildiği görülmektedir (Akgün,2007:209). MHP ve HDP seçmenleri arasında genç yaş grubunda, yani 18-28 yaş grubu arasında olanlar, Türkiye ortalaması olan yüzde 25'in üzerindedir. MHP ve HDP, seçmenlerin yaşı arttıkça daha düşük oranda oy almaktadır (KONDA, 7 Haziran Sandık ve Seçmen Analizi, 18 Haziran 2015:61). Gençlerin yaklaşık üçte biri (% 33,6) AK Parti'nin kendileriyle en çok ilgilenen siyasal parti olduğunu düşünmektedir. AK Parti'yi % 11,4 oranı ile CHP, % 8,1 oranı ile MHP ve % 2,6 oranı ile de BDP takip etmektedir (MEMUR-SEN Memur Sendikaları Konfederasyonu,2013:15). AKP'ye oy vermeyi düşünen seçmenler diğer partilere oy vermeyi düşünen seçmenlerden daha gençtir. Gençlerin AKP'ye yönelik tutumlarının tek istisnası ise kendine özgü gençlik örgütlenmesi olan MHP'dir (Ercins,2007:36). Gençlerin % 49,88'i 2011 milletvekili seçimlerinde AK Parti'ye, % 23,05'i CHP'ye, % 13,77'si MHP'ye ve % 7,44'ü de BDP'ye oy verdiğini ifade etmektedir (MEMUR-SEN Memur Sendikaları Konfederasyonu,2013:123).

**Tablo 3.** 2015 Genel Seçim Sonuçları 30 Yaş Ve Altı Milletvekillerinin Yaş Ortalaması (Habitat Kalkınma Ve Yönetişim Derneği, “Mecliste Ne Kadar Varsın? 2015 Genel Seçimleri Gençlik Bakış Açısıyla Değerlendirmesi”, 2015: 4).

PARTİ ADI	MİLLETVEKİLİ SAYISI	PARTİ İÇİNDEKİ ORANI
AK PARTİ	6	%2,3
CHP	1	%0,8
MHP	1	%1,3
HDP	6	%7,5
GENEL TOPLAM	14	%2,5

2015 genel seçim sonuçlarına göre; Ak Parti, bu seçimlerde 30 Yaş ve altında 8 aday gösterirken bu adaylardan sadece 6'stanesi TBMM'ye girmeye hak kazandı. Antalya'dan Sena Nur Çelik, İstanbul'dan Abdurrahim Boynukalın ve Fatma Benli, Tokat'tan Fatma Gaye Güler, Hatay'dan Mehmet Alğan, Ankara'dan Mahmut Sami Mallı Ak Parti'nin genç vekilleri oldu. CHP'nin aday gösterdiği 10 genç adaydan sadece İstanbul'dan Onursal Adıgüzel TBMM'ye girdi. MHP ise 30 Yaş ve altında sadece Aksaray'dan Turan Yaldır'ı aday gösterdi ve seçim sonuçları sonucunda Turan Yaldır meclise girdi. HDP, bu seçimde 33 genç aday gösterdi ve bunlardan sadece 6 kişisi meclise girdi. Van'dan Tuğba Hezer, Şanlıurfa'dan Dilek Öcalan, Muş'tan Burcu Çelik Özkan, Batman'dan Ali Atalan ve Ayşe Acar Başaran, Şırnak'tan Ayça İrmez HDP'nin genç vekilleri oldu. 30 Yaş ve Altındaki TBMM'de bulunan vekil sayısı ise 5'ten 14'e çıkarak TBMM 'de genç temsil oranı da % 0,9'dan % 2,5'a çıkmıştır (Habitat Kalkınma ve Yönetişim Derneği, “Mecliste Ne Kadar Varsın? 2015 Genel Seçimleri Gençlik Bakış Açısıyla Değerlendirmesi”,2015:4).

Buradan da anlaşılacağı üzere Türkiye'de gençlerin siyasal katılım konusunda ciddi bir noksanlık görülmektedir. Demokratik rejimlerde sorumlu yurttaşlar vasıtasıyla mevcut yönetimi etkileyebilmekte ve destekleyebilmektedir. Bunun için gençlerin de sorumlu



yurttaş bilincini oluşturabilmeleri, kendi sorunlarını ve toplumsal olayları dile getirebilmeleri için katılımı teşvik edilmelidir.

### Gençlerin Siyasete Katılımını Etkileyen Faktörler

Gençlerin büyük bir bölümünün siyasi partilere üye olmadığı ve üye olmak istemediği görülmektedir. Gençlerin siyasal hayata katılımını aile, arkadaş grubu, siyasete olan güvensizlik veya gereksiz bulunması, iş veya okul hayatının etkilenebileceği düşüncesi vb. gibi birçok faktör etkilemektedir.

**Tablo 4:** (KONDA, “Türkiye’de Gençlerin Katılımı”, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2014:46).

Siyasi Partiye / Gençlik Kollarına Üye Olmamanın En Önemli Nedeni	Yüzde (Üye Olmayanlar)
İlgisiz	30,9
Siyaseti sevmiyor	14,9
Gereksiz buluyor	12,0
Zaman	11,8
Korku/ güven	10,6
Uygun parti yok	5,8
Ailesi istemez	5,8
İş/ eğitim gibi	4,7
Diğer	3,5
Toplam	100

KONDA’nın araştırmasına göre; “İlgisizlik (yüzde 30,9), siyaseti sevmemek (yüzde 14,9) ve gereksiz bulmak (yüzde 12) en ön plana çıkan üç cevap ve üçünün toplamı üye olmama nedenlerinin yarısından biraz fazlasını oluşturuyor. Zamansızlık (yüzde 11,8) ve işin veya eğitimin engel olması ise (yüzde 4,7) ikinci sıradaki cevap grubunu oluşturuyor denebilir. Korkmak, güvenememek (yüzde 10,6) ve ailenin istememesi, engel olması (yüzde 5,8) de çok yakın orandaki cevap grubu “Uygun parti yok” başlığında toplanan cevaplar ise tüm cevapların yüzde 5,8’ini oluşturuyor” olduğu gözlemlenmiştir. (KONDA,2014:46).

Partiyle özdeşleşme çok küçük yaşlarda aile içerisinde gerçekleşmekte ve politikayla çok yoğun ilgilenen ailelerin çocuklarında belli bir partiye karşı daha güçlü psikolojik bağlılıklar oluşmaktadır (Özkan,2004: 88). Caymaz’ın araştırmasında; “Ayşen, anne ve babası “eskiden beri teşkilattan yetişme” ve kendisi de “o tabandan yetişmiş” olduğu için AKP’yi tercih ettiğini belirtmektedir. “Ailecek zaten Ak Partili” olan Süheyla da annesinin parti yönetiminde yer aldığını vurgulamaktadır. Partiye katılmasını babasının partideki pozisyonuyla açıklayan Kamil (AKP), “Siyaset bana uzak bir şey değil. Yaklaşık 11 senedir bu işle uğraşıyorum. Belki babadan geldiğinden dolayı böyledir. Babam partinin kurucularından, zaten bizim partiye ısınmamız, gelmemiz gitmemiz biraz da babadan dolayı” demektedir” Gençlerin ailenin siyasi kültürünün oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır.(Caymaz,2015:40).

Caymaz’ın araştırmasındaki AKP’li bir genç -özellikle iktidar partilerinde- siyasi çıkarlar için hareket edilebildiğini düşünmektedir:



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



*“Buraya gelen arkadaşlarımızın çoğu gönül adamı, dava adamı.Yani ‘ben bu ülkeyi kimsenin eline bırakmam, ben bu ülke için ne yapabilirim’ diyenler varsa belki bir o kadar da ‘ben burada kendime nasıl menfaat sağlayabilirim, ekonomik çıkar sağlayabilirim, işsizsem acaba parti sayesinde iş bulabilir miyim? Ya da parası yoksa buradan para kazanabilir miyim? Ya da bir işi vardır, maddi gücü de vardır, acaba ben nasıl ihale alabilirim?’ zihniyetinde olan insanlar da var”*( Caymaz,2015:44).

Gençlerin % 37,1’i oy vereceği siyasal partiyi belirlerken “partinin ideolojisine baktığını”, % 28,2’si “partinin sunduğu çözüm önerilerine” baktığını, % 12,2’si ise “partinin liderine” baktığını ifade etmektedir. Partinin kadrosuna, toplumdaki kanaat önderlerinin tavsiyesine ve yakın çevresine bakarak oy vereceği siyasal partiyi belirlediğini söyleyenlerin oranı ise birbirine yakın düzeylerde çıkmaktadır (MEMUR-SEN Memur Sendikaları Konfederasyonu,2013:19). AKP’yi tercih eden gençlerin %38,3’ü siyasi tercihlerini oluşturan etkenlerde ilk sırada parti liderini belirtmiştir. Bu durumda AKP Gençlik Kolları’nın etkinliklerine katılan gençlerin siyasi heyecanlarını etkileyen en kuvvetli etmenin parti lideri olduğu sonucuna varılmıştır. AKP gençlik kolları faaliyetlerinde parti liderini öne çıkaran mesajlara yer vermektedir. CHP’yi tercih eden gençlerin %68,9’u siyasi tercihlerini oluşturmada ideolojiyi belirtmektedir. Bu bakımdan CHP Gençlik Kolları etkinliklerine katılan gençler siyasi heyecanlarını ideolojik beslenmelerden almaktadır (Sarı,2008:117).

Siyasi partilerde aktif olarak rol alan gençlerden bazıları siyasi çıkar, iş bulabilme, iş çevresi oluşturma gibi düşünsel rantlara girişebilmektedir. Yine Caymaz’ın araştırmasındaki MHP’li bir genç görüşünü belli ettiği için ileride zorluk çekebileceğini düşünmektedir:

*“Bugün gençlik kollarında olmak çok büyük avantaj aslında, hele iktidar partisinin gençlik kollarında olmak çok daha büyük bir avantaj.AKP gençlik kollarında olsaydın eğer bugün muhtemelen işin hazırdu, devlette her hangi bir şekilde her hangi bir yere girebilirdin, işte cemaat evinde ücretsiz kalıyor olabilirdin, ne bileyim yani çok fazla kar marjın var. Ya da ticarete atıldığın zaman çok büyük bir çevren olurdu, ihale alma şansın olurdu. Bu mantıkla yetişen gençlik, evet, siyaseti bir kar ilişkisi yani bir çıkar ilişkisi gibi görüyor ama ülkü ocaklarında tam tersi oluyor, bir çileye rağmen bu işi yapıyorsun sen, bazı olumsuz şeylerin olacağını bile bile, kendine zarar vereceğini bile bile yine de bu uğurda mücadele ediyorsun. Bu negatif baskı gençlik kolları için de geçerli mesela. Daha önce de vardı aslında ama özellikle AKP iktidarıyla bu daha fazla var. Şimdi ben kamu yönetimi öğrencisiyim. Benim çalışacağım alan %99 devlet ve ben ülkü ocaklarına gidiyorum. Şu an çok iyi biliyorum ki ileride her hangi bir bakanlığın sınavına girdiğim zaman, belki istihbaratın sınavına girdiğim zaman, her hangi bir devlet memuru olmak istediğim zaman, benim dosyamda zamanında ülkü ocaklarına gidiyormuş yazacak. Ve o benim için muhtemelen çok büyük bir engel olacak”* (Caymaz,2015:45). Gençlerin siyasete mesafeli durmasında yatan önemli faktörlerden biri de siyasi görüşleri ya da destekledikleri partiyle isimlerinin etiketlenmesi ve bunun sonucu yaptıkları iş ve okul hayatına ket vurulabileceği düşüncesidir.

Yapılan odak grup toplantılarında gençler, siyasete ve siyasi alana yapılan eleştirilerinden üç ana nokta etrafında şekillendirmişlerdir. Bu eleştirilerden ilki siyasal alanın kirli bir alan olduğu ve siyasetin kirli yapıldığının dile getirilmesidir. İkinci nokta ise siyasal alanın katı ve değiştirilmesi neredeyse imkânsız bir alan olarak algılanması ve bir şeylerin değişeceğine dair umudun olmamasıdır. Üçüncü nokta ise ki bu nokta daha çok



eğitilmiş gençler tarafından dile getirilmektedir siyasal örgütlenmelerin kişilerin farklılıklarına ve bireyselliklerine saygı duymayan örgütlenmeler olarak tanımlanmasıdır. Örneğin; bir engelliler odak grup toplantısından erkek katılımcı siyaset hakkındaki görüşlerini şu şekilde tasvir etmiştir:

*“Gerçekten ben siyaseti sevmiyorum. Niyeye sevmiyorum? Seyrettiğimde haberleri... Yirmi beş yaşına kadar ben siyaset izlemiyordum. İşte televizyonmuş, ülkenin sorunları falanmış. Siyasette ben şunu görüyorum: siyaset riyakârlıktır, iki yüzlülüktür. Gerçekten. Ben bunu devletin en yüksek kademesindeki insanlarda da görüyorum. En aşağı... Siyasete atılanları da şöyle söylüyorum tamamen ilk başta bir partiye katılırsınız şey yaparsınız tamamen maddi çıkar amaçlı. Tamam, bu ülkenin yönetilmesi, siyasetçilere ihtiyaç var ama ben bu siyasette bunu hissediyorum. Ve tamam herkesin görüşü ayırdır ben buna saygı duyarım ama genelde oyumu boş atarım”* diyerek siyasete olan güvensizliğini dile getirmiştir (Lüküslü,2009:193).

Türkiye’de gençler, iş bulabilmek, çevre edinebilmek veya sosyalleşebilmek için siyasal alana dâhil olabilmektedirler. Siyaseti, bu alanda kalifiye olan siyasetçiler tarafından yönetilmesi gerektiğini düşünmektedir. Siyasal alanın çıkar ve beklentiler doğrultusunda bencillikle yürütüldüğünü ve aileler, arkadaş grupları, zamanlarının yetersiz olması, siyasi etiketlenme korkusu gibi nedenlerle de siyasi arenadan uzak kaldıklarını, katılıma olumsuz baktıkları görülmektedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Demokratik yönetimlerde yurttaş bilinci olan, birey odaklı bir yaklaşımdan söz edilmektedir. Demokratik sistemlerde seçmen kararlarını özgürce verebilirken; totaliter sistemlerde seçmenin rasyonel karar verme yetkisi bulunmamaktadır. Totaliter sistemlerde seçmen mobilize oy kullanabilmektedir. Siyasal düzenin kaynağının vatandaşlar olduğu düşünülürse; siyasal alana katılım önem arz etmektedir. Demokratik siyasal sistemlerde siyasal karar almada toplumun katılımı sağlanmalıdır. Siyasi karar alma işlemine katılma isteği gösteren vatandaşlar, demokrasinin yerleşmesi ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu konuda vatandaşların oy vermenin yanı sıra; etkin bir rol üstlenerek yoğun bir katılım göstermeleri gerekmektedir.

Siyasal katılma, siyasal karar mercilerini etkilemeye yönelik davranışlar olarak değerlendirilir. Merkezi ve yöresel devlet organlarının personelini yahut kararlarını etkilemek üzere kendilerince ya da başkalarınınca tasarlanmış, hukuki veya hukuk dışı, başarılı veya başarısız eylemlere girişmeleri şeklindedir (Turan,2011:157). Seçmen katılmayarak, sadece oy kullanarak ya da çeşitli katılım türleriyle siyasal sisteme dâhil olmaktadır. Seçmenler büyük oranda sadece oy verme yoluyla katılım gerçekleştirilmektedir.

Gençlerin parti seçimi genellikle ideolojik ve yenilikçi olurken; yaş ilerledikçe daha kalıplaşmış bir tavır görülmektedir. Gençlerin büyük bir bölümü siyasete yalnızca seçmen olarak katılmayı tercih etmekte ve oy verme kararını verirken de önceliklerinin ideolojik olduğu görülmüştür. Gençler sorumluluklarının artmaması, zamanlarının diğer yaş gruplarına göre daha fazla olması, düzenli mesleki hayatlarının olmaması nedeniyle siyasi gösteri, yürüyüş ve propagandalara girişmeleri daha kolay olabilmektedir. Gençler, sivil toplum kuruluşu ve siyasi parti üyesi olma konusunda düşük bir katılım gerçekleştirilmesine rağmen spor, sanat vb. gibi siyasal içerikli olmayan derneklere üye olmayı tercih ettikleri görülmektedir.





Seçmenler siyasal sisteme aynı düzeyde yaklaşım göstermediği gibi; gençler de ailelerinden, çevresinden, ideolojilerden, parti liderlerinden etkilenerek katılımını gerçekleştirmeyebilir veya farklı katılım türleri gösterebilmektedir. Gençlerin siyasi kanaatlerinin oluşmasında siyasi liderler önem arz etmektedir. Gençler kendilerine dönük, hitabeti güçlü, inandırıcı, samimi, güçlü duruşu olduğuna inandığı liderleri desteklemektedir. Türkiye’de darbe geleneğinden dolayı gençler ve özellikle aileler siyasi arenayı tehlikeli bulabilmekte; siyasal alana karşı mesafeli durmayı yeğlemektedir. Bazı aileler gençleri siyasete yönlendirebilirken; bazı aileler gençleri siyasetten uzak tutmaya, pasif tutmaya çalışmaktadır. Siyasi kültürün oluşumunun ilk ayağını oluşturan aileler, çocuklarının katılımı konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Gençler siyasal hayata karşı olumsuz bir tutum sergileyerek güvensiz ve şüpheli olarak yaklaşabilmektedir. Gençler, siyasilerin kendilerine ulaşmadıklarını, görüşlerine önem vermediklerini, siyasetçilerin riyakâr olduklarını, sisteme dâhil olabilmenin zor olduğunu, kendi ideolojilerini savunmanın etkisiz olacağı düşüncesiyle depolitize olmaktadır.

Sonuç olarak; Gençlerin siyasal katılımının incelendiği bu çalışmada, gençlerin büyük çoğunluğunun siyasete katılma noktasında isteksiz olduklarını, siyaset kurumuna güvenmediklerini ve herhangi bir siyasal partiye üye olmadıklarını ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmalarda görülen verilerde gençlerin siyasal katılımı %12’yi geçmemektedir. Gençlerin siyasal bir partiye üye olma, siyasi bir partide görev alma, yaşadığı bir sorunla ilgili yetkili mercilere dilekçe yazma, gençlik meclislerinde ve sivil toplum kuruluşlarında görev alma, siyasi bir konuda konuşma, siyasi bir konferansa gitme, siyasal konuları ve tartışma gibi faaliyetlere gençlerin sıcak bakmadığını, katılımın genel olarak düşük seviyelerde kaldığı görülmektedir. Gençlerin katılım çeşitliliğini göstermeleri, siyasete el atmaları gerekmektedir.

Türkiye’nin neredeyse yarıya yakın nüfusu 26 yaşın altında olduğundan genç kesimin siyasal alanda büyük bir etkisi bulunmaktadır. Ülkenin ve toplumun geleceğini belirleyen gençlerin, siyasal katılmaya önem vermeye çalışması gerekmektedir. Gençlerin ilgisini çekmeyi başaran siyasi partiler avantajlı konuma geçebilmektedir. Bu nedenle gençlerin sadece geleceğin sembolü görülmesi yerine bugünün kilit noktası olarak görülmesi gerekmektedir.

Anayasa’nın 58. Maddesine göre; “Devlet, istiklal ve Cumhuriyetimizin emanet edildiği gençlerin müsbet ilminin ışığında, Atatürk ilke ve inkılâpları doğrultusunda ve devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü ortadan kaldırmayı amaç edinen görüşlere karşı yetişme ve gelişmelerini sağlayıcı tedbirleri alır. Devlet, gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alır” (TC. Anayasası, 2011: 11) denilerek siyasal katılım içerisinde yer almamaktadır. Kanun maddesi gençlerin kişisel haklarını korumanın yanında eğitim, düşünce özgürlüğü ve siyasal katılıma teşvikini sağlayıcı şekilde düzenlenmelidir. Gençleri korumanın yanı sıra destekleyici tarzda katılımcı gençlik algısı yaratmaya çalışılmalıdır. Gençler kendilerini siyasal platformda güçlü, katılımcı, etkin olarak görmeye başlamalıdır. Bunun için siyasiler gençlere ulaşmalı, parti programlarında gençlerin görüşlerine değer vermeli ve gençleri siyasal platforma etkin katılımlarını teşvik etmelidir. Gençler hak ettiği siyasi pozisyonlara gelebilmeli, siyasi aktörlere rahat ulaşabilmeli, siyasi görüşlerini savunabilmelidir. Toplum tarafından apolitik olarak görülen gençlerimizin, siyasal



sisteme katılımı teşvik edilmelidir. Ülkemizde gençlik katılımının teşvik edilmesi için Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bir takım öneriler geliştirilmiş bu öneriler:

- Her türlü ayrımcılığın önlenmesi, toleranslı, demokrasi kültürünün benimsendiği, katılımcı, şeffaf, sorumluluk üstlenen bir anlayışın gençler arasında yerleştirilmesine yönelik etkinlikleri sürdürmek,
- Gençlerin demokratik katılımı ile ilgili yazılı, görsel ve sosyal medyadan yararlanmasını teşvik etmek,
- Gençlerin, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına etkin bir şekilde katılımını desteklemek,
- Gençlik ile ilgili çalışmalar yapan sivil toplum kuruluşlarının kurulması ve çalışmalar yürütmesi hususunda ilgili kurum ve kuruluşlarca her türlü desteğin verilmesini sağlamak,
- Gençlerin siyasal süreçlere katılım imkânlarının arttırılmalarının teşvik edilmesi olarak benimsenmiştir (Gençlik Ve Spor Bakanlığı, Ulusal Gençlik Ve Spor Politika Belgesi,2013: 26-27). Gençlerin kendilerini düşünen siyasetçilere sempati ve sıcaklık duyması, siyasi parti liderine ve onun fikrine yakın olan, gençlik odaklı politikalar üreten, gençliğin sorunlarına el atan siyasi aktörlere yönelmesi doğal bir sonuç olarak değerlendirilmelidir. Gençlerin katılımı özellikle aileler, siyasi aktörler, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla desteklenmelidir. Gençler gerek yerel gerek ulusal yönetimin prosedürleri konusunda eğitici kamu spotları, medya ve internet ile bilgilendirilmeli ve teşvik edici olmalıdır.

## Kaynakça

### Kitaplar

Akgün, Birol., (2007), “Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi Ve Siyasal Güven”, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Boyras, Cemil., (2009), “Siyasi Partilerin Gençlik Teşkilatlarında Siyaset Ve Demokratik Katılım”, Türkiye Sosyal Ekonomik Siyasal Araştırmalar Vakfı (Tüses) Yayınları, İstanbul.

Erdoğan, E., (2009) “Olasılıksızlığı Kuramını Anlamak: Türk Gençliği Ve Siyasal Partilere Katılım,” C. Boyraz (Der.), Gençler Tartışıyor: Siyasete Katılım, Sorunlar Ve Çözüm Önerileri İçinde, Türkiye Sosyal Ekonomik Siyasal Araştırmalar Vakfı (Tüses) Yayınları, İstanbul.

Kalaycıoğlu, Ersin., (1983), “Çağdaş Siyasal Bilim Teori, Olgu Ve Süreçler.”, Beta Basın-Yayın-Dağıtım, İstanbul.

Kapani, Münci., (2009), “Politika Bilimine Giriş”, Bilgi Yayınevi, 22. Basım, Ankara.

Kışlalı, Ahmet Taner., (2010), “Siyasal Sistemler Siyasal Çatışma Ve Uzlaşma.” İmge Kitabevi, 8. Baskı, Ankara.

Lüküslü, Demet., (2009), “Gençlerin Siyaset Algıları Ve Deneyimleri: Yeni Bir Siyaset Ve Örgütlenme Modeli Üzerine Düşünmek” (Derleyen: Cemil Boyraz), Gençler Tartışıyor: Siyasete Katılım, Sorunlar Ve Çözüm Önerileri, Tüses Yayınları, İstanbul.

Turan, Erol., (2011), “Siyaset Bilimine Giriş.”, Palet Yayınları, Konya.



Özkan, Necati., (2004), “Türkiye Ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar”, Mediacat Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

Öztekin, Ali., (2011), “Siyaset Bilimine Giriş.” Siyasal Kitabevi, 7. Baskı, Antalya.

### Tez Çalışmaları ve İnternet Kaynakları

Avşar, Nilüfer., (2002), “Seçmen Davranışının Sosyo-Ekonomik Boyutları Ve Mesleğin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri (Isparta Örnek Olay Araştırması)”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta.

Bayhan, Vehbi., (2015), “Türkiye’de Gençlik Sosyolojisi Çalışmaları”, Sosyoloji Konferansları, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Metodoloji Ve Sosyoloji Araştırmaları Merkezi, Sayı No:52, <http://www.journals.istanbul.edu.tr/iusoskon/index>, (E.T: 26 Nisan 2016).

Caymaz, Birol., (2015), “Mücadele Alanı Olarak Parti Gençlik Kolları: Akp Gençlik Kolları Ve Ülkü Ocakları’nda Gençlik”, Galatasaray Üniversitesi, İstanbul, [iletisimdergisi.gsu.edu.tr/article/download/5000120732/5000111370](http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/article/download/5000120732/5000111370), (E.T: 28 Nisan 2016).

Ercins, Gülay., (2007), “Türkiye’de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı” Cumhuriyet Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 8, Sayı 2, Sivas.

Gençlik ve Spor Bakanlığı, Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi., (2013), [http://www.gsb.gov.tr/public/edit/files/Mevzuat/ulusal\\_genclik\\_ve\\_spor\\_politikasi.pdf](http://www.gsb.gov.tr/public/edit/files/Mevzuat/ulusal_genclik_ve_spor_politikasi.pdf), (E.T: 27 Nisan 2016).

Habitat Kalkınma Ve Yönetişim Derneği., (2015), “Mecliste Ne Kadar Varsın? 2015 Genel Seçimleri Gençlik Bakış Açısıyla Değerlendirmesi”, <http://habitatkalkinma.org/dl/uploads/2015/06/meclistenekadarvarsin.pdf>, (E.T: 12 Mayıs 2016).

Kızıldere, Nurcihan., (2002), “Kadın Oy Verme Davranışlarını Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörler-Kadın Seçmen Davranışı Üzerine Bir Araştırma”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.” Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Konda Araştırma ve Danışmanlık., (2014), “Türkiye’de Gençlerin Katılımı” İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, <http://stk.bilgi.edu.tr/media/uploads/2015/02/01/turkiyedegenclerinkatilimi.pdf>, (E.T: 01Mayıs 2016).

Konda Araştırma ve Danışmanlık., (2015), “7 Haziran Sandık Ve Seçmen Analizi”, 18 Haziran 2015, [http://survey.konda.com.tr/rapor/KONDA\\_7HaziranSand%C4%B1kveSe%C3%A7menAnaliziRaporu.pdf](http://survey.konda.com.tr/rapor/KONDA_7HaziranSand%C4%B1kveSe%C3%A7menAnaliziRaporu.pdf), (E.T: 28 Nisan 2016).

Memur-Sen Memur Sendikaları Konfederasyonu., (2013), “Türkiye Gençlik Profili Araştırması”, Ankara, <http://gencmemursen.org.tr/wp-content/uploads/2016/02/GENCLIK-ARASTIRMAS-1.pdf>, (E.T: 6 Mayıs 2016).

Sarı, Hasan., (2008), “Gençlerin Siyasi Tercih Oluşturmalarında Parti Gençlik Kollarının Etkisi: 2005–2007 Akp Ve Chp Gençlik Kolları’nın Çalışmaları”, Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Ankara.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



TC Anayasası., (2011), [https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa\\_2011.pdf](https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf), (E.T: 12 Mayıs 2016).

Yakışan, M., (2014), “Siyasal Partiler Ve Örgütlenmelerde Seçmen Davranışları”, Yenyüzyıl Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Yılmaz, Volkan., Oy, Burcu., (2014), “Türkiye’de Gençler Ve Siyasi Katılım: Sosyo-Ekonomik Statü Fark Yaratıyor Mu?”, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Popüler Kültür Gençlik***

**Emine Ay<sup>1</sup> Yusuf Yiğit<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu, Otel ve İkram Hizmetleri Bölümü/ Aşçılık Programı, [emineay@mu.edu.tr](mailto:emineay@mu.edu.tr)

---

### **Özet**

Bu çalışmanın amacı popüler kültürün gençlik üzerindeki etkilerini vurgulamaktır. Teknolojinin geliştiği son dönemde bireyleri etkisine alan ve yönlendiren unsurlardan olan popüler kültürü oluşturan öğeler; televizyon, internet, moda, müzik, yazılı medya, spor vb. olarak sıralanabilir. Popüler kültür bu öğelerle toplum içerisinde birçok bireyi etkisi altına almaktadır. Bu etkinin en çok kendini gösterdiği grup gençlerdir. Popüler kültür öğeleri bu dönemdeki bireylerin davranışlarını olumlu ya da olumsuz etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Popüler Kültür, Gençler

### ***Popular Culture Youth***

#### **Abstract**

The aim of this study is to explain the impact of popular culture on youth. Popular culture items that make up the recent arrival of the technology elements that direct area of influence of individuals; television, internet, fashion, music, print media, sports and so on. As it can be listed. Popular culture is under the influence of many individuals in the community with these elements. This is the group 's most active youth show yourself. Items of popular culture influences the behavior of individuals in this period is a positive or negative.

**Keywords:** *Popular culture, youth*



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Giriş

*Popüler*” kelimesinin etimolojisi, “*populace, popülasyon, public, publication, pub, people*” gibi kökenlerle akrabalıklara dayanır. Hatta eşanlam olarak *common, demos*, demokrasi gibi sözcüklerle de ilişkilendirilebilir. Latince ile Eski Yunanca açısından ayrılan, İngilizce’de kullanılan bu sözcüklerin hepsi, halk, yaygınlık, ortaklaşıcılık, kamu, demokrasi gibi Türkçe karşılıklara sahiptir (Batmaz, 2006: 19).

Popüler kültür dayatılan, dikte edilen ve zorunluluk olarak ortaya çıkarılan her şeyin genel adıdır. Tekelci bir anlayış ile ortaya çıkar ve bu anlayış belli başlı enstrümanlar birleşmesi ile ortaya çıkar. İlk olarak medya yolu ile vurgulanmak istenen kişiler, topluluklar, olaylar ve metalar oluşturulur. Bunların hepsi kitle iletişim araçları ile vurgulanır ve devamlı olarak hatırlatılır. Hatırda kalması için reklamlar ve bilinçaltı mesajları kullanılır. Bununla birlikte; radyo, televizyon, basın, görsel ve işitsel olarak tüm enstrümanlar kullanılır. Popüler kültür kavramında asıl olay vurgulanan değil ya da görülen değil asıl olan gizli olarak vurgulanan ve bilinçaltına verilen mesajdır. Hep gizli ve kapalı olan bu mesaj amaçlanan ve ulaşılmak istenen noktanın, popüler kültür adı altında dikte edilmesi ve hiçbir şekilde farkına vardırılmadan, asıl amacın başarıya ulaşmasını sağlanmaktadır.

## Popüler Kültürün Etkileri

Son yıllarda yapılan çalışmalarda gençlik kültürleri, açık sistemler olarak değerlendirilmesi gereken küresel melez kültürler olarak tanımlanmaktadır ve gençliğin aslında geç kapitalizmin çelişkilerini cisimlendirdiği öne sürülmektedir. Gençler aynı zamanda dünya vatandaşı olarak nitelenmektedirler, başka bir deyişle gençlik, küresel kentlerde, yerel kültür ile ulus aşırı kültür gövdeleri arasındaki dinamik kesişme noktası olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Küreselleşme, doğu ile batı karşıtlığını ve bölgeler arasındaki farklılıkları belirsizleştirmiştir. Küresel bir gençlik kültürünün son yıllardaki yükselişi, küresel kentlerde yaşayan gençlerin deneyimlerinin daha birbirine giderek çok benzediğini göstermektedir (Neyzi, 2004:109-110).

Gençlik döneminde öğretim yoluyla kazanılan değerler olu belli davranışların kazanılmasında önemlidir. Bu dönemdeki olumsuz davranış şekilleri ferdin sosyalleşmesi ile beraber terk edilebilir. Gençlik dönemi verimliliğin en yüksek olduğu dönemlerden biridir, gençlik ten gelen dinamizm, yaratıcılık ve idealizm ile birleşirse, başarıda alınacak mesafe büyük olur. Amacımız gençleri özel bir alana hapsetmek her şeyden habersiz kılmak değildir. Emperyalist amaçların, popüler kültür ile gençlere işitsel, görsel açıdan dikte edilmesi, gençlerin ister istemez popüler kültürün etkilerinde kalmalarıdır. Bu etki sonucunda gençlerin davranışları olumsuz şekilde değişmekte, tek tip bireyler olarak yetişmektedirler. Popüler kültürün gündelik yaşamın kültürü olduğunu, dolayısıyla gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve büyük ölçüde yapay mutluluklar üreten bir kültür olduğu hayli kabul gören bir yaklaşımdır. Dile getirdikleri toplumsal/bireysel beklentiler halk kesimlerinin gündelik pratikleri içinde ve büyük ölçüde iktidar bloğunun hegemonik kültürü bağlamında ve onun tarafından biçimlendirilerek üretildiği için, son kertede gerçekliğin görülmesini de engellemektedir (Oktay, 1992:7)

Öncelikle popüler kültür çalışma hayatının dışında yer alan faaliyetleri kapsamakta ve insanları eğlendirmeye yöneliktir. İnsanlara faydalı bilgiler vermek, onları eğitmek gibi amacı yoktur; insanlara hoşça vakit geçirtme temel amaçtır. Bu yüzden çoğu zaman kendisine olumsuz işlevler atfedilmekte; halkı uyuşturduğu ve derinlemesine



düşünmeye mani olduğu ileri sürülmektedir. Öncelikle popüler kültür çalışma hayatının dışında yer alan faaliyetleri kapsamakta ve insanları eğlendirmeye yöneliktir. İnsanlara faydalı bilgiler vermek, onları eğitmek gibi amacı yoktur; insanlara hoşça vakit geçirtme temel amaçtır. Bu yüzden çoğu zaman kendisine olumsuz işlevler atfedilmekte; halkı uyuşturduğu ve derinlemesine düşünmeye mani olduğu ileri sürülmektedir (Bektaş, 1996:128).

Popüler kültürün modernleşmenin getirdiği gündelik yaşamın kültürü olduğu, gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yaradığı ve yapay mutluluklar yarattığı ise ağırlıklı olarak kabul gören bir yaklaşımdır. (Batmaz, 1981: 163).

*Gans kitle kültürünün ya da popüler kültürün şimdi aşağı yukarı iki yüz yaşında olan eleştirisini, çağdaş haliyle dört ana tema üzerinde oturtur:*

1. *Popüler kültür yaratmanın olumsuz özelliği:* Popüler kültür sevimsizdir; çünkü yüksek kültürün aksine, kâr zihniyeti yatırımcılar tarafından sadece parasını ödeyen izleyiciyi memnun etmek üzere toptan üretilir.

2. *Yüksek kültür üzerindeki olumsuz etkiler:* Popüler kültür yüksek kültürden alıntı yapar, böylece onu ayağa düşürür; ayrıca geleceğin pek çok yüksek kültür yaratıcısını baştan çıkartır, böylece onun yetenek kaynağını tüketir.

3. *Popüler kültür izleyicileri üzerindeki olumsuz etkileri:* Popüler kültür içeriğinin tüketilmesi en iyi olasılıkla sahte mutluluklar yaratır, en kötü olasılıkla da izleyiciye duygusal olarak zarar verir.

4. *Toplum üzerindeki olumsuz etkileri:* Popüler kültürün yaygınlaşması yalnızca toplumun kültürel ya da uygarlık kalitesini düşürmekle kalmaz, aynı zamanda diktatörlüğe eğilimli demagogların kullandığı kitle ikna yollarına tuhaf bir biçimde ilgi gösteren, edilgen bir izleyici kitlesi yaratarak totaliter rejimlere çanak tutar. Gans (2005:43)

Popüler kültür ile medya aynı geni taşımaktadır. Medyanın ürettiği veya taşıdığı kültürün popüler karakterde olması kaçınılmazdır. Popüler kültüre ilişkin pek çok kanaat ve davranışın kaynağı medyadır. Ancak medya da bunu yoktan var etmemekte; zaten işlemekte olan bir piyasaya fayda sağlamaktadır. Popüler kültür günümüzdeki görünümünü de büyük ölçüde medyaya borçludur (Güneş, 2006:194).

### **Medya Popüler Kültür**

Medya malzemesini önceden belirlenmiş kurallar ve şartlar çerçevesinde bir işlem den geçirerek yeniden üretir. Böylelikle medyanın popüler kültür dolayıcılığı sırf bir aracılık değil, bir yeniden imal etme sürecidir (Mutlu, 2001: 28).

Medya popüler kültür ürünlerinin oluşmasında önemli bir görev üstlenirken, popüler kültür ürünlerinin geniş kitlelere ulaşmasında taşıyıcı bir rol de üstlenir. Bu nedenle medya popüler kültürün yayılmasında birinci etkindir. (Erdoğan, 2001: 98).

Televizyonda bir kitle iletişim aracı olarak artık Türk toplumunun günlük yaşamının bir parçası haline gelmiş, günde ortalama 5-6 saat ailece izlenir olmuştur (Cüceloğlu, 1991: 549).

Televizyonla birlikte birçok olay ve olgu popülerleştirilmekte ve magazinleştirilmektedir. Toplumsal ve siyasi olaylar da dahil olmak üzere birçok şey izleyiciye gerçek değerinin dışında algılatılmaktadır. Popüler kültür kavramıyla



birlikte insanlar, haberleri de popüler unsurlarla algılamakta, sadece verilen haberleri tüketerek “kitle insanı”na dönüşmektedirler. Sunulan olaylar magazinleştirilerek, gündelik hayatın gerçeklerinden sıkılan insanlara bir tür “kaçış” sunulmaktadır. Bu yapılırken de, insanların gelecekları için yeni bakış açıları sunulmamakta; var olan düzenin en iyisi olduğu vurgulanarak verili toplumsal realitenin sürekli bir tekrarı yapılmaktadır. Diğer bir deyişle, insanlara post-modern hayatlar kitle iletişim araçları ile empoze edilmekte ve popüler kültür unsurları sundukları sanal gerçeklikler ile giderek hayatımızın baş köşesine oturmaktadır.

Yapılan araştırmalarda da en fazla tercih edilen televizyon izleme nedeni olarak serbest zaman değerlendirme seçeneği çıkmaktadır (Cereci, 1996: 75).

Araştırmaya katılanların serbest zamanlarda yaptıkları etkinliklerin başında % 27,3 oranıyla “televizyon izlerim”, % 14,8 oranıyla “ailemle geçiririm”, % 14 oranıyla “arkadaşlarımla bir araya gelirim”, % 9,4 oranıyla “müzik dinlerim”, % 5,8’le “internette sörf yaparım”, % 4,4’le “spor yaparım”, % 4,3’le “gazete okuruma” gelmektedir. Katılımcıların en sık izledikleri ulusal televizyon kanallarını % 17,9’la Kanal D, % 17,4’le ATV ve % 15,2 ile Show TV ilk üç sırada izlenmektedir. Katılımcıların % 39,2’si bir günde ortalama “bir-iki saat” televizyon izlediğini belirtirken; % 33,9’u “üç-dört saat”, % 19,8’i “bir saat”, % 6,4’ü “dört saatten fazla”, % 0,7’si ise hiç televizyon izlemediğini belirtmiştir. Tv izleyenlerden büyük çoğunluğu popstar vb yarışmalarını izlemektedir. Popstar türü yarışmaları izleme nedenlerini ortaya koyan ilk ve en güçlü faktör “rahatlama/eğlenme” faktörüdür. Katılımcıların Popstar türü yarışmaları izleme nedeni olarak diğer faktör “Boş (serbest) Zaman Değerlendirme” faktörüdür. Bu faktör altında; “yapacak daha iyi bir şeyim olmadığından izlerim”, “boş zamanlarımı değerlendirmeme yardımcı oluyor” yer almaktadır.

### **İnternet Popüler Kültür**

Sınırları aşma konusunda emsalsiz olan internet, kültürel alanı hızlı bir şekilde küreselleştirmeyi başarmıştır. İnternetin kültürel alandaki bu başatlığı, yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin, yeni kültürel formların oluşmasını olanaklı hale getirerek, bir anlamda küresel ölçekte başatlaşmış ve aynı zamanda homojenleşmiş küresel bir kültürün inşasını sağlamıştır. Dolayısıyla, bir devrim olarak nitelenen internet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağı olmanın ötesinde, makro düzeyde yeni bir kültürel, siyasal ve ekonomik alan olarak analiz edilmelidir. (Polat, 2002, s. 2)

Kullanıcıların cinsiyetleri, görünüşleri, cinsel kimlikleri ve umum ile ilgili diğer özellikleri nasıl değiştirdikleri, dönüştürdükleri aynı zamanda niye birçok kimlik aldıklarına yönelik birçok araştırma yapılmıştır. Sanal toplumları en çekici kılan unsurlardan birisi, uygarlıkla gelen tüm maskeleri bir tarafa bırakmayı kolaylaştırmasıdır. İnsanlar bir nick-name (takma ad) arkasına saklanabilirler. Sosyal kontrolün olmadığı bir ortamda “üstben”den gelen toplumsal baskıları atarak, olabildiğince “ben”lerini özgür bırakmanın keyfini çıkartabilirler. Kullanıcılar sürekli olarak kendilerine uygun bir kimlik biçme ya da biçilmiş kimlikleri kendilerine mal etme durumundadırlar. Diğer taraftan, ortamın anomik yapısı çok sayıda farkı kimliğin bir anda üretilmesine, hızlı bir şekilde tüketilmesine ve yerine yenilerinin inşa edilmesine olanak vermektedir. Ayrıca siber ortamdaki genel ahlaki değerlerden uzaklık, insanların yüzlerine takabilecekleri sayısız maskeler ve “yeni kimlikler”





kullanıcılara cazip gelmektedir (Gürhani, 2004, s. 3). Bunların yanında bilgisayarlara virüs bulaştırılması, çevrimiçi uygunsuz reklamlara ve sitelere ulaşılması veya kazayla girilmesi, şiddet ve korku içeren sitelere rastlanması çocuklar ve gençler üzerinde önemli bir tehdittir.

### **Ebeveynlere Göre Çocuklarının İnternet Kullandığı Yerler**

- Evde % 34
- Okulda % 31
- Arkadaşının evinde % 14
- Bir başkasının evinde % 5
- Kütüphane v.b. yerlerde % 6
- internet kafe’lerde % 2
- Bir başka yerde %2

(Livingstone ve S, Bober 2005)

Görüldüğü gibi internetin zararlı etkilerinden aileleri çocukları evlerinde korusalar bile ev dışındaki ortamlarda tehlikelere maruz kalmaktadırlar.

### **Cep Telefonları**

Araştırma sonuçlarında; arkadaşlarla ve aile ile iletişimin temel kullanım nedeni olduğu, mobil telefonlarda en çok mesajlaşma, dijital fotoğraf çekme ve paylaşma ile Genel Ağ’da gezinme seçeneklerini görmek istedikleri ortaya koyulmuştur (bk. OTX, 2007).

Amerika’da 12-17 yaş aralığındaki 800 genç ve aileleri ile telefonla iletişime geçilmiş, aynı zamanda bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma çerçevesinde, ortaokul ve lise öğrencisi olan katılımcılardan 9 grup oluşturularak odak grup çalışması da gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarında, mobil telefonlarda en çok kullanılan özelliklerin mesajlaşma olduğu ve mesajlaşma özelliklerinin ardından fotoğraf çekme ve sosyal ağ/paylaşım özelliklerinin yer aldığı ortaya koyulmuştur (bk. Bir diğer çalışmada ise, 18-29 yaş aralığındaki katılımcıların Genel Ağ erişimlerinde mobil telefonların dizüstü bilgisayarlarla birlikte önemli ölçüde kullanıldığı, Afrika asıllı Amerikalıların Genel Ağ kullanımında diğer Amerikalılara göre daha aktif oldukları ifade edilmiştir (bk. Lenhart ve diğerleri, 2010).

Bu bulgular, öğrencilerin cep telefonlarıyla tanıştıkları dönemin ortalama olarak 10-12 yaşları gibi bir aralığa denk geldiğini göstermektedir.

### **Bilgisayar Oyunları**

Bilgisayar oyunlarının yaygınlaşması ile ortaya çıkan diğer bir konuda bağımlılıktır. Online (internete bağlı) değilken, internette yapılan aktivitelerin hayalinin kurulması, internet kullanımının artan oranlarda devam etmesi, internette planlanandan daha fazla zaman geçirilmesi, internet yüzünden işteki ya da okuldaki başarıda düşme görülmesi ya da sosyal ilişkilerde kopma yaşanması, internet kullanımı hakkında aile ya da arkadaşlara yalan söylenmesi, internetin günlük hayattaki problemlerden kaçmak için bir araç olarak kullanılması internet bağımlılığının tipik davranışları olarak görülmektedir (Kuloğlu,2001).



**İndiana** Üniversitesinde yapılan bir çalışmada , şiddet içeren medya ve bilgisayar oyunu görüntülerinin beyinde saldırganlığı tetikleyen bölgeleri uyardığı ve anormal beyin fonksiyonlarına sebep olduğu bulunmuştur (Mathews, 2005)

Araştırmalar gençlerin giderek daha fazla televizyon izlemeleri ve bilgisayar oyunları oynamaları nedeniyle sosyal ortamlardan izole olduklarını göstermektedir (Vessey, 1998).

İnternet ve bilgi teknolojileri özelinde değerlendirildiğinde ise bu yaklaşımın iyimser savunucuları "bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimlerin toplumda elde edilebilen enformasyon miktarını genişletmiş ve herkes için ulaşılabilir kılmış" olduğunu savunmaktadır.(Timisi, 2003:10).

### Sonuç ve Öneriler

Teknolojinin gelişmesiyle güçlenen popüler kültür geleneksel kültürü zayıflatmış, medyanın da etkisiyle gençlerin başta olmak üzere bütün insanların yaşam tarzı haline gelmiştir. Bu yaşam tarzının gündelik hayata geçmesinde etkili olan kitle iletişim araçları ve televizyon önemli bir rol oynamaktadır. Popüler kültür ve televizyon birbirleri ile etkileşim içinde olan; birbirlerini besleyen ve yayan iki önemli kavramdır. Etrafımızı sarmalayan popüler kültür unsurlarına yönelik başta çocuk ve gençler olmak üzere, halkın bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü yayıncılar, programları izleyici beklentileri ve isteklerine göre oluşturduklarını savunmaktadırlar. Oysa yayınların izleyici beklentilerini yönlendirdiği de bir gerçektir. Dolayısıyla, televizyon yayınlarının toplumun ihtiyaç ve isteklerine göre olduğu kadar, "eğitim" işlevini de ön plana çıkararak, izleyicide yeni ve olumlu değerlerin oluşturulmasını etkileyecek, kültürel değerlere bağlı, toplumun bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi konusunda sorumluluk odaklı içeriklere yer vermesi gerekmektedir.

### Kaynakça

- Batmaz, Veysel (2006). *Medya Popüler Kültürü Gizler*, İstanbul: Karakutu Yayınları.  
*Basılmamış Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Ankara
- Cerici, Sedat (1996). *Televizyonun Sosyolojik Boyutu*, İstanbul: Şûle Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (1998), *İnsan ve Davranışı*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erdoğan, İrfan (2001). "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meğruluğu", *Doğu Batı Dergisi "Popüler Kültür" Özel Sayısı*, Yıl:4, Sayı: 15, Ankara: Cantekin Matbaacılık, 65-104.
- Gans, Herbert J. (2005). *Popüler kültür ve Yüksek Kültür*, Çev. Emine Onaran Gncirlioğlu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gans, H. J. (2007). *Popüler Kültür Yüksek Kültür*, E. O. İnciroğlu (çev.), İstanbul: YKY Yayınları, s. 21'den Nuran Oğuz, *Tüketim Kültürünün Üniversite Gençliği Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, İsparta, (2008). s. 9.
- Güneş, S. (2001). *Medya ve Kültür Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı*, Vadi Yayınları, Ankara, s. 88'den Emrah Alpaslan Konukman, *Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki İmgeleri*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara,
- Gürhani, Nihal (2004). "On-Line (Çevrimiçi)Toplumun Doğuşu," <http://sinemafanatik.com>



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Kuloğlu, C. (2001), “İnternet kafeler ve İnternet Bağımlılığı:Ankara Örneği”,

Livingstone, S., Bober, M., “UK Children Go Online”, Economic and Social Research Council, April 2005.

Mathews V. , Kronenberger WG. , Wang Y. , Lurito JT, Lowe MJ, Dunn DW.(2005), “Media violence exposure and frontal lobe activation measured by functional magnetic resonance imaging in aggressive adolescents”, *J Computer Assisted Tomography*; 29: 287-292.

Mutlu, Erol: Televizyonu Anlamak, Gündoğan Yay., Ank., 1991, s.15

Oktay, Ahmet (1992). “Popüler Kültür Ğle Kitle Kültürü”, Varlık, Sayı:1012, Ğstanbul: KurtiĞ Matbası, 7-10.

Otx. (2007). *Teens use Cell Phones to Stay in Touch with Family and Friends, not to Look “Cool”*. 12 Ağustos 2011 tarihinde [http://home.otxresearch.com/documents/PressReleases/2007//10-04-07\\_Teens\\_and\\_CellPhones.pdf](http://home.otxresearch.com/documents/PressReleases/2007//10-04-07_Teens_and_CellPhones.pdf) adresinden erişildi

Polat, Necla (2002). “Sanal Dünyada Duygusal Doyum,” İletişim, sayı 16, s. 93-117.

Timisi, Nilüfer (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Yayınevi.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri*

<sup>1</sup>Ensar Arif Sağbaşı, <sup>1</sup>Serkan Ballı, <sup>1</sup>Faruk Şen

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilişim Sistemleri Mühendisliği Bölümü, Muğla,  
[arifsagbas@mu.edu.tr](mailto:arifsagbas@mu.edu.tr)

---

### **Özet**

Günümüzde internet kullanımı, gündelik hayatın değişilmez bir parçası haline gelmiştir. İnternet kullanımının büyük bir kısmını ise sosyal medya siteleri oluşturmaktadır. Sosyal medya siteleri, sosyal etkileşim ve bilgi paylaşımı için en popüler araçlar haline gelmiştir. Yapılan çalışmalar bireylerin kişilikleri ile sosyal medya siteleri kullanımları arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Gençler çoğunlukla bu siteleri arkadaş edinme, bilgi paylaşma ve oyun oynama benzeri amaçlarla kullanmaktadır. Bu çalışmada kullanıcıların rahatlıkla kişisel bilgilerini, fotoğraflarını paylaştığı bu sosyal medyanın gençler üzerindeki olumsuz ve olumlu etkileri incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Facebook, İnternet, Sosyal Medya, Twitter

### *Social Media and Its Effects on Young People*

#### **Abstract**

Nowadays, internet usage has become unchangeable part of daily life. The majority of internet usage includes social media sites. Social media sites have become the most popular tool for social interaction and information sharing. Some studies have shown that there is a relationship between using of social media sites and personalities of individuals. Young people mostly use this kind of sites to make friends, share information and play game similar purpose. In this study, benefits and negative effects of social media on young people where users can easily share personal information and photos were examined.

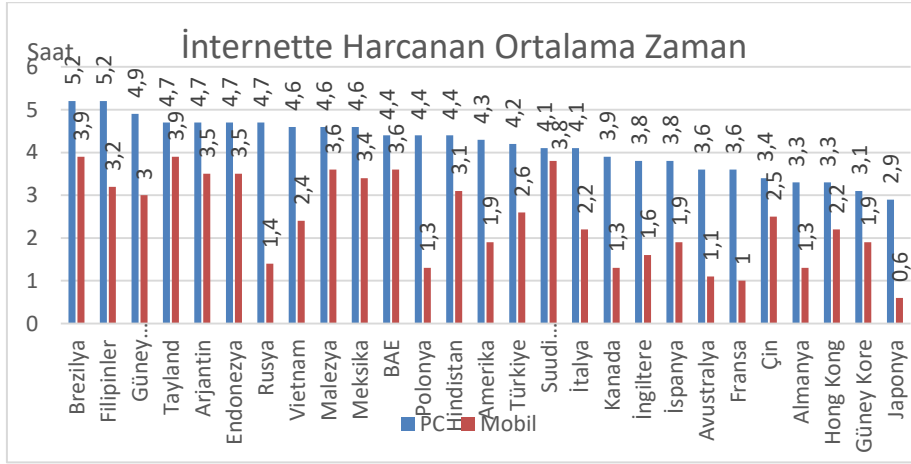
**Keywords:** Facebook, Internet, Social Media, Twitter

## Giriş

İnternet, günlük hayatı yönlendirmede önemli bir bileşen haline gelmiştir. Boş zamanı değerlendirmek veya alışveriş yapmak isteyen insanları her yönü ile etkilemektedir. Oysa en büyük dönüşümler bireylerin sosyalleşmesi, bilgi araması ve bilgiyi paylaşması üzerinedir. İnternet aracılığı ile bilgiler dünya çapında kitlelere yayılabilmektedir. İnternet aynı zamanda kamu ve özel alanda sosyal etkileşim için bir imkân sunmaktadır.

Türkiye’de internet kullanımı oranı dünyanın her yerinde olduğu gibi hızla artmaktadır. Wearesocial’dan elde edilen bilgilere göre 2016 yılında dünya genelinde bir günde ortalama internet kullanım süreleri Şekil 1’de verilmiştir (digital in 2016).

Şekil 1. Ükelere göre günlük ortalama internette harcanan zaman



**Kaynak:** Digital in 2016, <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/459>, Erişim 23.02.2016

Sosyal medya, yaygınlaşan internet kullanımına en büyük etken ve insan hayatını etkileyen, büyük oranda kolaylaştıran güçlü bir araçtır. Yapılan çalışmalar her üç gençten birinin günde en az 3 saatini sosyal medyada geçirdiğini ve internete giren gençlerin çok büyük bir kesiminin, sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir. Sosyal medya bilinçli bir şekilde kullanıldığında gençlere derslerinden sosyal hayatına kadar birçok konuda katkı sağlayabilmektedir. Bunun yanında internet ve sosyal medya gençlerin rahatlıkla ulaşabileceği uygunsuz içerikler ve onları kolayca kandırabilecek kötü niyetli kişileri de barındırmaktadır (trthaber.com, Demirel, vd., 2013).

Günümüz ebeveynleri birçok teknolojik gelişmeye şahit olmuş kimselerdir. Son yıllarda ise teknoloji ve sosyal medyanın gelişiminde bir devrim yaşanmakta, günümüz ebeveynleri de bu duruma uyum sağlamaya çalışmaktadır. Bununla birlikte, gençler için akıllı telefonlar olağan, sosyal medya oluşumları ise günlük hayatın bir parçası olarak görülmektedir. Bu durumun ve sosyal medyanın gençler için zararlı olabileceği düşünülen konular sonucu, ebeveynlerin bir kısmı gençlerin sosyal medyayı kullanımlarını teşvik ederken kimi ebeveynler ise sosyal medya kullanımı konusunda daha kısıtlayıcı bir tutum sergilemektedir (haber7.com).

Bu çalışmada, sosyal medyadan ve sosyal medyanın gençler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinden bahsedilmektedir. İkinci kısımda, sosyal medya genel olarak anlatılmış ve sosyal medya hakkında yapılan çalışmalar incelenmiştir. Üçüncü kısımda,

sosyal medyanın gençler üzerindeki olumsuz etkileri, dördüncü kısımda sosyal medyanın gençler üzerindeki olumlu etkileri maddeler halinde ele alınmıştır. Beşinci kısımda ise çıkarılan sonuçlar tartışılmıştır.

## Sosyal Medya

Sosyal medya siteleri, en popüler ve hızlı gelişen çevrimiçi bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşimin kalbi olarak tanımlanabilen internet siteleridir. Kullanıcı profillerini başkalarıyla paylaştığı sanal koleksiyonlardır (Hughes, vd, 2012). Sosyal medya teknolojileri; bloglar, iş ağları, kurumsal sosyal ağlar, forumlar, mikrobloglar, fotoğraf paylaşımı, ürün veya hizmet yorumları, oyunlar, sosyal ağlar, video paylaşma ve sanal dünya gibi farklı formları içine almaktadır (Aichner ve Jacob, 2015).

Mobil sosyal medya, mobil cihazlar ve sosyal medyanın birleşimini ifade eder. Bunlar kullanıcıların içerik alış verişine imkân sağlayan mobil pazarlama uygulamalarıdır. Mobil sosyal medyalar, mobil cihazlarda çalışabildiğinden dolayı geleneksel sosyal medyalardan, konum kullanma ya da mesaj gönderme veya almada gecikmesi ile farklılık göstermektedir. Mobil sosyal medyalar dört farklı türde ele alınabilir (Kaplan, 2012):

**a) Space-timers (konum ve zaman hassasiyeti):** Mesajların içeriği zaman içerisinde belli bir noktada belirli bir yer için değişebilmektedir (Facebook Places, Foursquare).

**b) Space-locators (sadece konum hassasiyeti):** Başkaları tarafında daha sonra okunması için, belirli bir konum için yazılan mesajlar (Yelp, Qype, Swarm).

**c) Quick-timers (sadece zaman hassasiyeti):** Geleneksel sosyal medyayı mobil cihazlar ile daha hızlı kullanılmasını sağlamaktadır. (Facebook durum güncellemesi, Twitter mesajları).

**d) Slow-timers (zaman ve konum hassasiyeti olmayan):** Geleneksel sosyal medyayı mobil cihazlar üzerinden takip etme (Youtube video izleme).

Dünya genelinde sosyal medya kullanıcı sayısı 2.307 milyar (Dünya toplam nüfusuna oranı %31), sosyal medya hesaplarına mobil cihazlar aracılığı ile ulaşan kullanıcı sayısı ise 1.968 milyar (Dünya toplam nüfusuna oranı %27) olarak belirtilmiştir. Türkiye için 2016 yılı verileri değerlendirildiğinde toplam nüfus 79.14 milyon, aktif internet kullanıcı sayısı 46.28 milyon, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 42 milyon (Türkiye toplam nüfusuna oranı %53), sosyal medya hesaplarına mobil cihazlar aracılığı ile ulaşan kullanıcı sayısı ise 36 milyondur (Toplam nüfusa oranı %45). 2015 senesine 2016 yılında göre Türkiye’de internet kullanıcı sayısı %10, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı %5, mobil abone sayısı %2, mobil cihazlar aracılığı ile sosyal medya kullanan kişi sayısı %13 artmıştır (digital in 2016).

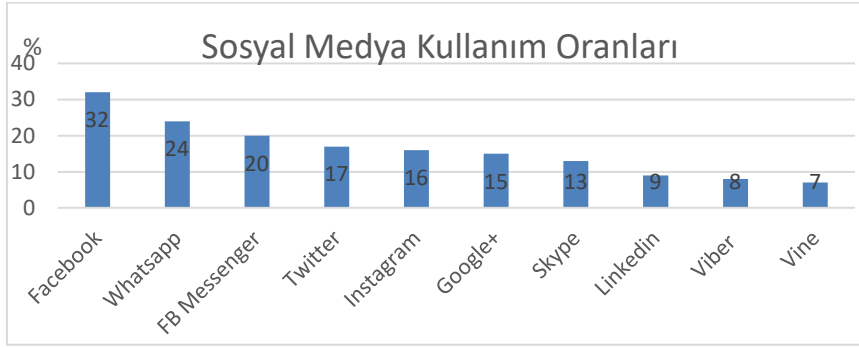
Ocak 2016 verilerine göre kişisel bilgisayar ya da tablet ile günde ortalama 4 saat 14 dakika, mobil telefonlar ile 2 saat 35 dakika internet kullanılmaktadır. Herhangi bir cihaz ile sosyal medyada ortalama 2 saat 32 dakika, televizyon veya Youtube gibi izleme kanalları ile ise 2 saat 18 dakika vakit geçirilmektedir. Aynı kaynağa göre Türkiye’de Facebook kullanıcılarının %55’i 29 yaşının altında, genç olarak nitelendirilebilecek bireylerdir (digital in 2016). Şekil 2’de sosyal ağların dünya genelinde sahip oldukları kullanıcı sayısı, Şekil 3’de ise Türkiye’de aktif olarak kullanılan sosyal medyaların kullanım oranları verilmiştir.

Şekil 2. Sosyal ağların Dünya genelinde sahip oldukları kullanıcı sayıları



**Kaynak:** Digital in 2016, <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/459>, Erişim 23.02.2016

Şekil 3. Türkiye’de sosyal medya kullanım oranları



**Kaynak:** Digital in 2016, <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/459>, Erişim 23.02.2016

Şekiller incelendiğinde, Facebook sosyal ağının en çok kullanıcıya sahip olan ve ülkemizde de en yüksek oranda kullanılan sosyal medya aracı olduğu görülmektedir. Bu durum akademik çalışmalarda da kendini göstermektedir.

Literatüre bakıldığında, sosyal medya konusunda çeşitli çalışmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Çam ve İşbulan (2012), tarafından öğretmen adayları üzerinde yapılan çalışmada erkeklerin kızlardan daha fazla Facebook bağımlısı olduğu ve üst sınıfların alt sınıflara göre daha fazla bağımlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Seferoğlu ve Yıldız (2013), tarafından yapılan çalışmada beş farklı ilden 351 tane beşinci ve altıncı sınıf öğrencileri üzerinde Facebook kullanımı ölçülmüştür. %85.5 oranında Facebook bağımlılığının olmadığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmada Facebook kullanım sıklığı ile internet bağımlılığı arasında anlamlı ve doğru bir ilişki olduğu bulunmuştur. Zaremohzzabieh vd. (2014) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin Facebook bağımlılık düzeyleri incelenmiş ve öğrencilerde bağımlılık belirtilerine rastlanmıştır. Niiya vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada 34 erkek, 42 kız öğrencinin yer aldığı deney grubunun sosyal medyaya eriştikleri cihazlara yüklenen yazılım ile uygulamalar arası geçiş ve pencere değişikliklerinin zamanları kayıt altına alınmıştır. Bu yazılım sayesinde öğrencilerin sosyal medya kullanım verileri toplanmıştır. Aynı



deney grubuna her sabah ve akşam uyku durumları ile ilgili anket doldurtulmuştur. Çalışma sonucunda Facebook kullanımının sosyal medyaya olan bağımlılıktan değil uykusuzluktan kaynaklanabileceği belirtilmiştir.

Chen (2011) tarafından 317 Twitter kullanıcısı üzerinde yapılan araştırmada, kullanıcılar kendilerini ne kadar diğerlerine bağlı hissederse o kadar çok bu sosyal ağı kullandığı belirtilmiştir. Hughes vd (2012) tarafından yapılan bir çalışmada Facebook kullanıcıları daha sosyal ve girişken, Twitter kullanıcıları ise daha az sosyal ve düşünme ihtiyacı yüksek olarak belirtilmiştir. Lee vd (2015) 212 kullanıcı ile yaptıkları çalışmaya göre, kullanıcılar Instagram hesaplarını sosyal etkileşim, fotoğraf arşivleme, kendini ifade etme, hayattan kaçma ve beğendiği ünlüleri anonim olarak takip etme amaçlı kullanmaktadır. Lup vd. (2015) 117 kullanıcı ile yaptığı çalışmada Instagram'ın kullanımının, negatif sosyal kıyaslama ve depresif belirtilere yol açtığı sonucuna varmıştır.

Sosyal medya hesaplarının kullanımlarını aktif ve pasif kullanım olarak iki başlık altında incelemek de mümkündür. Aktif kullanım; durum paylaşma, yorumlara cevap verme, mesajlaşma vb. Pasif kullanım; haber kaynakları, arkadaş resimlerine bakma vb. Verduyn vd (2015), 84 üniversite öğrencisine 10 dakika boyunca sosyal medya kullanarak bir test gerçekleştirmişler. Kullanıcıların yarısının sosyal medyayı aktif, diğer yarısının ise pasif kullanması istenmiştir. Test sonucunda pasif kullanıcıların daha kötü hissettiği sonucuna varılmıştır. Bu durumun önlenmesi için aktif ve pasif kullanımı dengelemek ve bireyin mutsuz, depresif, yalnız hissettiğinde pasif kullanımdan kaçınması önerilmiştir (teknoseyir.com, 2016). Chou ve Edge (2012) tarafından, 425 lisans öğrencisi üzerinde yapılan araştırmanın katılımcıları Facebook arkadaşlarının kendilerinden daha iyi hayatlara sahip olduklarını ve daha mutlu olduklarını düşünüyorlar. Üniversite öğrencileri arasında yapılan bu araştırma gençlerin Facebook'u daha çok ciddiye aldıklarını, insanların kendi hayatları ile diğer hayatları daha çok karşılaştırdıklarını ortaya koymaktadır.

### Sosyal Medyanın Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Son yıllarda Facebook, Twitter tarzı sosyal ağların kullanımında büyük bir artış olduğu görülmektedir. Özellikle gençler bu yüksek teknolojiyi yeni insanlarla tanışmak ve arkadaşları ile bağlantı kurmada kullanmaktadır. Ancak ailelerin kendilerini koruması ve çocukları için bu sitelerin olumsuz etkilerinin farkında olmaları önem teşkil etmektedir. 50000 kişi ile yapılan araştırmada (Sabatini ve Sarracino, 2014; technologyreview.com, 2016), sosyal medyanın kişiler üzerinde gösterdiği etkiler incelenmiştir. Genel olarak sosyal medyanın bireylerin sosyal refahı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyanın çocuklar ve gençler üzerindeki olumsuz etkileri alt başlıklarda açıklanmıştır.

**a) Nefret Söylemi:** Facebook ya da diğer sosyal ağları kullanan gençler nefret söylemi riski altındadır. Çevrimiçi etkileşimlerde, tanınmayan kişilere kolayca nefret söylemi ya da saygısız davranışlar gösterilebilmektedir. Yüz yüze etkileşim sırasında iken ise bu tür sözleri sarf etmeden önce iki kere düşünmek gerekmektedir (technocrazed.com, 2016).

**b) Sosyal Güvensizlik:** Bahsedildiği gibi çevrimiçi kullanıcılar şımarık ya da saldırgan davranışlar gösterebilmektedir. Gençler bu saldırgan ve şımarık durumların gerçek hayatta da gerçekleştirilen eylemler olduğunu düşünebilmektedir. Bu da tanınmayan kişilere karşı sosyal güvensizliği ortaya çıkarmaktadır (technocrazed.com, 2016).





**c) Siber Zorbalık:** Sosyal medyada sık sık bahsedilen tehlikelerden biri de siber zorbalıktır. Facebook tarzı siteleri kullanan bireyler kendilerine karşı bir tehdit hissettiğinde veya tartışma ortamında tehdit içeren mesajlar gönderebilmektedir (technocrazed.com, 2016).

**d) Kıyaslama – Kıskançlık:** Facebook tarzında, kullanıcıların günlük hayatlarını raporlayabildikleri, fotoğraf paylaşabildikleri sosyal medya araçları kullanıcılarını mutsuz etmektedir. Bunun nedeni ise arkadaşlarını ya da takip ettiği kişileri mutlu görmek. Bu tarz sosyal medyaları kullanan kişiler gerçek hayatta arkadaş olmadıkları kişilerin hayatlarını daha görkemli bulmaktadır. Sadece sosyal medya ortamında tanıdığı, gerçek hayatta görüşmediği insanların ise kendisinden daha iyi şartlarda olduğunu ve daha mutlu olduğunu düşünmektedir (Chou ve Edge, 2012).

**e) Cyber-Stalking (Siber Takip):** Stalking, seçilen kurbanı mağdur edebilecek veya zarar verebilecek rahatsız edici izleme olarak tanımlanmaktadır. Siber-stalking sosyal medyayı kullanarak çok farklı şekilde uygulanabilmektedir. Bazen, eski eş veya eski erkek ya da kız arkadaştan ayrılmanın getirmiş olduğu sinirlilik ile bu kişiler kurban olarak seçilmekte ve sosyal medya üzerinden takip edilebilmektedir. Başka bir durumda, çevrimiçi geliştirilen bir ilişki ve paylaşılan kişisel bilgiler izleyici (stalker) tarafından kullanılabilir. Ya da, herhangi biri rastgele siber takip saldırısı ile kurban olabilir (technocrazed.com, 2016).

**f) Şiddet Görüntüleri:** Sık sık dünyadaki siyasi olayların bir sonucu olarak, açık ve şiddet görüntüleri yayınlanması nedeniyle Facebook gibi sosyal medya sitelerinde çok fazla zaman harcamak tehlikeli olabilmektedir. Bu durumun viral doğası nedeniyle, yumuşatmak oldukça zordur. Bu görüntüler çocukların ve gençlerin düşünceleri üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Onlara, dünyanın sadist ve bozguncu görünümünü sunmaktadır (technocrazed.com, 2016).

**g) Çok Fazla Paylaşım:** Herkesin uygulamaya çalıştığı kendince fikirleri ve inançları vardır. Bireylerin günlük yaşantılarında etkileşim halinde bulunduğu sınırlı bir çevresi bulunmaktadır. Ancak, Facebook tarzı siteler üzerinden fikir paylaşımı ile kullanıcıların normal hayatlarında istemedikleri insanların bu bilgilere erişmesine neden olmaktadır. Bu durum o insanlarla olan ilişki için ölümcül olabilmektedir (technocrazed.com, 2016).

**h) Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (Fear of Missing Out):** Kısaca FOMO olarak belirtilen bu olumsuz durum, bir psikolojik rahatsızlık olarak da anılmaktadır. FOMO hastalığı insanların sosyal medyaya olan bağlılığını özetleyen bir ruh halidir. Bir çeşit kaygı bozukluğu ve gelişmeleri kaçırma korkusuyla gereksiz yere pişmanlık duyma davranışı olarak tanımlanabilmektedir. Özellikle özgürlükçü, zevkine düşkün ve sabırsız olma özelliklerine sahip olan gençler bu riski taşımaktadırlar. Bu rahatsızlığın başlıca belirtileri şu şekilde maddelendirilebilir [webtekno.com 2016; e-psikiyatri.com, 2016]:

- Yeni gelişen olayları kaçırmamak için sürekli sosyal medya sitesinde sayfa yenileme ihtiyacı
- Sosyal medyada çevrimiçi olunmadığı durumlarda huzursuz hissetme
- Sosyal medyada yapılan paylaşımın beğeni almadığı durumda kendini kötü hissetme
- Bireyi ilgilendirmeyen konularda dahi aşırı sinirlilik durumu

**i) Siber İstismar:** Sosyal medyanın en rahatsız edici yönlerinden birisi de küçük çocuklar ya da gençlerle arkadaşlık yapmak için sahte hesapların kullanılmasıdır. Onlar

gençlerin güvenini kazanmak için aynı yaştaymiş gibi davranırlar. Sonrasında okulları ve takıldıkları mekânlar gibi hayati kişisel bilgiler edinebilmektedir. Daha sonrasında edinilen bu bilgiler kurbanı, yani gençleri cinsel olarak teşhir etmek, taciz etmek ve zorbalık için kullanabilmektedir (technocrazed.com, 2016).

**j) Duygusal Etkiler:** Psikolojik uzmanlar düşük benlik sayısı veya güvenden mustarip gençler için sosyal medyanın duygusal etkileri olabileceği konusunda uyarılmaktadır. Bu tür gençler arkadaşlarının başarısını Facebook'taki arkadaş sayısına ya da sosyal medyada dâhil olduğu gruplara göre değerlendirmektedir. Bu da gençlerin güvenlerinin daha da azalmasına neden olmaktadır (technocrazed.com, 2016).

**k) Kişilerarası Beceri Eksikliği:** Gençler gerçek bir ilişki yerine sanal bir ilişki için çok fazla vaktini çevrimiçi olarak harcamaktadır. Çevrimiçi olarak bu kadar zaman harcanması yüz yüze etkileşimi görmezden gelmek olarak yorumlanmaktadır. Dolayısıyla gerçek hayatta başarı için gerekli olan beceri seti düzgün gelişmemektedir (technocrazed.com, 2016).

**l) Kimlik Hırsızlığı:** Sosyal medya siteleri ile alakalı büyük problemlerden biri de gençlerin hesap güvenlik ayarlarını iyi anlayamaması ve uygulayamamasıdır. Gençlerin çoğu gereksiz kişisel bilgilerinin paylaşılmasının onlar için risk teşkil ettiğinin farkında değildir. Yapılan son çalışmalara göre gençlerin %20'si kişisel bilgilerini ve fotoğraflarını paylaşmanın tamamen güvenli olduğunu düşünmektedir. Bu kişiler kolaylıkla kimlik hırsızlığının kurbanı olabilmektedir (technocrazed.com, 2016).

### Sosyal Medyanın Gençler için Olumlu Yanları

İnternet ve sosyal medya siteleri gençlerin çeşitli yollarla kendilerini güçlendirmesi ve geliştirmesi için bir dizi fayda sağlamaktadır. Sosyal medya gençlerin her zamankinden daha fazla bilgiye daha kolay bir şekilde erişebilmesine imkân sunar. Çevrimiçi ortamlarda oluşturulan bağlantılar ve sosyal etkileşimler gençlerin özgüveninin ve sosyal becerilerinin gelişmesinde önemli bir rol oynayabilmektedir. Sosyal medya ve sosyal ağların gençler üzerinde olumlu etkileri alt başlıklarda açıklanmıştır.

**a) Sosyalleşme ve İletişim:** Sosyal medya siteleri gençlerin aile ve arkadaşları ile bağlantı halinde bulunma, fotoğraf paylaşma ve fikir alışverişinde bulunma gibi çevrimdışı olarak gerçekleştirebilecekleri birçok eylemi çevrimiçi gerçekleştirme imkânı sağlamaktadır. Sosyal medya hizmetleri yerel, ulusal ve uluslararası bağlamda münazara ve tartışma gerçekleştirmek için kullanılabilir. Bu da kişinin kendini daha iyi ifade edebilmesini sağlamaktadır. Sosyal medyaya katılım ayrıca gençlerin kendi içerisinde derin faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar maddelendirilecek olursa (O'Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011):

- Yardım için para toplama veya siyasi ve hayır olayları da dâhil olmak üzere yerel aktivitelere gönüllü toplum katılımı sağlanır.
- Sanatsal ve müzikal çabaların geliştirilmesi ve paylaşımı yoluyla bireysel ve kolektif yaratıcılığın geliştirilmesine katkıda bulunur.
- Blog, podcast, video ve oyun sitelerinin oluşturulması fikirlerinin büyümesini ve gelişmesini sağlar.
- Kişinin bireysel kimlik ve eşsiz sosyal becerilerinin teşvik edilmesini sağlar.

**b) Geliştirilmiş Öğrenme Fırsatı:** Öğrenciler ödev ve grup projeleri yaparken birbirleri ile bağlantı kurmak için sosyal medyayı tercih etmektedirler. Örneğin, Facebook tarzı



sosyal medya oluşumları öğrencilerin okul dışında fikir alışverişinde bulunabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bazı okullar öğretme yöntemi olarak blogları başarılı bir şekilde kullanmaktadırlar. Bunlar da öğrencilerin yabancı dil, yazılı anlatım ve yaratıcılık becerilerinin gelişmesine fayda sağlamaktadır (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011).

**c) İçerik Oluşturma ve Geliştirme:** Sosyal ağ hizmetleri aktif katılım üzerine inşa edilmektedir. Kullanıcılar gerçekleştirdikleri eylemleri, tartışmaları, fotoğraflarını sosyal medya sitelerine yükleyerek içerik oluşturmakta veya içerikleri geliştirmektedir. Bu durum gençlerin yaratıcılığını, içerik ve veri yönetimi yeteneklerinin gelişmesini sağlamaktadır. Sosyal ağları, medya paylaşımı (müzik, video, fotoğraf, film vb.) için kullanan gençler paylaştığı içeriğin ne tarzda izinlere ihtiyaç duyduğunu bilmesi gerekmektedir (<http://au.professionals.reachout.com/benefits-of-internet-and-social-media>, 2016).

**d) Sağlık Bilgilerine Ulaşma:** Gençler, kendi sağlıkları hakkında endişe duydukları konular hakkındaki bilgilere kolayca ve anonim bir şekilde erişebilmektedir. Depresyon belirtileri, stres azaltma ve cinsel yolla bulaşan enfeksiyonlar gibi konular gençlerin ilgi duyduğu ve kaynakların giderek arttığı konulardandır. Kronik hastalıklara sahip olan gençler aynı durumda olan insanlarla destekleyici ağlar üzerinden etkileşime geçebilmektedir. Anlık mesajlaşma, cep telefonları gibi gençlerin gündelik hayatta kullandıkları teknolojiler, gençlerin sağlığı konusunda birçok gelişme sağlamaktadır. İlaç kullanma takibi, randevuları kaçırmama ve hastalığı daha iyi anlama gibi başlıklar buna örnek verilebilir. Sosyal medya oluşumları aynı zamanda mobil uygulamalara da sahiptir. Gençler bu durumu fırsata çevirerek sağlık sorunları hakkında doktorları ile irtibata geçmek için kullanmaktadırlar. Ancak gençler yaşları itibari ile bu araştırmalar sırasında sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bu nedenle bu türde sağlık araştırmalarına ebeveynlerin katılımı önem arz etmektedir. Böylece gençler ham bilgileri doğru yorumlayabilmektedirler. Gençlerin bu konuları sadece araştırmakla kalmayıp aynı zamanda bu konuları tartışarak daha iyi anlamaları gençler açısından fayda sağlayacağı konusunda ebeveynlere görev düşmektedir (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011).

**e) Takım Oyunları ve İşbirliği:** Sosyal ağ hizmetleri, kullanıcıların, çalışma düşünme ve birlikte hareketi destekleyecek şekilde tasarlanmıştır. Bu sosyal ağlar ayrıca dinleme becerisi gerektirmektedir. Gençler, sosyal ağları kullanarak özellikle karmaşık oyun ve sanal ortamlarda, birbirlerine tavsiyelerde bulunabilmektedirler. Kullanıcılar bu ortamlarda yardım aldıktan sonra, kendisi de başkalarına yardım edebilmek için tecrübe kazanmış olacaktır (<http://au.professionals.reachout.com/benefits-of-internet-and-social-media>, 2016).

**f) Farklı Fikirleri Keşfetme ve Öğrenme:** Sosyal ağlar araştırmayı ve keşfetmeyi teşvik etmektedirler. Eğer bir kişi kitaplara, yemek tariflerine, farklı fikirlere ilgi duyuyorsa, bu ilgi çekici konuları sosyal ağlarda paylaşan oluşumlar bulmak mümkündür. Kullanıcılar kendi kurdukları gruplardan daha karmaşık ve olağandışı bir şey arıyorlarsa sosyal ağlar gençlere aynı alanlarda uğraş gösteren insanları bulmalarında yardım etmektedir. Bu kişiler gençlerin ilgi duydukları konularda yeni şeyler öğrenmelerine imkân sağlamaktadır. Bu sayede gençler daha geniş kitlelerde, farklı kültürlerde insanların o konuda nasıl düşündüğünü öğrenerek ufku genişletebilmektedir (<http://au.professionals.reachout.com/benefits-of-internet-and-social-media>, 2016).



**g) Teknolojik Becerileri Artırma:** Çevrimiçi bir varlığı yönetmek ve etkili bir şekilde etkileşim halinde olmak iş hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Yeni teknolojilere, servislere ve ortamlara kolay bir şekilde adapte olabilmek işverenlerin değer verdiği yetenekler arasında bulunmaktadır. Bu yetenekler resmi ve resmi olmayan öğrenmeleri kolaylaştırmaktadır (<http://au.professionals.reachout.com/benefits-of-internet-and-social-media>, 2016).

### Sonuç

Sosyal medya günümüzde insanları güçlü bir şekilde etkilemekte ve alışkanlıklarını değiştirmektedir. Bu sosyal ağlar arkadaş edinme, bilgi paylaşma, hayattan kaçma, fotoğraf arşivleme gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Dünya genelinde 2.3 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının oldukça yaygın olduğu ülkemizde, bir önceki seneye kıyasla aktif sosyal medya kullanıcı sayısının %5 oranında arttığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımı bu hızla artmaya devam ederse ileride daha fazla olumsuz etkisinin görülmesine beklenmektedir. Bu olumsuz etkilerin önüne geçilebilmesi için gerekli önlemlerin alınması, gençlerin ve ebeveynlerinin bilinçli sosyal medya kullanımı hakkında bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada, çok yaygın olarak kullanılan sosyal medyanın gençler üzerindeki etkilerinden bahsedilmiştir. Kullanım sürelerine bakıldığında günde ortalama 3 saate yakın bir sosyal medya kullanımının olduğu görülmektedir. Bu oranda çok kullanılan sosyal medyanın gençler üzerinde oluşturabileceği kıskançlık, beğenme ve beğendirme takıntısı, sosyal karşılaştırma gibi olumsuz etkiler anlatılmıştır. Bunlar dışında aktif ve pasif kullanım terimleri, bu tarzda kullanımların hangi durumlarda ne gibi sakıncalarının bulunduğu değerlendirilmiştir. Olumsuz etkilere sahip olan sosyal medya sitelerinin ve sosyal ağların daha bilinçli ve dikkatli kullanılması durumunda gençlere katkıları da bulunmaktadır. Sosyalleşme, bilgi alışverişinde bulunma, grup projeleri ve ödevleri daha etkili bir şekilde gerçekleştirebilme bunlara örnek verilebilir.

### Kaynaklar

Digital in 2016, <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/459>, Erişim 23.02.2016

Gençler sosyal medyada ne kadar zaman geçiriyor?, <http://www.trthaber.com/haber/yasam/gencler-sosyal-medyada-ne-kadar-zaman-geciriyor-226630.html>, Erişim: 29.03.2016

Demirel, M., Yörük, M., & Özkan, O. (2013). Çocuklar İçin Güvenli İnternet: Güvenli İnternet Hizmeti ve Ebeveyn Görüşleri Üzerine Bir Araştırma-Safe Internet For Children: A Study on Safe Internet Service and Parental Views. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(7), 54-68.

Türkiye'de sosyal medya gençleri nasıl etkiliyor, <http://www.haber7.com/roportaj/haber/1766268-turkiyede-sosyal-medya-gencleri-nasil-etkiliyor>, Erişim: 29.03.2016

Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. Computers in Human Behavior, 28(2), 561-569.

Aichner, T. and Jacob, F. (March 2015). "Measuring the Degree of Corporate Social Media Use". International Journal of Market Research 57 (2): 257-275.



Kaplan, Andreas M. (March–April 2012). "If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4". *Business Horizons* 55 (2): 129–139. doi:10.1016/j.bushor.2011.10.009. Retrieved 9 December 2012.

Çam, E., ve Isbulan, O. (2012). A New Addiction for Teacher Candidates: Social Networks. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(3), 14-19.

Seferoğlu, S.S., ve Yıldız, H. (2013). Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim öğrencilerinin Facebook Kullanımı Durumları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma. *İletişim ve Diplomasi/Çocuk ve Medya*. 31-48

Zaremohzzabieh, Z., Samah, B. A., Omar, S. Z., Bolong, J., ve Kamarudin, N. A. (2014). Addictive Facebook use among university students. *Asian Social Science*, 10(6), 107.

Niyya, M., Reich, S. M., Wang, Y., Mark, G., & Warschauer, M. (2015, February). Strictly by the Facebook: Unobtrusive Method for Differentiating Users. In *Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 159-162). ACM.

Chen, G. M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 755-762.

Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556.

Lup, K., Trub, L., ve Rosenthal, L. (2015). Instagram# Instasad?: exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247-252.

Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., Ybarra, O., Jonides, J., ve Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480.

Sosyal Medya Bağımlılığı Nedir?, <https://teknoseyir.com/sosyal-medya-bagimliligi-nedir>, Erişim: 15.02.2016

Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.

Sabatini, F. ve Sarracino, F. (2014). Online networks and subjective well-being. arXiv preprint arXiv:1408.3550.

Evidence Grows That Online Social Networks Have Insidious Negative Effects, <https://www.technologyreview.com/s/530401/evidence-grows-that-online-social-networks-have-insidious-negative-effects/>, Erişim: 20.02.2016

10 Negative Effects Of Social Media On Children And Teenagers, <http://www.technocrazed.com/top-10-negative-effects-of-social-media-on-children-and-teenagers>, Erişim: 20.02.2016



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Sosyal Medya Hastalığının Yeni Adı: FOMO,  
<http://www.webtekno.com/internet/sosyal-medya-hastaliginin-yeni-adi-fomo-h7102.html>, Erişim: 26.03.2016

Sosyal medyanın yan etkisi 'FOMO', <http://www.e-psikiyatri.com/sosyal-medyanin-yan-etkisi-fomo-55362>, Erişim: 27.03.2016

O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.

Benefits of internet and social media, <http://au.professionals.reachout.com/benefits-of-internet-and-social-media>, Erişim: 14.03.2016



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Türkiye’de Teknik Eleman Yetiştirilmesi, İstihdamı ve Önemi*

<sup>1</sup>Faruk Şen, <sup>1</sup>Ramazan Özkan

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Enerji Sistemleri Mühendisliği, Muğla, ramazanozkan@mu.edu.tr

### **Özet**

Bu çalışmada, ülkemizdeki işgücü piyasasının ara teknik eleman bulmakta güçlük çektiği ülkemizde, nitelikli eleman yetiştirme gerekliliği ve yetiştirilen teknik elemanın istihdam edilebilmesine yönelik değerlendirmeler üzerinde durulmuştur. Mesleki ve teknik öğretim, nitelikli teknik eleman yetiştirilmesi ve bu sayede kalkınmanın hızlı bir şekilde devam etmesi, istihdamın sağlanması ve ülkenin gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmesi için kritik öneme sahiptir. Bu anlamda amacı ara eleman yetiştirmek olan üniversitelerimiz bünyesindeki “Meslek Yüksekokullarının” önemi ortaya çıkmaktadır. Çeşitli nedenlerden dolayı, maalesef Türkiye’de ki meslek yüksekokullarındaki eğitim kalitesinin daha önceye göre biraz azaldığı dikkat çekmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurulu tarafından meslek yüksekokullarının iyileştirilmesi amacı ile birçok proje ortaklaşa yürütülmüştür. Ara teknik eleman ihtiyacından dolayı, meslek yüksekokullarının öğrenci sayılarının artırılması amacı ile “Sınavsız Geçiş Projesi” uygulanmıştır. Fakat bu durum, meslek yüksekokullarına gelen öğrencilerin kalitesinin düşmesine sebep olmuştur. Son olarak Avrupa Birliği ile ortaklaşa yürütülen “İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi (İKMEP)” uygulanmış ve olumlu sonuçlar alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Teknik Eleman, Meslek Yüksekokulları, İKMEP

### ***Training, Employed and Importance of Technical Staff in Turkey***

#### **Abstract**

In this study, the necessity of training qualified personnel and employment of trained technicians in our country that labor market had difficulties in finding technical staff were investigated. The vocational and technical education has a critical importance to train qualified technical personnel and thus to continue the development, to ensure employment and to compete with developed countries in the country. In this sense, importance of vocational high school which aims to train staff, within our university arises. Because of several reasons, unfortunately education quality of vocational high school in Turkey is noticeable that slightly decreases compare with previously. Many projects have been carried out by Ministry of Education and High Education Board of Turkey for the purpose of improving Vocational High School. Due to the need for technical staff, vocational high school without examination project has been carried out for the aim of increasing the number of students. However, this caused to decrease in the quality of students. Finally, Human Resources Development through Vocational Education and Training Project (in Turkish İKMEP) was implemented with the European Union and positive results were obtained.

**Keywords:** Technical Staff, Vocational High Schools, İKMEP



## Giriş

Türkiye’de teknik elemanlar orta öğretimde Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde meslek liselerinde ve yükseköğretimde üniversitelerin bünyesinde yer alan meslek yüksekokullarında yetişmektedir. Meslek yüksekokulu (MYO) “belirli mesleklere yönelik ara insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan dört yarıyılık eğitim ve öğretim veren bir yükseköğretim kurumudur.” Meslek Yüksekokulları ilk olarak Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde açılmıştır. Daha sonra üniversitelere bağlanarak YÖK bünyesine alınmıştır. Tablo 1’de YÖK’ün bünyesindeki meslek yüksekokulları verilmiştir (Günay, 2016).

**Tablo 1.** YÖK Bünyesindeki Meslek Yüksekokulları

1	Meslek Yüksekokulu (MYO)
2	Teknik Bilimler MYO
3	Tapu Kadastro MYO
4	Adalet MYO
5	İşletmecilik MYO
6	Ormancılık MYO
7	Sosyal Bilimler MYO
8	Bilgisayar Teknolojisi ve Büro Yönetimi MYO
9	İngiliz Dili MYO
10	Turizm ve Otelcilik MYO
11	Sağlık Hizmetleri MYO
12	Sağlık Bilimleri MYO
13	Deniz Ticaret MYO
14	Su Ürünleri MYO
15	İlahiyat MYO

**Kaynak:** Günay, D. , Meslek Yüksekokullarına Genel Bir Bakış, <http://www.durmugunay.com/index.php>, Erişim tarihi: 25.03.2016

## Mesleki ve Teknik Eğitim

Ülkede kalkınmanın sağlanmasında en önemli faktörlerden birisi beşeri sermayedir. Bu sermayeden en yüksek düzeyde fayda sağlamak için niteliği yüksek elemanlar yetiştirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda iş gücüne katkı sağlayacak nitelikli teknik elemanların yetiştirilmesinde mesleki eğitimin yeri oldukça fazladır. Bu anlamda amacı ara eleman yetiştirmek olan meslek yüksekokullarının önemi ortaya çıkmaktadır. Meslek yüksekokulları tüm iş sektörleri için hayati öneme sahiptir. Çeşitli sebeplerden dolayı malesef Türkiye’de ki meslek yüksekokullarındaki eğitim kalitesinin azaldığı dikkat çekmektedir (Kuşat, 2014).

Türkiye’de nitelikli teknik eleman yetiştirilmesi konusunda yaşanan zorluk işverenlerin talepleri konusunda uyumsuzluğa neden olmaktadır. Aslında bu durum mesleki ve teknik eğitim ile iş dünyası arasındaki iletişimsizlikten kaynaklanmaktadır. Mesleki teknik eğitimde temel eksiklik, iş gücüne yeterli beceri kazandırılmamasıdır (Günay, 2016). Bu sebeple, işveren elemanlarını kendisi yetiştirmek zorunda kalmaktadır. Bu durum işveren açısından sıkıntılı bir duruma dönüşmektedir. Çünkü genellikle küçük ölçekli firmalarda yetişen teknik elemanlar fırsatını bulduklarında kurumsal firmalara geçiş yapmaktadırlar. Bu nedenlerden dolayı Türkiye’de küçük ölçekli firmalar sürekli olarak teknik eleman sıkıntısı çekmektedirler. Bunun önüne geçmek için mesleki teknik eğitime büyük önem verilmeli ve işverenin ihtiyacı olan teknik elemanlar okullardan tam donanımlı olarak mezun edilebilmelidir.





Türkiye’de genellikle işsizliğe çare bulmak amacı ile hizmet sektörüne ağırlık verilmektedir. Fakat işsizliğe hem sürekli bir çözüm bulmak hemde ülkeyi kalkındırmak için, üretime ve ihracata dayalı kaliteli iş alanları yaratmak gerekmektedir. Bunu başarmak için bilinçli, nitelikli ve üretken elemanların yetiştirilmesi gerekmektedir. Türkiye’nin ihracatındaki ileri teknoloji ürünlerinin miktarını ve çeşitliliğini artırması gerekmektedir. Bu anlamda bu ileri teknoloji ürünlerinin üretimine ağırlık vererek, bu alanlarda başarı ile çalışacak donanımlı kalitesi yüksek elemanların yetiştirilmesi için mesleki teknik eğitime önem verilmesi gerekmektedir.

Mesleki ve teknik öğretim, kalkınmanın hızlı bir şekilde devam etmesi, istihdamın sağlanması ve ülkenin gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmesi için kritik öneme sahiptir. Bu önem topluma iyi anlatılmalı ve toplumun her kesiminin mesleki ve teknik eğitime önem vermesi sağlanmalıdır (Sezgin, 2011). Teknoloji alanı, sürekli kendini yenilemektedir. Bu sebeple, Türkiye’nin mesleki ve teknik eğitimde kullandığı araç, gereç ve her türlü dökümanı sürekli olarak gelişmiş ülkelerle kıyas ederek yenilemesi gerekmektedir.

Türkiye’de ağır sanayinin ekonomide yeri büyüktür. Fakat Türkiye sanayileşmede yaptığı atılımı “ileri teknoloji gerektiren sanayiler”de de yapmalıdır. Bu sebeple, Türkiye elindeki mevcut eskimiş tesislerin özelleştirilmesi ile elde edilecek sermaye ile ileri teknoloji gerektiren tesislerin kurulmasına ve AR-GE çalışmalarına önem vermelidir (Yörük vd., 2002).

En kazançlı yatırım insana yapılan yatırımdır. Özellikle sanayi ve hizmet sektörünün ihtiyaç duyduğu bilgi ve beceriye sahip nitelikli işgücü yetiştirerek, ekonomik büyümeye önemli katkılarda bulunulabilir. Firma tarafından gerçekleştirilen eğitim, doğrudan işgücü eğitimi niteliği taşımamaktadır. İşgücüne nitelik kazandırma mesleki ve teknik eğitimle gerçekleştirilmelidir. Fakat mesleki ve teknik eğitim okullarında yapılan eğitimin daha çok teorik olması ve araç-gereç ihtiyaçlarının yeterince karşılanamaması nedenleri ile mezunlardan yeterince verim alınamamaktadır (Küçük, 2016).

Türkiye’de meslek yüksekokulu sayısı oldukça fazladır, buna karşın akademik kadro yetersizdir (Kuşat, 2011). Aslında meslek yüksekokullarının kuruluş amaçları bilimsel araştırmadan uzak olarak, meslek elemanı yetiştirmektir (Kuşat, 2014). Bu sebeple, teorik eğitimden ziyade uygulamalı eğitime önem verilmelidir.

Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurulu tarafından meslek yüksekokullarının iyileştirilmesi amacı ile birçok proje ortaklaşa yürütüldü. Bu bağlamda, 1998 yılında “Sınavsız Geçiş Projesi” uygulamaya konularak, meslek yüksekokullarında okuyan öğrencilerin sayısının artırılması ve dolayısı ile mesleki ve teknik eğitimde okullaşma oranı artırılarak başarı sağlanacağı düşünüldü [2]. Bu düşünce, öğrencileri kolay yoldan meslek yüksekokullarına yerleştirme imkânı sağlarken, üniversite sınavına çaba göstermemeye itti. Ayrıca, meslek liselerinden gerekli donanıma sahip olmadan gelen öğrencilerin, meslek yüksekokullarında kaliteyi düşürdüğü ve öğrencilerin çoğunun mezun olamadan okulardan ayrıldığı gerçeği ortaya çıkmaktadır (Tunç, 2005). Sınavsız geçiş projesi sorunlu olmasına rağmen devam etmektedir. Fakat Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurulu mesleki ve teknik eğitimi iyileştirme amacı ile çeşitli projeler gerçekleştirmeye devam etmektedir. Son olarak, İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi (İKMEP) hayata geçirilmiş ve başarı ile tamamlanmıştır.



## İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi (İKMEP)

İKMEP Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından ortaklaşa finanse edilen, Haziran 2008 ve Mayıs 2010 arasında uygulanan 15,4 milyon avro bütçeli büyük bir projedir. İKMEP'in genel amacı kalifiye işgücünün katılımı ile Doğu ve Güneydoğu bölgelerindeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişimini ve rekabet edilebilirliğini teşvik etmektir. İKMEP aynı zamanda yaşam boyu öğrenmeyi amaçlayarak, işverenlerle Meslek Yüksekokulları arasında istihdam amaçlı iletişimin ve birlikteliğin sağlanması yoluyla, kaliteyi artırmayı ve nitelikli insan kaynaklarının yetiştirilmesini hedeflemektedir ([http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep\\_bulten\\_2010.pdf](http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep_bulten_2010.pdf))

Projenin özel hedefleri ([http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep\\_bulten\\_2010.pdf](http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep_bulten_2010.pdf)):

- Eğitim kurumları ve işletmeler arasında yakın ilişkilerin kurulması suretiyle seçilen sekiz pilot ilde yerel seviyede iş piyasası ihtiyaç analizi yapılması.
- Pilot sekiz sektörde iş hayatının ihtiyaçlarına uygun olarak 5. seviye (ulusal yeterlilik çerçevesi) için modüler eğitim programları oluşturulması ve 4. seviye programların gözden geçirilmesi/güncellenmesi.
- Pilot beş Mesleki Eğitim Merkezinin yeni modüler programlarla desteklenmesi, yönetici eğitimleri ve girişimcilik üzerine eğitim programları düzenlenmesi.
- Sosyal ortakların seçilen pilot illerde mesleki eğitim ve öğretimin daha cazip hale getirilmesine katkıda bulunmasının sağlanması.
- Yönetici ve eğitici personelin beceri ve yeterliklerinin artırılması.
- Yerinde inceleme (çalışma ziyaretleri) yoluyla, AB üyesi ülkelerde mesleki eğitim kurumlarının işleyişi ve sektörle işbirliğine dair çalışmalar yürüterek geliştirilen kapasite ve bilgi/beceriye ülkemize aktarılması.
- Öğretmenlerin yeterliklerinin artırılması amacıyla eğitimler düzenlenmesi.

İKMEP, Doğu ve güney doğu Anadolu bölgelerinde bulunan;

- Diyarbakır
- Elazığ
- Erzurum
- Gaziantep
- Kahramanmaraş
- Malatya
- Şanlıurfa
- Van

Olmak üzere sekiz pilot ilde uygulanmıştır. Sektör anlamında Türkiye ekonomisinin lokomotifleri olan;

- Bilişim
- Elektrik-Elektronik
- Makine (Makine Teknolojisi ile Tesisat Teknolojisi ve İklimlendirme)



- Metal
- Otomotiv
- Tekstil (Tekstil Teknolojisi ile Hazır Giyim Teknolojisi)
- Turizm (Yiyecek Hiz. ile Konaklama ve Seyahat Hiz.)
- Gıda

Olmak üzere sekiz sektör pilot olarak seçilerek projeye dâhil edilmiştir. Kaliteli bir mesleki eğitimin verilebilmesi için öğrencilerin iş piyasasında bulunan benzer cihazlar üzerinde uygulama yapmaları gerekmektedir. Bunun farkında olan İKMEP projesi, bütçenin yaklaşık üçte ikisini donanım satın alımına ayırmıştır.

İki yıllık proje uygulama süresince 174 Yönetici ve öğretmen çeşitli eğitimlere katıldılar. Bu bağlamda, öğretmenler yeni ve gelişmiş öğretim tekniklerini öğrendiler, okul yöneticileri ise yönetim ve yönetişim konularındaki becerilerini geliştirdiler.

Proje süresince, tanıtım ve farkındalık etkinlikleri, proje bilgilendirme seminerleri, hayat boyu öğrenme stratejileri seminerleri, girişimcilik becerilerinin artırılması konferansları, AB çalışma ziyaretleri ve kariyer günleri düzenlenmiştir ([http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep\\_bulten\\_2010.pdf](http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep_bulten_2010.pdf)).

### **Sonuç ve Öneriler**

Türkiye’de mesleki ve teknik eğitim konusunda ciddi sorunlar olduğu görülmektedir. Bu durum, nitelikli teknik elemanlara ihtiyacı olan iş gücü piyasasını etkilemekte ve ekonominin gelişimini yavaşlatmaktadır. Bu bağlamda, meslek yüksekokullarının iyileştirilmesi sağlanmalı, sınavsız geçiş kaldırılarak eğitimin kalitesi artırılmalıdır. Ayrıca, sadece pilot illerde uygulanan İKMEP gibi projeler genişletilerek tüm mesleki ve teknik eğitim veren kurumlar iyileştirilmelidir.

### **Kaynaklar**

Günay, D. , Meslek Yüksekokullarına Genel Bir Bakış, <http://www.durmusgunay.com/index.php>, Erişim tarihi: 25.03.2016

Kuşat, N. (2014), Meslek Yüksekokullarında Öğrenci Başarısı Üzerine Bir Çalışma: Eğirdir Meslek Yüksekokulu Muhasebe Programı Örneği, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 61, Sayfa: 65-79

Sezgin, İ. (1999), 16. Milli Eğitim Şurası: Konuşmalar, Görüşler, Kararlar ve Raporlar. Milli Eğitim Basımevi Ankara.

Yörük, S., Dikici, A., Uysal, A. (2002), Bilgi Toplumu ve Türkiye’de Mesleki Eğitim, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:12, Sayı:2, Sayfa: 299-312, Elazığ.

Küçük,M, Mesleki ve Teknik Eğitimde, Teknik Eleman Yetiştirilmesi, <http://docplayer.biz.tr/1778288-Mesleki-teknik-egitimde-teknik-eleman-yetistirilmesi.html>, 25.03.2016

Kuşat, N., Dolmacı, N. (2011), Ön Lisans Programlarına Ek Yerleştirme İle Yerleştirilen Öğrencilerin Sorunlarına Bir Bakış: SDÜ Isparta Meslek Yüksekokulu Örneği, 2. Uluslararası 6. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, UMYOS 2011, Kuşadası.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Tunç, A. (2005), Yükseköğüllere Sınavsız Geçişin Değerlendirilmesi, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Sayfa: 75-81.

İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi (İKMEP) Final Bülteni, Milli Eğitim Bakanlığı Projeler Koordinasyon Merkezi Başkanlığı ve Yükseköğretim Kurulu,  
[http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep\\_bulten\\_2010.pdf](http://ikmep.meb.gov.tr/tr/images/stories/ikmep_bulten_2010.pdf), Erişim Tarihi: 25.03.2016



## *Youth Policy as a Part of Azerbaijan's State Policy*

<sup>1</sup>Ganbarova Sanubar Islam kızı,

<sup>1</sup>Doktor of Azerbaijan Tourism and Management University, Qsenuber@rambler.ru.

### **Abstract**

Currently youth policy in Azerbaijan is an important part of country's state policy. The young accounts for 3 million people out of 9 million population of Azerbaijan, 65% of the population is people up to 35 years of age. The government of Azerbaijan has created every condition for trouble-free life, education and activity of the youth.

**Key words:** the young, youth policy, youth forum, youth organization

### **Introduction**

At the time being the youth actively participates in social and political life of the country and plays an important role in consolidation of our statehood and improvement of the socioeconomic situation. Young people account for more than 40% of staff of 17 ministries and government entities in Azerbaijan.

The youth policy in Azerbaijan has undoubtedly played an important role in the formation of modern, advanced and highly intellectual Azerbaijani youth.

Youth policy is the system of measures, taken by the country, aimed at all-round development of youth, and at the sustainability of their active participation in the life of society. Today's youth policy in Azerbaijan covers quite a wide range of fields: education, upbringing, health, intellectual and moral development of youth, organization of leisure time, problem resolution, protection of rights, matters of participating in sociopolitical and cultural life of the Republic.

Nationwide leader Heydar Aliyev made great efforts in the formation of youth policy in the country. The great leader was very instrumental in making education of Azerbaijani youth in the world leading higher educational institutions possible in the Soviet period. Once Azerbaijan gained its independence, Heydar Aliyev played a key role in establishing legal base in the youth sphere and organization of youth forums. The current president Ilham Aliyev successfully continues forward-looking policy, the basis of which was formed by the great leader.

Important measures have been taken in the sphere of youth as a result of the president's attention and care to the youth. Such important entities as Youth Foundation under President, youth homes and centers in the regions and so on successfully function in the country. Various youth-related programs in different years as well as a development strategy have been adopted. The amount of funding allocated to the youth sphere has increased several times in comparison with previous years. Youth Foundation has supported different ideas, initiatives and projects of youth organizations and standalone representatives of youth.

The youth policy is the priority of Azerbaijan's internal policy. State youth policy is reflected in relevant legal documents and this policy is being realized mainly by state agencies. The main directions of the youth policy have been defined by the Law of the



Republic of Azerbaijan about ‘‘Youth policy’’. This law became one of the first legislative documents, regarding youth policy in the post-Soviet area. Besides of that there are many governmental rules, programs and regulations, which increases state care about the youth. Around 20 programs, regarding youth problems to various extents have been adopted in Azerbaijan during the years of independence.

The Law about ‘‘Youth policy’’ adopted with the purpose of the all-round development of children and young people, who comprise the most part of country’s population, and with the purpose of implementation of more efficient measures in the context of resolving their problems and defense of their rights, regulating realized youth policy, came into effect by the decree of the president of Azerbaijan Republic from 6 May, 2002. This law, consisted of 3 chapters and 14 articles, has defined purposes, directions, procedural and institutional principles of Azerbaijan’s youth policy. The Law also regulates relations in the sphere of youth policy. Main principles of youth policy are reflected in this law. Upbringing of the youth on the ground of patriotism, statehood of the world, in the spirit of respect for the history, cultural heritage, customs and traditions of Azerbaijani nation, state language and symbols, national-moral and world-wide values, mobilization of their creativity on country’s development and on resolution of nationwide problems, prohibition of restriction of their rights in any form, were defined in this law as basic principles.

The main directions of state youth policy have been defined by the Law of the Republic of Azerbaijan about ‘‘Youth policy’’ as follows:

- Moral upbringing of young people and their participation in cultural life
- State care about talented people
- Health protection and physical development of young people
- Maintaining of youth employment
- State assistance for young families
- State assistance for youth organizations

In 1994 with the purpose of coordination of separate state bodies’ activities in the sphere of youth, the Ministry of Youth, Sport and Tourism was established. And on 30 January 2006 the Ministry of Youth and Sport was established by the decree of the president Ilham Aliyev. The First Forum of the Youth was held on February 2, 1996 with the initiation of ministry and regulation of the president of the Republic of Azerbaijan. 2000 representatives of young people from all regions of republic participated in this forum. Responsibilities of state agencies, youth organizations, of each representative of youth, implementation of effective measures on all-round youth development and so on, were defined at this forum.

The First Youth Forum notably facilitated to the revival of works regarding young people. Considering importance and big amount of statements from the youth, in 1997 the president of the Republic of Azerbaijan signed decree on announcement of the day of Forum’s holding as the ‘‘Day of Youth’’. It is important to note that youth forums hold every three years in our country.

In youth policy of Azerbaijan particular attention has been paid to development of sport and growth of its importance. Azerbaijan became one of the leading sport nations.



This is shown by the activity of Olympic complexes in the regions, holding of prestige international sporting competitions in our country, successful displays of sportsmen in olympiads and world championships. The worthy assessment, given to the young sportsmen, won n international competitions, plays an important role for their further success.

Interests of the youth in the Republic of Azerbaijan, as in any other country, are reflected by the youth organizations and associations. Today more than 300 youth organizations have been registered in Azerbaijan. Most of them has actively taken part in different international events, advance many initiations and organize international campaigns.

In 1995 the National Assembly of Youth Organizations of the Republic of Azerbaijan was established by 11 organizations. This assembly unites children and youth organizations and operates within this framework on local, regional and international levels. The Assembly has taken important measures, directed at the support of state youth policy and strengthening the youth organizations in Azerbaijan. At present the principal of statehood, which is the main point in the activity of the Assembly has remained priority in its structure. In April, 2000 the National Assembly of Youth Organizations of the Republic of Azerbaijan was elected as full-fledged member in European Youth Forum, which is the most authoritative international nongovernmental organization in Europe. In January, 2002 the National Assembly of Youth Organizations of the Republic of Azerbaijan was chosen as consultative member of the Economic and Social Council of United Nations(ECOSOC). Number of youth movements and separate individuals has actively taken part in political life of the country.

Today the youth is the future of the country. The upbringing of the rising generation is one of the most important issues of the country and the future of our country depends on the level their upbringing. All available resources should be involved for placing true values in the society at first place.

## References

1. Закон Азербайджанской Республики «О молодёжной политике» (6 мая 2002 года).
2. Караев А. М. Мир молодежи: Культура и современные социальные коммуникации. Баку 2007.59
3. Караев А. М., Исмаилов В. И. Социализация молодежи в коммуникативном пространстве современной культуры. – Баку: «ЭЛМ», 2005. с.
4. <http://youthfoundation.az/youthpolicy/>
5. [http://azerbajjans.com/content\\_1598\\_az.html](http://azerbajjans.com/content_1598_az.html)
6. <http://lib.aliyevheritage.org/az/9476535.html>



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Semavi Dinler Dersi Alan Turizm Animasyonu Öğrencilerinin Dinler Ve Dini İnanışlar Hakkındaki Görüşleri***

<sup>1</sup>Sedat Değişgel, <sup>1</sup>Zekeriya Bingöl

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Marmaris/ Muğla/ Türkiye

### **Özet**

Dinlerin ve dini inanışların, toplum tarafından son derece önemsenen, hassas bir konu olduğu bilinmektedir. Semavi Dinler dersinin amacı, öğrencilerin semavi kabul edilen dinler hakkında genel olarak bilgi sahibi olmalarını ve dinler arasında karşılaştırma yapabilmelerini sağlamaktır. Bu sayede turizm animasyonu programında öğrenim gören öğrenciler, sektör deneyimleri sırasında karşılaşacakları farklı dinlere mensup turistlerin dini hassasiyetlerini öğrenebilecek ve buna göre davranabileceklerdir. Semavi dinler dersini alan turizm animasyonu öğrencilerinin dinler ve dini inanışlar hakkındaki görüşlerinin araştırıldığı bu çalışma için veriler, nitel araştırma tekniği kullanılarak, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Turizm Animasyonu Programında öğrenim gören otuz beş öğrenciyle yapılan yüz yüze görüşmelerle toplanmıştır. Araştırma sonucunda, Turizm Animasyonu bölümü gibi daha çok eğlence sektörüne dönük bir programda öğrenim gören gençlerin din ve dini inanışlar konusunda yeterli hassasiyeti taşıdıkları ancak konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları sonucunun ortaya çıkması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Din, Turizm, Animasyon, İnanç, Öğrenci, Genç

### ***Opinions About Religions And Religious Beliefs Of Tourism Animation Students Taking Abrahamic Faiths Course***

#### **Abstract**

It's known that religions and religious beliefs are very sensitive subjects that very important for societies. Target of Abrahamic Faiths course is providing students to be learned about Abrahamic Faiths and to comparison between religions. In this way, the students which are educating in tourism animation programme can be learn religious sensitivities of tourists belonging to different religions and they can behave proper to this during their sector experience. While investigating opinions of tourism animation students taking Abrahamic Faiths course about religions and religious beliefs in this study, datas are collected by using qualitative and face to face interview technique with thirty five students educating in Marmaris Tourism Vocational School, Tourism Animation Programme. As a consequence of this study, it is expected that youngs educating in programme which more intended for entertainment as tourism animation have sufficient sensitivity about religion and religious beliefs but do not have working knowledge enough about topic.

**Key words:** Religion, Tourism, Animation, Belief, Student, Young





## Giriş

Din; ilk insandan başlayıp günümüze kadar devam eden bir “kurum” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple insanlık tarihinin her aşamasında dine ve dini inançlara rastlanmaktadır. Hangi dönemde olursa olsun, insanın olduğu her yerde din var olmuştur. Bütün bunlar, “din”in insanlık tarihi için bir ihtiyaç olduğunu ve toplumu ayakta tutan temel esasların başında geldiğini ortaya koymaktadır. Çok farklı tanımları yapılmış olsa da, genel olarak din; “inanış ve davranış şekilleri ile insanlar arası ilişkileri düzenleyen ve insanların iyi işler yapmasını, barış ve huzur içerisinde bir arada yaşamasını sağlayan genel kurallar bütünü” şeklinde tanımlanabilir. (Küçük, Tümer, & Küçük, 2014)

Semavi kelimesi gökle ilgili, göğe ilişkin anlamlarını taşımaktadır. (TDK, 2016) Arapçada sema; gök, feza, gök kubbe ve yüksek yer manasına gelir. Din kelimesi ile birlikte kullanıldığında “semavi din” *sema ile ilgisi bulunan, kökü semada* olan din demektir. Bu ise yücelik ve değer ifade eder. Buna göre Semavi Din; kökü yüce olan ilahi bir kaynaktan gelen değeri çok üstün olan ve tevhit esasına dayanan ilahi din, hak din demektir. (Buğdaycı, 2007)

Yahudi, Hıristiyan ve Müslümanlar, kutsal kitaplarında inancı ve yaşayışıyla yüce bir mevkiye ve özel bir konuma sahip olan Hz. İbrahim'i imanın büyük sembolü olarak benimser ve İbrahimî miras üzerinde olduklarını iddia ederler. İnanç sistemleri, dini gelenekleri ve kültürleriyle birçok farklılığı içinde barındıran ve kendilerine has nitelikler taşıyan Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslâm, Hz. İbrahim'de birleşmekte, onun inancı ve yaşayışıyla gerçek bir mümin ve peygamber olduğu hususuna vurgu yapmaktadırlar. Söz konusu üç dinin, hem kutsal metinleri hem de dini gelenek ve kültürlerinde birçok farklı yönler olmakla beraber Hz. İbrahim, üzerinde ittifak edilen son derece özel ve önemli bir şahsiyettir. (Aygün, 2006) Bu sebeple yabancı kaynaklarda «Abrahamic Faiths» veya «Abrahamic Religions» adı verilen semavi dinler, Hz. İbrahim'i kutsal kabul eden ve onun çizgisini sürdüren tek Tanrılı dinler olarak nitelendirilmektedir. Bu sebeplerle bu çalışmada semavi din olarak Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslamiyet temel alınmıştır.

Yapısı gereği gençlik döneminde, dini problemler en yüksek seviyeye ulaşmaktadır. Yapılan araştırmalar öğrencilerin en çok ahiret, kaza, kader, Allah'ın sıfatları gibi konular ile mezhep farklılıklarını çözemediklerini veya bu konularda çelişkiler içerisinde olduklarını göstermektedir. Bunun yanında gençliğin dini problemlerinin en çok bilgi eksikliğinden kaynaklandığı, dini bilgi eksikliğinin öğrencileri çıkmaza soktuğu ifade edilmektedir. (Bayyigit, 2003)'den akt. (Ulu, 2006)

## Turizm Animasyonu Programı ve Semavi Dinler Dersi

Animasyon kavramının sözlük anlamı ile turizm sektörü açısından anlamı arasında farklılıklar mevcuttur. Sözlük anlamında animasyon; “canlılık, hayatîyet, şevk” demektir. Turizm sektörü açısından animasyonu tanımlamak gerektiğinde ise boş zaman faktörünü dikkate almak gerekir. Turizm sektörü açısından animasyon; turistlerin boş zamanlarını gönüllü katılımlarıyla ve doyum sağlayıcı etkinliklerle geçirmeleri için turizm işletmelerince düzenlenen, yardımcı servis niteliğindeki boş zaman değerlendirme etkinlikleridir. Bir başka deyişle animasyon; turizm işletmelerinde yardımcı hizmet olarak planlanan, organize edilen, yönlendirilen, işletmeye yönelik olarak ve turistlere hissettirilmeden denetlenen, turistlerin gönüllü katılımını gerektiren, doyum sağlayıcı, turistik boş zaman değerlendirme hizmetleridir. (Hazar, 2009)



Turizm sektörünün ihtiyaçlarına dönük olarak konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence amaçlı işletmelerde istihdam edilecek animasyon personeli yetiştirmeyi amaçlayan bir önlisans programı olan Turizm Animasyonu programı, 2016 yılı itibari ile sekiz farklı üniversitede mevcuttur. Söz konusu sekiz üniversitenin üçünde hem örgün öğretim hem de ikinci öğretim şeklinde Turizm Animasyonu eğitimi verilmektedir. Araştırmamanın yapıldığı Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Turizm Animasyonu Programının müfredatı incelendiğinde; halkoyunları, etkinlik tasarlama, dans, tiyatro ve oyunculuk ağırlıklı derslerin ön plana çıktığı görülmüştür.

Semavi Dinler dersinin içeriği, farklı yüksekokul ve fakültelerde «Karşılaştırmalı Dinler Tarihi» adıyla okutulan dersin içeriğine uygun olarak düzenlenmiştir. Dersin amacı; semavi dinlerin özelliklerini, birbirleri ile olan ilişkilerini, benzer, farklı ve ortak yönlerini tarafsız biçimde karşılaştırmalı olarak ele almaktır. Program müfredatına «Semavi Dinler» dersinin konulmasındaki amaç; semavi dinler dersinin amacında da belirtildiği üzere, programdan mezun olacak öğrencilerin sektör deneyimleri sırasında karşılaşacakları, özellikle yabancı misafirlerin dini hassasiyetlerini öğrenerek buna uygun davranmalarını sağlamaktır. Bu dersi alan öğrencilerin, farklı dinlere mensup kişilerin inanç özelliklerini ve dini hassasiyetlerini öğrenerek buna göre hareket edebilmeleri amaçlanmıştır. Semavi dinler dersi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu bünyesinde seçmeli ders olarak verilmektedir. 2015-2016 eğitim-öğretim döneminde söz konusu dersi 38 öğrenci aldığı tespit edilmiştir.

### **Amaç ve Yöntem**

Araştırmamanın amacı daha çok eğlence sektörüne dönük olarak eğitim veren Turizm Animasyonu Programına kayıtlı öğrencilerin dinler ve dini inanışlar hakkındaki görüşlerinin, dine bakış açılarının, dini konulara ne denli ilgi duyduklarının ve ne derece bilgi sahibi olduklarını düşündüklerinin ortaya konmasıdır. Araştırmaya 36 öğrenci katılmıştır. Bu kapsamda öğrencilere yazılı olarak aşağıda sıralanan yedi adet soru yöneltilmiş, herhangi bir zaman kısıtlaması olmaksızın cevaplandırmaları istenmiştir:

1. Kendinizi hangi dine yakın görüyorsunuz? Sebepleri nelerdir? (Eğer herhangi bir dine yakınlığınız yoksa sebebi nedir?)
2. Dini konularda yeterince bilgi sahibi olduğunuzu düşünüyor musunuz? Nedenleri ile açıklayınız.
3. Dinler insan hayatında sizce neden önemlidir?
4. Dini konulara ilgi duyuyor musunuz? Sebepleriyle belirtiniz.
5. İletişim içine girdiğiniz insanların dini hassasiyetlerini dikkate alarak hareket eder misiniz? Eğer öyle ise bir örnekle açıklayınız. Değilse sebebini belirtiniz.
6. Temel ibadetlerin (Namaz, oruç, zekat, hac vs.) insan veya toplum için faydaları var mıdır? Nedenleri ile açıklayınız.
7. Ziyaret ettiğiniz dini mekânlar hangileridir? Ziyaret amacınızla birlikte belirtiniz.

### **Bulgular**

Çalışmanın bu bölümünde yukarıda sayılan sorulara verilen cevaplar ayrı başlıklar şeklinde derlenmeye çalışılmıştır.



**“Kendinizi hangi dine yakın görüyorsunuz”** sorusuna otuz altı öğrencinin otuz üçü “İslamiyet” cevabı vermiştir. Sadece üç öğrenci İslamiyet cevabından farklı cevaplar vermiş ve verilen üç farklı yanıtın Hristiyanlık veya Yahudilik gibi tek kelimelik cevaplar olmadığı görülmüştür.

Bu cevaplar aşağıdaki gibidir:

*“Kendimi herhangi bir dine yakın görmüyorum. Çünkü Tanrı’ya ihtiyaç duymuyorum.”*

*“Hiçbir dine yakın değilim. Dinlerin bana göre eksikleri çok fazla. Ali ile Ebubekir’i kardeş yapmayı başaramayan bir din bize ne gibi bir yarar sağlar?”*

*“Ben kendimi vicdanıma yakın görüyorum. Çalıştığım kadar harcıyorum. İsraf etmiyorum. Alkol ve sigara kullanmıyorum. Her canlının yaşamasını istiyorum. Canımın ve vicdanımın onaylamadığı şeyleri sevmiyorum. Aileme saygılıyım. Bunlar hangi dine yakınsa ben o dindenim.”*

**“Dini konularda yeterince bilgi sahibi olduğunuzu düşünüyor musunuz”** sorusuna verilen cevaplar analiz edildiğinde, yirmi üç öğrencinin kendisini dini konularda bilgi sahibi olarak görmediği, sekiz öğrencinin kısmen bilgi sahibi olduğunu düşündüğü, beş öğrencinin ise dini bilgisini yeterli gördüğü sonucu ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerden dini konularda yeterli bilgi sahibi olmadığını düşünen, başka bir deyişle soruya “hayır” cevabı vermiş olan öğrencilerin belirttikleri sebepler aşağıda sıralanmaya çalışılmıştır:

*“Küçük yaşlarda, Kuran kursuna gittiğim sırada, camii imamından hoparlöre zamansız ezan sesi verdiğim için dayak yedim. Bu sebeple dini konulara uzun süre duyarsız kaldım. Ancak yine de Cuma ve Bayram namazlarına giderim.”*

*“Dini konular çok kapsamlı ve derin. Ayrıca çok fazla sayıda din var.”*

*“İlkokul ve ortaokulda yeterince bilgi sahibi olmadık.”*

*“Kendime Müslümanım deyip Müslüman gibi yaşamadığımız için yeterli bilgi sahibi değiliz diye düşünüyorum.”*

*“Ailemizden öğrendiğimiz dışında bilgi sahibi değiliz.”*

*“Yeterli zaman bulamadım.”*

*“Küçüklüğümde Kuran kurslarına gittim. Çok namaz kıldım fakat Alanya gibi bir yerde ne kadar uğraşsan da kendini bu yolda tutmak zor.”*



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



*“Kuran kursuna gidip Kuran’ın yarısını Arapça okudum ama Türkçesi konusunda bilgim yok. Sadece İslam dini konusunda bilgim var.”*

*“Küçükken Kuran kurslarında öğrendiğim kadar bilgiliyim.”*

*“Gelecek kaygısı sebebiyle yeterince dine yoğunlaşamadığımızı, namaz oruç gibi ibadetleri yerine getiremediğimizi düşünüyorum.”*

**“Dinler insan hayatında sizce neden önemlidir”** sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

*“İnsanı doğru yola, güzel ahlak ve iyiliğe sevk eder.”*

*“İnsan inançsız yaşayamaz. İnsanların yaşama sebebi dindir.”*

*“Dinler manevi boşluğu doldurur. Maneviyatı olmayan insandan her şey beklenir.”*

*“İnsanların hayatının bir parçasıdır. Din olmazsa hayatta bir şeyler hep eksik olur.”*

*“İnsanlar inandığı için dinler önemlidir. İnanmak içgüdüselidir. İnsanların inanma ihtiyacını dinler karşılar.”*

*“Tanrıya borcumuzu ödemek açısından önemlidir. İnsanın hayata geliş amacıdır.”*

*“İnsanların huzurlu olması için gereklidir.”*

*“Topluma düzen vermek için din gereklidir. Din olmazsa kargaşa çıkar.”*

*“İnsanlar nasıl yaşaması gerektiğini dinlerden öğrenir.”*

*“Dinler insanları birbirine bağlar.”*

*“Tanrı insanın dayanağıdır. Sığınacakları liman din ve Tanrıdır. Musibetlere karşı dine ihtiyaç vardır.”*

*“İnsanlar ellerinden çözüm gelmeyeceği durumlarda Tanrı’ya yakarırlar. Hâlbuki Tanrı insana sorunları çözme potansiyelini akıl yoluyla vermiştir.”*



«**Dini konulara ilgi duyuyor musunuz**» sorusuna otuz altı öğrenciden otuz üç öğrenci olumlu cevap verirken, üç öğrenci “hayır” cevabı vermiş ve aşağıdaki şekilde gerekçeler göstermişlerdir:

“*Din toplumu köreltir. Din toplumun afyonudur.*”

“*Vicdanımla hareket etmeyi tercih ederim.*”

“*Gerçekliğine uzağında olan hiçbir şeye ilgi duymam.*”

“**İletişim içine girdiğiniz insanların dini hassasiyetlerini dikkate alır mısınız**” sorusuna sadece dört öğrenci olumsuz cevap vermiştir.

Öğrencilerin gerekçeleri aşağıda sıralanmıştır:

“*At gözlüğü olanlara saygı duymam.*”

“*Dini sömürenlere saygı duymam.*”

“*Karşımdakine iyi ya da kötü diye bakarım. Dini umurumda değildir.*”

Hayır diyen dört öğrenciden bir tanesi ‘*Hayır umursamam, herkesin inancı kendinedir*’ şeklinde cevap vererek dolaylı olarak aslında karşındakinin dini hassasiyetlerine saygı gösterdiğini belirtmiştir.

“**Temel ibadetlerin (namaz, oruç, zekat, hac gibi.) insan ve toplum için faydaları var mıdır**” sorusuna verilen cevaplar analiz edildiğinde, **otuz dört** öğrenci kişiye ve topluma faydalı olduğunu, bir öğrenci ise hiçbir faydası olmayıp, “zaman kaybı” olduğunu belirtmiştir. Bir öğrenci ise orucun insana zararlı olduğunu düşündüğünü, ayrıca Müslümanlarca yerine getirilen hac ibadetinin sadece Arap hükümeti için faydalı olduğunu ifade etmiş, diğer ibadetlerin faydalı olduğunu belirtmiştir.

“**Ziyaret ettiğiniz dini mekanlar hangileridir**” sorusuna bir öğrencinin birden fazla cevap verdiği görülmüştür:

- 35 öğrenci camii,
- 13 öğrenci kilise
- 2 öğrenci cem evi
- 5 öğrenci türbe
- 2 öğrenci antik dini mekan
- 1 öğrenci mezarlık



## Sonuç ve Öneriler

Araştırma bulguları incelendiğinde Turizm Animasyonu gibi daha çok eğlenceye dönük bir programda eğitim görüyor olmalarına rağmen, araştırmaya katılan öğrencilerin dine karşı ilgili oldukları ve din olgusunu gerekli gördükleri sonucu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin özellikle üçüncü soruya verdikleri cevaplar, dinin gerekliliğine, insan hayatını ve insanlar arası ilişkileri düzenlediğine inandıklarını ortaya koymaktadır.

Dine karşı ilgili oldukları ve din olgusunu gerekli gördükleri halde, öğrencilerin büyük kısmının dini konularda hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ifade ettikleri görülmüştür. Bilgiye ulaşmanın son derece kolay olduğu günümüz şartları düşünüldüğünde, öğrencilerin dini konularla yeteri kadar ilgilenmemeleri sebebiyle yeterli bilgiye sahip olmadıkları kendi ifadeleri temel alınarak söylenebilir.

Kendinizi hangi semavi dine yakın görüyorsunuz sorusuna İslamiyet cevabı veren öğrencilerin oranı yüzde doksanın üzerinde olup, Yahudilik, Hristiyanlık veya başka bir din adı veren öğrenci yoktur. Bu sonuç Türkiye’de yaşayan insanların dini mensubiyet oranı ile paralellik göstermektedir. Öğrenciler iletişim içine girdikleri insanların dini hassasiyetlerine de aynı oranda duyarlıdırlar ve temel ibadetlerin insana ve topluma faydalı olduğunu düşünmektedirler. Öğrencilerin tamamı en azından bir dini mekânı ziyaret etmiş, bir çoğu farklı dini mekânlarda da bulunmuşlardır.

Eğitimin yanı sıra küçük yaşlarda yaşadıkları olumsuz deneyimlerin, gençlerin dine bakış açısını etkilediğini söylemek mümkündür. Din hakkında yeterli bilgi sahibi olduğunu belirtmesi dışında diğer soruların tamamına olumsuz cevap veren bir öğrenci, dört yıl boyunca ismini belirtmediği bir cemaat yurdunda kaldığını ifade etmiştir. Söz konusu öğrenci din, dini konular ve inanışlar hakkında son derece olumsuz fikirlere sahiptir. Bir öğrenci ise Kuran kursunda yaşadığı olumsuz bir deneyimin kendisini dine karşı duyarsızlaştırdığını ifade etmiştir.

Turizm eğitimi alan gençler meslek hayatları boyunca çok farklı kültürel özelliklere ve inançlara sahip insanlarla iletişim içine gireceklerdir. Gençlerin dünya genelinde en yaygın olan üç semavi din hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu dinler arasında karşılaştırma yapabilmeleri, meslek hayatında kolaylık sağlayacaktır. Bu sebeple «Karşılaştırmalı Dinler Tarihi» veya «Semavi Dinler» derslerinin turizm müfredatlarına seçmeli ders olarak konulmasının faydalı olduğu düşünülmektedir. Zira öğrencilerin ifadelerinden, dini konularda yeterince bilgi sahibi olmadıkları ancak ilgi duydukları sonucu ortaya çıkmıştır.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Kaynakça

- Aygün, F. (2006). *Kitab-ı Mukaddes ve Kuran-ı Kerim'de Hz.İbrahim ve İnsanlığa Mesajı*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlahiyat Ana Bilim Dalı, Kelam Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Bayyığıt, M. (2003). *Gençliğin Dini İnanç, İbadet ve Problemlerine Boylamsal Bir Bakış*. İstanbul: Ensar Neşriyat.
- Buğdaycı, A. (2007). *Kuran-ı Kerim'e Göre Üç Semavi Din*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı, Tefsir Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Hazar, A. (2009). *Rekreasyon ve Animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçük, A., Tümer, G., & Küçük, M. (2014). *Dinler Tarihi*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- TDK. (2016). Nisan 5, 2016 tarihinde Türk Dil Kurumu. adresinden alındı
- Ulu, M. (2006). *Üniversite gençliğinin Dini İnanış ve Davranışları - Erciyes Üniversitesi Örneği*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Din Psikolojisi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi .



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***İnternet Kullanımının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri Üzerine Teorik Bir Araştırma***

<sup>1</sup>Ergün Kara, <sup>2</sup>Gülşah Sultan Sarıoğlu

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Marmaris/ Muğla/ Türkiye  
<sup>2</sup>Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı

### **Özet**

Günümüzde insanların sosyal yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası olan internet, pek çok özelliği ile kitle iletişim araçları için önemli bir alternatif olma yolunda hızla ilerlemektedir. Bireylerin sosyal ağları yoğun bir şekilde kullanmaları, kişilerin yakınlaşma, kendini açma, yüz yüze iletişim ve daha fazla etkileşim ile kendilerini ifade etmeyi tercih etmeleri, bunları gerçekleştirirken teknolojik imkânlardan faydalanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Özellikle gençler, sosyal paylaşım ağlarını yeni toplumsallaşma ortamları olarak görmektedirler. Bireylerin arasındaki sosyalleşme göz önünde bulundurulduğunda; internet kullanıcılarının gerçek hayatta gerçekleştirdiklerini, sanal dünyaya taşımaları, yapılan sosyal aktivitenin gerçekliği ile sanallığı arasındaki ayrımı bulanıklaştırmaktadır. Özellikle çocuk ve gençlerin internet bağımlılığına yatkın olmaları, küresel bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu grup oyun, sohbet ya da arkadaş çevresiyle iletişime geçmek amacıyla yoğun bir biçimde sanal ortamlarda yer almaktadır. Çocuklar arasında İnternet kullanımının artması çoğu zaman aile içi ilişkilerin zayıflamasına ve bununla birlikte çocukların iletişim kurmak, sosyalleşmek maksadıyla internete girme eğiliminde oldukları ileri sürülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Gençlik, İnternet Kullanımı, Teknoloji

### ***Negative Effects of Internet Use on Theoretical Research on Young People***

#### **Abstract**

Today, the Internet is an indispensable part of people's social life, many features are rapidly moving towards becoming an important alternative to the mass media. social networks of individuals using an intensive rapprochement of people, self-disclosure, face to face communication and more interaction with preferring instead to express themselves, shows them that they tend to benefit from performing art facilities. In particular, young people see social networks as a new medium of socialization. Given the socialization between individuals; Internet users that they perform in real life, virtual world, transports, blurs the distinction between reality and virtuality made social activity. Especially children and young people to be prone to internet addiction has emerged as a global problem. This group games, in order to communicate with the chat or circle of friends is located in an intensely virtual environment. Children often include the weakening of family relations and the increasing use of the Internet to contact children, however, it is suggested that they tend to come in order to socialize with the Internet.

**Keywords:** Communication, Youth, Using Internet, Technology





## Giriş

Küreselleşmenin hız kazanması sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojileri ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşmesinde önemli işlevler üstlendi. İnternetin yeni bir kültürel mekân, gerçeklik, özgürlük alanı ve ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, küresel değerlerin, kültürel formların, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasını sağladı. Bir bakıma internet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı. İnternet sınırsız, korunaklı, özgürlükler alanı, hiyerarşinin olmadığı ve yenilikçi olarak nitelenen yapısıyla gençler için bir çekim merkezi oldu. Gençler, yenilik arayışları, özgürlük istekleri, gizleyebildikleri kimlikleriyle kendilerini ifade ettikleri ve toplumsal baskılardan uzak herhangi bir sorumluluk taşımak zorunda olmadıkları kimlikleriyle yeni aidiyet alanlarını internet üzerinde gerçekleştirme imkânı buldular (Güzel, 2006, sf.14).

İnternet, bir bilgi ve iletişim kaynağı olmanın ötesinde, bazı kişiler için “bağımlılığa” dönüşmüş durumdadır. Birçok kişi, gerçek dünyada karşılığını bulamadığı tutkuları ve tutsaklığı sanal dünyada yaşayabilmektedir. İnternet’in tüm dünyada hızla yaygınlaşması göz önüne alındığında farklı demografik gruplarda çeşitli açılardan İnternet kullanımındaki farklılıklar ilgi çekici bir çalışma alanı oluşturmaktadır. Bu alanda, üniversite öğrencileri ve yetişkinlerle yapılan araştırmalar bulmak mümkündür. Artık ilköğretim ve ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerde de İnternet’in olumsuz etkileri görülmeye başlanmıştır. Nitekim bu yaş 2 grubundaki gençler İnternet’i en çok kullanan grup olmaya başlamıştır (Gençer, 2011, sf.1). İnternet kullanımı ve bilgisayar oyunları, çocuk ve gençlerin günlük yaşamlarını, akademik başarılarını ve ruh sağlıklarını önemli ölçüde etkileyen ve bu yönü ile de araştırmacıların ilgisini çeken güncel bir konudur. Teknoloji ile ilişkilerinde, bugünün gençleri sık sık hem kurbanlar hem de suçlular olarak nitelendirilebilir (Cömert ve Kayran, 2010, sf.167).

## Literatür Taraması

Gürçay ve Kümbül (2001), internetin sosyal ve psikolojik etkilerini araştırdıkları çalışmalarında internetin sosyal izolasyon yaratıp yaratmadığına dair çeşitli ölçme araçları kullanmışlardır. Araştırma kapsamına 107 kadın ve 160 erkek olmak üzere 267 kişi alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre internet bağımlılığının artmasına paralel olarak sosyal izolasyonun da arttığı, bireylerarası sosyal ilişkilerin azaldığı görülmüştür.

Arnas (2005), Adana’da ailelerin, çocukların ve ergenlerin interaktif iletişim araçlarını kullanma alışkanlıklarını belirlemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Bulgulara göre, yaş değişkeninin artmasıyla birlikte çocukların ve ergenlerin bilgisayar ve internet kullanmaya ayırdıkları sürenin de arttığı saptanmıştır. Bilgisayarların daha çok okul ödevlerine yardımcı olması amacıyla alındığı, ancak bilgisayarı bu amaç için kullananların oldukça az olduğu (% 19,7) belirlenmiştir.

Aksüt ve Batur (2007), internet perspektifinde ergenlerin toplumsallaşması ve iletişim kurma süreci ile ilgili olarak yaptıkları araştırmalarında ergenlik döneminde olan 300 öğrenciye konuya yönelik anket uygulamışlardır. Araştırmanın sonucuna göre, erkek ergenlerin internet kullanım süresinin kız ergenlerden daha fazla olduğu saptanmıştır. Erkek ergenlerin internette daha çok oyun oynadıkları, kızların ise sohbet ettikleri gözlenmiştir. Ayrıca sınava hazırlanan ergenlerin bu duruma paralel olarak internet kullanım sürelerinin arttığı da saptanmıştır. Bulgulara göre internet, aile içi iletişim çatışmalarını getirirken ailenin ergenden ergenin de aileden uzaklaşmasına neden olmakta ve ergenin toplumsallaşmasını olumsuz yönde etkilemektedir.



Güney, Bağlı, Gener ve Çok (2007), alt, orta ve üst sosyo-ekonomik kökenli ergenlerin kitle iletişim araçlarını ne ölçüde kullandıklarını belirlemek amacıyla Ankara'da 489 ergene anket uygulamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre orta ve üst sosyo-ekonomik kökenli ailelerden gelen ergenlerin, alt sosyo-ekonomik kökenli ailelerden gelen ergenlere oranla daha fazla bilgisayar ve internet kullandıkları belirlenmiştir. İnternet kullanım amaçlarına bakıldığında ise interneti en çok ev ödevi yapma ve bilgi toplama amacıyla (% 93,0) kullandıkları ortaya çıkmıştır. İkinci sırada elektronik posta alma ve gönderme (% 47,0), üçüncü sırada ise (% 46,0) oyun bulunmaktadır.

**Tablo 1.** İnternet Üzerine Yapılan Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması Bulguları

Yazarlar	Yıl	İnternet Kullanımı ve Doyumları Tipolojisi
Charney, T.R.	1996	<b>8 Faktör:</b> Bilgilenme, eğlence, statü kazanma, boş zamanları değerlendirme, sosyal etkileşim, görsel ve işitsel tasarım, rahatlama.
Kaye, B.K.	1998	<b>6 Faktör:</b> Eğlence, sosyal etkileşim, boş zamanları değerlendirme, sosyal kaçış, bilgilenme, web sitesi tercihi.
Armstrong, M.H.	1999	<b>5 Faktör:</b> Eğlence, tüketici bilgi işlemi, sosyal etkileşim, bilgilenme, toplumsal gözetim/araştırma.
Korgaonkar, K.P. & Wolin, L.D.	1999	<b>7 Faktör:</b> Sosyal kaçış, bilgi güvenliği/özel ilgi, bilgilenme, karşılıklı etkileşim, sosyalleşme, işlem dışı bilgi güvenliği, ekonomik fayda.
Parker, B.J. & Plank, R.E.	2000	<b>3 Faktör:</b> arkadaşlık/ sosyal ilişkiler, gözetim, rahatlama/sosyal kaçış.
Papacharissi, Z. & Rubin, A.M.	2000	<b>5 Faktör:</b> Kişilerarası fayda, boş zamanları değerlendirme, bilgi arama, uygunluk/ kolaylık, eğlence.
Ebersole, S.	2000	<b>8 Faktör:</b> Araştırma/ öğrenme, eğlence, iletişim/ sosyal etkileşim, vakit geçirme, başka türlü ulaşılamayan malzemelere kolay ulaşma, ürün bilgisi/ teknik destek, oyun/ erotik/seksüel ihtiyaçlar, tüketici işlemleri.
Choi, Y.J.	2001	<b>8 Faktör:</b> Eğlence, fantezi arama, araştırma/ bilgilenme, cinsellik, online işlemler, sosyal kaçış, yalnız hissetme, sosyal etkileşim.
Kaye B.K. & ohnson, T.J.	2002	<b>4 Faktör:</b> Rehberlik, bilgi arama, eğlence, sosyal fayda.
Koçak, A. & Özcan, Y.Z.	2002	<b>4 Faktör:</b> Bilgilenme, sosyal kaçış, sosyal etkileşim/ chat, eğlence.
Abdulla, R.A.	2003	<b>5 Faktör:</b> Kişisel fayda, sosyal etkileşim, eğlence, toplumsal gözetim, bilgilenme.
Park, I.	2004	<b>7 Faktör:</b> Sosyal iletişim, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme/kaçış, eğlence, kişisel iletişim, araştırma, online işlemler ( <i>ABD'li öğrenciler</i> ). <b>6 Faktör:</b> Boş zamanları değerlendirme/ kaçış, eğlence, bilgilenme, sosyal ve kişisel iletişim, yenilikleri takip etme, araştırma yapmak ( <i>Koreli öğrenciler</i> ).
Song, I.; Larose, R., Eastin, M. & Lin, C.A.	2004	<b>7 Faktör:</b> Sanal topluluk ihtiyaçları, bilgi arama, estetik deneyimler, ticari/ ekonomik fayda arama, eğlence, kişisel pozisyon, ilişki sürdürme
Şeker, T.B.	2005	<b>3 Faktör:</b> Bilgilenme, chat/ eğlence, alışveriş-seyahat, internet teknolojisi.
Balcı, Ş. & Ayhan, B.	2007	<b>6 Faktör:</b> Sosyal kaçış, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda, sosyal etkileşim/ chat, eğlence.
Işık, U.	2007	<b>9 Faktör:</b> Sohbet/ etkileşim, günlük gerilimden kaçma, bilgi arama, arkadaşlık/ yenilik arayışı, fantezi/ cinsellik, zaman geçirme, oyun/ eğlence, gerçekten kaçış/ özgürlük arayışı, yükleme/ download.
Balcı, Ş. & Tarhan, A.	2007	<b>4 Faktör:</b> Bilgilenme/ rehberlik, sosyal kaçış, boş zamanları değerlendirme/ eğlence, sosyal fayda.

**Kaynak:** Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı, 2009



Tablo 1’de 1996-2007 yılları arasında internet kullanımları ve doyumları üzerine yapılmış bazı araştırmalardan seçilmiş bir tipoloji yer almaktadır. Bu tabloda geçen 11 senede yapılan araştırmaların sonuçları incelendiğinde, insanların birçok faktör doğrultusunda internete yöneldikleri ortaya çıkmaktadır. Özellikle bilgilendirme ve eğlence bütün araştırma sonuçlarında ortak olan iki motivasyon durumunda olduğu görülmektedir.

### **İnternetin Tanımı ve Önemi**

İnternet, dünya kapsamında birçok bilgisayar sistemini, TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) protokolü ile birbirine bağlayan ve gittikçe büyüyen bir iletişim ağıdır. TCP/IP bilgisayarlar ile veri iletim/alma birimleri arasında organizasyonu sağlayan, böylece bir yerden diğerine veri iletişimini olanaklı kılan pek çok veri iletişim protokolüne verilen genel addır (cc.boun.edu.tr).

İnternet; tarım ve sanayi devrimlerinden sonra üçüncü bir devrim olarak nitelenmiştir. (Güzel, 2006: 1). 1960’lı yıllarda araştırma, eğitim ve savunma amacıyla geliştirilmiş olan internet ya da bilgisayar ağı projesi, günümüzde her alanda bilgi değişimine olanak sağladığı gibi, ticari faaliyetlerde de kullanımı giderek artan bir araç haline gelmiştir (Işıklı, 2001: 5). İnternet teknolojilerinde ortaya çıkan hızlı ve kapsamlı gelişmelerin etkisini arttırması onu bir teknolojik yenilik olmanın çok ötesine taşımış, internet; siyaset, ekonomi, kültür ve kimlik alanı olarak tartışılmaya başlanmıştır (Güzel, 2006: 1). İnternetin ilk etapta araştırma, eğitim ve askeri amaçla (Ersoy, 2002: 5) geliştirildiği düşünüldüğünde, günümüzde geldiği konum itibariyle, artık her alanda bilgi erişiminde başvurulacak vazgeçilmez bir kaynak haline geldiği görülmektedir.

Küreselleşme, ülkeler arasındaki iktisadi, sosyal ve siyasal ilişkilerin geliştiği, farklı toplum ve kültürlerin inanç ve beklentilerinin tanınmaya çalışıldığı, uluslararası ilişkilerin yoğunlaştığı (Kılıç, 2011: 82) bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişmeler ise beraberinde interneti, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen (İnan, 2000: 9) dinamik özelliklere sahip küresel bir kitle iletişim aracı haline getirmiştir.

Bilgi ve iletişim teknolojisi ürünleri olan bilgisayar ve internet, bilgiye erişim ve paylaşım anlamında geniş bir özgürlük sağlamaktadır. Geçmişte bilgiye ulaşmada kitap, dergi gibi basılı kaynaklara ulaşabildiğimiz kütüphanelerden yararlanılırken, günümüzde bilgisayar ve internet üzerinde yer alan bilgilerden ve sanal kütüphanelerden faydalanılmaya başlanmıştır (Tercan, Sakarya ve Çoklar, 2012: 306).

Bu bağlamda internetin bilgiye ulaşmada kolaylık ve rahatlık sağladığı açıktır. Bilgi dünyası olarak kütüphanelerin yerini yavaş yavaş almaya başlayan internet, milyonlarca kişinin gönüllü olarak bilgi girişi yaptığı, resmi, gayri resmi, özel, tüzel, kurumsal, kimlikli insan ya da gruplar tarafından devamlı olarak bilgi girişinin güncellendiği bir ortamdır (Özbay ve Yetişener, 2000: 72). İnternetin kullanımı önceleri araştırma, eğitim ve devlet kuruluşlarının etkinlikleriyle sınırlandırılmış gibi gözükse de, son zamanlarda ticari kullanımının da büyük oranda arttığı görülmektedir (Çağıltay, 1997: 5).

### **Gençlerin İnternet Kullanımı**

Dünya genelinde internet kullanımının hızla yaygınlaştığı göz önüne alındığında, ülkemizde de bu durumun eşgüdümlü olarak geliştiği ve internet kullanımında hızlı bir artış olduğu görülmektedir. İnternetin bilgi edinmek, bankacılık işlemleri ve alışveriş yapmak, sohbet etmek, video film müzik indirmek, müzik dinlemek, oyun oynamak,

dergi gazete okumak, araştırma yapmak gibi pek çok alanda hizmet sunduğu düşünüldüğünde, her yaştan bireyin farklı yoğunluklarda internet kullanımından faydalandığı görülmektedir.

Aşağıda tablo 2 'de internet kullanımı ile ilgili IAB'nin (Interactive Advertising Bureau) Türkiye'de internet kullanıcı profili üzerinde Ocak 2011-Aralık 2011 tarih aralığında yaptığı çalışmada, internet kullanıcılarının yaşlara göre artış oranlarına ilişkin bir araştırma yapılmış; araştırma sonuçlarında belirtilen tarih aralıklarında internet kullanımında; hedef kitlesi 12-14, 15-17 yaş grubunda % 7, 18-24 yaş grubunda %6, 25-34 yaş grubunda % 5, 35-44 yaş grubunda %5 lik bir artış olduğu bilinmektedir.

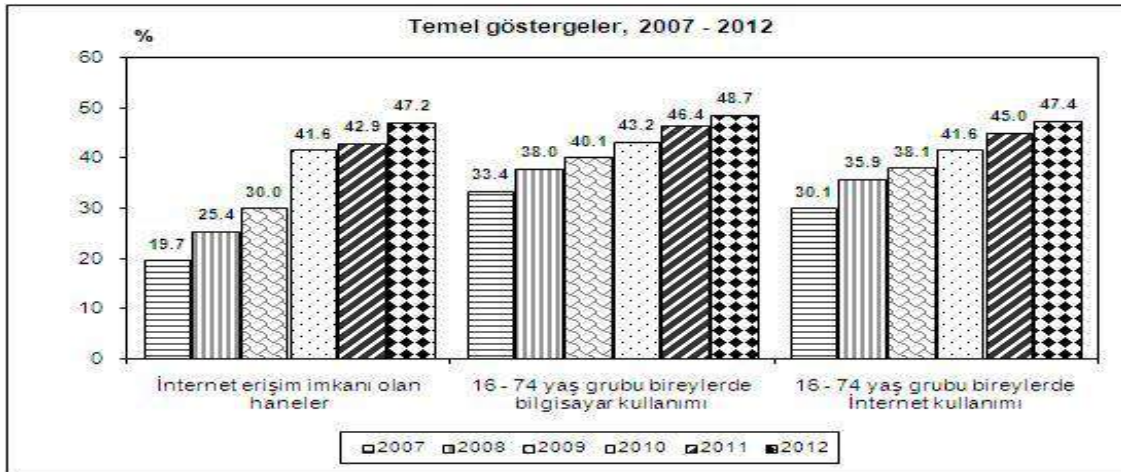
**Tablo 2.** İnternet Kullanan Gençlerin Yaşlara Göre Artış Oranları

Hedef Kitle (Yaş )	Ocak 2011	Aralık 2011	Artış
12 -14	1.994.851	2.130.857	% 7
15 – 17	2.369.158	2.528.912	%7
18 – 24	5.162.458	5.478.702	%6
25 – 34	5.420.162	5.684.942	%5
35 - 44	3.054.431	3.195.641	%5

Kaynak: <http://blog.clockwork.com.tr/wp-content/uploads/Internet-Yaş>

Tablo 3 de Türkiye İstatistik Kurumu tarafından "2011 Yılı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması" yapılmıştır ve buna göre ülkemizde bilgisayar ve internet kullanımı artmaya devam etmektedir. Yapılan araştırma ile 16-74 yaş grubundaki bireylerde bilgisayar kullanım oranı 2010 yılında % 43,2 iken % 46,4'e ve İnternet kullanım oranı 2010 yılında % 41,6 iken % 45,0 yükseldiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı 2007-2012



Kaynak : <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880>

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2012 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması'nda, kadın (% 38,5) – erkek (% 59) ve kent ( % 55,5) – kırsal (% 27) arasında bilgisayar ve internet kullanımında sayısal uçurumun devam ettiği görülmüştür. Bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24'tür. Bilgisayar ve İnternet kullanımı tüm yaş gruplarında erkeklerde daha yüksektir. 16-74



yaş grubundaki tüm bireylerin %37,8'si interneti düzenli olarak (hemen hemen her gün veya haftada en az bir defa) kullanmıştır. 16-74 yaş grubu, internet kullanan bireylerin %70'i evden, %33,8'i işyerinden, %17,8'i arkadaş- akraba vb. evinden, %16'sı internet kafeden, %7,2'si eğitim alınan yerden, %5,9 ile kablosuz bağlantının yapılabildiği yerlerden internet bağlantısı kurmuşlardır. İnternet kullanma amacı, bireyler için en çok %72,5 ile çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme için kullanırken, bunu %66,8 ile e-posta gönderme/alma, %61,3 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama, %49,1 ile oyun, müzik, film, görüntü indirme ve oynama olarak gerçekleşmiştir.

### **İnternet Kullanımının Zararları**

Bilgiye hızlı ve kolay erişim imkanı sağlaması, dünya ve ülke içerisinde yaşanan gelişmelerden ve değişimlerden haberdar olmayı kolaylaştırması yanında, internet ve bilgisayar kullanımının bir takım sakıncalarının olduğu da gözlenmektedir. Çocuklar ve gençler internet ve bilgisayar teknolojilerini kullanırken teknik, fiziksel, sosyal ve psikolojik açıdan şiddete maruz kalabilirler (Çelen,Çelik ve Seferoğlu, 2011: 3). İnternet üzerinde denetim zor olduğundan, dünyanın herhangi bir yerinden şirketler, hükümetler, bireyler ve kurumlar internet üzerinden her türlü materyali yayımlayabilirler. İnternetin küresel dağılımı o denli hızlı gelişmiştir ki, interneti izlemek ya da kontrol etmek olası boyutları aşmıştır (Odabaşı, Kabakçı ve Çoklar 2007: 75). Erişkinler kendilerini zararlı içeriklerden koruyabilme konusunda çocuklara oranla daha bilinçlidirler. Ancak çocukların bu bağlamda yeterince bilinçli olmadığı düşünüldüğünde; herkesin istediği içeriği yayınladığı ve yaydığı internet ortamında zararlı içeriklere karşı en savunmasız olanlar ve bundan en büyük zarara uğrayanlar çocuklardır. Bu noktada ise en büyük görev ve sorumluluk anne babalara düşmektedir.

İnternet kullanımında gençler için bir diğer tehlike de e-posta aracılığıyla sanal dünyada kurulan dostluklardır. Bu dostlukların yaşlılar arasında olup olmadığı bilinmediğinden kötü, kaba ifade ve sözden, kötü niyetli tekliflere kadar değişebilmektedir ve çocuk istismarına yol açabilmektedir (Tuncer, 2005:208). Çocukların internete gerek evlerinden, gerek okullarından ve hatta cep telefonlarından dahi bağlanabildikleri düşünüldüğünde, onların ödev, sohbet, oyun ya da eğlence için girdikleri sayfalarda açılan bir takım zararlı içeriklerle karşılaşmaları da çok olası görülmektedir. Çocuklar, gençler şiddet, ırkçılık, cinsel içerik ve diğer zararlı mesajlara maruz kalabilirler. (Berson ve Berson, 2003: 64).

Cordes ve Miller (2000), bilgisayarların ve internetin uzun süreli kullanımının çocukların ve ergenlerin gelişim basamakları üzerindeki potansiyel tehlikelerini şu şekilde sıraladılar:

*Fiziksel tehlikeler:* kas ve iskeletle ilgili bozukluklar, görme sorunları ve miyopluk, obezite ile elektromanyetik radyasyon.

*Zihinsel tehlikeler:* yaratıcılığın eksikliği, gelişmesi önlenmiş hayal gücü, zayıflayan dil, okuma ve yazma becerileri, konsantrasyon ve dikkat eksikliği, öğrenmedeki zor işler için çok az sabır, dikkati anlamdan başka tarafa çekme.

*Ahlaki tehlikeler:* çevrimiçi şiddete maruz kalma, bağımlılık ve diğer uygunsuz materyal, etik ve ahlaki içerikten yoksun bilgiye vurgu, bilgiyi arama ve bilgiye başvurmada sorumsuzluk ve amaç yokluğu.



*Duygusal ve sosyal tehlikeler:* sosyal soyutlanma, aile üyeleriyle, öğretmenle ve arkadaşlarla zayıflayan bağlar, disiplin ve motivasyon eksikliği, toplumdaki duygusal kopukluk.

Diğer elektronik medya araçları gibi bilgisayarlar ve internet dünyası, ergenleri yüzeysel görüntülerle aşırı biçimde büyüleyip uyarmakta, tüm bunlar ergenlerin eleştirel düşünme ve hayal güçlerini zayıflatmakta, gerçeklerden kaçmayı tehlikeli bir biçimde desteklemektedir. Ergenler, bilgisayarların ve internetin tüm bu tehlikeli etkilerini anlayabilecek yeterli entelektüel, duygusal ve ahlaki olgunluğa ulaşmamışlardır. Dolayısıyla yetişkin rehberliğine ve korumasına ihtiyaçları vardır. Çocuklukta kendilerinden sorumlu yetişkinler ile yakın ilişkiler görülür. Doğa ile iç içe yaşam, ev dışı etkinlikler, bahçe işleri, doğayı keşfetme, müzik, drama, dans, resim vb. gibi sanatsal etkinlikler yaşantılarına yoğun biçimde egemendir. Ancak ergenliğe geçiş dönemiyle birlikte akran grupları ile ilişkileri artmakta ve buna paralel olarak da aile üyeleriyle geçirdikleri zaman ve bir arada yapılan etkinlikler de azalmaktadır (Armstrong ve Casement, 2000).

Çocukların şiddet içeren saldırgan davranışlarda bulunmalarına, fikir hırsızlığı yapmalarına, aile ilişkilerinin, konuşma, yazma becerilerinin zayıflamasına, bedensel rahatsızlıklar ve konsantrasyon sorunları yaşamalarına neden olabilir. İnternetin son zamanlarda kuşku ve şüpheli bir kaynak olduğu, öğrencilerin fikir hırsızlığı yapmasını ve kopya çekmesini kolaylaştırdığı belirtilmektedir. Önemli bir başka nokta ise, çocukların internet ortamındaki bilgilerin güvenilirliği ve doğruluğunu değerlendirme becerisine sahip olmamalarıdır. İnternet aynı zamanda çocukların yazma ve dil becerilerinin gelişmesini olumsuz etkilemektedir (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007, sf.12).

### **Sonuç ve Tartışma**

Çocuklar ve gençler bilgisayar ve özellikle internet kullanırken çok önemli ve ciddi tehlikelere maruz kalabilirler. Bu konuda ilgili devlet kurum ve kuruluşlara, üniversite ve okul yöneticilerine, öğretmenlere, ebeveynlere ve çocuk ve gençlerin bizzat kendilerine çeşitli sorumluluklar düşmektedir.

Bu çalışmada, en değerli varlıklarımız ve geleceğimiz olan çocukların ve gençlerin, gittikçe yaygınlaşan internet ve bilgisayar kullanımı arasında elde edecekleri bilgi birikimi, gelişme ve tecrübenin yanında, karşılaşılabilecekleri güvenlik tehdit ve tehlikeler işaret edilmiş; alınması gerekli olan tedbirler sunulmuş; çocuklarımızın bu ortamlarda bu tür olumsuzluklara maruz kalmamaları için uymaları gereken örnek bir kural tablosu sunulmuştur.

İnternet bağımlılığı aşırı internet kullanımı isteğinin önüne geçilememesi, internette olmadan geçirilen zamanın önemini yitirmesi, yoksun kalındığında aşırı sınırlılık hali ve saldırganlık olması ve bireyin aile, arkadaş, okul hayatının internette geçirilen süre nedeniyle giderek bozulması olarak tanımlanmaktadır. İnternet bağımlılığı her yaşta ve cinsiyette görülen bir bozukluk olmakla birlikte; madde, alkol ve kumar bağımlılığın aksine sıklıkla daha genç yaşlarda başlamaktadır. İnternet bağımlılığı açısından risk altında olan grubun çoğunluğu 12-18 yaş arasındaki adölesanlardır.(Uysal, 2013 sf.6)

Yapılan araştırmalarda da internet kullanıcılarının en çok şikâyet ettikleri konu, zararlı ya da istenmeyen içerik olmaktadır. Örneğin, İsviçre’de 12 yaşında 104 çocukla yapılan görüşme sonuçlarına göre, çocukların internet sakıncalarına ilişkin olarak en çok dile getirdikleri konu, istenmeyen içerik olmuştur. İstenmeyen içerik irdelendiğinde;



pornografik içerikler, ırkçılık ve şiddet konularında 44 öğrenci, teknik problemlerde 30 öğrenci, potansiyel tehlikeler ve rahatsız edici insanlar 21 öğrenci, "kullanıcı rahatsızlıkları (baş ağrısı, zaman tüketimi, şiddet içerikli bilgisayar bağımlılığı)" 7 öğrenci, ekonomik sorunlar 6 öğrenci, taciz 6 öğrenci, hepsi 2 öğrenci, hiç problem yok diyen 19 öğrenci tespit edilmiştir (Dunkels, 2008:171-184).

Gençlerin zararlı içeriklerle karşılaşmalarının yanı sıra, bilgisayar kullanım sürelerinde gözlemlenen aşırılıkların, çocukların fiziksel durumları ve sağlıklarına ilişkin bir takım zararlı etkilerinin olabileceğine ilişkin bulgular mevcuttur. Uzun süre bilgisayar önünde kalma ile yeme alışkanlıkları, fiziksel aktivite azlığı ve obezitede artış arasında doğrusal bir ilişkinin varlığından söz edilmektedir. İnternet kullanımının neden olduğu genel sağlık sorunları arasında; el bilek sendromu, boyun kaslarında tutulma, uyku bozuklukları, görme ve beslenme bozuklukları en fazla karşılaşılan sorunlar olmaktadır.

Genel olarak okullarımızda bilgisayar kullanımının ve internet'in faydalarının anlatılması ve teşvikinin yanında; elektronik ortamlardan yararlanırken karşılaşılabilecek tehdit ve tehlikelerden çocuklarımızın ve gençlerimizin etkilenmemesi için; konunun ders müfredatlarına konulmasının, bilgi işlem ile ilgilenen okul personel ve bölümlerinin de uyarıcı, bilgilendirici ve koruyucu önlemlerin alınması konusunda daha fazla girişimlerde bulunmalarının çok yerinde olacağı değerlendirilmektedir.

### Kaynakça

Aksüt, M. ve Batur, Z. (2007), internet Perspektifinde Ergenlerin Sosyalleşme ve İletişim Kurma Süreci, <http://ab.org.tr/ab07/bildiri/134.doc>, Erişim Tarihi: 06.06.2016

Ayhan B., Balcı Ş. (2009), Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanlığı, Kırgızistanda Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması, Kırgızistan

Aksaçlıoğlu, A., G., ve Yılmaz, B. (2007), 'Öğrencilerin Televizyon İzlemeleri ve Bilgisayar Kullanmalarının Okuma Alışkanlıkları Üzerine Etkisi' Türk Kütüphaneciliği 21, 1 (2007), 3-28

Armstrong, A. ve Casement, C. (2000), The Child and the Machine: How Computers Put Our Children's Education at Risk, Beltsville, MD: Robins Lane Press.

Arnas, A.Y., (2005), 3-18 Yaş Grubu Çocuk ve Gençlerin interaktif iletişim Araçlarını Kullanma Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. The Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET, Volume 4, Issue 4, 59-66. <http://www.tojet.net/volumes/v4i4.pdf>, Erişim Tarihi: 11.08.2016

Berson ve Berson (2003), "Dijital Literacy for Effective Citizenship", Social Education, National Council for the Social Studies, Cilt 67, S.3.

Cordes, C. and Miller, E. (2000), Fool's Gold: A Critical look at Computers in Childhood, ([www.allianceforchildhood.net](http://www.allianceforchildhood.net)).

Çağiltay, Kürşat. 1997. İnternet, Ankara: ODTÜ Geliştirme Vakfı ve Yayıncılık.

Çelen, F., Kübra., Ç., Aygül, S., Süleyman S.,(2011), "Çocukların İnternetKullanımları ve Onları Bekleyen Çevrim-İçi Riskler", Akademik Bilişim, İnönü Üniversitesi, Malatya 2-4 Şubat.



Dunkels, E., (2008), "Children Strategies On The Internet", Critical Studies in Education,

Esen, E., (2010), 'Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi' Yüksel Lisans Tezi.

Gençer, S., L., ( 2011), 'Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Durumlarının İnternet Kullanım Profilleri ve Demografik Özelliklerine Göre Farklılıklarının İncelenmesi' Yüksek Lisans Tezi

Güzel, M. (2006), ' 'Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü'' *Küresel İletişim Dergisi, sayı 1, Bahar-2006.*

Güzel, M.,(2006),"Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü",Küresel iletişim Dergisi,s.1

Güney, D., (2002), Göstergibilim Yazıları. Multilingual Yayınları, istanbul

Gross, E., F., Juvonen, J., and Gable, S., L. (2002), 'Internet Use and Well-Being in Adolescence' Journal of Social Issues, Vol. 58, No. 1, 2002, pp. 75-90

Kılıç, Ç., (2011), "Küreselleşen Dünyada Dijital Bölünme Sorunu", Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi C.13 S.1.

Kuzu, A. (2008), İnternet Kullanımı ve Aile, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 133, Ankara.

İşıklı, H., (2001), İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan isimleri Arasındaki ilişki incelenmesi.

Devlet Planlama Teşkilatı Yayın ve Temsil Dairesi Başkanlığı Yayın ve Basım Şube Müdürlüğü, Ankara.

İnan, A., ( 2000), İnternet, İstanbul: Sistem Yayınları.

Odabaşı, F., Kabakçı, I., Çoklar, A., (2007), internet, Çocuk ve Aile, İstanbul: Nobel Basımevi.

Özbay, A., Yetişener, F.,( 2000), İnternet Programları Rehberi, İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Tarı C., İtr K., Sinan M., ( 2010), 'Çocuk ve Ergenlerde İnternet Kullanımı' Çocuk Dergisi 10(4):166-170, 2010

Tercan, İ., Sakarya S., Çoklar, A.,N, (2012), "Çocukların Gözüyle Onların İnternet

Tuncer, N., (2005), "Çocuk ve İnternet Kullanımı", Türk Kütüphaneciliği, C.14, S. 2

Uysal, G., (2013), ' Sağlıklı İnternet Kullanım Programının İnternet Bağımlısı Olan Adölesanlar Üzerine Etkisi' Doktora Tezi

### İnternet Kaynakları

- [https://cc.boun.edu.tr/training/internet\\_tur.pdf](https://cc.boun.edu.tr/training/internet_tur.pdf) erişim tarihi : 20.11.2016.
- T.C. Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı, *2012 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*,Haber Bülteni,. Sayı: 10880 16/08/2012. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880> Erişim Tarihi: 20.05.2016





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Gençlik ve Havacılık Eğitimi***

Hakan Keskin<sup>1</sup>, Murat Dinçkurt<sup>2</sup>

Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Makine Mühendisliği/İzmir, hkeskinege@gmail.com, mdinckurt@outlook.com

### **Özet**

İnsanoğlu ilk çağlardan bu yana uçmaya karşı merak içerisinde olmuştur. Sayısız balon denemeleri, kuşların taklit edilmesi ve roket denemeleri havacılık merakını destekleyen çalışmalardır. Havacılığa merak arttıkça, konuyla ilgili çalışmalar ortaya çıkmıştır. Günümüzde marsa yolculuk yapma, bireysel/turistik uzay yolculukları konuşulmaya hatta gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Havacılıkla ilgili çalışmalar yapılırken beraberinde ağır sonuçları olan kazalarda yaşanmıştır. Havacılıkta bahse konu gelişmelerin/araştırmaların artması ve kaza olasılığının fazla olması havacılık konusunda eğitim almış yetişmiş insan ihtiyacını dile getirmektedir. Havacılık bilgisine sahip yetişmiş personelin oluşturulmasında eğitim ve eğitim kurumları önemli bir yere sahiptir. Ülkemizde yıllara göre bakıldığında sivil havacılıkta artan bir şekilde uçak, taşınan yolcu ve yük sayısında artışın olduğu gözlemlenmektedir. Oluşan bu artış yetişmiş insan gücünün karşılanması sorununu da beraberinde getirecektir. Havacılığın diğer endüstriyel ve hizmet sektörleriyle kıyaslandığında emniyet faktörünün ve yetişmiş insan gücünün çok önemli bir yeri olduğu açıktır. Havacılık konusunda ihtiyaç duyulan yetişmiş insanı oluşturacak okulların sayısı, etkinliği ve gençlerin havacılık konusuna ilgisi de tartışılması gereken bir konudur. Ülkemizde havacılıkla ilgili yolcu sayısı gibi verilerde oluşmakta olan artış havacılık alanında istihdamın artmakta olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Çalışan kişi sayısında oluşan bu artış aynı zamanda havacılıkta eğitilmiş personel ihtiyacını da dile getirmektedir. Bu çalışmada ülkemizde ki havacılığın durumu, havacılık konusunda genç bireylerin yetiştirilmesini sağlayan eğitim kurumlarının durumlarından ve gençlerin havacılığa olan bakış açısından söz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Havacılık eğitimi, havacılıkta gelişim, havacılık teknolojisi.

### ***Youth and Aviation Training***

#### **Abstract**

Mankind has been curiosity to fly since in the first ages. Numerous attempts balloon, an imitation of bird studies and rocket test are studies which are supporting the aviation curiosity. While interest in aviation, about this work has appeared on the subject. Nowadays a trip to Mars, retail / tourist space travel began to be realized even to be discussed. When working with the aeronautical experienced in accidents with severe consequences. Aviation in the development of the said / the increase of research and be more likely to have grown trained aviation accident expresses human needs. It is observed that with respect to civil aviation in our country are increasingly engaged in aircraft, passengers carried and number of cargo. Consisting of trained manpower to meet this increase will bring the problem. Aviation education and training institutions have an important place to educate personnel who has knowledge of aviation. With respect to civil aviation in our country are increasingly engaged in aircraft, passengers carried and it is observed that the increase in the number of loads. This increase will bring the issue consists of trained manpower to meet the same way. Compared with other industrial and service sectors of the aviation, safety factors and trained manpower is clear that a very important place. The number of schools required to create qualified people in aviation is an issue for young people interested in aviation activities and issues that need to be discussed. In our country, aeronautics increase in the number of passengers as the aviation industry, which consists of data is important because it shows that employment is increasing. This increase occurred in the number of employees also brings trained aviation personnel expressed the need. the state of the aviation in our country in this study are given in the case of educational institutions that contribute to the training of young people in aviation and the aviation from the perspective of young people.

**Key words:** Education in aviation, improvement in aviation, technology in aviation.



## Giriş

İnsanoğlu varlığının belki de ilk günlerinden beri uçmaya ilgi duymuştur. Bu ilginin belki de en önemli göstergesi tarihsel bulgularda mevcuttur. İlk zamanlarda uçuş sadece bir hayal ürünüydü ve tarihsel bulgularda da bu durum ortaya konmuştur. Hitit Kartalı(Alacahöyük), Selçuklu devletinin arması iki başlı kartal(Konya İnce Minare), Asur Koruyucu Meleği vb. tarihsel bulgular uçuşla ilgili tarihsel geçmişi göstermesi bakımından önemlidir.

Türklerin havacılıkla ilgili teşebbüsü İmam Cevheri tarafından gerçekleştirilmiştir. Cevheri uçan kuşların süzölmelerini inceleyerek, vücuduna kanada benzer yüzeyler bağlamıştır. Daha sonra Nişaburda (İran) bulunan ulu camiden kendisini boşluğa bırakmış ve şehit olmuştur. Cevheri bilinen ilk Türk hava şehididir (Paşa, 1912). Cevheri tarafından gerçekleştirilen bu teşebbüs hayatını kaybetmesine sebep olmuş olsa da Türklerin havacılık sahnesine çıkması bakımından önemlidir. 1159 yılında yine benzer bir olay Bizans sınırları içerisinde Sultan II. Kılıçarslan' ın İstanbul'da misafirliği esnasında gerçekleşmiş, fakat uçuş çabaları yine ölümlü sonuçlanmıştır (Charles ve Bocuhes, 1932). Barutun keşfi uçuş çabalarına yenilerine eklemiştir. Osmanlı Devletinde uçuş çabalarının yanı sıra roket kullanımı ve bununla ilgili çalışmalar mevcuttur. IX.Luis tarafından düzenlenen 7. ve 8. Haçlı seferleri esnasında Türkler tarafından Nil nehrinin diğer tarafından Haçlıların üzerine roket attıkları Ortaçağ Fransız tarihçisi Jean de Joinville tarafından yazılan eserde ifade edilmiştir [1,4]. Topkapı Sarayında bulunan, "Kitabül Hıyal Fi'l Hurub ve Fath Almada'in Hıfz ad Durub" isimli kitap roketlerle ilgili çalışmaları içermektedir. Kitapta roketlerle ilgili, şema, göz yaşartıcı bomba, yakıt içerikleri gibi bilgilere yer verilmektedir. Tüm bu çalışmalar tarihimizde havacılık konuların göz ardı edilmediğinin, aksine bu konuda çok sayıda çalışma yapıldığını göstermesi bakımından önemlidir.

Günümüzde havacılık, geçmişe nazaran çok ileri seviyelere gitmiş durumdadır ve havacılığın uzay çalışmalarını da içine aldığı da düşünüldüğünde sınırları çizilemeyen bir hal aldığı gerçektir. Sınırları olmayan, teknolojik imkânların ve yeniliklerin en fazla oranda kullanıldığı havacılık sektörü hassasiyet ve emniyet içeren yapısından dolayı yetişmiş elemana sürekli artan oranda ihtiyaç duyacaktır. Yetişmiş personele duyulan ihtiyaç, havacılık alanında eğitim veren kuruluşları, eğitimcileri ve en önemlisi eğitim alacak olan gençlerin bilgilendirilmesini gerekli kılar.

## Havacılık Sektör Analizi

Uçuş tarihinde ilk defa İtalyanlar tarafından Türklere karşı bir savaş aracı olarak kullanılmıştır. Bu durum havacılıkla ve hava gücüyle karşılaşmamız ve bu gücün farkına varmamız açısından önem arz etmektedir (Doğanay, 2003). Tarihsel süreçte roketlerin savaş meydanlarında kullanılmasını düşündüğümüzde, havacılığın savaş meydanlarında kullanımı açısından ilk örnek olmamakla beraber, tarihimizde bu durum havacılığa ilgi duymamız için önemli bir bilgidir. Savaş meydanlarında baskın güç olarak kullanılan havacılık teknolojisi ürünleri caydırıcı güç olması bakımından önemli bir yer tutmaktadır.

Soğuk savaş döneminde Amerika Birleşik Devletleri(ABD) ve Sovyetler Birliği(SSCB) arasında gerçekleşen uzay yarışı da havacılık açısından değerlendirilebilir. Bu iki ülke değişik alanlarda sürekli olarak birbirini test etmekteydi. Havacılık ve uzay çalışmaları da bu test sahalarından biriydi. Yine bu süreçte ABD tarafından gerçekleştirilen uzun mesafe uçabilen uçaklar ve SSCB tarafından gerçekleştirilen füzeler soğuk savaşın güç



gösterge alanlarıdır. Bu yarışta kıtalararası füze çalışmaları ülkeler arası siyasette ve Sovyetlere karşı kutuplaşmada önemli olmuştur (Gülmez ve Tahancı, 2014).

Tarihte havacılık savaşın yönlendirici unsuru olmakla beraber, günümüzde ticari alana da etki etmiştir. Gerek malzeme gerekse yolcu taşımacılığında hava yolu artık çok sıklıkla kullanılmaktadır. Uluslararası Sivil Havacılık Kurumu (ICAO) veri tahminleri incelendiğinde iç ve dış hatlarda yıllara göre artan bir yolcu ve taşımacılık potansiyeli olduğu görülmektedir [7]. Aynı durum ülkemiz içinde farklı değildir. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü(SHGM) tarafından hazırlanan raporlar incelendiğinde yıllara göre yolcu sayısı, yük taşımacılığı ve uçak sayısı gibi verilerde artış olduğu görülmektedir. Bu durum havacılık sektörünün her geçen gün büyüdüğünü göstermesi bakımından önemlidir. Bu artışta ülkemizde son zamanlarda gerçekleşen daha ucuz uçak bileti ve turizm etkilerinin, ülkemiz tarafından alınan önlemlerin payı olduğu değerlendirilebilir (SHGM Raporu, 2015).

Havacılık sektörünün bir diğer önemli yanı da istihdam üzerinde ki etkisidir. Havacılık sektörü her yıl dünyada yüzde 5 oranında bir ilerleme kaydederken, Türkiye’de yüzde 14,5’lik bir oranla gelişmektedir. Havacılık sektörünün büyümesi, şüphesiz Türkiye’de ve dünyada pek çok yeni iş imkânı yaratmaktadır. Sivil havacılık sektörü çalışanı sayısı, 2014’ün sonunda 187 bini aşmıştır. Dünya da havacılık sektörünü ele aldığımızda, Uluslararası Hava Taşımacıları Birliği (IATA) tarafından bildirilen 2015 verilerine göre uluslararası havayolu yolcu talebi (ücretli yolcu kilometre / RPK) bir önceki seneye göre yüzde 6,5 oranında artmıştır. Bu oran 2010’da yaşanan uluslararası ekonomik krizden beri elde edilen en yüksek değer olup ayrıca son 10 senenin ortalama büyüme rakamı olan yüzde 5,5’in de üzerindedir (SHGM Raporu, 2015).

Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) uzmanlarının Havayolu Endüstrisi 2013-2017 Tahminleri Raporu’na göre, küresel havayolu yolcu sayıları önümüzdeki beş yılda yüzde 31’lik bir artış kaydedecektir. IATA uzmanları, yolcu sayısının 2012 yılında taşınan toplam 2 milyar 980 milyon kişilik yolcu sayısından 930 milyon kişilik artışla, 2017 yılında 3 milyar 910 milyona ulaşacağını tahmin etmektedir (IATA, 2014).

SHGM 2015 verileri incelendiğinde ülkemizdeki aktif havalimanı sayısı 2003 yılında 26 iken 2015 yılında 55’e, iç hatlardaki yolcu sayısı 9 katına çıkarak 2015’te 97,5 milyona, havayolunu kullanan toplam yolcu sayısı ise yaklaşık 5 katına çıkarak 2015 yılı sonunda 181,4 milyona ulaşmıştır. 2003 yılında 162 olan toplam uçak sayısı 2015 yılsonu itibarıyla 489’a, koltuk kapasitesi 27.599’dan 90.259’a ve kargo kapasitesi ise 302.737 kilogramdan 1.759.600 kilograama ulaşmıştır (SHGM Raporu, 2015).

### **Ülkemizde Havacılık ve Eğitim**

Ülkemizde son yıllarda havacılık sektöründe ki büyüme havacılık eğitimi sektörüne da yansımıştır. Lisans ve Ön lisans düzeyinde ki okulların yanı sıra son zamanlarda havacılık eğitimi veren liselerde kurulmuştur. Tablo 1. de ülkemizde ön lisans düzeyinde eğitim veren okul sayıları ve kontenjanları ifade edilmiştir.



**Tablo 1.** Türkiye’ de Ön Lisans Eğitimi Veren Program ve Kontenjanları (2014 OSYM).

Bölüm	Sivil Ulaştırma İşletmeciliği	Hava Kabin Hizmetleri	Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri	Havacılıkta Yer Hizmetleri Yönetimi	Hava Lojistiği	Uçak Teknolojisi
<b>Önlisans Programı</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	
Kontenjan	1283	1742	2308	50	951	

Lisans düzeyinde 12 farklı branşta eğitim verilmektedir. 2012 ve 2014 yılları arası öğrenci sayıları incelendiğinde hem lisans hem de ön lisans düzeyinde programlara yerleşen öğrenci sayılarının arttığı görülmektedir. 2014 yılı SHGM verileri incelendiğinde ülkemizde bulunan lisans ve ön lisans düzeyinde ki okullardan sadece 9 tanesi tanınan okul kapsamında yetkilendirilmiştir [9]. Tanınan okul kapsamında yetkilendirme, öğrencilerin mezuniyetten sonra yetki sorunu yaşamaması açısından önemlidir.

**Tablo 2.** Türkiye’ de Ön lisans eğitimi veren program ve kontenjanları (2014 OSYM).

	Sivil Ulaştırma İşletmeciliği	Hava Kabin İşletmeciliği	Sivil Havacılık Kabin İşletmeciliği	Havacılıkta Yer Hizmetleri Yönetimi	Havacılık Elektrik ve Elektronik	Uçak Gövde – Motor Bakım	Uçak Gövde motor
Lisans	13	2	1	1	1	1	3
Kontenjan	833	82	70	31	52	179	
	Uçak ve Uçak Uzun Hava Mühendisliği	Uçak ve Uçak Uzun Hava Mühendisliği	Uçak Uzun Hava Mühendisliği	Uçak Uzun Hava Mühendisliği	Havacılık ve Uçak Uzun Hava Mühendisliği	Pilotaj	Uçak Elektrik Elektronik
Lisans	2	3	2	1	4	3	
Kontenjan	57	127	127	77	236	179	

2023 yılı nitelikli personel ihtiyacı ve arzının karşılaştırılması Tablo 3. de ifade edilmiştir. Tablodan da görüleceği üzere ülkemizde yetkili yükseköğretim kurumlarından mezun olanların toplamı ihtiyacımız olan yetişmiş eleman ihtiyacını karşılamamaktadır. Bu konuda eğitim veren kuruluşların mezun sayısının yeterli olduğu fakat yetkili yükseköğretim kurumlarının mezunlarının sayısının yeterli olmadığı görülmektedir.

#### 2023 Yılı Nitelikli Personel İhtiyacı ve Arzının Karşılaştırılması

Arz-Talep	Bakım Personeli	Kabin Personeli	Kokpit Personeli	Yer Personeli	İşletme Personeli
Tüm İşletmeler	6.031	11.526	5.763	11.392	
Tüm Yüksek Öğretim Kurumları	13.040	11.330	1760	21.380	
Fark	7.009	-196	-4.003	9.988	
Yetkili Yüksek Öğretim Kurumları	4.210	1000	1.760	2.800	
Fark	-1.821	-10.526	-4.003	-8.592	



## Sonuç

Havacılık sadece uçakların bulunduğu bir sektör olarak değerlendirilmemelidir. Günümüzde havacılık sektörü, hava/uzay araçlarının ve yerde gerçekleşen idame, üretim ve bakım işlemlerinin tamamını içerisine almaktadır. Havacılık istihdam yaratmada Dünya’da ve Ülkemizde önemli bir sektör haline gelmiştir. Gün geçtikçe büyüyen, yeni iş kollarının açılmasına olanak sağlayan sektör işsizlik oranının düşürülmesinde önemli bir yere sahiptir. Son yıllarda Dünya genelinde düşüş gösteren petrol fiyatlarının da sektörü olumlu etkileyeceği düşünüldüğünde büyümenin devam edeceği değerlendirilebilir. Sektörde oluşacak büyüme yetişmiş işgücü ihtiyacını da gündeme getirmekte, sektörün ülkemizde ihtiyaç duyduğu eğitilmiş personelinde karşılanması da önem arz etmektedir. Eğitim veren kuruluşların yetki belgesine sahip olması mezunların hem iş bulmasında hem de sektörde oluşacak darboğazı engelleyecektir. Havacılık uzay çalışmaları ile birlikte değerlendirildiğinde Ülkeler için itibar kaynağı olarak değerlendirilebilir. Bu noktadan hareketle ülkemizin Dünya ülkeleri içerisinde ön planda olması, teknoloji üreten ve pazarlayan bir konuma geçmesinde de havacılık önemli bir yere sahiptir. Savunma ve Havacılık birlikte değerlendirildiğinde, tarihsel süreçte de görüleceği üzere hava gücü caydırıcı ve baskınlığı ile ön plana çıkmaktadır. Kıtalararası füze teknolojileri, çok küçük yapı da ki istihbarat amaçlı hava araçları ve uzay seyahatleri havacılığın önemini bir kez daha hatırlatmaktadır. Uydu teknolojilerinin ve uygulamalarının giderek artması da irdelenmesi ve düşünülmesi gereken bir başka konudur. Genç bireylerin havacılık konusunda bilgilendirilmesi ve havacılık alanında eğitim almaya yönlendirilmesi sektörün ihtiyaç duyduğu yetişmiş elemanı karşılayacağı gibi, Ülkemizin havacılık konusunda ilerlemesine katkı sağlayacaktır. Gerek araştırma, gerekse uygulama alanlarının çokluğu genç bireylerin bu konuda çalışmasını zorunlu kılmaktadır.

## Kaynakça

1. Havacılık tarihinde Türkler
2. Ahmet Zeki Paşa, Aleml İslamda Tayyerecilik, İstanbul 1912
3. Dollfus Charles-Henri Bouche, Histoire de L’Aeronautique 1932, Paris, s. 4.
4. Von Braun Wernher-Frederick 1 Ordway History of Rocketry and Space Travel s.41
5. Rahmi DOĞANAY Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 1, s. 375-388, ELAZIĞ-2003
6. Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi Journal Of Modern Turkish History Studies XIV/28 (2014-Bahar/Spring), ss.225-252. SOĞUK SAVAŞ DÖNEMİ ÇEKİŞMELERİNDEN BİR ÖRNEK: U-2 UÇAK KRİZİ, Nurettin GÜLMEZ, Bülent TAHANCI
7. ICAO <http://www.icao.int/annual-report-2014/Pages/the-world-of-air-transport-in-2014.aspx> Erişim tarihi: 01.05.2016
8. SHGM 2015 Yılı Sektör Raporu, 2015
9. KARAAĞAOĞLU, Nuran, “Sivil Havacılık Alanındaki Sektör Beklentileri ve İstihdam Taleplerinin Akademik Programların Oluşturulmasındaki Etkisi: YÖK-SHGM Eğitim Komisyonu Çalışmaları, İstanbul, Haziran 2015



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Üniversiteli Gençlerde Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri İle Zaman Perspektifi İlişkisi***

<sup>1</sup>Hasan Bozgeyikli

<sup>1</sup>Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü, Kayseri, hbozgeyikli@erciyes.edu.tr

### **Özet**

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifi arasındaki ilişkinin cinsiyet, sınıf ve sosyoekonomik düzey değişkenleri açısından incelenmesidir. Araştırma betimsel tarama desenine göre yapılmıştır. Bu amaçla Erciyes üniversitedeki gönüllü 576 üniversite öğrencisine (364 Kadın %63,2 ve 212 Erkek %36,8) kişisel bilgi bormu, bilişsel duygu düzenleme stratejileri ölçeği ve Zimbardo Zaman perspektifi envanteri araştırmacılar tarafından yüz yüze uygulanmıştır. Araştırma verilerinin analizinde betimsel istatistiklerin yanı sıra t testi, f testi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; gerek bilişsel duygu düzenleme stratejileri gerekse zaman perspektifi açısından öğrencilerin cinsiyetleri, sınıf düzeyleri ve sosyo ekonomik düzey değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur. Bunun yanı sıra öğrencilerin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifi algıları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, ilgili literatür çerçevesinde tartışılmış ve gelecek araştırmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Üniversite öğrencileri, Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri, Zaman perspektifi

### ***Relationship Between Cognitive Emotion Regulation Strategies and Time Perspective in University Youths***

#### **Abstract**

The purpose of this study is to examine the relationship between cognitive emotion regulation strategies and time perspective which are used by university students in terms of variables including gender, class and socio-economic status. This research was made with descriptive survey design. For this purpose, personal information form, cognitive emotion regulation strategies scale and Zimbardo Time Perspective Inventory were applied face to face by researcher to 576 volunteer university students in Erciyes University (364 Kadın and 212 Erkek 63.2% and 36.8%). In the analysis of research data t test, f test were used in addition to descriptive statistics. According to the results obtained from the study; significant differences was found in terms of gender, class and socio-economic level of the students. And also a significant relationship has been found between cognitive emotion regulation strategies and time perspective perception used by students. The results were discussed in the relevant literature and suggestions were made for future researches.

**Keywords:** University students, Cognitive Emotion Regulation Strategies, Time perspective.



## Giriş

İnsanlar yaşamlarının her döneminde çok farklı türde içsel ve dışsal uyaranlarla karşı karşıya gelmekte ve bunun sonucunda fiziksel, bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak değişikliğe uğramaktadırlar. Bu değişikliklerin en fazla yaşandığı dönemlerden biriside gerek barındırdığı gelişimsel görevler ve gerekse içerdiği stres kaynakları nedeniyle üniversite yaşamı olarak öne çıkmaktadır. Üniversite yaşamı gençler için sosyal, kişisel ve akademik açıdan çeşitli zorlukların fazlasıyla yaşandığı en zorlu yaşam dönemlerinden birisini oluşturmaktadır. Üniversiteli gençler bu dönemde karşı karşıya kaldıkları zorluklarla baş edebilmek için çok ciddi çabalar göstermek zorundadırlar. Zorluklarla baş etme sürecinde bireylerin davranışlarını etkileyen en temel faktörlerden birisi durumu nasıl algıladığıyla ilişkilidir. Bireyin durumu algılaması ise küçük yaşlardan itibaren belli bilişsel becerilerle gelişip, sosyokültürel faktörlerle şekillenerek kişiliğine büyük bir etkide bulunan zaman algısıyla (perspektifiyle) ilişkilidir. Kişinin, geçmişe, şimdiye veya geleceğe yoğunlaşma eğilimi olarak tanımlanan zaman perspektifinin (Zimbardo ve Boyd, 1999), bireyin mevcut davranış, duygu ve düşünceleri üzerinde güçlü bir etki yarattığı ileri sürülmektedir (Zimbardo, 1994). Geçmiş ve geleceğe ilişkin tutumlar; bireylerin bugünkü davranışlarını etkilerken, zamana ilişkin algılamalar; hedeflerin seçimi ve bu hedeflere ulaşılmasında önemli bir role sahiptir. Einstein'in 1931 yılında geliştirdiği 'izafiyet teorisi' zamana ilişkin öznelliği vurgularken, Kurt Lewin'in 'yaşam alanı modeli' ise geçmiş ve gelecek zamanın şu anki davranışlar üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır (Zimbardo ve Boyd, 1999).

Zimbardo ve Boyd (1999)'a göre bireylerin zaman perspektifleri bir yandan yargı, karar, eylem ve davranışlarını etkilemekte öte yandan bireyler arası farklılıklarda belirleyici olmaktadır. Bireylerin geçmişe, bugüne ve geleceğe ilişkin tutumları; seçimlerini, planlama konusundaki yaklaşımlarını, riskli davranışlara yönelmelerini, problem tanımlama biçimini, başarı motivasyonunu, başarı ile ilgili davranışlara yönelmeyi ve çevre sorunlarına yaklaşım gibi değişkenleri etkilemektedir. Lewin (1951) de, zaman perspektifinin psikolojik koşullardan, toplumsal yapı ve onun motivasyonel süreçlerinden etkilendiğini ileri sürmüştür. Lewin (1951)'e göre, bireyin psikolojik dünyası ile içinde bulunduğu toplumsal yapı, bireyde bir takım kişisel ve sosyal beklentilerin oluşmasına neden olur. Böylece birey, bu beklentilere vereceği cevabı, kendi zaman perspektifinde aramaya başlar.

Zaman perspektifi ölçümüne yönelik çalışmalar, Zimbardo'nun önderliğindeki bir grup tarafından, 12.000'den fazla katılımcının izlenmesiyle başlamıştır (Gonzalez ve Zimbardo, 1985). Zimbardo ve Boyd (1999) 12.000 katılımcıdan toplandıkları verilerin analiz edilmesi sonucunda, "Zaman Perspektifi Envanteri" adını verdikleri bir ölçme aracı geliştirerek insanların 5 ayrı zaman perspektifine (geçmiş olumlu değerlendirme, geçmiş olumsuz değerlendirme, şu ana dönük kadercı, şu ana dönük hazcı, gelecek yönelimli) sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Önceleri, zaman perspektiflerinin, bireyin tercihlerinin bir ürünü olduğu, bireyin zaman yöneliminin, tercih eğilimi gösterdiği zaman diliminde olduğu görüşü hâkimken (De Volder, 1979) daha sonraları Zimbardo ve Boyd (1999), zaman perspektiflerinin, yaşanan farklı deneyimler ve bireylerin bu deneyimlere yükledikleri anlamlar sonucunda şekillendiklerini savunmuşlardır. Zimbardo ve Boyd'a göre, bu deneyimler, insan zihninde belli zamansal çerçevelerin oluşmasına ve dolayısıyla kişinin geçmişe, şimdiye ya da geleceğe yönelik tutarlı bir zamansal önyargı geliştirmesine neden olur. Bununla birlikte Hall ve Fong (2003) ise,



zaman perspektiflerinin oluşumunda daha çok gelecek zaman diliminin etkili olduğunu belirterek zaman perspektiflerinin, kişinin, kendi davranışlarının gelecekteki sonuçlarını dikkate almasıyla şekil aldıklarını ifade etmişlerdir. Zaman perspektifi ile ilgili literatür incelendiğinde bireylerin zaman perspektiflerinin sosyal ilişkilerinden (Holmann ve Zimbardo, 2009) sağlığa (Henson, Corey ve Maisto, 2006), Adams ve Nettle, 2009), madde bağımlılığından (Bickel, Odum ve Madden, 1999) yaşam doyumuna (Drake ve ark., 2008; Gao, 2011) kadar pek çok değişkenle ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu açıdan üniversiteli gençlerin zaman perspektiflerinin incelenmesi önemli görülmektedir.

Yaşam boyu her birey gibi üniversiteli gençlerde üniversite yaşamlarında, çeşitli taleplerle ve tehlikelerle yani stresörlerle karşı karşıya gelmekte ve çoğunlukla olumsuz duygu yaşamaktadırlar. Duygu ve duyguya ilişkili kavramlar, tanımları tartışmalı kavramlardır. Alanyazında, “duygu” için yapılmış birçok tanım bulunmaktadır. Buna göre, hayatta kalma mücadelesinin bir kısmı olarak evrimleşmiş bedensel tepkiler, bilinçli verilen kararların merkezinde ya da tam tersine bilinçdışı arzuların merkezi olma, bireylerin içinde gerçekleşen süreçler yerine sosyal yapı olarak görme gibi duyguyu açıklamaya çalışan birçok farklı görüş sayılabilir (Ledoux, 2006). Bu açıklamalar içerisinde en çok kabul gören görüş ise, duygunun bir his ve bu hisse özgü belirli düşünceler, psikolojik ve biyolojik haller ve bir dizi hareket eğilimi olarak ele alınmasıdır (Goleman, 1996). Duygular, davranışsal tepkiler verirken, karar verirken, önemli olayları hatırlamada belleğimizi zorlarken, kişilerarası etkileşimleri kolaylaştırırken hep yanımızdadır. Bunun yanında, yanlış zaman ve yanlış yoğunlukta ortaya çıktıklarında, insan yaşamını zorlaştıran bir olgu haline de gelebilmektedir. Uygunsuz duygusal tepkiler birçok farklı psikopatolojiyle kendini göstermekte; sosyal zorluklar ve hatta fiziksel hastalıkların ortaya çıkışında rol oynamaktadır (Gross ve Thompson, 2006). Bu açıdan bakıldığında yaşamın en büyük zorluklarından biri duyguların başarılı bir şekilde düzenlenmesidir. Duygu düzenlemenin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinin insanların psikolojik iyilik hallerinin korunmasında ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Düşük duygu düzenleme becerisine sahip olan bireylerin yüksek saldırganlık tepkileri gösterdikleri aynı zamanda problemlili duygu düzenleme becerisi ile saldırganlık arasındaki ilişki olduğu ifade edilmektedir (Eisenberg ve ark, 1994).

Duygunun bilişsel kuramlarına göre, bilişsel değerlendirmeler bir duygunun deneyimlenmesini ve bu duygunun hangi duygu olacağını ortaya çıkışını belirlemektedir (Joorman, Yoon ve Siemer, 2010). Araştırmalar, bilişler yoluyla duyguların düzenlenmesinin stres veren bir olaydan sonra ya da o olay sırasında insanların duygularını kontrol etmesiyle ilişkili olduğunu göstermiştir (Garnefski ve Kraaij ve Spinhoven, 2001; 2002). Bilişsel süreçler aracılığıyla duyguların düzenlenmesinde, bilişsel süreçler kullanılmaktadır. Bireyler karşılaştıkları herhangi bir durumla ilgili duygusal olarak tepki vermeden önce, ilk olarak bu durumla ilgili bilişsel stratejiler geliştirmekte ve daha sonra da duygusal bir şekilde tepki vermektedirler (Garnefski ve ark., 2001; Lazarus, 1999). Bilişsel duygu düzenleme stratejileri, bireylerin stresli olaylara maruz kaldıktan sonra gelişen duygusal ve davranışsal sorunlarının çözümünde hayati bir rol oynamakta ve yaşanan stresli olaylardan sonra bireylerin duygularını yönetmesine yardımcı olmaktadır (Garnefski ve Kraaij, 2006; Garnefski ve ark., 2001). Bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin her biri, insanların zaman zaman tehdit edici ya da stres veren yaşam olayları karşısında başvurduğu başa





çıkma yolları olarak karşımıza çıkmaktadır. Garnefski, Kraaij, Spinhoven (2002), 9 bilişsel duygu düzenleme stratejisi belirlemişlerdir. Araştırmacılar bunlardan, kendini suçlama, diğerlerini suçlama, ruminasyon ve felaketleştirmeyi uyumsuz başa çıkma stratejileri olarak görürken; kabul, plan yapmaya yeniden odaklanma, olumlu yeniden odaklanma, olumlu yeniden değerlendirme ve olayın değerini azaltma stratejilerini uyumlu stratejiler olarak belirlemişlerdir (Garnefski ve ark., 2001).

Stres verici olarak görülen bir olayın gerçek etkisi ise kişinin olayı değerlendirme tarzıyla ilişkilidir. Üniversiteli gençlerin yaşam alanlarından yeterli düzeyde doyum alamamaları depresyon ve yükselen stres düzeyi ile olumlu duygulanım ve duygu durumları gibi çok sayıda değişkeni kapsayan ve öznel iyi oluş durumunu etkileyen sonuçlar doğurabilmektedir (Yetim, 2001). Bu nedenlerle üniversiteli gençlerin stres verici olaylar karşısında kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile diğer bilişsel bir süreç olan zaman perspektifi arasındaki ilişkinin araştırılması önemli görülmüş ve bu araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifi algılarının, cinsiyet, sınıf ve sosyoekonomik düzey değişkenleri açısından incelenmesi ve bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifi algıları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

## Yöntem

### Katılımcılar

Araştırmaya 2015-2016 eğitim öğretim yılı bahar döneminde Erciyes üniversitesinin çeşitli fakültelerinde öğrenim gören toplam 576 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 63,2'si (364) Kadın, % 36,8'i (212) Erkek. % 26,0'ı (150) 1. Sınıf, % 13,5'i (78) 2. Sınıf %16,7'si 3. Sınıf (96) ve %43,8'i (252) 4. Sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların % 22,0'ı (127) alt SED'de %64,1'i (369) orta SED'de ve % 13,9'u (80) Üst SED'dedir.

### Veri toplama Araçları

**Kişisel Bilgi Formu:** Araştırmada öğrencilerin cinsiyet, sınıf ve Sosyo ekonomik düzeylerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda yukarıda belirtilen değişkenlerle ilgili kapalı uçlu sorular sorulmuş ve araştırmaya katılan öğrencilerden kendilerine uygun seçeneği işaretlemeleri istenmiştir.

### Zimbardo Zaman Perspektifi Envanteri:

Katılımcıların zaman perspektiflerini ölçmek amacıyla Zimbardo ve Boyd (1999) tarafından geliştirilen ve Türkçeye uyarlaması Erginbilgiç (Basımda) tarafından yapılan "Zimbardo'nun Zaman Perspektifi Envanteri" kullanılmıştır. Envanterde *geçmişe dönük negatif (past negative)*, *şu ana dönük hazcı (present hedonistic)*, *geleceğe dönük (future)*, *geçmişe dönük olumlu (past pozitif)* ve *şu ana dönük kaderci (present fatalistic)* şeklinde 5 alt boyut bulunmaktadır. *Geçmişe dönük negatif* boyut, bireyin geçmiş hakkında kötümser ve negatif bir tutum içerisinde olmasını ifade etmektedir. Ölçeğin bu boyutu depresyon, kaygı, mutsuzluk ve öz güvensizlik üzerinde yordayıcıdır. *Şu ana dönük hazcı* boyut, yarın elde edilecek ödüller için bugünden vazgeçmeksizin şu anki zevk, keyif, heyecan ve coşkuya yönelmeyi tanımlamaktadır. Bu da bireyin daha fazla riskli davranışlara eğilim göstermesi anlamına gelmektedir. *Geleceğe dönük* boyutu, bireyin genel olarak geleceğe yönelimini ve gelecekteki



hedefleri başarı ile gerçekleştirme konusunda planlama yapmasını ifade etmektedir. Bu boyut, gelecekteki hedefleri tehlikeye atacak davranışları yansıtan kaygı, dürtüsel davranma ve riskli davranışlara yönelme ile negatif ilişki içerisindedir. *Geçmişe dönük pozitif boyut*, geçmişe karşı duygusal ve sıcak bir tutum içerisinde olmayı yansıtmaktadır. Bu boyut, depresyon ve kaygı ile negatif, öz güven ve mutlulukla pozitif korelasyon göstermektedir. Ölçeğin beşinci faktörü olan *şu ana dönük-kaderci* boyut ise, yaşama ve geleceğe yönelik olarak çaresizliği ve ümitsizliği, olayları ve yaşamı kontrol gücüne sahip olmamayı ifade etmektedir. Bu boyutun ağırlıklı olması bireyin eylemlerinde var olan koşulları düzeltmeye ya da değiştirmeye yönelik herhangi bir çaba sergilemeyeceğini göstermektedir. Toplam 56 maddeden oluşan envanter beşli Likert tipindeki ölçek, 1 (Benim için hiç doğru değil) ve 5 (benim için çok doğru) arasında değerlendirilmektedir. Zimbardo ve Boyd (1999) 361 katılımcıdan elde edilen bulgular üzerinde yaptıkları faktör analizine göre, envanterdeki bütün faktörler, toplam varyansın %36'sını açıklamıştır. Zaman Perspektifi Envanteri, 475 kişiden oluşan bir Türk örneklem grubu üzerindeki çalışmalar sonucunda, Erginbilgiç (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve aynı çalışmada, 5 zaman faktörünün, envantere ait toplam varyansın %32'sini açıkladığı ortaya çıkmıştır.

Zimbardo ve Boyd (1999) tarafından yapılan analizlerde, alt ölçeklerin güvenilirlik katsayıları tatminkâr bulunmuştur. 10 maddede ölçümü gerçekleştirilen “geçmiş olumsuz değerlendirme” (past negative) faktörünün cronbach alfa değeri .82 olarak saptanmış ve bu değer, Zaman Perspektifi Envanteri'ne ait varyansın %12'sini açıklamıştır. 15 maddede ölçümü gerçekleştirilen “şimdide hazzı” (present hedonistic) faktörünün cronbach alfa değeri .79 olarak hesaplanmış ve bu değer, envantere ait varyansın %9'unu açıklamıştır. 13 maddede ölçümü gerçekleştirilen “gelecek yönelimi” (future) faktörünün cronbach alfa değeri .77 olarak hesaplanmış ve bu değer, envantere ait varyansın %6'sını açıklamıştır. 9 maddede ölçümü gerçekleştirilen “geçmiş olumlu değerlendirme” (Geçmiş olumlu) faktörünün cronbach alfa değeri .80 olarak saptanmış ve bu değer, envantere ait varyansın %5'ini açıklamıştır. Son olarak, 9 maddede ölçümü gerçekleştirilen “şimdide yazgıcı” (present fatalistic) faktörünün cronbach alfa değeri .74 olarak hesaplanmış ve bu değer, envantere ait varyansın %4'ünü açıklamıştır (Zimbardo ve Boyd, 1999). Bu çalışma için ise, güvenilirlik katsayıları “gelecek zaman perspektifi” için  $r = .76$ ; “geçmiş olumsuz değerlendirme zaman perspektifi” için  $r = .79$ ; “geçmiş olumlu değerlendirme zaman perspektifi” için  $r = .72$ ; “şimdide yazgıcı zaman perspektifi” için  $r = .61$  ve “şimdide hazzı zaman perspektifi” için  $r = .82$  olarak hesaplanmıştır.

**Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri Ölçeği:** Garnefski, Kraaij ve Spinhoven (2002) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye uyarlaması Ataman (2011) tarafından yapılan Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği (BDDÖ), stres veren yaşam olayları sonrasında kişilerin kullandığı bilişsel duygu düzenleme stratejilerini ölçmeyi amaçlamaktadır. 36 maddeden oluşan ölçeğin *Kendini Suçlama, Kabul, ruminasyon, olumlu yeniden odaklanma, plan yapmaya yeniden odaklanma, olumlu yeniden değerlendirme, olayın değerini azaltma, felaketleştirme ve diğerlerini suçlama* şeklinde dokuz alt ölçeği bulunmaktadır ve her alt ölçekte 4 madde bulunmaktadır. Bilişsel duygu düzenleme stratejileri ölçeğindeki bu dokuz alt boyuttan kendini suçlama, ruminasyon, felaketleştirme ve diğerlerini suçlama alt boyutları uyumsuz stratejiler olarak tanımlanmaktadır. Bunun dışında kalan kabul, olumlu yeniden odaklanma, plan yapmaya yeniden odaklanma, olumlu yeniden değerlendirme ve olayın değerini azaltma



alt ölçekleri ise uyumlu stratejiler olarak değerlendirilmektedir. Ölçek, kişilerin hem belli olay ya da durumlar karşısında, hem de genel olarak kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejilerini ölçebilmekte ve yetişkinler ile 12 yaşın üzerindeki ergenlere uygulanabilmektedir. Ölçek, normal ve klinik örneklemelerde kullanılmak üzere geliştirilmiştir. Beşli Likert tipindeki ölçek, 1 (hiç) ve 5 (her zaman) arasında değerlendirilmektedir. Her alt ölçeğin puanı 4 ile 20 arasında değişebilmekte, alt ölçeklerden elde edilen puanlarla değerlendirme yapılmaktadır. Bir alt ölçekten alınan yüksek puan, o alt ölçeğin belirlediği stratejinin daha çok kullanıldığına işaret etmektedir. Önceki çalışmalarda, tüm alt ölçekler .68 ile .86 arasında değişen iyi bir geçerlik göstermektedir (Garnefski ve dig, 2002). Yapılan uyarlama çalışmasında da, alt ölçekler için istatistiksel olarak anlamlı değerler bulunmuş, ölçeğin orijinaliyle paralel olarak 9 faktörlü yapısı korunmuş ve toplam iç tutarlılık katsayısı .85 olarak belirlenmiştir (Ataman, 2011).

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan araçlar katılımcılara 2015 yılı Kasım ayı içerisinde, dağıtılmış, uygulanmış ve toplanmıştır. Toplanan veriler üzerinde cinsiyet değişkenine göre öğrencilerin bilişsel duygu düzenleme stilleri ve zaman perspektifi düzeylerinin farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla bağımsız gruplar için t testi, sınıf ve SED değişkenlerine göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Anova testi sonucunda ortaya çıkan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri istatistik tekniği olarak TUKEY testi kullanılmıştır. Bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektifinin alt boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak içinde pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Araştırmada manidarlık düzeyi ,05 olarak alınmıştır

### Bulgular

Bu bölümde araştırmada toplanan verilerin istatistiksel çözümlenmeleri sonucunda elde edilen bulgular yer almıştır. Elde edilen bulgular araştırmada cevabı aranan sorulara uygun bir sırada verilmiştir. Üniversite öğrencilerinin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektiflerinin cinsiyete göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan bağımsız gruplar için t testi analizi sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.

Üniversite öğrencilerinin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ölçeğinin alt boyutlarındaki aritmetik ortalamaları incelendiğinde ruminasyon, kabul, plan yapmaya yeniden odaklanma ve olayın değerini azaltma alt boyutlarda kadın öğrencilerin ortalamalarının erkek öğrencilerin ortalamalarında yüksek olduğu Tablo 1’de görülmektedir. Bunun yanı sıra kendini Suçlama, felaketeleştirme, diğerlerini suçlama, olumlu yeniden odaklanma ve olumlu yeniden değerlendirme alt boyutlarında ise erkek öğrencilerin ortalamalarının kadın öğrencilerin ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Grupların puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek amacıyla hesaplanan t değerleri incelendiğinde sadece ruminasyon, olumlu yeniden odaklanma ve plan yapmaya yeniden odaklanma alt boyutlarında gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre kadın öğrenciler ruminasyon ve plan yapmaya yeniden odaklanma stratejilerini erkek öğrenciler ise olumlu yeniden odaklanma stratejisini karşıt cinslerine kıyasla daha fazla kullanmaktadırlar. Diğer alt boyutlarda ise cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.



**Tablo 1.** Öğrencilerin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri ve Zaman Perspektiflerinin Cinsiyetlerine Göre Farklaşmasına İlişkin T Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N	X	Std. Sapma	t	p	
Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri	Kendini Suçlama	Kadın	364	11,28	2,84	-1,902	,058
	Erkek	212	11,75	2,74			
	Ruminasyon	Kadın	364	14,57	2,95	<b>3,017*</b>	,003
	Erkek	212	13,82	2,75			
	Felaketleştirme	Kadın	364	9,64	3,38	-1,496	,135
	Erkek	212	10,08	3,52			
	Diğerlerini suçlama	Kadın	364	10,40	2,82	-1,626	,105
	Erkek	212	10,80	2,93			
	Kabul	Kadın	364	12,70	2,69	1,873	,062
	Erkek	212	12,28	2,40			
Olumlu yeniden odaklanma	Kadın	364	11,27	3,30	<b>-2,835*</b>	,005	
Erkek	212	12,06	3,08				
Plan yapmaya yeniden odaklanma	Kadın	364	14,65	2,94	<b>2,262*</b>	,024	
Erkek	212	14,05	3,26				
Olumlu yeniden değerlendirme	Kadın	364	14,03	3,31	-,945	,345	
Erkek	212	14,30	3,22				
Olayın Değerini azaltma	Kadın	364	13,48	3,14	,782	,434	
Erkek	212	13,27	2,96				
Zaman Perspektifi	Geçmiş olumsuz	Kadın	364	3,13	,76	-1,625	,105
	Erkek	212	3,23	,70			
	Şu ana Dönük Hazcı	Kadın	364	3,67	,52	1,769	,077
	Erkek	212	3,59	,66			
	Geleceğe Dönük	Kadın	364	3,57	,61	<b>3,533*</b>	,001
	Erkek	212	3,38	,60			
Geçmiş olumlu	Kadın	364	3,51	,83	,969	,333	
Erkek	212	3,45	,70				
Şu ana dönük kadercı	Kadın	364	2,86	,81	<b>-4,399*</b>	,001	
Erkek	212	3,15	,69				

\*p<,05

Tablo 1’de zaman perspektifi ölçeği alt boyutlarından alınan puan ortalamaları incelendiğinde ise geçmiş olumsuz ve şu ana dönük kadercı alt boyutlarında erkek öğrencilerin ortalamalarının kadın öğrencilerden yüksek olduğu görülmektedir. Diğer üç alt boyutta ise kadın öğrencilerin ortalamalarının erkek öğrencilerin ortalamalarında yüksek olduğu görülmektedir. Grupların puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek amacıyla hesaplanan t değerleri incelendiğinde sadece geleceğe dönük ve şu ana dönük kadercı alt boyutlarında gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu Tablo 1’de görülmektedir. Bu bulguya göre kadın öğrenciler erkek öğrencilere kıyasla daha geleceğe dönük bir perspektife sahiptirler. Diğer bir ifadeyle kadın öğrenciler erkeklere kıyasla daha fazla geleceğe yönelimli ve gelecekteki hedefleri başarı ile gerçekleştirme konusunda planlama yapmaktadırlar. Erkek öğrenciler ise kadın öğrencilere kıyasla şu ana dönük kadercı bir zaman perspektifini daha fazla sergilemektedirler. Bu bulguya göre erkek öğrencilerin yaşama ve geleceğe



yönelik olarak çaresizliği ve ümitsizliği, olayları ve yaşamı kontrol gücüne sahip olma düşünceleri kadın öğrencilerden daha yüksektir. Üniversite öğrencilerinin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektiflerinin sınıf düzeylerine göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Öğrencilerin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejilerinin Sınıflarına Göre farklılaşmasına İlişkin F (ANOVA) Testi Sonuçları

Değişkenler	Sınıf	N	X	Std. Sapma	F	p
Kendini Suçlama	1. Sınıf	150	11,34	2,62	,762	,515
	2. Sınıf	78	11,21	2,93		
	3. Sınıf	96	11,31	2,49		
	4. Sınıf	252	11,65	2,99		
Ruminasyon	1. Sınıf	150	14,63	2,81	1,348	,258
	2. Sınıf	78	14,44	2,61		
	3. Sınıf	96	14,28	2,78		
	4. Sınıf	252	14,05	3,06		
Felaketleştirme	1. Sınıf	150	9,74	3,68	2,062	,104
	2. Sınıf	78	9,91	3,50		
	3. Sınıf	96	9,07	3,04		
	4. Sınıf	252	10,08	3,40		
Diğerlerini suçlama	1. Sınıf	150	11,45	3,04	<b>6,959*</b>	,001
	2. Sınıf	78	10,16	3,09		
	3. Sınıf	96	10,13	2,29		
	4. Sınıf	252	10,29	2,79		
Kabul	1. Sınıf	150	12,48	2,62	,238	,870
	2. Sınıf	78	12,44	2,38		
	3. Sınıf	96	12,73	2,24		
	4. Sınıf	252	12,54	2,78		
Olumlu yeniden odaklanma	1. Sınıf	150	11,10	3,45	1,566	,196
	2. Sınıf	78	11,71	3,07		
	3. Sınıf	96	11,93	2,75		
	4. Sınıf	252	11,64	3,32		
Plan yapmaya yeniden odaklanma	1. Sınıf	150	14,54	2,97	,093	,964
	2. Sınıf	78	14,41	3,29		
	3. Sınıf	96	14,42	3,10		
	4. Sınıf	252	14,38	3,08		
Olumlu yeniden değerlendirme	1. Sınıf	150	13,65	3,57	1,600	,188
	2. Sınıf	78	14,14	3,39		
	3. Sınıf	96	14,23	3,06		
	4. Sınıf	252	14,38	3,13		
Olayın Değerini azaltma	1. Sınıf	150	13,20	3,10	,666	,573
	2. Sınıf	78	13,64	3,17		
	3. Sınıf	96	13,20	2,75		
	4. Sınıf	252	13,53	3,14		

\*p<,05



Katılımcıların bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin sınıflarına göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 2'deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde sadece diğerlerini suçlama alt boyutunda ( $F=6,959$ ,  $p<,05$ ) gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Bilişsel duygu düzenleme stratejisi ölçeğinin diğer alt boyutlarına ilişkin bulgular incelendiğinde ise sınıf düzeyi açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Katılımcıların zaman perspektifi algılarının sınıflarına göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 3'deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde sadece şu ana dönük hazcı alt boyutunda ( $F=6,470$ ,  $p<,05$ ) gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Zaman perspektifi ölçeğinin diğer alt boyutlarına ilişkin bulgular incelendiğinde ise sınıf düzeyi açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Sınıf düzeyi açısından diğerlerini suçlama stratejisi ve şu ana dönük hazcı zaman perspektifi alt boyutlarında ortaya çıkan anlamlı farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri analiz olarak TUKEY testi uygulanmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 4'de verilmiştir.

**Tablo 4.** Öğrencilerin Diğerlerini Suçlama Stratejisi ve Şu Ana Dönük Hazcı Zaman Perspektiflerinin Sınıflarına Göre Farklılaşmasına İlişkin Tukey Testi Sonuçları

Bağımlı değişken	(I) Sınıf	(J) Sınıf	Ortalamalar Arası Fark (I-J)	p
Diğerlerini suçlama- Bilişsel duygu düzenleme stratejisi		2. Sınıf	1,28667*	,006
	1. Sınıf	3. Sınıf	1,31792*	,002
		4. Sınıf	1,15968*	,000
	2. Sınıf	3. Sınıf	,03125	1,000
		4. Sınıf	-,12698	,986
	3. Sınıf	4. Sınıf	-,15823	,966
Şu ana Dönük Hazcı- Zaman perspektifi		2. Sınıf	-,11166	,497
	1. Sınıf	3. Sınıf	,18225	,069
		4. Sınıf	,15638*	,040
	2. Sınıf	3. Sınıf	,29390*	,004
		4. Sınıf	,26803*	,002
	3. Sınıf	4. Sınıf	-,02587	,981

\* $p<,05$

Tablo 4'deki bulgular incelendiğinde bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden diğerlerini suçlama alt boyutunda ortaya çıkan farkın 1. sınıf öğrencileri ile 2., 3. ve 4. sınıf öğrencileri arasında 1. sınıf öğrencileri lehine olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre 1. Sınıf öğrencileri diğerlerini suçlama stratejisini diğer sınıf düzeyindeki öğrencilere oranla daha fazla kullanmaktadırlar. Diğer taraftan 2., 3., ve 4. Sınıf öğrencileri arasında diğerlerini suçlama stratejisi açısından anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Şu ana dönük hazcı zaman perspektifi alt boyutuna ilişkin bulgular incelendiğinde ise ortaya çıkan farkın 1. sınıf öğrencileri ile 4. sınıf öğrencileri arasında 1. sınıf öğrencileri



lehine olduğu Tablo 4’te görülmektedir. Bununla birlikte 2. sınıf öğrencilerinin puan ortalamalarının 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinin puan ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu da anlaşılmaktadır. Bu bulguya göre şu ana dönük hazcı zaman perspektifi açısından 1. sınıf ve ikinci sınıf öğrencileri arasından anlamlı bir fark bulunmazken, 1. sınıf öğrencilerinin şu ana dönük hazcı zaman algıları 4. sınıf öğrencilerinden, 2. sınıf öğrencilerinin ise hem 3. sınıf hem de 4. sınıf öğrencilerinininkinden anlamlı düzeyde yüksektir.

Üniversite öğrencilerinin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektiflerinin sosyoekonomik düzeylerine göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5.** Öğrencilerin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri ve Zaman Perspektiflerinin SED’lerine Göre Farklılaşmasına İlişkin F Testi Sonuçları

Değişkenler	SED	N	X	Std. Sapma	F	p
Kendini Suçlama	Alt SED	127	11,48	3,02	,105	,901
	Orta SED	369	11,47	2,75		
	Üst SED	80	11,32	2,75		
Ruminasyon	Alt SED	127	13,96	3,10	1,788	,168
	Orta SED	369	14,31	2,92		
	Üst SED	80	14,73	2,38		
Felaketleştirme	Alt SED	127	10,62	3,80	<b>5,093*</b>	,006
	Orta SED	369	9,64	3,31		
	Üst SED	80	9,25	3,28		
Diğerlerini suçlama	Alt SED	127	10,74	3,22	,420	,657
	Orta SED	369	10,51	2,72		
	Üst SED	80	10,41	2,96		
Kabul	Alt SED	127	12,26	2,51	1,727	,179
	Orta SED	369	12,69	2,60		
	Üst SED	80	12,30	2,68		
Olumlu yeniden odaklanma	Alt SED	127	10,92	3,20	<b>4,107*</b>	,017
	Orta SED	369	11,84	3,21		
	Üst SED	80	11,28	3,30		
Plan yapmaya yeniden odaklanma	Alt SED	127	13,72	3,51	<b>4,555*</b>	,011
	Orta SED	369	14,59	2,81		
	Üst SED	80	14,81	3,36		
Olumlu yeniden değerlendirme	Alt SED	127	13,64	3,54	1,843	,159
	Orta SED	369	14,28	3,17		
	Üst SED	80	14,22	3,33		
Olayın Değerini azaltma	Alt SED	127	13,07	3,14	,994	,371
	Orta SED	369	13,51	3,11		
	Üst SED	80	13,47	2,76		

Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri



Zaman Perspektifi	Geçmiş olumsuz	Alt SED	127	3,33	,736	<b>4,099*</b>	,017
		Orta SED	369	3,12	,755		
Zaman Perspektifi	Şu ana Dönük Hazcı	Üst SED	80	3,09	,679	1,004	,367
		Alt SED	127	3,59	,619		
		Orta SED	369	3,65	,569		
	Geleceğe Dönük	Üst SED	80	3,70	,542	<b>10,613*</b>	,001
		Alt SED	127	3,29	,698		
		Orta SED	369	3,54	,604		
	Geçmiş olumlu	Üst SED	80	3,66	,457	<b>7,167*</b>	,001
		Alt SED	127	3,31	,858		
		Orta SED	369	3,50	,774		
Şu ana dönük kadercı	Üst SED	80	3,73	,646	2,259	,105	
	Alt SED	127	3,06	,765			
	Orta SED	369	2,91	,791			
		Üst SED	80	3,05	,766		

\*p<,05

Katılımcıların bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin SED'lerine göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 5'deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde felaketleştirme ( $F=5,093$ ,  $p<,05$ ), olumlu yeniden odaklanma ( $F=4,107$ ,  $p<,05$ ) ve plan yapmaya yeniden odaklanma ( $F=4,555$ ,  $p<,05$ ) alt boyutlarında gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Bilişsel duygu düzenleme stratejisi ölçeğinin diğer alt boyutlarına ilişkin bulgular incelendiğinde ise sosyoekonomik düzey açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Katılımcıların zaman perspektifi algılarının SED'lerine göre farklılaşmasına ilişkin Tablo 5'deki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde geçmiş olumsuz ( $F=4,099$ ,  $p<,05$ ), geleceğe dönük ( $F=10,613$ ,  $p<,05$ ) ve geçmiş olumlu ( $F=7,167$ ,  $p<,05$ ) alt boyutlarında gruplar arasında ,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Zaman perspektifi ölçeğinin diğer alt boyutlarına ilişkin bulgular incelendiğinde ise sosyoekonomik düzey açısından grupların puan ortalamaları arasındaki farkın ,05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Hem bilişsel duygu düzenleme stratejileri ölçeği hem de zaman perspektifi ölçeğinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar çıkan alt boyutlardaki farkın kaynağını tespit etmek amacıyla ileri analiz olarak TUKEY testi uygulanmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 4'de verilmiştir.





**Tablo 6.** Öğrencilerin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri ve Zaman Perspektiflerinin SED'lerine Göre Farklaşmasına İlişkin TUKEY Testi Sonuçları

	Bağımlı Değişkenler	(I) SED	(J) SED	Ortalamalar arası fark (I-J)	p
Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri	Felaketleştirme	Alt SED	Orta SED	,97977*	,015
		Orta SED	Üst SED	1,37205*	,014
	Olumlu yeniden odaklanma	Alt SED	Orta SED	,39228	,622
		Orta SED	Üst SED	-,91097*	,017
	Plan yapmaya yeniden odaklanma	Alt SED	Orta SED	-,35837	,716
		Orta SED	Üst SED	,55261	,347
Zaman Perspektifi	Geçmiş olumsuz	Alt SED	Orta SED	-,87451*	,016
		Orta SED	Üst SED	-1,08809*	,035
	Geleceğe Dönük	Alt SED	Orta SED	-,21358	,839
		Orta SED	Üst SED	,20692*	,019
	Geçmiş olumlu	Alt SED	Orta SED	,23590	,067
		Orta SED	Üst SED	,02897	,946
Geçmiş olumlu	Alt SED	Orta SED	-,24118*	,000	
	Orta SED	Üst SED	-,36498*	,000	
Geçmiş olumlu	Alt SED	Orta SED	-,12379	,226	
	Orta SED	Üst SED	-,18441	,056	
Geçmiş olumlu	Alt SED	Orta SED	-,41852*	,001	
	Orta SED	Üst SED	-,23411*	,040	

\*p<,05

Tablo 6'daki bulgular incelendiğinde bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden felaketleştirme alt boyutunda ortaya çıkan farkın Alt SED'deki öğrencilerle orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında alt SED'dekiler lehine olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre alt SED'deki öğrenciler Felaketleştirme stratejisini diğer SED'deki öğrencilere oranla daha fazla kullanmaktadırlar. Diğer taraftan orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında felaketleştirme stratejisi açısından anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Olumlu yeniden odaklanma ve plan yapmaya yeniden odaklanma alt boyutlarındaki bulgular incelendiğinde ise gruplar arasında ortaya çıkan farkın yine alt SED'deki öğrencilerle orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre orta ve üst SED'deki öğrenciler olumlu yeniden odaklanma ve plan yapmaya yeniden odaklanma stratejilerini alt SED'deki öğrencilere oranla daha fazla kullanmaktadırlar. Diğer taraftan her iki alt boyutta da orta ve üst SED'deki öğrencilerin puan ortalamaları arasındaki fark ,05 düzeyinde anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 6'da zaman perspektifi alt boyutlarından geçmiş olumsuz alt boyutuna ilişkin bulgular incelendiğinde gruplar arasındaki anlamlı farkın Alt SED'deki öğrencilerle orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında alt SED'dekiler lehine olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre alt SED'deki öğrenciler diğer SED'deki öğrencilere oranla daha fazla geçmiş olumsuz zaman algısına sahiptirler. Diğer taraftan orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında geçmiş olumsuz zaman perspektifi açısından anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Geleceğe dönük ve geçmiş olumlu alt boyutlarındaki bulgular incelendiğinde ise gruplar arasında ortaya çıkan farkın yine alt SED'deki öğrencilerle orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre Orta ve Üst SED'deki öğrencilerin Geleceğe Dönük ve geçmiş olumlu zaman perspektifleri alt SED'deki öğrencilere oranla daha yüksektir. Diğer taraftan geçmiş olumlu alt boyutunda orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında Üst SED'deki öğrenciler lehine



anlamli bir farkın olduğu Tablo 6’da gör÷lmektedir. Bu bulguya göre Üst SED’deki öğrenciler orta SED’deki öğrencilere kıyasla geçmişi daha pozitif algılamaktadırlar.

Katılımcıların bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektifleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7’deki bulgular incelendiğinde geçmiş olumsuz zaman perspektifi ile olumsuz bilişsel duygu düzenleme stratejileri (kendini suçlama, ruminasyon, felaketleştirme, diğerlerini suçlama) arasında pozitif yönlü anlamli bir ilişki olduğu gör÷lmektedir. Diğer taraftan geçmiş olumsuz zaman perspektifi ile olumlu bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden olumlu yeniden odaklanma, plan yapmaya yeniden odaklanma, olumlu yeniden değerlendirme ve olayın değerini azaltma arasında negatif yönlü anlamli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kabul ile geçmiş olumsuz arasında anlamli bir ilişki olmadığı Tablo 7’den anlaşılmaktadır. Bu bulgulara göre olumsuz bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin kullanımı arttıkça geçmişi daha olumsuz algılamaya artmaktadır. Olumlu bilişsel duygu düzenleme stratejileri arttıkça ise geçmişi olumsuz algılamaya düşmektedir.

**Tablo 7.** Öğrencilerin Bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifleri arasındaki ilişkiye ait korelasyon analiz sonuçları

	Zaman Perspektifi					
		Geçmiş olumsu z	Şu ana Dönük Hazcı	Geleceğe Dönük	Geçmiş olumlu	Şu ana dönük kaderci
Kendini Suçlama	r	,290**	-,102*	-,080	-,118**	,168**
	p	,000	,014	,054	,005	,000
Ruminasyon	r	,246**	,089*	-,014	-,052	,101*
	p	,000	,033	,731	,214	,016
Felaketleştirme	r	,443**	-,113**	-,270**	-,230**	,359**
	p	,000	,006	,000	,000	,000
Diğerlerini suçlama	r	,237**	,015	-,205**	-,150**	,221**
	p	,000	,724	,000	,000	,000
Kabul	r	,074	,041	,011	,241**	,335**
	p	,078	,330	,793	,000	,000
Olumlu yeniden odaklanma	r	-,128**	,162**	,151**	,151**	,024
	p	,002	,000	,000	,000	,571
Plan yapmaya yeniden odaklanma	r	-,258**	,245**	,405**	,247**	-,270**
	p	,000	,000	,000	,000	,000
Olumlu yeniden değerlendirme	r	-,282**	,244**	,298**	,226**	-,224**
	p	,000	,000	,000	,000	,000
Olayın Değerini azaltma	r	-,147**	,113**	,175**	,128**	-,098*
	p	,000	,007	,000	,002	,019



Zaman perspektifi ölçeğinin diğer alt boyutları ile bilişsel duygu düzenleme stratejileri ölçeğinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler olduğu Tablo 7’de görülmektedir. Bunlar arasında pozitif yönlü en yüksek korelasyonun plan yapmaya yeniden odaklanma stratejisi ile geleceğe dönük zaman algısı arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre plan yapmaya yeniden odaklanma stratejisi arttıkça geleceğe yönelik olumlu algı düzeyi de artmaktadır.

### Tartışma

Üniversiteli gençlerin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifleri arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırmada öncelikle öğrencilerin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektifleri cinsiyet, sınıf ve sosyoekonomik düzey değişkenleri açısından ele alınmıştır. İkinci olarak ise kullanılan bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre ruminasyon, plan yapmaya yeniden odaklanma ve olumlu yeniden odaklanma bilişsel duygu düzenleme stratejilerinde cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bulguya göre kadın öğrenciler ruminasyon ve plan yapmaya yeniden odaklanma stratejilerini erkek öğrenciler ise olumlu yeniden odaklanma stratejisini karşıt cinslerine kıyasla daha fazla kullanmaktadırlar. Diğer alt boyutlarda ise cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgu, bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile ilgili yapılmış araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (Garnefski ve diğerleri, 2002b; Martin ve Dahlen, 2005, Ataman, 2011). Zlomke ve Hahn (2010) cinsiyet ile bilişsel duygu düzenleme stratejileri arasındaki ilişkileri inceledikleri araştırmada “Ruminasyon”, “Olayın değerini azaltma” ve “Diğerlerini suçlama” stratejilerini cinsiyet değişkeni açısından en fazla farkın olduğu stratejiler olarak belirtmişlerdir. Zlomke ve Hahn’a (2010) göre stres verici durumlar karşısında Kadınlar, “Ruminasyon ve “Olayın değerini azaltma”yı daha çok kullanırken, erkekler “Diğerlerini suçlama”yı daha çok kullanmaktadırlar. Diğer taraftan ilgili literatürde “Kendini suçlama”, “Kabul” ve “Olumlu yeniden değerlendirme” stratejilerinin kullanılmasının kadınlarda daha fazla, “Planlamaya yeniden odaklanma” stratejilerinin ise erkeklerde daha fazla görüldüğünü bulan araştırmalar vardır (Zlomke ve Hahn, 2010; Garnefski ve diğerleri, 2002b; Garnefski, Teerds, Kraaij, Legerstee ve Kommer, 2004). Ancak Ataman (2011) yaptığı araştırmada özellikle plan yapmaya yeniden odaklanma ve olumlu değerlendirme stratejilerinde cinsiyetler açısından anlamlı bir fark tespit edememiş ve bu durumun Türk kültürüne özgü bir bulgu olarak yorumlanabileceğini bildirmiştir. Bu sonuçlara göre kullanılan bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin cinsiyete göre farklılaşmasına yönelik daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Zaman perspektifi açısından ise sadece geleceğe dönük ve şu ana dönük kaderci alt boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre kadın öğrenciler erkek öğrencilere kıyasla daha geleceğe dönük bir perspektife sahiptirler. Diğer bir ifadeyle kadın öğrenciler erkeklere kıyasla daha fazla geleceğe yönelimli ve gelecekteki hedefleri başarı ile gerçekleştirme konusunda planlama yapmaktadırlar. Erkek öğrenciler ise kadın öğrencilere kıyasla şu ana dönük kaderci bir zaman perspektifini daha fazla sergilemektedirler. Bu bulguya göre erkek öğrencilerin yaşama ve geleceğe yönelik olarak çaresizliği ve ümitsizliği, olayları ve yaşamı kontrol gücüne sahip olma düşünceleri kadın öğrencilerden daha yüksektir. Bu bulgu Mello ve Worrell (2004)’un yaptığı çalışmada elde ettikleri



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



kadınların erkeklere kıyasla daha geleceğe dönük oldukları şeklindeki bulgularla tutarlılık göstermektedir.

Araştırmada ele alınan diğer bir değişken öğrencilerin öğrenim gördüğü sınıf düzeyidir. Sınıf düzeyi açısından elde edilen sonuçlara göre bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden diğerlerini suçlama, zaman perspektifi alt boyutlarından ise şu ana dönük hazcı alt boyutunda gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre 1. Sınıf öğrencileri diğerlerini suçlama stratejisini diğer sınıf düzeyindeki öğrencilere oranla daha fazla kullanmaktadırlar. Diğer taraftan 2., 3., ve 4. Sınıf öğrencileri arasında diğerlerini suçlama stratejisi açısından anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Zaman perspektifinin şu ana dönük hazcı alt boyutunda ise 1. sınıf ve ikinci sınıf öğrencileri arasından anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bununla birlikte 1. sınıf öğrencilerinin şu ana dönük hazcı zaman algılarının 4. sınıf öğrencilerinden, 2. sınıf öğrencilerinin ise hem 3. sınıf hem de 4. sınıf öğrencilerinininkinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrenim görülen sınıf değişkeni açısından ilgili literatürde yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak sınıf değişkeni açısından ortaya çıkan sonuçlar incelendiğinde 1. Sınıf öğrencilerinin stres verici olaylar karşısında daha çok diğerlerini suçlama stratejisini kullandıkları görülmüştür. Bu durum üniversite 1. Sınıfın ilk yıl olması nedeniyle öğrencilerin birçok zorlayıcı olayla karşı karşıya oldukları şeklinde açıklanabilir. Başa çıkmak zorunda oldukları çok fazla problemin olduğu durumlarda bireylerin duygusal iyilik hallerinin bozulması mümkündür. Nitekim Diğerlerini suçlamanın azalmış duygusal iyilik haliyle ilişkisi görülmektedir (Tennen ve Affleck, 1990). Bu durum şu ana dönük zaman perspektifi alt boyutunca çıkan farkı da anlamlı kılmaktadır. Zimbardo ve Boyd'a (1999) göre, şimdiki zaman perspektifi, genel olarak, acil ihtiyaçları karşılayan davranışlarda ve yakın hedeflerde kendisini gösterir. Şimdi yönelimli insanlar "şimdinin somut gerçeği" ile ilgilendikleri için, bir karar anında, gelecekte bu karardan nasıl etkilenebileceklerine dair akıl yürütmezler (Zimbardo, Keough ve Boyd, 1997).

Farklı sosyoekonomik düzeydeki öğrencilerin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektifleri için elde edilen bulgulara göre ise alt SED'deki öğrencilerin felaketleştirme stratejisini diğer SED'deki öğrencilere oranla daha fazla kullanmakta oldukları tespit edilmiştir. Olumlu yeniden odaklanma ve plan yapmaya yeniden odaklanma alt boyutlarındaki bulgulara göre orta ve üst SED'deki öğrencilerin olumlu yeniden odaklanma ve plan yapmaya yeniden odaklanma stratejilerini alt SED'deki öğrencilere oranla daha fazla kullanmakta oldukları sonucu bulunmuştur. Yapılan çalışmalarda, alt sosyoekonomik düzeyde yaşayan ya da parçalanmış ailelerden gelen çocuklarla problemlili çocukların daha çok kaygı ve stres yaşadıkları vurgulanmaktadır (Aral, 1997; Aral ve Başar, 1998; Kashani ve Orvaschel, 1990). Bunun bir sonucu olarak bireyler, deneyimlenen olayın dehşet verici yanının üzerinde belirgin bir biçimde durmaya odaklanılması (Sullivan, Bishop and Pivik, 1995). şeklinde ifade edilen felaketleştirme stratejisini daha fazla kullanmaktadırlar. Dolayısıyla alt sosyoekonomik düzeyden gelen öğrencilerde yaşamın diğer alanlarında yaşadıkları kaygı düzeyinin fazlalığı sebebiyle felaketleştirme stratejisini daha fazla tercih etmiş olabilirler.

Zaman perspektifi açısından elde edilen bulgulara göre ise geçmiş olumsuz, geleceğe dönük ve geçmiş olumlu alt boyutlarında sosyo ekonomik düzey açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan tespitlere göre alt SED'deki öğrenciler diğer



SED'deki öğrencilere oranla daha fazla geçmiş olumsuz zaman algısına sahiptirler. Diğer taraftan orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında geçmiş olumsuz zaman perspektifi açısından anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Geleceğe dönük ve geçmiş olumlu alt boyutlarında ise Orta ve Üst SED'deki öğrencilerin Geleceğe Dönük ve geçmiş olumlu zaman perspektiflerinin alt SED'deki öğrencilere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan geçmiş olumlu alt boyutunda orta ve üst SED'deki öğrenciler arasında Üst SED'deki öğrenciler lehine anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre Üst SED'deki öğrencilerin orta SED'deki öğrencilere kıyasla geçmişi daha pozitif algılamakta oldukları söylenebilir. Zaman algısı ve insan davranışları arasındaki ilişkiyi ilk inceleyen psikologlar arasında yer alan Pierre Janet, zaman algısını, bireyin sosyalleşme süreci içerisinde değerlendirerek, sosyal rollerin, içselleştirilmiş evrensel zamanın oluşumuna yardım ettiğini ifade etmektedir. Janet, bireyin, yakın aile üyeleri ve diğer sosyal çevresiyle olan etkileşimi sonucunda, zaman içerisinde bir sosyal rol kazandığını; zaman perspektifinin (geçmiş, şimdi ya da geleceğe yöneliminin) de, bu sosyal rolüne uygun olarak şekillendiğini belirtmiştir. Janet'e göre, bu zaman yönelimi, sosyal rolün baskınlığına ve bu rolün, ilişkilerdeki gücüne bağlı olarak içselleştirilir ve giderek kişinin zaman perspektifi haline gelir (Akt.,RicciBitti ve Rossi, 1988). Bu araştırmada elde edilen alt SED'deki öğrencilerin geçmiş olumsuz zaman algısına daha fazla sahip olmalarının nedeni olarak ta buldukları sosyo ekonomik düzeyin geçmiş dönemlerde onlara yaşattığı olumsuzlukların bu döneme yansımaları şeklinde açıklanabilir.

Araştırmada elde edilen son bulgu bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifi arasındaki ilişkiye yöneliktir. Bu açıdan elde edilen bulgulara göre geçmiş olumsuz zaman perspektifi ile olumsuz bilişsel duygu düzenleme stratejileri (kendini suçlama, ruminasyon, felaketleştirme, diğerlerini suçlama) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan geçmiş olumsuz zaman perspektifi ile olumlu bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden olumlu yeniden odaklanma, plan yapmaya yeniden odaklanma, olumlu yeniden değerlendirme ve olayın değerini azaltma arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte kabul ile geçmiş olumsuz arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre olumsuz bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin kullanımı arttıkça geçmişi daha olumsuz algılama artmaktadır. Olumlu bilişsel duygu düzenleme stratejileri arttıkça ise geçmişi olumsuz algılama düşmektedir denilebilir.

Zaman perspektifi ölçeğinin diğer alt boyutları ile bilişsel duygu düzenleme stratejileri ölçeğinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Bunlar arasında pozitif yönlü en yüksek ilişkinin özellikle plan yapmaya yeniden odaklanma stratejisi ile geleceğe dönük zaman algısı arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulguya göre plan yapmaya yeniden odaklanma stratejisi arttıkça geleceğe yönelik olumlu algı düzeyi de artmaktadır denilebilir. Diğer bir ifadeyle gelecek yönelimli bireyler plan yapmaya yeniden odaklanma stratejisini daha fazla kullanmaktadırlar. Bu bulgu literatürle tutarlılık göstermektedir. Şöyle ki, gelecek odaklı bir kişi, geleceğe yönelik bir karar alırken, bu kararın gelecekte kendisine getireceği zarar ve kazançları hesap eder. Böylelikle, gelecek, onlar için daha az kaygı verici bir hal alır (Strathman, Gleicher, Boninger ve Edwards, 1994). Bunun yanı sıra Öner-Özkan (2004), gelecek zaman yönelimi yüksek bireylerin, birlikte oldukları kişilerle aralarında çıkan düşünce ve davranış farklılıkları karşısında daha hoşgörüsüz bir tavır sergilediklerini gözlemlemiş; bunun da, bu tür kişilerin daha mükemmeliyetçi bir kişilik yapısına sahip olmalarından



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



kaynaklanabileceğini belirtmiştir. Diğer bir çalışmada ise İmamoğlu ve Güler (2007), benlik yönelimleri, geleceğe bakış ve yeni hedeflere bağlanma ile psikolojik açıdan iyi hissetme arasında ilişki tespit etmiştir. Spesifik olarak, gençlik ve orta yaşlılıkta, gelecek yönelimli olmanın ve yeni hedeflere bağlanmanın, öznel iyiliğe kayda değer bir katkıda bulunduğunu gözlemiştir. Araştırmada ortaya çıkan en ilginç bulgu ise şu ana dönük kadenci zaman perspektifi ile olumsuz duygu düzenleme stratejileri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğudur. Bu bulgu Şu ana dönük kadenci perspektifinin, hem Zimbardo ve Boyd'un (1999) hem de Dunkel ve Weber'in (2010) çalışmalarında, nevrozizm ile pozitif yönde bir ilişkide olduğu sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir.

Üniversiteli gençlerin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile zaman perspektifleri arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırmanın en temel sınırlılığı araştırma grubunun 576 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Zira örneklemin Türkiye'deki bütün üniversiteli gençleri temsil edecek özelliklere ve büyüklüğe yeterince sahip olmayan küçük bir örneklem olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle gelecekteki araştırmalarda örneklem seçiminin evreni daha iyi temsil edecek istatistiksel yöntemlerle yapılması önerilmektedir. Diğer taraftan öğrencilerin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektifleri üzerinde etkili olabilecek diğer faktörlerinde göz önüne alındığı daha kapsamlı araştırmaların yapılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmanın yukarıda ifade edilen sınırlılıklarına rağmen üniversiteli gençlerin kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve zaman perspektifleri arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk araştırma olması ve sonuçlarının ilgili literatüre yönelik önemli katkıları olacağı düşünülmektedir.



## Kaynakça

- Adams, J., ve Nettle, D. (2009). Time perspective, personality and smoking, body mass, and physical activity: An empirical study. *British Journal of Health Psychology*, 14(1), 83–105. <http://doi.org/10.1348/135910708X299664>
- Aral, N. ve Başar, F., (1998), Çocukların Kaygı Düzeylerinin Yaş, Cinsiyet, Sosyoekonomik Düzey Ve Ailenin Parçalanma Durumuna Göre İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 22(110), 7-11.
- Aral, N., (1997), *Fiziksel İstismar Ve Çocuk*. Ankara: Tekışık Veb Ofset Tesisleri.
- Ataman, E. (2011) *Stres veren yaşam olayları karşısında bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin depresyon ve kaygı düzeyini belirlemedeki rolü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Bickel, W. K., Odum, A. L., ve Madden, G. J. (1999). Impulsivity and cigarette smoking: Delay discounting in current, never, and ex-smokers. *Psychopharmacology*, 146(4), 447–454. <http://doi.org/10.1007/PL00005490>
- De Volder, M. (1979). Time orientation: A review. *Psychologica Belgica*, 19(1), 61–79.
- Drake, L., Duncan, E., Sutherland, F., Abernethy, C., & Henry, C. (2008). Time Perspective and Correlates of Wellbeing. *Time & Society*, 17(1), 47–61. <http://doi.org/10.1177/0961463X07086304>
- Dunkel, C.S. & Weber, J.L. (2010) Using Three Levels of Personality to Predict Time Perspective. *Current Psychology* 29, 95–103.
- Eisenberg, N., Fabes, R. A., Nyman, M., Bernzweig, J., Bernzweig, J. & Pinuelas, A. (1994). The relations of emotionality and regulation to children's anger-related reactions. *Child Development*, 65, 109-128.
- Erginbilgiç, Kışlalı, A. (in progress). The Reliability and Validity of Zimbardo Time Perspective Inventory Scores in Turkish University Students.
- Gao, Y.-J. (2011). Time perspective and life satisfaction among young adults in Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 39(6), 729–736. <http://doi.org/10.2224/sbp.2011.39.6.729>
- Garnefski N, Kraaij V, Spinhoven P (2001) Negative life events, cognitive emotion regulation and depression. *Pers Individ Di*, 30: 1311-1327.
- Garnefski N, Kraaij V, Spinhoven P (2002) CERQ: Manual for the use of the cognitive emotion regulation Questionnaire. Leiderdorp, the Netherlands: DATEC V.O.F.
- Garnefski, N. & Kraaij, V. (2006). Relationships between cognitive emotion regulation strategies and depressive symptoms: A comparative study of five specific samples. *Personality and Individual Differences*, 40, 1659–1669.
- Garnefski, N., Kommer, T. V.D., Kraaij, V., Teerds, J., Legers-tee, J. ve Onstein, E. (2002b). The relationship between cognitive emotion regulation strategies and emotional problems: comparison between a clinical and a non-clinical Sample. *European Journal of Personality*, 16, 403-420.



- Garnefski, N., Kraaij, V. ve Spinhoven, Ph. (2002). *CERQ: Manual for the use of the Cognitive Emotion Regulation Questionnaire*. Leiderdorp, the Netherlands: DATEC V.O.F.
- Garnefski, N., Teerds, J., Kraaij, V., Legerstee J. ve Kommer T. V.D. (2004). Cognitive emotion regulation strategies and depressive symptoms: differences between males and females. *Personality and Individual Differences*, 36, 267–276.
- Goleman, D. (1996). *Emotional Intelligence*. London: Bloomsbury Publishing.
- Gonzalez A. and Zimbardo, P. G. (1985) ‘Time in Perspective: A Psychology Today Survey Report’, *Psychology Today* (May): 21–6.
- Gross, J. J. ve Thompson, R. A. (2006). Emotion regulation: Conceptual foundations. Gross, J. J. (Ed.), *Handbook of emotion regulation içinde* (1-49). New York: Guilford Press.
- Hall , P. A., & Fong , G. T. (2003). The effects of a brief time perspective intervention for increasing physical activity among young adults. *Psychology and Health*, 18, 685–706.
- Henson, J. M., Carey, M. P., Carey, K. B., ve Maisto, S. A. (2006). Associations among health behaviors and time perspective in young adults: Model testing with bootstrapping replication. *Journal of Behavioral Medicine*, 29(2), 127–137. <http://doi.org/10.1007/s10865-005-9027-2>
- Holman, E. A., ve Zimbardo, P. G. (2009). The Social Language of Time: The Time Perspective–Social Network Connection. *Basic and Applied Social Psychology*, 31(2), 136–147. <http://doi.org/10.1080/01973530902880415>.
- İmamoğlu,E.O. ve Güler,A.(2007) Geleceğe İlişkin Yönelimlerde Benlik Tipine Bağlı Farklılıklar. *Türk Psikoloji Dergisi*, 22 (60), 115-132.
- Joormann J, Yoon KL, Siemer M (2010) Cognition and emotion regulation. AM. Kring, DM. Sloan, editörler. *Emotion regulation and psychopathology*. Newyork: Guilford Press, s. 174- 203
- Kashani, J. H., & Orvaschel, H. (1990). A community study of anxiety in children and adolescents. *The American Journal of Psychiatry*, 147, 313–318. <http://doi.org/10.1176/ajp.147.3.313>
- Lazarus, R. S. (1999). *Stress and emotion: A new synthesis*. New York: Springer Publishing Company.
- Ledoux, J. (2006). *Duygusal Beyin* ( A. Uysal, Çev.). İstanbul: Pegasus Yayınları. (1997).
- Lewin, K. (1951) *Field Theory in the Social Sciences: Selected Theoretical Papers*. New York: Harper
- Martin, R. C. ve Dahlen, E. R. (2005). Cognitive emotion regulation in the prediction of depression, anxiety, stress, and anger. *Personality and Individual Differences*, 39, 1249–1260.
- Mello, Z. R., & Worrell, F. C. (2004). The Relationship of Time Perspective to Age , Gender , and Academic Achievement Among Academically Talented Adolescents. *Journal for the Education of the Gifted*, 29(3), 271–289.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



- Öner Özkan, B. ( 2004) Future Time Orientation in Romantic Relationships and the minding theory of relating. *Social Behavior and Personality*, 2004, 32(8), 797-804.
- Ricci Bitti P.E. and Rossi, V. (1988) *Vivere e progettare il tempo*. Milano: Franco Angeli
- Strathman, A., Gleicher, F., Boninger, D. S., & Edwards, C. S. (1994). The consideration of future consequences: Weighing immediate and distant outcomes of behavior. *Journal of Personality and Abnormal Psychology*, 66, 742–752.
- Sullivan, M. J. L., Bishop, S. R. ve Pivik, J. (1995). The Pain Catastrophizing Scale: development and validation. *Psychological Assessment*, 7, 524–532.
- Yetim, Ü. (2001). *Toplumdan bireye mutluluk resimleri*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Zimbardo, P.G. ve Boyd, J.N. (1999) ‘Putting Time in Perspective: A Valid, Reliable Individual-Differences Metric’, *Journal of Personality and Social Psychology* 77: 1271–88.
- Zimbardo, P.G., Keough, K.A. ve Boyd, J.N. (1997) ‘Present Time Perspective as a Predictor of Risky Driving’, *Personality and Individual Differences* (23): 1007–23.
- Zlomke K.R. ve Hahn K.S. (2010). Cognitive emotion regulation strategies: gender differences and associations to worry. *Personality and Individual Differences*, 48, 408-413.



## ***Yazılım Geliştirme Herkes İçin Mümkün: Çocuklar ve Gençler İçin Programlamayı Kolaylaştıran Araçlar***

Hüseyin Gürüler<sup>1</sup>, Uğur Ayvaz<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Bilişim Sistemleri Mühendisliği, Muğla, hguruler@mu.edu.tr

### **Özet**

Günümüzde, bilişim teknolojileri hayatın her alanında kendine yer edinmiş ve hemen her yaş grubundaki insanlar bu teknolojilerin kullanıcıları durumuna gelmiştir. Kullanıcıların dramatik bir şekilde artan beklenti ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek çok çeşitli donanım ve yazılım ürünleri mevcuttur. Ancak, kişisel ihtiyaçlara cevap verme anlamında ciddi bir açık bulunmaktadır. Bu açığı gidermenin bir yolu, kişilerin kendi özel ihtiyaçlarına cevap veren yazılım ve donanımları bizzat kendilerinin geliştirebilmesidir. Bilişim okur-yazarlığı ve bilgi toplumuna geçiş açısından bakılacak olursa; sadece kullanıcı olmak artık yeterli değildir, kişiler aynı zamanda yazılım geliştiricisi de olabilmelidir. Bu bilince sahip olan ülkelerde bireyler ilköğretim yaşlarından itibaren programlama/yazılım eğitimine teşvik edilmekte veya yönlendirilmektedirler. Bu bağlamda son on yılda geliştirilen bazı programlama araçları sayesinde yazılım geliştirme, alt yaş gruplarına hitap edebilmektedir. Bu araçlar ile programlama bilgisi gerektirmeden, eğlenceli bir şekilde vakit geçirirken yazılım geliştirilebilmeye olanak sağlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, geleceğin varisleri olan çocukların/gençlerin nasıl daha kolay bir şekilde yazılım geliştirebileceği hakkında fikir vermektir. Bu kapsamda programlamayı kolaylaştıran, öğretirken eğlendiren yazılım, uygulama ve geliştirme araçları tanıtılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Çocuklar için kodlama, İlk programlama, Programlamayı kolaylaştıran araçlar

### ***Software Development is Possible for Everyone: Tools Make Programming Easy for Kids and Teenagers***

#### **Abstract**

Nowadays, information technologies have taken its place in every area of the life and people in every age group have become the user of these technologies. There are a wide range of hardware and software products to meet dramatically increasing expectations and needs of the users. However, there is a serious gap in terms of responding to individual needs. One way to resolve this gap is people can develop their own hardware and software responding to their special needs. If we look in terms of the transition to IT literacy and information society; being only the user is no longer sufficient, people should also be the software developer. In countries that have this awareness, individuals are encouraged to or directed to programming/software education since the primary school age. In this context, software development is able to address the lower age groups with some programming tools developed in the last decade. These tools provide an opportunity and a fun way to develop software without any programming knowledge. The purpose of this study is to give ideas about how can kids/teenagers who are the heirs to future develop software more easily. In this scope; software, applications and development tools which make programming easy and entertaining have been introduced.

**Keywords:** Coding for kids, Easy programming tools, First programming



## Giriş

Yaşadığımız teknoloji çağında bilgisayar, akıllı telefon ve tabletler gibi teknolojik araçlar hayatımızın vazgeçilmez birer parçası haline gelmiştir. Okul çağındaki ve hatta daha küçük yaşlardaki çocuklar bile bu teknolojik araçların kullanıcısı ve uygulama yazılımlarının muhatabı durumundadır. Çocukları, bilişim teknolojilerinin sadece pasif ve yönlendirilen bir nesnesi olmaktan çıkartıp, enerji ve zamanlarını zihinsel gelişimlerine katkı sağlayacak bir şekilde kullanabilecekleri aktif bir profile almak gerekmektedir. Nitekim aktif öğrenme, bireyin kendi öğrenmesinin yönetim ve sorumluluğunu taşıdığı, öğrenme sürecinde hem zihinsel hem de fiziksel yönden aktif olduğu, süreç boyunca sürekli olarak alternatif ölçme ve değerlendirme yöntemleriyle değerlendirildiği ve süreç sonunda kalıcı öğrenmeler sağlandığı bir öğrenme modeli olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2005).

Aktif profilden kastedilen öğrencilere teknolojik araçlara yönelik yazılım geliştirme becerileri kazandırmaktır. Ancak, programlama eğitimine yeni başlayan öğrenciler programlama yeteneği kazanma ve programla mantığını kavrama noktasında sıkıntılar yaşamaktadırlar. Bunun sebebi, temel programlama eğitiminde yer alan kodlama sistemi ve sözdizimi (syntax) başlangıçta birçok kişiye anlaşılması zor gelebilmektedir (<http://www.colorado.edu/news/releases/2014/07/29/nyc-schools-usevideogames-teach-computer-coding>). Öğrencileri bu sıkıntılı süreçte rahatlatmak ve onlara programlamayı sevdirebilmek için dünya çapında bir çok üniversite tarafından mevcut programlama eğitimini oyun teknolojisiyle birleştiren yazılım ortamları geliştirilmiştir (Butowsky ve Courtney, 2015). Geleneksel olarak yazılım geliştirme belirli bir sözdizimi (syntax) yapısında gerçekleşmektedir. Ancak bu çalışmada tanıtılan eğitici yazılımların arayüzlerinde görsellik ön plandadır ve kodlama işlemi bloklarla gerçekleşmektedir. Her biri belirli bir işi gerçekleştiren kod bloklarının seç-sürükle-bırak işlemleriyle düzenli bir şekilde sıralanmasıyla projeler geliştirilmektedir. Bu şekilde öğrencilere kodlama bilgisi gerektirmeden interaktif bir ortam sunulmaktadır. Bu yazılım geliştirme ortamlarına örnek olarak; Alice, Scratch, AgentCubes, Minecraft, Hopscotch, Tynker ve GreenFoot verilebilir.

Temel programlama eğitiminin çocuklara/gençlere sevdirmesi, öğretilmesi ve kalıcı bir öğrenmenin sağlanması noktasında çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Griffiths (2002) ve Squire (2003) yaptıkları çalışmalarda animasyonların ve video oyunlarının eğitime katkısını araştırmışlardır. Görselleştirmenin ve animasyon kullanmanın çocukların daha kolay öğrenmeye katkısını gözlemlemiş ve eğitime uyarlamışlardır. Repenning ve arkadaşları özellikle ortaokulların müfredatına sistematik bir bilgisayar eğitimi kazandırabilmek için çalışmalar yapmışlardır. Bu şekilde eğitimin oyun tasarımı ve simülasyon teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir (Repenning, 2015). Colorado Üniversitesi'nde geliştirilen AgentCubes ve AgentSheets yazılımları, çocuklara oyun oynarken aynı zamanda üç boyutlu (3D) animasyonlar ve basit oyunlar oluşturabilecekleri bir ortam sunmaktadır (Repenning, 2013). Basawapatna ve arkadaşları ideal öğrenme deneyimi için Vygotsky'un Proksimal gelişim teorisi ve Csikszentmihalyi'nin akış teorisinden yola çıkarak öğrenciler üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırmadan elde ettikleri verilere göre dersliklerde gerçekleştirilen oyun tasarımı eyleminin ve öğrencileri daha karmaşık programlar yaratmaya teşvik etmenin Proksimal Gelişim Teorisi ve akış teorisi açısından başarılı sonuçlar verdiğini görmüşlerdir (Basawapatna, 2013). Butowsky ve Courtney (2015), hazırladıkları programlama eğitimi müfredatına göre öncelikle Alice, Scratch (MIT),

AgentSheets/AgentCubes eğitimleri verilmekte, daha sonra Greenfoot ve Objectdraw eğitimleriyle devam edilmektedir. Bu şekilde öğrencilerin programlamayı sevmeleri ve daha kolay öğrenmeleri açısından faydalı olduğu sonucuna varmışlardır (Butowsky ve Courtney, 2015).

### Kolay Yazılım Geliştirme Araçları

Bu bölümde, kodlama bilgisi olmayan çocuklara/gençlere yönelik yazılım temellerini öğreten kullanımı basit bazı yazılım araçları tanıtılmaktadır.

#### Scratch

Scratch, 2002 yılında geliştirilmeye başlanan nesne tabanlı bir görsel programlama dilidir (en.wikipedia.org, 2016). Yazılım MIT üniversitesi Media Lab'da geliştirilmektedir (scratch.mit.edu, 2016). Scratch'ın ortaya çıkışındaki amaç, tasarım ve programlama temellerini çocuklara eğlenceli bir yöntemle öğretebilmektir. Scratch kullanıcıları bu yazılım ile kendi animasyonlarını, oyunlarını ve basit olay hikayelerini kolayca tasarlayabilmektedir.

Scratch kullanıcıları genellikle 9-16 yaş grubundaki çocuklardır (en.wikipedia.org, 2016). Bunun yanında Scratch eğitiminin MIT, Harvard üniversitesi gibi üniversitelerde bilgisayar programlamaya giriş eğitimi olarak verildiği bilinmektedir (Malan, 2014). Her yaş grubundan tasarımcılar online Scratch topluluğuna ücretsiz üye olarak hem kendi projelerini paylaşabilmekte hem de diğer geliştiricilerin projelerine ulaşabilmektedir. Scratch'ın Türkçe versiyonu Ümit Aslan tarafından geliştirilmiştir (scratch.eba.gov.tr).

Scratch ücretsiz olup Windows, iOS ve Linux işletim sistemlerine yüklenebilmektedir. Kurulum ile gelen örnek projeler Scratch programlama dilinin yeterlilikleri ve tasarımındaki kolaylık hakkında önemli bilgiler vermektedir. Scratch ile yazılım geliştirmenin temelinde farklı amaçlar için kullanılacak kod blokları ve sürüklenip bırak işlemi vardır. Amaç, belirli işlemleri yapan kod bloklarını legolar gibi düzenli olarak birleştirerek tasarım yapmaktır.

Şekil 1. Scratch Arayüzü ve Örnek Animasyon



## Minecraft

Minecraft, 2009 yılında İsveçli Mojang AB şirketi tarafından piyasaya sürülmüş bir oyundur (Minecraft Wiki, 2016). Microsoft-Code.org ortaklığıyla yeniden şekillenen Minecraft ile çocuklar kodlama temellerini öğrenebilmektedir (webmasto.com, 2016). Minecraft üzerinde geliştirilen sanal eğitimler çocukların JavaScript'i oyunlardaki görevleri tamamlayarak öğrenmelerine yardımcı olmaktadır. Minecraft arayüzünde bir hikaye ve o hikayede yapılması gereken görevler bulunmaktadır. Öğrenciler görevleri tamamladıkça avatarlar ve sahne değişmekte, görevler de giderek zorlaşmaktadır. Görevlerin tamamlanması, legolara benzeyen kod bloklarından amaca göre doğru olanın seçilip sürükle-bırak işlemiyle gerçekleşmektedir.

Şekil 2. Minecraft'ta Örnek Bir Arayüz



Minecraft ücretsiz bir şekilde erişilebilen online bir platformdur. Minecraft'ın özellikle "Hour of code" eğitimleri tüm dünyada 130 milyondan fazla kişi tarafından kullanılmıştır (webmasto.com, 2016).

## Alice

Alice, bir geliştirme ortamıyla (IDE) bütünleşik Java ile geliştirilmiş nesne tabanlı bir eğitim yazılımıdır (en.wikipedia.org, 2016). Alice yazılımı ilk olarak 1994 yılında Virginia Üniversitesinde geliştirilmeye başlanmıştır. 1997'den itibaren ise yazılımın geliştirilme süreçleri Carnegie Mellon Üniversitesi bünyesinde devam etmektedir(en.wikipedia.org, 2016).

Alice interaktif arayüzü ile öğrencilerin sürükle bırak ortamında kendi üç boyutlu (3D) karakterlerini oluşturmasına ve animasyonlar hazırlamasına imkan sunmaktadır. Alice'in en güzel yanlarından biri öğrencilere hazırladıkları animasyon karakterlerini anında göstermesi ve programlama deyimleri ile animasyon içerisinde oluşturdukları nesnelere davranışları arasındaki ilişkinin kolaylıkla anlaşılmasıdır (joo.okukavra.com, 2016). Programla yazılım, video ve sunum yapılabilen ve online olarak paylaşılabilir. Türkçe dil desteği olan Alice programı aslen 8-10 yaş grubu çocuklara yönelik geliştirilmiş bir yazılım olmakla beraber, 5 yaş üstü çocuklara da hitap etmektedir (joo.okukavra.com, 2016).

Alice eğitim programının mevcut müfredat ile entegrasyonu sağlanarak öğrencilerin yaratıcılık, analitik düşünme, takım çalışması ve bilişim teknolojisi okuryazarlığı yetenekleri geliştirilerek genç yaşlarda yazılım üretebilmeleri mümkün olabilecektir. Ithaca College ve Saint Joseph Üniversitesi'nde daha önce hiçbir programlama deneyimi olmayan öğrencilere ilk bilgisayar bilimi dersi olarak Alice eğitimi verilerek takip edilen çalışmada, not ortalamasının C'den B'ye yükseldiği, bilgilerin kavranma oranı ve akılda kalıcılığının %47'den %88'e yükseldiği gözlemlenmiştir (Moskal vd, 2004). T.C. Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde gerçekleştirilen Fatih projesi kapsamında ilköğretim öğrencilerine dağıtılan tabletlere temel programlama yetenekleri kazanımı ve yazılım geliştirme amacı doğrultusunda Alice eğitim programı dahil edilmiştir.

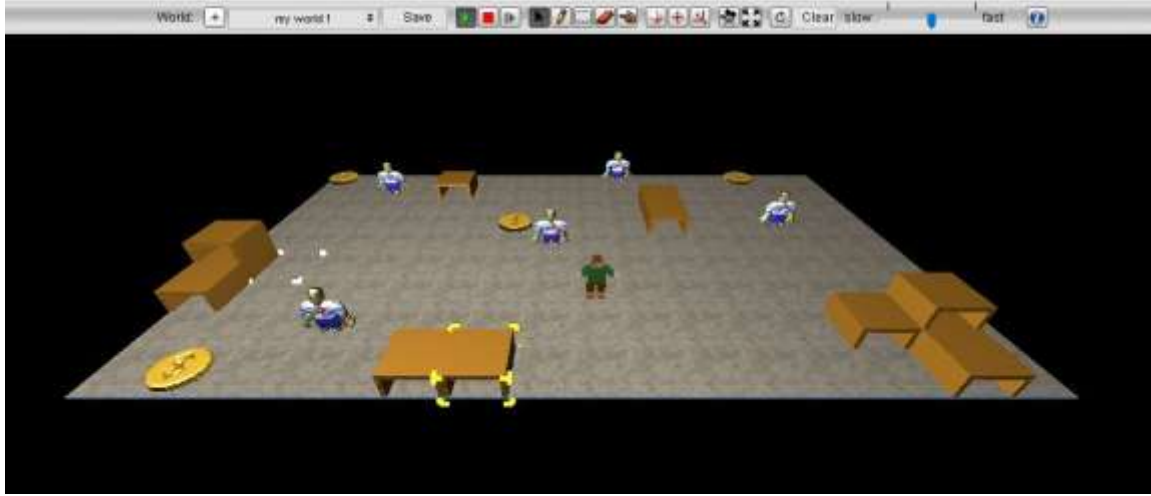
Şekil 3. Alice İle Algoritmanın Yazılıma Dönüştürülmesi



### AgentCubes/AgentSheets

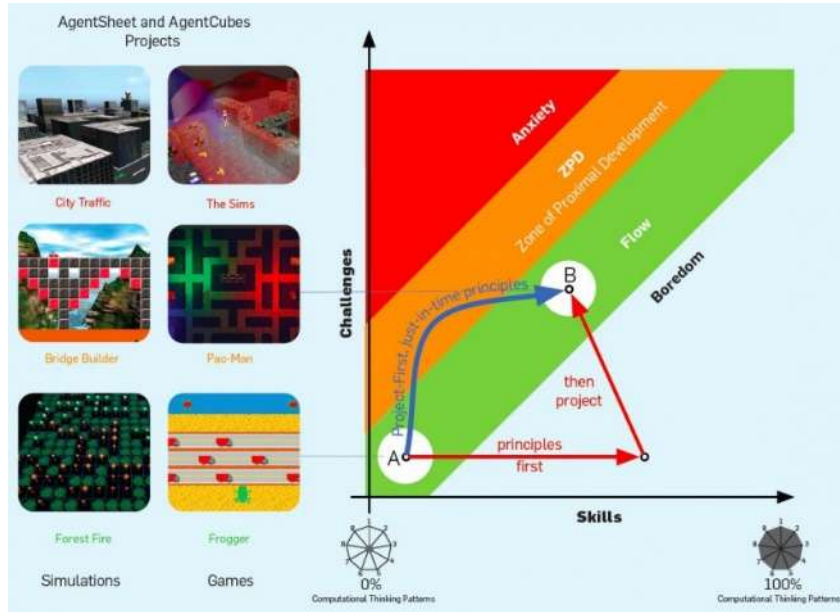
Programlamanın her yaş grubundan insana hitap etmesini ve herkes tarafından erişilebilir olmasını hedefleyen Repenning ve arkadaşları, bu amaçla klasik programlama yöntemlerinin dışını çıkıp metne dayalı programlama yerine tamamen seç-sürükle-bırak yöntemine dayalı üç boyutlu yazılım geliştirme ortamı tasarlamışlardır. Nesne tabanlı ve eğitim amaçlı bir yazılım olan AgentSheet ya da AgentCubes yazılımının oluşumu 1991 yılına kadar dayanmaktadır (agentshees.com, 2016).

Şekil 4. Agentcubes Yazılımı Arayüzü



Colorado Üniversitesi'nde Scalable Game Design (SGD) isimli bir proje geliştirilmiştir. Proje, ilk olarak New York'taki pilot okullarda verilen AgentSheets eğitiminin öğrencilere bilişimsel düşünme becerileri kazandırdığını kanıtlamak fikrinden ortaya çıkmıştır [20]. SGD projesinin mantığı Proksimal Akış Bölgesi ve Bilişimsel Düşünme Modelleri'ne dayanmaktadır (Scrabble Game Design, 2016).

Şekil 5. Proksimal Gelişim Bölgesi Akış Diyagramı



**Kaynak:** “Zone of Proximal Flow”, [http://sgd.cs.colorado.edu/wiki/File:ZPF\\_Diagram\\_01.jpg](http://sgd.cs.colorado.edu/wiki/File:ZPF_Diagram_01.jpg) Son erişim: 26.05.2016

Bilişimsel Düşünme; problem çözmeyi, eleştirel düşünmeyi ve insan-bilgisayar etkileşimi arasındaki ilişkiyi anlamayı hedefleyen çalışmaların bütünü olarak düşünülebilir (<http://www.bahcesehir.k12.tr/tr/egitim/detay/BilisimselDusunme>). SGD projesinin amacı öğrencilerin bilişimsel düşünme becerileri giderek daha detaya inen bir dizi oyun ve simülasyon projeleriyle kademeli olarak geliştirmektedir.



Yukarıda tanıtılan yazılımların dışında Hopstoch, Tynker ve Greenfoot gibi çocuklar ve gençlerin eğlenirken yazılım geliştirmelerini sağlayan yazılımlar da bulunmaktadır.

Çocuklara yönelik verilen programlama eğitiminde birden fazla kolay programlama araçlarının birlikte kullanıldığı eğitimler de mevcuttur. CoderDojo, 5-17 yaş arasındaki çocuk ve gençlere, ücretsiz atölyelerle bilgisayar programlamayı, basit programlar ile kendi oyunlarını yazmayı öğretken, çocukları kodlama mantığı ile tanıştıran bir gönüllülük platformudur. 2011 yılında İrlanda'da başlayan CoderDojo hareketi geleceğin dilini geleceğin nesline öğretme misyonu ile teknolojiyi sadece kullanan değil, aynı zamanda üreten gençler yetiştirmektedir. Dünya genelinde CoderDojo organizasyonu sayısı 2014 yılında 27 ülkede 220'den fazla iken, 2016 yılında bu sayı 59 ülkede 650'den fazla sayıya ulaşmıştır. Tamamen halka açık olan CoderDojo kamplarında çocuklara HTML, CSS, Scratch ve Python eğitimleri verilmektedir (coderdojoturkiye.com, 2016).

### Sonuçlar ve Öneriler

Bu çalışmada tanıtılan yazılımlar çocuklar ve gençlere aktif öğrenme ortamı sunan, seç-sürükle-bırak işlemlerine dayalı görsel arayüzlerden oluşan kolay programlama yazılımlarıdır. Bu yazılım geliştirme ortamları, çocukların analitik düşünebilme, basit algoritmalar kurabilme, ihtiyaca yönelik fikir yürütme, problemler üzerinde neden/sonuç ilişkisi kurabilme gibi yetenekleri kazanmalarına yardımcı olmaktadır. Bu araçlar kullanılarak verilecek olan bir programlama eğitiminin çocuklar ve gençlerin gelecekte teknolojiye yön verecek iyi birer programcı olmalarını sağlayabileceği gibi diğer sayısal bilimlerde de öğrenmelerine katkı sağlayacağını düşünmekteyiz. Ayrıca çocukları pasif bir kullanıcı profilinden aktif bir tasarımcıya terfi ettirerek; onların enerji, zihin ve zamanlarını bir katma değer olarak değerlendirmek iyi bir düşünce olacaktır.

### Kaynaklar

Çelik, Suat, et al. "Aktif Öğrenme Stratejileri Üzerine Bir Derleme Çalışması." *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi* 11, 2005.

"NYC Schools to Use Video Games to Teach Computer Coding." University of Colorado Boulder. *Regents of the University of Colorado*, 29 July 2014.

<http://www.colorado.edu/news/releases/2014/07/29/nyc-schools-use-videogames-teach-computer-coding> Son erişim: 23.05.2016

Butowsky, Ari, and Courtney, Mary. "Enhancing Student Learning of Programming via Gaming Technology." *Proceedings of Student-Faculty Research Day, CSIS, Pace University*, May 1st, 2015.

Griffiths, Mark. "The educational benefits of videogames." *Education and Health* 20.3, p.47-51, 2002.

Squire, Kurt. "Video games in education." *Int. J. Intell. Games & Simulation* 2.1, p.49-62, 2003.

Repenning, Alexander, et al. "Scalable game design: A strategy to bring systemic computer science education to schools through game design and simulation creation." *ACM Transactions on Computing Education (TOCE)* 15(2), p.11, 2015.





Repenning, Alexander. "Making programming accessible and exciting." *Computer* 46(6), p.78-81, 2013.

Basawapatna, Ashok R., et al. "The zones of proximal flow: guiding students through a space of computational thinking skills and challenges." *Proceedings of the ninth annual international ACM conference on International computing education research*. ACM, 2013.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Scratch\\_\(programming\\_language\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Scratch_(programming_language)) Son erişim: 24.05.2016

Scratch MIT Anasayfa, <https://scratch.mit.edu/> Son erişim: 24.05.2016

Malan, David. "Scratch for Budding Computer Scientists". *Harvard School of Engineering and Applied Sciences*. Retrieved 25 January 2014.

Türkçe Scratch ve E-ğitimi hakkında, <http://scratch.eba.gov.tr/hakkinda.html>

Son erişim: 24.05.2016

Türkçe Scratch Anasayfa, <http://scratch.eba.gov.tr/> Son erişim: 24.05.2016

"Minecraft Wiki", [http://minecraft.gamepedia.com/Minecraft\\_Wiki](http://minecraft.gamepedia.com/Minecraft_Wiki) Son erişim: 24.05.2016

"Artık Minecraft İle Kod Yazmayı Öğrenebilirsiniz", <http://www.webmasto.com/artik-minecraft-ile-kod-yazmayi-ogrenebilirsiniz> Son Erişim: 25.05.2016

"Alice (Software)", [https://en.wikipedia.org/wiki/Alice\\_\(software\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Alice_(software)) Son erişim: 25.05.2016

[http://www.alice.org/index.php?page=what\\_is\\_alice/what\\_is\\_alice](http://www.alice.org/index.php?page=what_is_alice/what_is_alice) Son erişim: 25.05.2016

<http://www.joo.okukavra.com/joo/index.php/fatih-projesi/eba/106-alice-program>

Son erişim: 25.05.2016

Moskal, Barbara, Deborah Lurie, and Stephen Cooper. "Evaluating the effectiveness of a new instructional approach." *ACM SIGCSE Bulletin* 36.1, p. 75-79, 2004.

"AgentSheets / AgentCubes official site", <http://www.agentsheets.com/> Son erişim: 26.05.2016

"Scalable Game Design: Reinventing computer science in public schools", [http://sgd.cs.colorado.edu/wiki/Scalable\\_Game\\_Design\\_wiki](http://sgd.cs.colorado.edu/wiki/Scalable_Game_Design_wiki) Son erişim: 26.05.2016

"Zone of Proximal Flow", [http://sgd.cs.colorado.edu/wiki/File:ZPF\\_Diagram\\_01.jpg](http://sgd.cs.colorado.edu/wiki/File:ZPF_Diagram_01.jpg) Son erişim: 26.05.2016

"Bilişimsel Düşünme", <http://www.bahcesehir.k12.tr/tr/egitim/detay/Bilisimsel-Dusunme/22/82/0> Son erişim: 26.05.2016

"CoderDojo Türkiye – Çocuklar kod yazmayı öğreniyor, Türkiye’de bir şeyler değişiyor!", <http://coderdojoturkiye.com/coderdojo-turkiye-cocuklar-kod-yazmayi-ogreniyor-turkiyede-bir-seyler-degisiyor/> Son erişim: 27.05.2016

"CoderDojo Türkiye", <http://coderdojoturkiye.com/hakkimizda/> Son erişim: 27.05.2016



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Kastamonu'da Gençlik Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma***

**Kutay Oktay<sup>1</sup>, Miraç Paçaçoğulları<sup>1</sup>, Erhan İşlek<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Kastamonu

<sup>2</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

### **Özet**

Gençlik turizmi hızla büyüyen bir pazar olarak, dünya turizm hareketleri içerisindeki payı her geçen yıl artmakta olan bir turizm türüdür. Kendine özgü özellikleri olan bu turizm türüne yönelik uygun şartlar oluşturulduğu takdirde bu önemli pazardan yararlanmak mümkün olabilmektedir. Doğası, tarihi, kültürü ve yöresel ürünleri ile Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden bir olmaya aday olan Kastamonu, gençlik turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip bir ilimizdir. Bu çalışmada, Kastamonu'da bu potansiyelin incelenmesi, eksikliklerin tespit edilmesi, bunların giderilmesine yönelik önlemler ve bir takım öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda yöntem olarak Kastamonu turizminin paydaşlarına üzerinde mülakat tekniği uygulanarak bulgular elde edilmiştir ve yorumlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Gençlik Turizmi, Kastamonu.

### **The Examination of Youth Tourism Potential in Kastamonu**

#### **Abstract**

As a market growing bigger gradually, youth tourism is a kind of tourism whose share in the world tourism movements is increasing every other day. It gets more possible to make use of this important market which has its own particular characteristics when the convenient conditions are provided. Kastamonu city, which is a candidate to be an important tourism center with its nature, history, culture and local productions, has an important potential in terms of youth tourism. In this study, it is aimed to examine the conceptual framework of youth tourism within the scope of diversification of tourism and the current situation of it both in the world and Turkey and to determine the deficiencies in this field in the direction of the provided findings and generate some precautions and proposals to cover them. In this direction, as methodology, interview technique will be applied on the partners of Kastamonu tourism and findings will be provided and interpreted.

**Key Words:** Tourism, Youth Tourism, Kastamonu



## Giriş

Gerek dünyada gerek ülkemizde sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel etkenlerin sürekli değişmesiyle beraber son çeyrek yüzyılda turizm kültüründe önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Değişen ve günümüz şartlarına uyum sağlayan bu yeni turizm alışkanlıklarından biri de gençlik turizmi kültürüdür. Gençlik Turizmi genellikle 15-30 yaş arası kişiler tarafından bir yıldan az bağımsız geziler olarak tanımlayabileceğimiz bir kavramdır. Tipik tatilin aksine gençlik turizmi, diğer kültürleri tecrübe edinme ve eşsiz bir yaşam deneyimi oluşturmak arzusu da dâhil olmak üzere çeşitli faktörlerle motive edilir. Gençlik turizmi, genç gezginler ve diğer gezginlerin bağımsız bir şekilde organize ettikleri esnek seyahat programı olan ve uzundan ziyade kısa yapılan tatildir.

Gençlik turizminin ekonomik, sosyal ve kültürel yönlerinin stratejik bir endüstri olan turizm sektörü ve ülkemiz için getirilerinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü dünyanın en büyük hizmet sektörlerinden birisi olarak değerlendirilen turizmin ortaya çıkarmış olduğu katma değer ülkelerin önemli gelir kaynağı olduğu kuşkusuzdur. Ancak sektörün küresel ekonomiye ve ülke ekonomilerine yapmış olduğu katkı ile birlikte önemli oranda kültürel etkisi vardır. Küreselleşme, AB süreci ile bölgesel kültürel ve siyasal gelişmeler göz önünde bulundurularak gençlik turizmine yönelik ülkemizde ve dünyadaki tanımların çalışmaların incelenmesinde yarar görülmüştür. Yapılan çalışmalar ve tanımlar dikkate alınarak ülkemizde öncelikle mevcut ilgili kurumlar, sivil toplum kuruluşları, özel sektör iş birliğinin sağlanması ve ülkemizin gençlik turizmi aracılığı ile kültürel ve siyasal açıdan tanıtılmasının sürekliliğinin sağlanmasının, ekonomik faydadan daha önemli olduğu düşünülmektedir (Acır, 2010).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre dünyada 1 milyar kişiyi aşan turistlerin yüzde 20'sini gençler oluşturmaktadır. Yani yaklaşık 200 milyon genç, eğlenmek, dinlenmek, öğrenmek ve keşfetmek için seyahate çıkmaktadır. Bu sayının çok değil, 6 yıl sonra 100 milyon kişi daha artarak 300 milyonu, yaptıkları harcamanın ise 320 milyar doları aşması beklenmektedir (Türsab, 2015).

## Gençlik Turizmi

Gençlik turizmine yönelik olarak yapılan tüm tanımlar genel olarak benzer kavramları kapsamaktadır. 15-30 yaş arasında değişen yaş grubunun, anne, baba veya diğer bir aile bireyinden bağımsız olarak seyahat etmesi “Gençlik Turizmi” olarak tanımlanmaktadır. Toskay da (1989) gençlik turizmini “15-24 yaş arasında olan anne, baba ve kendilerinin meydana getirdiği aile fertleri olmaksızın seyahat edenlerin yarattığı turizm” olarak, Oral ise (1992) “15-25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifli bir olay” olarak tanımlamaktadır. Buna göre gençlik turizminde belirleyici unsur yaş olmaktadır (Aktaran: Acır, 2010).

Gençlik turizmi turistik hareketlere en fazla katılan ve böylece turizmin gelişmesinde en fazla katkısı olan bir yaş grubu varsa o da, 15-24 yaş grubu, başka bir deyişle gençlerdir. Yapılan araştırmalar genç yaşlarda turizm hareketine katılımın çok daha yüksek olduğunu göstermektedir. Yapılan bir araştırmada, turizm faaliyetine katılanların sayısının yaş arttıkça, turizme katılımının azaldığı görülmüştür. Gençlik turizmi 4 temel olguya dayanmaktadır (Tunç ve Saç, 1998, s.40):

- Gençlerin bulunması
- Gençlik turizmi yapan kurum veya kuruluşların bulunması



- Kültürel ve sosyal ilişkilerin bulunması
- Ucuz konaklama ve ulaşım olanaklarının bulunması

Gençlik turizmi kavramı hızlı bir şekilde gelişmeye ve gün geçtikçe daha çok kişinin ilgisini çekmeye başlamıştır. Bu gelişmeler gençlik turizmi alanında uluslararası alanda düzenleyici çalışmalar yapan kuruluşların faaliyet geçmesine önayak olmuştur. Günümüzde dünyada ve özellikle Avrupa'da gençlik turizmi hareketleri ve bu alanda kurumsallaşma çok önemleri boyutlara ulaşmıştır.

### Yöntem

Araştırmanın yöntem olarak nitel araştırma modellerinden eylem araştırmasından uygulanmıştır. Eylem araştırması, uygulamada yaşanan sorunlara etkin çözümler üretmek amacıyla uygulayıcıların kendi başlarına ya da araştırmacıların yardımıyla uygulama sürecini incelemelerine dayanır (Şimşek, 2012, s.99). Araştırmanın evrenini Kastamonu İlinde turizmin yönetiminde etkili olan kamu özel ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri oluşturmaktadır. Örneklem içerisine farklı kuruluşlardan toplam 8 kişi dahil edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmış ve toplam 4 sorudan oluşan mülakat soruları katılımcılara iletilmiştir.

### Bulgular

Araştırma sorularından elde edilen cevaplar her soru başlığı altında doğrudan verilerek aktarılmaktadır. Elde edilen tüm bu bulgular sonuç ve öneriler bölümünde tartışılmakta ve değerlendirilmektedir.

#### S.1. Kastamonu'nun gençlik turizmi potansiyeli nedir?

**Katılımcı 1:** Gençlik turizmi dediğimiz şey çok farklı biçimlerde tanımlanabilen bir olgudur. Ancak çok zaman özellikle de sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi yukarıda olan ülkelerin gençlerinin okul tatillerinde ve yaz tatillerinde kitlesel olarak veya küçük gruplar halinde düzenledikleri seyahatlere biz gençlik turizmi diyoruz. Gençlik turizmi her şeyden önce gençlerin hedef noktasında hoşça zaman geçirebilecekleri birtakım çekiciliklere sahip olmasıyla olanaklıdır. Bu hesaba baktığımızda Kastamonu'nun gençlik turizmi potansiyeli oldukça yüksektir denilebilir. Örneğin; Kastamonu'nun sahip olduğu özellikle doğaya yönelik turizm çeşitliliği içerisinde, rekreasyon, spor bilimleri, bunun yanı sıra biyoloji alanında eğitim gören öğrencilerin hem inceleme hem araştırma hem de boş zamanlarını geçirebilecekleri farklı seçenekler de sunar. Ancak bunların hepsinin gerçekleşebilmesi için temelde yapılacak şey Kastamonu'nun turizm potansiyelinin nesnel bir biçimde tanımlanmış envanterinin çıkarılmış ve çok bilinçli bir biçimde dokümanite edilmiş olması lazım. Bu dokümantasyon, hem web ortamında hem de broşür kitap vb. haritalar içinde yapılabilir.

**Katılımcı 2:** Ülkemizin gençlik turizmi için zengin olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ülkenin sosyal yapısı ve doğa kaynakları gençlik turizminin gelişmesi için önemlidir. Gençlik turizmi adı üstünde genç nesillerin doğal güzellikleri görebilmesi açısından yapılan bir etkinliktir. Kastamonu'da, üç yıldır yaşayan bir vatandaş olarak gözlemlerim kadarıyla gençlik turizmine elverişli bir yapısı var. İl içerisinde türbelerin, tarihi yerlerin görülmeye değer olduğunu gelen kabileler, gezici gruplar göstermektedir. Ancak gençlik turizminin tam anlamıyla geliştiğini söylemek doğru değildir. Gelen turistin, gezici ekibin rahat ettirilmesi, yeme içme barınma konusunda sıkıntı yaşanmaması ilin bir dahaki sefere tercih edilmesini sağlar. Ancak Kastamonu insan yapısı ve anlayışı maddi



açından zorlayıcı bir görüntü sergilediği ve bunu direk uyguladığı için tercih edilme durumunu en aza indirmektedir. Gençlik turizminin oluşabilmesi gelişebilmesi için potansiyel var, ancak doğru şekilde değerlendirilmiyor.

**Katılımcı 3:** Gençlik turizmi denilince tabii gençlik deyince ne anlaşılması gerektiğinin anlaşılması gerekir. Bizim tabii anladığımız daha çok macera sporları, doğa sporları ve bir takım rekreasyonel aktiviteler anlamında düşünülebilir. Bu noktadan bakıldığı zaman Kastamonu bugün Türkiye’de farklı bir yapıya sahip ve potansiyeli çok yüksek bir yer. Bunun sebebi nedir? Bozulmamış bakir bir doğaya sahip olması ve çok geniş bir coğrafyada ve el değmemiş bu alanda değerlendirilebilecek mekanların bulunması büyük bir avantaj gençlik turizmi açısından. Gerek macera sporları, dağcılık, kanyon, dağ bisikleti, trekking ve mağara aktiviteleri ile bir çok aktivite bu kapsamda rahatlıkla yapılabilecek ve her yöresinde ayrı bir uygulama alanları farklı farklı şekillerde bulunabilecek bir mekan Kastamonu. Dolayısıyla Türkiye’de ender mekanlardan, ender coğrafyalardan bir tanesi.

**Katılımcı 4:** Henüz değerlendirilmemiş bir potansiyele sahiptir.

**Katılımcı 5:** Kastamonu’nun yirmi beş bin kişilik öğrenci potansiyeline sahip bir üniversitesi var. Önümüzdeki beş yıl içerisinde otuz-otuz beş bin öğrenci nüfusunun olması bekleniyor. Gençlik turizminin uygulanabilmesi için, insanlara ucuz maliyetli olması gerekir. Ve turizmin projelerle destekleniyor olması gerekir. Gençlerin en fazla tercih ettiği; deniz, kum, güneş, doğa sporları, adrenalin sporlarıdır. Kastamonu’da deniz, kum, güneş faktörlerini sağlayan İnebolu, Cide sahillerine sahiptir. Adrenalin ve doğa sporları için altyapı kurulması halinde Kastamonu sağlam bir gençlik turizmine sahip olabilir.

**Katılımcı 6:** Kastamonu ilimizin genel olarak turizm potansiyeli yüksek olup gençlik kesiminin ilimize yönlendirilmesi mümkündür. Önemli olan turizm için var olan potansiyel alan ve eserlerin öne çıkarılmasıdır.

**Katılımcı 7:** Kastamonu’da muhafazakâr gençler için bir inanç turizmi potansiyeli var. Doğayı seven gençler için, at turizmi olarak adlandırdığımız at çiftlikleri potansiyeli de var. Bunun dışında herhangi bir oluşum göremiyorum.

**Katılımcı 8:** Kastamonu Turizm ve Otelciler Derneği (KASTOD) Başkanı olarak, Kastamonu’yu yıllar öncesi ve günümüz şartlarıyla değerlendirmekte fayda vardır. Hükümetin eğitim hamlesiyle birlikte Kastamonu’muzda kendi ismini taşıyan bir üniversiteye kavuştu. 5-10 öğrenci ile eğitime başlayan Kastamonu Üniversitesi şimdi 50 bin öğrenciyi hedefleyen bir üniversite haline geldi. Dolayısıyla yıllarca emekli kenti olarak bilinen Kastamonu artık çoğalan öğrenci sayısı ile öğrenci kenti haline geldi. İlimizde öğrencilerle birlikte sosyal aktivite arttı. Öğrencilerin aileleri ilimize gelmeye başladı. Kastamonu bilindiği gibi 4 mevsim turizmin yaşandığı bir il. Bunu yapılan tanıtımlarla tüm ülke geneline duyurduk. Eminiz ki yıllar içerisinde ilimizdeki turizm daha da çeşitlenecektir. Sorunuzun cevabı ilimizdeki turizm sadece gençlere değil, her kesime hitap edecek bir turizm potansiyeline sahiptir.

**Katılımcı 9:** Aslında Kastamonu bu konuda yüksek bir potansiyele sahip bir şehrimizdir. Çünkü başlıca bir üniversitesi var ve bunun temelleri atılabilir. Gençlik turizmi dediğimizde üniversiteye yönelik çalışma yapılabilir çünkü yerli ve yabancı birçok öğrenciye sahip bu potansiyeli arttırmakta.



**Katılımcı 10:** Tarihi zenginlikler, yakın gelecekte Kastamonu'da inşa edilecek spor mekânları, kış-yaz spor turizmi için ortamın yaratılması önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

**Katılımcı 11:** Bence Kastamonu, doğasıyla ve alternatif turizm çeşitliliği ile gençlik turizmi için elverişli bir yerdir. Özellikle var olan bazı gençlik kampları önemlidir.

**Katılımcı 12:** Genç nedir. Nelerden hoşlanır? Genç, hareketli, heyecanlı özelliği olan bireydir. Kastamonu'ya bakıldığında Pınarbaşı ve Azdavay'da macera turizmi var. Daday'da çiftlikler var, Ilgaz'da kayak merkezi var, yaylalar var. Buralar gençlerin yürüyüş yapabileceği, kamp yapabileceği, dağ bisikleti sporu yapabileceği yerler var. Bu faktörler açısından Kastamonu gençlerin rahatlıkla turizm yapabileceği bir yerdir.

## S.2. Kastamonu'da gençlik turizmi potansiyeli nasıl öne çıkarılır?

**Katılımcı 1:** Kastamonu'da gençlik ve turizmin ön potansiyelinin ortaya çıkarılabilmesi için öncelikle bu potansiyelin dokümanite edilmiş olması ve hedeflenen kitlenin profilinin net bir biçimde belirlendiği ve o insanların toplu bir biçimde bulunduğu zamanlarda kullanmış olduğu dergilerde, girmiş oldukları bloglarda ve ortamlarda tanıtılmasının yararı olacaktır. Özellikle sosyal medya ortamlarında (Twitter, Flicker, Foursquare, Facebook) gibi bu tür medya aracılığıyla tutundurulması önerilir.

**Katılımcı 2:** Kastamonu'da gençlik turizminin gelişebilmesi için insanlara tanıma, tanıtma faaliyetleri yapılmalıdır. Gezici ekiplerin, turistlerin gezip görebilecekleri kamp yapabilecekleri rahatlık huzur sağlanacağı garantisi verilmelidir. Bu noktada esnaflarla, işletmelerle ortak çalışılmalı gerekli görülüşü taktirde esnafa farkındalık eğitimi verilmelidir. Konuya sadece maddi boyutla bakılmamalı, ilin imajı noktasında etkili tanıtımlar yapılmalı ki il gezilmeye görülmeye ve tekrar gelinmeye değer olsun. Eğitim, anlayış, farkındalık, profesyonellik ve sürekli tanıtım sürekli reklam yapılmalı.

**Katılımcı 3:** Açıkça bu konuda yapılabilecek tanıtımlar önemli ama bence bu tanıtım biraz daha kapsamı çok geniş bir konu. Bunun için öncelikle her bir kurum, her bir sivil toplum kuruluşu, hatta birey farklı kanallarla bu potansiyeli değerlendirmeye yönelik bir takım planlamalar yapmak zorunda. Örneğin nedir? Bir üniversite kurumu iseniz, bir öğrenciyseniz, bir araştırmacıysanız buna yönelik projeler geliştirmelisiniz. Veya bir STK iseniz buna yönelik aktiviteleri Kastamonu merkezi planlamaktasınız ki dolayısıyla bu açıdan hem tanıtım faaliyeti hem de değerlendirilmiş olacaktır bu tür aktivitelerle.

**Katılımcı 4:** Kastamonu'da bunlar daha iyi tanıtılırsa mesela örnek veriyorum Eskişehir'deki bir fakülte gençlik kampı için gelip burayı düşünebilir. Biraz tanıtıma ihtiyaç olabilir, bunun uygunluğu ne durumda, hangi aylarda uygun ve onun kapasitesi arttırılabilir. Yani Kastamonu'da potansiyel var ama bunun arttırılması gerekir ve iyi tanıtılması gerekir. Burada herkese pay düşüyor fakülte olsun, yerel halk olsun, Kültür ve Turizm Bakanlığı olsun. Yerel halkın turizme bakışı da çok önemli tabii ki.

**Katılımcı 5:** İş birliği gerekir. Gerekirse Cide MYO, Kastamonu Turizm Fakültemiz, İl Kültür Turizm Müdürlüğü bir araya gelip bazı çalıştaylar yapılabilir. Bu turizm türü nasıl ön plana çıkarılabilir? Neler yapılmalı? Bununla ilgili bakanlıkla irtibata geçilmeli ondan sonra diğer üniversitelere, gençlik il spor müdürlüklerine iş birliği yapıp Kastamonu'nun özellikle 2-3 aylık yaz dönemi iyi değerlendirilebilir.



**Katılımcı 6:** Turizm dediğimizde ilk aklımıza gelen şey tanıtımdır. Yine aynı şekilde gençlere yönelik tanıtımlar yapılmalıdır bunlar içinde sponsorlar şarttır yani bunlar hep birbirleriyle bağlantılıdır. Tanıtım yapılabilir gençlere yönelik veya gençlerin ilgisini çekebilecek parti tarzında şeyler yapılabilir ama tabii bu turizm kapsamı içerisinde olması gerekir. Çünkü Kastamonu'nun yaylası var, kanyonları var yani bu tanıtımla öne çıkacaktır.

**Katılımcı 7:** Yakın birkaç yıl içinde Kastamonu Üniversitesinde kış-yaz okullarının düzenlenmesi gerekir.

**Katılımcı 8:** Üniversitede ki öğrencilerin doğa ile ilgili kulüpler kurarak; kamp, dağcılık gibi alanlara akranlarını yönlendirmeleri gerekir. İl dışından gençlik kampları gibi faaliyetler düzenlenmelidir.

**Katılımcı 9:** Kastamonu ilimizin turizm potansiyeli ile ilgili tanıtım eksikliği had safhadadır. Özellikle tanıtım faaliyetlerinin Kastamonu'nun dışında 80 vilayetime yaygınlaştırılmalıdır. Valilikler ve sosyal medya aracılığıyla bu tanıtımlar yapılabilirse Kastamonu gençler için bir cazibe ve turistik alan haline dönüşür.

**Katılımcı 10:** Öncelikle kamp turizminin Türkiye'deki potansiyeline bakmak gerekir. Burada sadece kamp kurmak, doğal yaşam sürmek değil bu kamp yaşamı içerisinde farklı etkinlikler de yapılması gerekir. Bu ancak yerel yönetimler ve başka kurumlar tarafından da desteklenirse gerçekleştirilebilir.

**Katılımcı 11:** Öncelikle bu alanla ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Ondan sonra öne çıkarılabilir.

**Katılımcı 12:** Tanıtım ve reklam faaliyetleriyle öne çıkarılabilir. Ancak ilk yapılması gereken bunun için gerekli altyapı yatırımlarını yapmaktır. Orman içi ya da sahil kamp yerlerinin hazırlanması ve bu tesislerinin temizlik ve işletme açısından beş yıldızlı otel standardında olması şarttır.

### **S.3. Kastamonu'da gençlik turizminin tanıtımında ne gibi yöntemler kullanılmaktadır?**

**Katılımcı 1:** Gençlik turizminin öne çıkarılması için öncelikle bunun iyi tanıtılması gerekmektedir. Tanıtım ile birlikte katılan bireylerin sosyal medyada yer alması, Kastamonu'nun gençlik turizmini öne çıkaracaktır.

**Katılımcı 2:** Broşür, el ilanları, tanıtım videoları, tanıtıcı fotoğraflar, belgeseller hazırlanmalı, Kitle iletişim araçları kullanılmalı, illerin terminallerine ve hava alanlarına fotoğraf, broşür gibi Kastamonu ilini öne çıkaracak tanıtım araçları asılmalı. Diğer illerin üniversiteleriyle ortak toplantılar düzenlenmeli ve diğer illerdeki gençlerin Kastamonu ilini görmek isteyecekleri tanıtımlar yapılmalı. Farkındalık, dikkat çekme asıl amaç olmalı.

**Katılımcı 3:** Bunlardan bir tanesi yazılı, görsel basın. Özellikle sanal ortam, bunlar tanıtımlarda önemli son zamanlarda. Zaten bu konu ile ilgili çalışmalar da yapılıyor, yapılmıyor da değil. Farklı kurumlar farklı şekillerde bu konu üzerinde eğilmiş durumdadır. Tabii bizim açımızdan önemli bir husus bunu biraz daha geniş bir daireye yaymak. Kastamonu içerisinde aktiviteler planlanabilir, ülke bazında aktiviteler planlanabilir, uluslararası alanda aktiviteler planlanarak bunların Kastamonu odaklı gerçekleştirilmesi sağlanması lazım. Yani dolayısıyla bu potansiyel ancak bu şekilde etkili bir değerlendirme yoluna gidilebilir.



**Katılımcı 4:** Hep diyoruz bütün dünya da bu geçerli. Turizm de pazarlama. Önce eldeki ürünü zenginleştirip, ürünü hazır hale getirip sosyal medya kanalı olsun, bakanlık kanallarıyla, yerel belediye olsun bu şekilde bütün illere tanıtılabilir.

**Katılımcı 5:** Kastamonu Günleri adı altında başta Ankara olmak üzere, İstanbul, İzmir ve Bursa gibi değişik illerde fuarlar düzenleniyor. Buraya gelen herkese Kastamonu'nun turizm potansiyeli anlatılıyor. Ancak şunu belirtmeliyim ki ilimizde tam kamp kültürü gelişmedi. Bu konunun ciddi bir tanıtıma ihtiyacı var. Yine kamp turizmi apayrı bir olay olduğu için yatırıma ihtiyaç var. Alt yapı hazırlanmadan yapılacak olan tanıtım bir işe yaramaz. Önce yatırımcı bulunacak, sonra tanıtım yapılacak ve ardından kamp için turizmciler beklenecek.

**Katılımcı 6:** Öncelikle alt yapının oluşturulması gerekir. Spor, gençlik ve turizm bakanlıklarıyla iletişim kurulmalı. Gazeteci, yazarlar topluluğu, sosyal medya yardımcı olmalıdır.

**Katılımcı 7:** Bunların tanıtımı öncelikle aracı kurumlar tarafından yapılmalıdır. Öncelikle bu kamp turizm ortamlarının dizayn edilmesi, düzenlenmesi için ciddi bir maddi imkanlar lazım. Bunu sağlamak için de sponsor bulunması şarttır.

**Katılımcı 8:** Bir önceki soruya verilen cevaba ilaveten görsel tanıtım materyalleri (afiş, broşür, kitapçık vs.) medya (TV, Gazete, Radyo vs.) araçları kullanılabilir. Bütün yöntemler olabilir. Mevcut kamplar ve fonksiyonları ön plana çıkarılabilecek yöntemler geliştirilmeli. Şelaleler, çiftlikler, camiler, türbeler vs. ile ilgili hazırlanacak kısa film ve videolar uzaktan yöntemlerle kitlelere ulaştırılabilirse tanıtım gerçekleştirilir.

**Katılımcı 9:** Tanıtım ve reklam faaliyetlerine hız vermek gerekmektedir. Gençlik ve kamp turizminin ağlarında da bunun duyurusu yapılmalıdır.

**Katılımcı 10:** Erasmus programları bu kapsamda geliştirilebilir. Öğrenciler kamplara çağrılabilir. Gençler için yarışmalar düzenlenebilir. Üniversiteler arası turnuvalar için Kastamonu ev sahipliği yapılabilir.

**Katılımcı 11:** Bir önceki soruda açıklandığı gibi kış-yaz okullarının düzenlenmesi gerekir.

**Katılımcı 12:** Reklam çok önemlidir ve fazlaca seyahat acenteleri açılabilir. Yerli turistlere yönelik olabilir bunlar tabii gençlik kısmını kapsayacak şekilde. Bu acenteler broşürler afişler bunları yaparak daha da geliştirebilirler turizmi.

#### **S.4. Kastamonu'da gençlik turizminin güçlü yönleri, zayıf yönleri fırsatları ve tehditleri nelerdir?**

**Katılımcı 1:** Güçlü yönler: her şeyden önce, dört mevsim turizm yapmaya olanak sağlayan jeolojik iklim ve tabiat koşullarıdır. Bunun dışında, Kastamonu'nun hala pahalı olmaması, Kadı Dağı Milli Parkı, Ilgaz Dağı Milli Parkı içerisinde yer alan kayak merkezi ve önümüzdeki yıllarda büyüyecek olan pistin varlığı güçlü yönlerini oluşturur. Ilgaz dağındaki konaklama yerlerinin yaz-kış hizmet vermesi. Zayıf yönleri: Her şeyden önce kent merkezinde gençlerin eğlenebileceği mekanlar yoktur. Halkın turiste ve turizme bakış açısı hal oldukça sıkıntılıdır. Özellikle gençlik turizmi kapsamında gelecek olan yabancı turistlerin şort, terlik, bikini ile gezdikleri bir durumdur. Ve bu durum şehir merkezinde büyük olasılıkla sorunlara neden olacaktır. Kastamonu esnafının dışarıdan gelen konuklara etik dışı fiyatlar sunması kentin zayıf yönleri arasındadır. Gençlik turizmi için konaklama merkezlerinin zayıf oluşu da eksi bir





etkendir. Fırsatlar: Ilgaz tünelinin yakın bir süre içerisinde açılacak olması Kastamonu turizmi için insanların kolay ulaşımını sağlayacağı için yararlı olacaktır. Kastamonu'da turizm bilincinin yavaş yavaş gelişiyor olması, bireylerin turizmin getirdiği gelirlerin yaşamlarında önemli bir rol oynayacağı şeklindeki algıları bu konuda önemlidir. Tehditler: Kitlese bir gençlik turizmi hareketi genel olarak doğayı tahrip etme potansiyeline sahiptir. Yine bu gençlerin toplu olarak kente gelmesi, hizmet sağlayıcıları zor durumda bırakma potansiyelini taşır. Hizmet-ürün kalitesi büyük topluluklarla bozulur. Bundan sonraki topluluklar için olumsuz olgulara neden olur.

**Katılımcı 2:** Güçlü yönler: Gezilip görülmeye değer yerlerin fazla olması. Yazın deniz turizmi, kışın kayak turizmi açısından zengindir. Zayıf yönleri: il insanının parayı çok önemsemesi dolayısıyla sömürü tekniğini uygulaması, bir daha tercih edilmeme durumunu oluşturması. Yeme, içme, barınma ücreti yüksek olması. Tehditler: Kastamonu iline yakın Bartın Zonguldak, Sinop, Karabük illerinin varlığı daha uygun fiyatlara yeme, içme, barınma ihtiyacının karşılanması. İldeki insanların dışardan gelen insanları para olarak görmemesi, sömürüden ziyade memnun etmeyi ve sürekli müşteri kazanmayı amaç edinmesi gerekir. Bu süreç içinde biraz zaman gereklidir.

**Katılımcı 3:** Güçlü yönümüz elimizdeki potansiyelimiz. Bozulmamış çok güzel bir doğaya sahip olmamız, çok güzel bir tabiata sahip olmamız. Tabii zayıf yönümüz bu zamana kadar ulaşılabilirlik en büyük zayıf yönümüzdü. Ulaşılabilirlikte büyük ölçüde şuanda hallolmak üzere dolayısıyla bu engeli kaldırdığımız zaman büyük oranda bunun önü açılmış olacak. Bir diğer tarafı da sosyo-kültürel yapıya uygun aktivitelerin planlanması bence çok daha yerinde olacaktır ve çok daha tabana yayacaktır bu olayı. Bu konuda belki teşebbüsler, girişimlerde bulunulabilir. Fırsatımız nedir? Fırsatımız, şu anda Kastamonu'da çok güzel bir kıvama gelmiş bir duyarlılık, turizm duyarlılığının oluşması bu büyük bir fırsattır. Bütün bunlar Kastamonu'da bulunan veya Kastamonu ile ilgili başka yerlerde bulunan kurumlar, kuruluşlar hep birlikte Kastamonu'nun bu fırsata sahip olduğunu açıkça dile getirmektedir. Bende bu yönde düşünüyorum. En büyük tehdit nedir? Kontrolsüz bir şekilde bu aktivitelerin planlanması ve yapılması, çünkü elimizde çok güzel bir doğa var, çok güzel bir tabiat noktası var ve bunun böyle talan ediliyormuşçasına bir takım aktivitelerle plansız aktivitelerle turizm adına bir de bunu yapılması büyük bir tehdit bence doğaya.

**Katılımcı 4:** Güçlü yönlerine değinirsek kamp için iklim olarak çok güzel bir yer. Dört mevsimin yaşandığı bir il. Yemyeşil bir yer. Bu açıdan sürdürülebilir turizm, eko turizm kamp ortamı çok müsait. En güçlü yanı olarak bunu söyleyebilirim. Zayıf yönlerine değinirsek bence yeteri kadar tanıtım yok, kapasite yok, halk buna hazır olmayabilir turizme bakış açısı önemli. Şöyle bir şey var kampa gelenler genelde öğrenci ve bekar olur. Bunların bir arada kalmasına nasıl bakılır? Yerel kaynaklar bunu nasıl karşılar? Bu konuda bir şey diyemiyorum. Fırsatlar, Kastamonu da popülasyona baktığımız zaman genç nüfus çok. Önce Kastamonu içerisinde bu genç nüfusa turizm aşılansak, onlardan dışarıya reklam edilebilir. Dışarıdan gelecek misafirlere de açılabilir. Tehditler, bence hava durumu değişken olabiliyor. Yazın ortasında bile 3 saat boyunca yağış olabiliyor, sosyal hayatın çok canlı olmayışı diyebilirim. Sonuçta insanlar sadece kamp yapmak istemeyeceklerdir. Gezmek, eğlenmek isteyeceklerdir bu konuda kısıtların olması sıkıntılı.

**Katılımcı 5:** Güzel iklimi, temiz, kibar ortam, insanları, her zaman saygı gösteren gençleri. Saygı çok önemli. Sosyal refah.



**Katılımcı 6:** Güçlü yönleri dediğimde ilk aklıma gelen şey Kastamonu'nun yeşil bir alan olması. Kamp dediğimizde daha çok yeşillik alan olsun ki kamp daha rahat yapılabilir. Bu yüzden de Kastamonu'nun çok önemli yerleri var. Azdavay yerleri olabilir, Kadı Dağı, Ilgaz Dağı, Küre Dağı bunlar Kastamonu'nun güçlü yönleridir bence. Zayıf yönleri olarak, ulaşım diyebiliriz en başta. Tünel açılıyor. Bunun katkıları olacağını düşünüyorum. Tehditleri düşünecek olursak buralar bakir yerler olduğu için turizmin buraya gelmesiyle birlikte belki bakir yerler bozulabilir. Muhafazakarlık kırılabilir, gelenekler bozulabilir. Fırsatlar, 4 mevsim yaşaması olabilir.

**Katılımcı 7:** Kastamonu 4 mevsim turizmin yaşandığı nadir illerden birisi. Kastamonu nüfusunun büyük bir bölümünü de gençler oluşturuyor. Gençlere yapılacak olan her türlü yatırım tutar. Dolayısıyla genç turizmcilerde bu alanda kafa yoracaklardır. Ayrıca Kastamonu'nun yüzde 65'i ormanla kaplı. Yani üniversiteli gençler için Kastamonu kamp yönünden biçilmiş kaftan.

**Katılımcı 8:** Kastamonu'nun en güçlü yönü doğasıdır. Fakat organizasyon ve alt yapı, ulaşım eksikliği olduğu için turizm zayıftır. Kastamonu'da gençlik turizmi için için çok ideal noktalardan bir tanesi İstiklal yolu olabilir. Bu istiklal yürüyüşü yolu için gençlerin örgütlenmesi gerekmektedir. Bu fırsata dönüştürülebilir. Ancak bilinçsiz gençler tehdit unsuru oluşturabilir. Doğa tahribatı olabilir. Tabiatın sessizliği bozulabilir.

**Katılımcı 9:** Güçlü yönleri; Kastamonu'nun çevresel değerler açısından zengin olması. Türkiye'nin en zengin doğal dokusuna sahip olması burada turizmin gelişmesi açısından önemli bir faktördür. Zayıf yönleri ise, bu konuda gelişmiş organizasyonların olmaması.

**Katılımcı 10:** Doğa ve sportif faaliyetler yönünde güçlü taraflar vardır. Keşfedilmemiş alanlar ve kamp yerleri bulunmaktadır.

**Katılımcı 11:** 200 km'lik sahil şeridi ve ormanlarla kaplı oluşu güçlü yönleri arasındadır. Özellikle kamp turizmi açısından Kastamonu'nun Türkiye'de bir eşi daha yoktur. Bakir doğası öne çıkarılmalıdır.

**Katılımcı 12:** Güçlü yönleri; gençlerin turizm için aradığı deniz, kum, güneş gibi doğal zenginliklerine sahip olması. Güçlü yönlerinin yanı sıra, zayıf yönleri de mevcut. Doğasını temiz tutabilecek potansiyele sahip olmaması zayıf bir yönüdür. Bunun yanında düzgün bir alt yapısı yok. Kültürler arası iletişimle ilgili sorunlar ortaya çıkabilir.

## Sonuç ve Öneriler

Kastamonu gençlik turizminin potansiyeline yönelik yapılan araştırma sonucunda ulaşılan bulgulara göre gençlik turizminin Kastamonu'da yüksek bir potansiyeli bulunmaktadır. Katılımcılar yoğun olarak Kastamonu ilinde bu turizmin türünün eksikliğini mülakata yansıtmışlardır.

Bulgular, Kastamonu'nun dört mevsim yaşandığı nadir illerden birisi olduğunu ve % 65 gibi büyük bir bölümünün ormanla kaplı olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca Kastamonu'nun pahalı olmaması, Kadı Dağı Milli Parkı, Ilgaz Dağı Milli Parkı içerisinde yer alması diğer güçlü yönler olarak belirtilmiştir.

Gençlik turizminin gelişmesi için öncelikle Kastamonu'nun turizm potansiyelinin nesnel bir biçimde tanımlanmış, envanterinin çıkarılmış ve çok bilinçli biçimde dokümanite edilmiş olması elzemdir. Bu dokümantasyonun, hem web ortamında hem de broşür kitap vb. haritalar olarak yapılabileceği, gençlik ve kamp turizminin öne



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



çıkartılması için öncelikle bunun iyi tanıtılması gerektiği bulgulara gözlemlenmektedir. Tanıtım ile birlikte Kastamonu'da gençlik turizminin öne çıkacağı kanısı hakimdir.

Kastamonu'da turizm bilincinin yavaş yavaş gelişiyor olması, bireylerin turizmin getirdiği gelirlerin yaşamlarında önemli bir rol oynayacağı şeklindeki algıları sonucunda gerekli adımların atılarak alt yapı sorununun çözüleceği ve Kastamonu'nun turizm için uygun bir yer olacağı belirtilmiştir.

Araştırma sonuçlarından, turizm ile ilgili projelerin hayata geçmesi ile saptanan eksikliklerin giderileceğini ve Kastamonu'nun gençlik turizmi açısından hedeflenen noktaya ulaşabileceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır.

### **Kaynakça**

Acır, E., (2010). Türkiye'de Gençlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Çözüm Önerileri. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Yayınları Uzmanlık Tezi.

Oral, S., (1992). Türkiye'de Gençlik Turizmi ve Geliştirilmesi (Sorunlar -Öneriler). Gençlik Turizmi Konferans-Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, s.35-42.

Şimşek, A., (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Toskay, T., (1989). Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım. İstanbul: Der Yayınları.

Tunç, A. ve Saç F. (1998). Genel Turizm Gelişimi-Geleceği. Ankara.

Türsab, (2015). Türsab Gençlik Turizmi Raporu 2015.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Türkiye Mobilya Sektöründe Girişimcilik ve Proje Destekleri*

Mehmet Çolak<sup>\*</sup>, Tahsin Çetin<sup>1</sup>, Ramazan Kumsal<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Teknoloji Fakültesi, Ağaçişleri Endüstri Mühendisliği, 48000, Muğla, cmehmet@mu.edu.tr

### **Özet**

21. yüzyılda girişimcilik unsuru toplumsal refahın ve bölgeler arası dengeli kalkınmanın sağlanmasında önemli bir yere sahip olmuştur. Belirsizlik içeren çevre koşullarında karar alma, yenilik yapma, yaratıcılık ve risk almaya eğilimli olma gibi özellikler taşıyan girişimciler çağdaş uygarlığın gelişmesinde önemli bir misyon yüklenmişlerdir. Bireylerin risk alma eğilimi, kendilerini kurmaktaki istekleri, fırsat ve amaç odaklı olmaları, cesaret ve azimleri girişimciliğe eğilimlerinde etkili olacaktır. Özellikle üniversitelerde okuyan gençlerin girişimcilik eğilimleri belirlenerek potansiyel girişimci özelliği gösterenlerin doğru yönlendirmelerinde iş hayatına kazandırılmaları gerekmektedir. Bu çalışmadaki temel amaç, girişimcilere bir çalışma sistematığı geliştirmek ve destekler hakkında bilgi vererek iş kurma noktasına gerekli kapsamda yapılmış bir hazırlık sürecinden sonra hedeflerine ulaşmalarını sağlamaktır. Ayrıca girişimciler bu süreci, iş kurmak için gerekli tüm araştırma sonuçlarını, hedeflerini ve planlarını gösteren iş planlarını hazırlayarak tamamlayacaklardır. İş kurma sürecinde motivasyona sahip olmaları ve başarılı bir iş fikri belirlemeleri noktasında, çalışma programlarının hazırlanması, iş planının oluşturulması, iş yerinin kurulması ve kurulan işletmenin geliştirmesi aşamalarında gerekli işlemleri açıklanmıştır. 17.10.2010 tarihinde Milidyart Mutfak ismi ile kurulan işletme için KOSGEB girişimci destek programından faydalanılmıştır. İlk etapta kuruluş desteği olarak 27.000 TL kullanılmış ve işyerinin büyümesine ve geliştirilmesine katkı sağlanmıştır. Sonuç olarak; bu veriler doğrultusunda üniversitede mezun olacak öğrencilere girişimcilik faaliyetleri hakkında sonuç odaklı öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci(lik), Fırsat Odaklılık, KOSGEB, Mobilya Endüstrisi.

### *Turkish Furniture Sector Entrepreneurship And Project Support*

#### **Abstract**

In the 21st century an element of social welfare in entrepreneurship and ensuring balanced development between regions, have an important place has been. Environmental conditions that contains ambiguity, decision making, improvements, creativity and risk-taking tendencies and features such as a significant factor in the development of contemporary civilization of entrepreneurs carrying a mission are installed. Individuals tend to take risks, to set up their own business, the requests, opportunity and goal-oriented, and be able to the courage and determination of trends in entrepreneurship will be effective. Especially young people studying at universities entrepreneurship trends by determining the correct routing of the potential entrepreneurs in business life property represents which required. The basic purpose of this study, develop a systematic study and supports entrepreneurs by providing information about business start-up to the point made in the scope required after a preparatory process is to reach their goals. Moreover, entrepreneurs in this process the results of all the research required to establish a business, goals and plans showing the activity by preparing business plans. In the process of setting up a job, and a successful business idea that they have the motivation to identify at the point, preparation of work schedules, job creation plan, the establishment and development of the business of the business established stages will explain the necessary procedures. 17.10.2010 at Milidyart with the name of KOSGEB for the established business entrepreneurs support the kitchen program utilized. The first stage was used as the support organization is 27,000 TL and contribute to the development and growth of the workplace is provided. As a result; This data will be graduate students at the University in line with entrepreneurial activities as results-oriented recommendations will be presented.

**Keywords:** Entrepreneur, Entrepreneurship, Opportunity Orientation, Creativity, Furniture Industry.



## Giriş

Gerek dünyada gerekse Türkiye’de ülkenin ekonomik ve sosyal yapısının harcını oluşturan Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) önemli bir ağırlığa sahiptir. Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin çok büyük bir kısmı KOBİ tanımı içerisinde yer almakta ve yine istihdamın ve yatırımların önemli bir kısmı bu işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. KOBİ’lerin söz konusu destek ve teşvikleri kullandıklarında kurumsallaşma yolunda da önemli adımlar atmış olmaktadır. Çünkü destek ve teşvikler KOBİ’lere verilirken kendilerinden bir takım prosedürleri yerine getirmeleri istenmektedir. Söz konusu istekler uygulanırken KOBİ’ler faaliyetlerindeki nitelikleri yükseltmektedirler.

KOBİ’lerin çeşitli teşvik ve desteklerle desteklenmesindeki amaç; büyük şirketlerle rekabet ve gelişmelerinin sağlanması yanında, KOBİ’lerin avantajlarından yararlanmak ve olumsuz yönlerini azaltmaktır. KOBİ’lerin teşvik ve desteklerden yararlanma düzeyleri, teşvik ve destek şekilleri Türkiye’de ve diğer ülkelerde farklılıklar göstermektedir.

2010-2014 döneminde uygulanan “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri” kapsamında toplam 279.569 girişimci düzenlenen eğitimlere katılım sağlamıştır. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerine katılım sağlayarak sertifika almaya hak kazanan girişimcilerden 16.904’ü kendi işyerini açarak 2010-2014 yılları arasındaki dönemde Girişimcilik Destek Programı kapsamındaki Yeni Girişimci Desteği’nden yararlanmıştır. 2010-2014 döneminde “Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması” olan NACE Rev.2’ye göre C-İmalat altında yer alan “31-mobilya imalatı” sektöründe faaliyet gösteren 432 işletme Yeni Girişimci Desteği’nden yararlanmıştır.

## Literatür Taraması

Girişimcilik kavramı köken itibariyle Fransız Cantillon’un kullandığı ve girişimci anlamına gelen “entreprendre” terimine dayanmaktadır. 1755’de Fransız Cantillon bu terimi, ekonomik parametreler içerisinde, kazanç elde etmeyi ve belirsizliği göğüslemeye arzulu, önsezi ve yaratma yeteneği olan bir bireyi tanımlamak için kullanmıştır (Culhane, 2003).

Günümüzde girişimcilik bir ülke ekonomisi için önemli olup, girişimciler, iş hayatının lokomotifleri olarak kabul edilmektedir. Bir ülke ekonomik sistemi içerisinde girişimciler, buluş yaparlar, yeni işler kurarlar ve ekonomik büyümeye yardımcı olurlar. Girişimciler basit birer büfeci, gazete satıcısı, manav, tamirci olabileceği gibi perakendeci, büyük marketler, fabrikalar, tesisler, holdingler vb. de olabilirler. Girişimciler bir ülkede büyüyen üretken bir ekonominin gereği olarak risk üstlenebilen işletmeciliğin itici güçleri olarak kabul edilmektedir. Günümüzde her yıl bir çok kişi girişimci olarak yeni işler kurarak, iktisadi gelişmenin ve kalkınmanın dinamiği olmaktadır. Girişimci dendiği zaman; arayan, yenilik yapan, fikir üreten, farklı düşünen ve cesaretle yeni işler yapmak isteyen bireyler akla gelir (Koçel, 1988).

Araştırmacılar, girişimcilik tanımlarında bir birliktelik sergilememektedirler. Yapılan tanımlar geniş bir ölçekte, “yeni organizasyonların yaratılması” (TÜSİAD, 2002), “yeni kaynak kombinasyonların (bileşenlerinin) ortaya konması” (Schumpeter, 1934), “fırsatların araştırılması ve keşfedilmesi”, “belirsizlik ve risk koşullarının kabulü ve



üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi” gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Ağca ve Yörük, 2006).

Girişimcilik aynı zamanda; bir işe girişme, bunun için gerekli kaynakları düzenleme, işten doğacak riskleri ve başarısızlıkları üstlenme sürecidir. Girişimcilik kavramıyla ilgili olarak yapılan tanımlardaki ortak noktalar aşağıdaki gibidir (Kesim, 2010):

- *İnisiyatif sahibi olmak,*
- *Farklı değerde mal ya da hizmet yaratmak,*
- *Risk ve başarısızlığı kabul etmek,*

Girişimcilikle ilgili tanımların her biri, girişimcileri farklı yönlerden değerlendirmektedir. Bu değerlendirmeler benzer noktaları içerir. Bu noktalar (Kesim, 2010):

- *Yenilik,*
- *Organizasyon,*
- *Yaratıcılık,*
- *Refah,*
- *Risk alma.*

Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği birbirinden farklı kavramlardır. Girişimcilik, yeni bir iş yaratma ya da var olan işletmenin faaliyet alanı ve yönünü büyük ölçüde değiştirerek risk almayı içerir.

### **Girişimci Olma Nedenleri**

Girişimcilik, pazardaki fırsatların iş fikrine dönüştürülerek yeni iş ve işletmelerin oluşturulduğu dinamik bir süreçtir. Bu sürecin en önemli unsuru olan girişimcinin, çeşitli nedenlerle girişimcilik yaptığı görülmektedir. Girişimci olma nedenleri nelerdir?

İnsanları girişimci olmaya yönelten bir çok neden bulunmaktadır (Gürol, 2000): Bu nedenler üç ana grupta toplanabilir;

- Kâr elde etme isteği,
- Bağımsız çalışma isteği,
- Kişisel tatmin sağlama isteğidir.

Bu üç grup neden biraz daha ayrıntılı incelendiğinde bazı insanları girişimciliğe yönelten diğer nedenler de vardır. Bu nedenler (Gürol, 2000):

- Kendi işinin patronu olmak, başkalarından emir almamak ve yeteneklerini kullanabilmek.
- Bir ticari fikri ya da düşünceyi kendi işini kurarak gerçekleştirmek.
- İsteddiği bir işte çalışabilmek. Bazen insanlar istemedikleri ya da ikinci, üçüncü sırada istedikleri işlerde çalışmak zorunda kalabilirler.
- Tanınma ve prestij kazanma isteği.
- Para kazanma ve refah içinde yaşama isteği. Bir kişi başkaları adına çalışırken kazandığı paradan daha fazlasını kendi işinde kazanabilir.



- Başka insanların göremedikleri ya da uğraşmadıkları işleri keşfedip bu fırsattan yararlanabilmek için bir girişim; işyeri, dükkan, mağaza, ofis, acente, büro vs. kurmak.

Çalışma hayatında yer alan bir kişi ya kendi işini kurarak iş hayatında yer alır, ya da bir başka şirket, işyeri veya kuruluşta çalışarak iş hayatında yer alır. Girişimci, kendi işini kurma veya başkasının yanında çalışma seçeneğini karşılaştırarak avantaj ve dezavantajları konusunda bir değerlendirme yaparak en iyi kararı verme durumundadır (Dilsiz ve Kölük, 2004).

Girişimci kişiler bazı durumlarda başkasının yanında çalışırken işten ayrılıp, kendi işini kurabilirler. Kişinin başkalarının yanında ücretli olarak çalışmasının bazı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.

*Ücretle çalışmanın avantajları (Tekin, 2009):*

- İş hayatında belirli ve düzenli çalışma saatleri vardır. Akşamları, hafta sonları boş vakitler kalabilir. Personelin hayatı belirli bir düzen içerisindedir.
- Ücretli izinler, sağlık hizmetleri gibi imkanlardan faydalanmak mümkündür.
- Personelin belirli bir ücret veya maaş garantisi vardır.
- Katlanılan bir risk yoktur veya risk son derece azdır.
- Yıllar içinde kıdem durumuna göre kademe ve ücret artışları sağlanabilir.
- Özel ikramiye ve kazanç paylaşımı imkanları olabilir.
- Çalışmalar takdir edilirse terfi imkanı vardır.
- Yapılan işin personelin karakterine uyması veya motivasyonun yüksek olması durumunda işten kişisel tatmin sağlanabilir.

*Ücretle çalışmanın dezavantajları (Tekin, 2009):*

- İktisadi bir problem olduğunda işten atılma riski vardır.
- Ülkenin başka bir bölümünde görevlendirilme ve tayin durumu söz konusu olabilir.
- Başkalarının emrinde çalışıldığı için onlara bağımlı olma zorunluluğu vardır.
- Personelin yerine patronun veya yöneticilerin bir akrabası getirilip personelin mevkisi ve prestiji kayba uğrayabilir.
- Maaş ve ücretin toplamı ne olursa olsun sınırlıdır. İstenilen birikim sağlanmayabilir. Ekonomik açıdan mal varlığı edinme sınırlıdır.
- Ücretle çalışma durumunda tam olarak iş güvencesi yoktur.

### **Girişimciliğin Önemi**

Girişimciliğin önemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda da toplumsal refaha dönüştürmelerinde yatmaktadır. Çünkü yatırım neticesinde istihdam ve gelir düzeyi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak toplumun refah düzeyi artmaktadır. Yatırımlar ekonomik dengeye ulaşmada önemli etkenlerdir. Milli ekonomi açısından bakıldığında girişimcilerin yürüttüğü yatırım projeleri, aşağıdaki nedenlerden dolayı önem kazanır. Bu nedenler (Han, 2001):

1. Milli gelirden artış sağlanması,



2. Gizli ve açık işsizliğin giderilmesi,
3. Gelir dağılımında adaletsizliğin önlenmesi,
4. Kalkınma ve sanayileşmenin yaygın hale getirilmesi,
5. Dış ödemeler dengesinde açığın kapatılması,
6. Yerli hammaddelerin üretimde değerlendirilmesi.

### **Kendi İşini kurma**

Girişimcinin kendi işini kurması, iş fikrinin oluşmasından sonra yapılabilirlik araştırmasıyla başlayan uzun ve titiz bir çalışma sürecini gerektirir.

Bu aşamada girişimcinin elinde çeşitli kuruluş ve işletme seçenekleri arasından (örneğin işyeri, makine türü ve kapasiteleri, işçi sayısı, hedef kitle, girdiler v.b) girişimcinin özelliklerine ve işletme amaçlarına en uygun olanların seçildiği bir kararlar seti bulunmaktadır (Arıkan, 2002).

Bu aşamada girişimci, iş yerini kiralar, işletmenin yasal kuruluş işlemlerini yapar elemanları, makine-ekipmanı ve malzemeleri temin eder, kredi alınacak ise gerekli teminatları sağlayarak başvuru yapar, işyeri donanımını kurar ve işlemin faaliyetini başlatır.

*Girişimciliğin avantajları (Döm, 2006):*

- *Bağımsızlık:* Genellikle bağımsızlık kendi işini kurmaya en büyük gerekçe olarak gösterilmektedir. Kendi işine sahip olma, kendi işinin patronu olma girişimciliğe teşvik edici en önemli unsurdur.
- *Başarma Duygusu:* Kendine ait işi olan, kendi işini kuran girişimci aldıkları kararların ya da faaliyetlerin sonucundan tamamen sorumludur. Başarı elde etme ve kazanma güdüsünün verdiği keyif bireyleri kendi işini kurmaya teşvik etmektedir.
- *Saygınlık Elde Etme:* Başarılı bir işletme sahibi diğer bireylerin saygı ve hayranlığını kazanacaktır. Kamuoyunun saygınlığını kazanmak girişimci açısından tatmin edici bir duygudur.
- *Kâr Elde Etme:* İşletme kâr elde ettikçe girişimci de zenginliğini arttıracaktır. Ancak girişimciler için kâr elde etme ve para kazanma öncelikli amaç değildir.
- *Kişisel Gelişime Olan Katkısı:* Girişimci işletmenin çeşitli faaliyetlerinde görev üstlendikçe, kendi becerilerini kullanma ve kendi potansiyelini geliştirme olanağı sağlayacaktır.
- *Diğer:* Diğer insanlara iş yaratma, onların gelişimine katkıda bulunma gibi olumlu tecrübeler de girişimciyi memnun etmektedir.

*Girişimciliğin Dezavantajları*

Bir işe başlamanın bazı avantajları vardır. Ancak her kazanım bazı maliyetleri de beraberinde getirmektedir. Girişimciliğin dezavantajları ise şunlardır (Döm, 2006):

- Girişimciler kendi işinin patronu gibi gözükmekle birlikte gerçek anlamda tam serbestlik sahibi değildirler. Yatırımcılar, müşteriler ve kamu otoritelerinin beklentilerinin baskısı altındadır. Yatırımcıların işletmeye yönelik, müşterilerin ürüne ve işletmeye yönelik sürekli taleplerini karşılama baskısı altında





çalışmaktadır. Bunun yanında işle ilgili yasal işlemleri zamanında yerine getirme, zamanında vergi yükümlülüklerini ödeme gibi sorumlulukları vardır.

- Girişimciler çoğu zaman beklentilerini, yapmak istedikleri ve haliyle hayalini kurdukları büyük projelere imza atmaktan vazgeçmek durumunda kalırlar. Çünkü iş yapma kapasiteleri mevcut kaynakları ile sınırlanmaktadır.
- Girişimcinin mesai saati yoktur. Özellikle başlangıç aşamasında gününün neredeyse tamamı iş ile geçer. Uzun çalışma saatleri girişimcinin sadece tüm enerjisini yok etmekle kalmaz, özel yaşamına ait zamanlardan da çalar. İşiyi yatıp kalkmaya başladığından, eşi de ailesi de gerçekleştirmeyi hayal ettiği projeleri olur.
- Girişimci başarıyı elde etmeden önce başarısızlıklar yaşar. Birçok girişimci başarmadan önce birkaç defa büyük başarısızlıklara imza atmaktadır. Uzun çabalar sonucunda başarısız olma psikolojik ve finansal anlamda girişimciyi yok edici bir süreç olmaktadır.
- Zorlu çalışma temposu bazı fiziksel problemleri de beraberinde getirmektedir. Birçok girişimcide hazımsızlık, sırt ve bel ağrıları, ülser, uykusuzluk ile şiddetli baş ağrıları gibi strese bağlı rahatsızlıklar görülmektedir.
- Bozulan aile ilişkileri, genellikle de ailenin onaylamadığı yeni bir işe başlamanın stresi ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Yeni ve riskli bir işe girme ya da başarısızlığın stresi aile yapısını da olumsuz etkilemekte, boşanmalar artmaktadır.

### **Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları Çerçevesinde Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi**

Uygulamalı girişimcilik eğitiminin amacı, modelleri ve hedef kitlesine MADDE 6- (1) Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak ve girişimcileri iş planı kavramı ile tanıştırmak başarılı işletmelerin kurulmasını sağlamak amacı ile verilir. Eğitim sonunda girişimci adaylarının kendi iş fikirlerine yönelik iş planlarını hazırlayabilecek bilgi ve deneyimi kazanmaları hedeflenir.

1. Bu kapsamda düzenlenecek eğitimler;
  - a. KOSGEB Birimleri tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
  - b. Ulusal veya uluslararası projeler kapsamında KOSGEB tarafından yürütülen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
  - c. Kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
  - d. Yükseköğretim kurumları tarafından örgün eğitim kapsamında verilen girişimcilik dersleridir.
2. Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin hedef kitlesi kendi işini kurmak isteyen gerçek kişiler olup, eğitimler genel katılıma açık olarak düzenlenebileceği gibi, genç girişimci, kadın girişimci ve yükseköğretim kurumlarının öğrencileri gibi belirli bir hedef gruba yönelik olarak da yapılabilir.

### **Eğitimlerin kapsamı ve süresi**

MADDE 7- (1) Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi aşağıda belirtilen dört ana modülden oluşan toplam 70 (yetmiş) saatlik sınıf içi ders ve atölye çalışmalarını kapsar.

Modül 1: Girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri- 8 (sekiz) saat,

Modül 2: İş planı kavramı ve öğeleri (pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim planı, finansal plan) - 18 (on sekiz) saat,

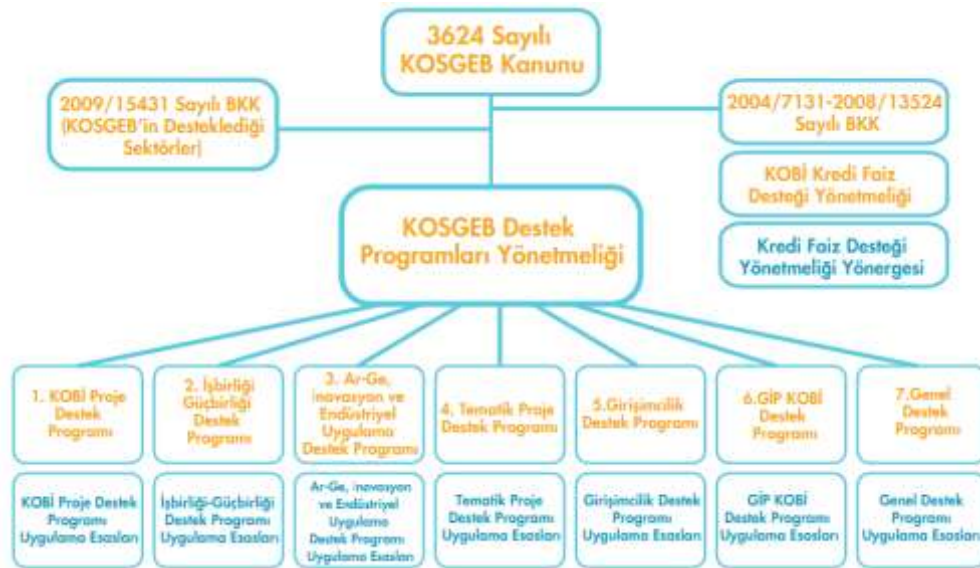
Modül 3: İş planı öğelerinin pekiştirilmesine yönelik atölye çalışmaları (pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim planı, finansal plan) - 24 (yirmi dört) saat,  
ç) Modül 4: İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar - 20 (yirmi) saat.

1. Yukarıda belirtilen ana modüllerin aynı eğitmen tarafından verilmesi şarttır
2. Sektörel ve yerel düzeyde belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda eğitim programına destek modüller (örneğin e-ticaret, dış ticaret vb. sınıf içi eğitim veya atölye çalışması şeklinde) eklenebilir.
3. Bir Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminde, her bir sınıf için en fazla 30 (otuz) katılımcı kabul edilebilir.
4. Bir günde bir sınıfta en fazla 8 (sekiz) saat eğitim verilebilir.
5. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinde katılımcılardan ücret alınmaz.
6. Eğitim ana modüllerine %80 (seksen) oranında devam eden katılımcılar katılım belgesi almaya hak kazanır.

### KOSGEB'le İlgili Genel Bilgiler

5 Mayıs 2009 tarihli ve 27219 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 5891 sayılı Kanun ile KOSGEB hedef kitlesinin imalat sanayi dışındaki KOBİ'leri de kapsayacak şekilde genişlemiş olması, 2008-2012 dönemini kapsayan KOSGEB Stratejik Planı'nın yenilenmesini zorunlu kılmıştır. 2010 yılı içinde yürütülen çalışmalarla KOSGEB Stratejik Planı, 2011-2015 dönemini kapsayacak şekilde yeniden hazırlanmıştır. Yeni planda KOSGEB'in vizyonu, misyonu, temel değerleri ve stratejik amaçları belirlenmiştir (KOSGEB Stratejik Planı 2011-15, 2011).

**Tablo 1.** KOSGEB Destek Programları



### Türkiye'de Kobilere Sağlanan Kamusal Destekler

Türkiye'deki işletmelerin %99 gibi büyük bir çoğunluğu KOBİ niteliğindedir. KOBİ'lerin ekonomiye olan katkılarının yanında ekonomi içinde işletme sayısı olarak bu kadar fazla oranda bulunan bu işletmelerin desteklenmesi kaçınılmaz görünmektedir. Devlet yardımları da birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de ekonomi politikasının ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Devlet yardımı kavramı genel anlamda koruma,



vergi muafiyeti, düşük faizli kredi veya hibe, fon ödemesi gibi kavramları bünyesinde barındırmaktadır. Aşağıda Türkiye’de KOBİ’lere destek veren tarafımızca seçilmiş belli başlı kuruluşlar ve destekleri incelenmektedir (Anonim 1, 2014).

Söz konusu destekler olarak;

- \* *Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından verilen destekler,*
- \* *Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) teknoloji ve yenilik destek programları başkanlığı (TEYDEP) destekleri,*
- \* *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler Derneği (KOBİDER),*
- \* *Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA),*
- \* *Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV),*
- \* *Ekonomi bakanlığı destekleri,*
- \* *Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV),*
- \* *Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı destekleri,*
- \* *Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB),*
- \* *Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK),*
- \* *KOSGEB tarafından verilen destekler,*
  - *KOBİ proje destek programı,*
  - *Tematik proje destek programı,*
  - *İşbirliği güçbirliği destek programı,*
  - *Ar-Ge, inovasyon ve endüstriyel uygulama destek programı,*
  - *Genel destek programı.*

## **Materyal, Metot ve Bulgular**

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı; Ağaç işleri ve Mobilya alanlarının çeşitli bölümlerinden mezun olup atanma sıkıntısı çeken öğrencilerin üniversiteyi bitirdiğinde gerekli sermaye bulamamaları ve kendi iş yerlerini kurmakta cesaret edemedikleri gözlemlenmiştir. Bir başka deyişle girişimci olarak kendi işlerini kurmasında ve iş yerlerini geliştirmede hangi desteklere baş vuracakları ve süreçler hakkında nasıl bir yol izleyecekleri gerektiğinin kaygısını taşımaktalar. Bu problem araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

### **Araştırmanın Varsayımı**

Girişim ve girişimcilik, son dönemde büyük bir hızla küreselleşmeye sahne olan dünyamızda ekonomik gelişmenin en başında gelen faktördür. Girişimcilik gelişen ekonomik yapıdaki çarkların temelini oluşturan ve bütün sistemi besleyen yapının temel dinamiğidir. Öyle ki bu temel faktörün olmadığı bir sistem bu denli bir büyüme göstermeyecektir. Yeni girişimler ve girişimciler, devlet ve diğer özel işletmeler tarafından desteklendikçe, hem serbest rekabet piyasası hem de ülke ekonomisi olumlu yönde etkilenmeye devam edeceğinden, girişimcilik doğru yönlendirilmeli ve teşvik edilmelidir.



Ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünün temel faktörü olan girişimciliğin desteklenmesi, yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulmasını sağlamak adına ortaya çıkan yeni girişim örnekleri, kendilerinden sonra gelenleri teşvik ederek ve onlara bir örnek teşkil ederek bu çevrimin sürekliliğini sağlamak amacı ile, yeni girişimler yeni işletmelere, yeni işletmeler istihdama, yeni istihdamlar da piyasalardaki mal ve hizmet tüketiminin artışına yol açacağından, girişimciliğin ülke ekonomisine katkısının önemli olduğu söylenebilir.

Ülkemizde girişimcilik çalışmaları sonucunda öncü profesyonel firmalar olacağını yalnız ülkemizde değil Avrupa’da da sektörün öncüsü ve piyasayı yönlendiren kurumsal firmalar olacağını düşünülmektedir. Bunun için girişimcilik çalışmaları ile ilgili gerekli yatırımların yapılması gerekmektedir. Bundan hareketle girişimcilikte bulunan kişilerin kuracakları işletmelerde stratejilerini belirleyip ve yönetim organizasyon politikalarını planlayarak üretim faktörlerini temin ederek üretimde faaliyete geçeceklerdir. İşletmenin karşısına çıkacak gelişme ve değişimlerin fırsat mı yoksa tehdit mi oluşturacağını tahmin etme ve bu fırsatların değerlendirilmesi hususunda, tehditlerden zarar görülmemesi için gerekli tedbirleri alma, teknolojiye bağlı değişim ve gelişmeleri üretim sürecine uygulayabilme faaliyetlerinin daha ucuz ve kaliteli yapılabilmesi için sürekli çaba içinde bulunma ve çeşitli risklere karşı önlem almada daha iyi deneyim sergileme imkânı bulacaklardır. Bu çalışma sonucunda belirtilen hipotezler doğrultusunda bu konunun literatürüne katkı sağlayacağı planlanmaktadır.

**Tablo 2.** Genel destek programı destek üst limitleri ve oranları tablosu

GENEL DESTEK PROGRAMI	DESTEK ÜST LİMİTİ (TL)	DESTEK ORANI (%)	
		1. ve 2. Bölgeler	3. ve 4. Bölgeler
Yurt İçi Fuar Desteği	30.000	% 50	% 60
Yurt Dışı İş Gezisi Desteği	10.000		
Tanıtım Desteği	15.000		
Eşleştirme Desteği	15.000		
Nitelikli Eleman İstihdam Desteği	20.000		
Danışmanlık Desteği	15.000		
Eğitim Desteği	10.000		
Enerji Verimliliği Desteği	30.000		
Tasarım Desteği	15.000		
Sınai Mülkiyet Hakları Desteği	20.000		
Belgelendirme Desteği	10.000		
Test, Analiz ve Kalibrasyon Desteği	20.000		
Bağımsız Denetim Desteği	10.000		

(KOSGEP, 2013).

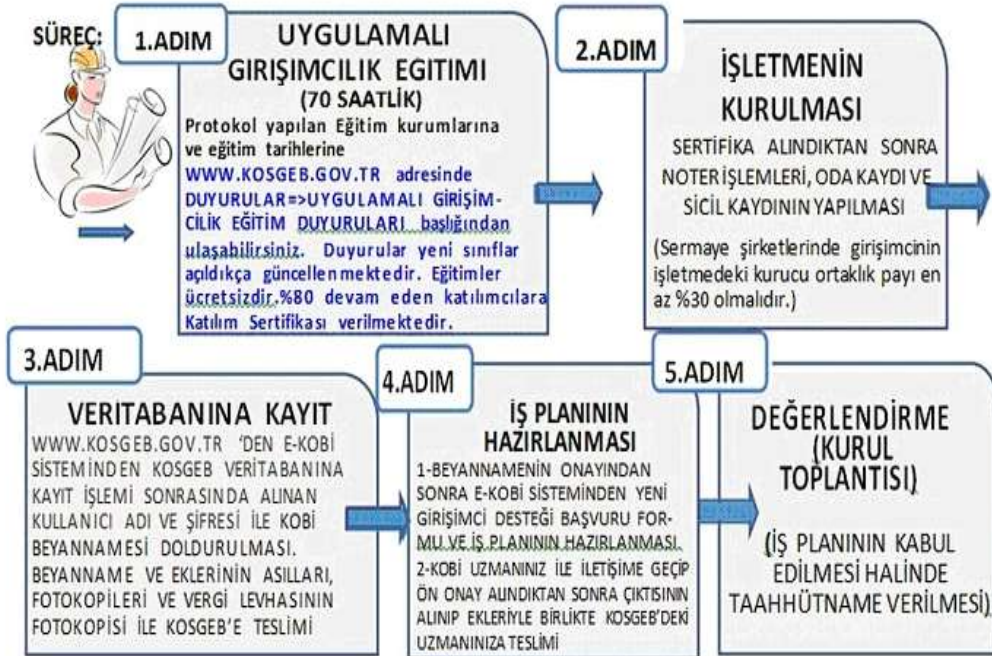
## Yatırım Teşvik Uygulamalarında Bölgeler Haritası;

**Tablo 3.** Yatırım Teşvik Uygulamalarında Bölgeler Haritası



Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın bünyesindeki KOSGEB, Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ) vasfı taşıyan işletmelere çeşitli destekler sağlamaktadır. KOSGEB veritabanına kaydolmuş işletmeler KOBİ vasfını taşıdıklarına dair beyannameleri doldurmalarının ardından desteklere başvurabilmektedir. Bu desteği alabilmeleri için aşağıdaki Tablo 4'de gösterilen uygulama sürecini takip etmeleri gerekmektedir.

**Tablo 4.** KOSGEB destek kredisi için uygulanan adımlar



Kuruluş dönemi Makina, Teçhizat, Yazılım ve Ofis Donanımı Desteğine ait harcamalar işletme resmi olarak kurduğu tarihten itibaren yapılabilir fakat Girişimcilik Değerlendirme Kurul toplantısında hepsi desteklenemeyebilir.

### Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma Türkiye’de 2011-2014 yılları arasında aktif girişimcilik faaliyetlerinde bulunarak teşvik kapsamında girişimcilik desteği alan mobilya firmasıyla sınırlıdır. Yapılan araştırmada 17.07.2010 yılında faaliyete başlayan Milidyart Mutfak firmasının KOSGEB'e başvurusunun ve gerekli aşamaları aşağıda incelenmiştir.

### İşletmenin Kuruluşu;



### Programın Aşamaları;

- Düzenlenen girişimci eğitimi programlarına katılarak girişimci eğitimini başarılı bir şekilde tamamladıklarına dair sertifika alındı,
- İş Planı Hazırlandı,
- Proforma Faturaların Hazırlandı,
- Resmi müracaatlar yapıldı,
- KOSGEB ile sözleşme imzalandı,
- Desteklenen harcamalara ait fatura ve ödeme belgelerinin KOSGEB'e teslim edildi,
- KOSGEB hizmet merkezi tarafından girişimcinin iş yerinin ziyaret edilmesi ve tespit tutanağının dolduruldu ( Bu aşamadan sonra KOSGEB destek konusu ödemeleri yapmaya başlar),
- Kurulun destekleme kararı aldığı işletme giderlerinin aylık olarak KOSGEB'e sunulmuştur.

Burada unutulmaması gereken en önemli hususlardan biri ise sıfır faizli desteğin sadece makine ve teçhizat alımları için fatura karşılığı ve KOSGEB'e banka teminat mektubu verilebilmesi halinde kullanılabileceğidir.

### Sonuç ve Öneriler

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı arasındaki Milletlerarası Antlaşma çerçevesinde 1973 yılında Gaziantep’te pilot proje niteliğinde, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde kurulan Küçük Sanayi Geliştirme Merkezi Genel Müdürlüğü (KÜSGEM), küçük ölçekli sanayi işletmelerine ortak kolaylık atölyeleri ile hizmet vermeye başlamıştır. Bu çalışmalar daha sonraki yıllarda genel değerlendirmeye tabi tutularak 17 Haziran 1983 tarih ve 83/6744 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylanan “Küçük Sanayi Yayım Hizmetlerinin Geliştirilmesine dair Milletlerarası Antlaşmaya göre Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı Genel Müdürlüğü (KÜSGEM) faaliyete başlamıştır.

1990 yılında 3624 sayılı Kanun ile kurulmuş olan KOSGEB, bu tarihten günümüze kadar, sadece imalat sanayi KOBİ’lerine hizmet ve destekler vermiştir. Ancak,



ülkemizde imalat sanayi sektörü dışındaki sektörlerin ekonomik katma değer üretme ve istihdam yaratma potansiyelinin artması ve imalat sanayi dışındaki sektörlerdeki KOBİ'lerden gelen talepler, KOSGEB'in hedef kitlesini tüm KOBİ'leri kapsayacak şekilde genişletmesi gerekliliğini gündeme getirmiştir. Bu doğrultuda "3624 sayılı KOSGEB Kuruluş Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair 5891 sayılı Kanun'un 5 Mayıs 2009 tarih ve 27219 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesiyle, hizmet ve ticaret sektörlerindeki KOBİ'ler de KOSGEB hedef kitlesine dâhil edilmiş ve KOSGEB ülkemizin KOBİ'lerden sorumlu ulusal kuruluşu niteliğine kavuşmuştur.

Ağaç işleri ve Mobilya sektöründe ülke ekonomisine ve girişimciliğe uygun ortam yaratma amacıyla çeşitli basamaklarla gerçekleştirilen faaliyetler sonucunda sektörde, piyasa alt yapılarının yaratılması, girişimciliği destekleyici finansal kurumların Ağaç işleri ve Mobilya sektöründe girişimciliğine katkısı, girişimcilerin karşılaştığı sorunlar üzerine inceleme yapmaya çalışılmıştır. İş yeri açma sürecine geçişte insanlarda girişimciliğin önemini anlatarak girişimcilere bir yol haritası belirlemeye çalışılacaktır. Devlet girişimciliğe uygun ortam sağlamada ve insanlar girişimlerini gerçekleştirmede aniden karşılaştığı çeşitli sıkıntılara karşı yanlış veya doğru uygulamalarla ve bazı zamanlarda deneme-yanılma yoluyla uyum sağlamaya çalıştığı fark edilmiştir. Ağaç işleri ve Mobilya sektöründe girişimcilik kar elde etmek ve iş yerinin geliştirmelerinde finansal kısıtlamalar ve yetersizlikler sonucu girişimciliğin sınırlı kaldığı sonucuna varılmıştır.

Girişim ve Girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kişilerin yapılan bu araştırmada İş yeri, eleman, makine- donanım (ekipman), finansman vb. kaynakları bir araya getirerek iş kurma ve kurduğu işletmeyi geliştirme bilgi ve becerileri hakkında sonuç ve önerileri dikkate alarak yapacakları faaliyetlerin daha sağlıklı sonuçlar elde etmelerine yararlı olacağı düşünülmektedir.

Ülkemizde teşvik kapsamında Girişimciler gerekli destekleri vermesi sonucunda kurulacak işletmelerde üniversite mezunlarının profesyonel çalışmaları Ar-Ge'ye gerekli yatırımları yaptığı durumda hem kendi ülkesinde hem de Avrupa da sektörde öncü ve ilk akla gelen firmalar arasında olmasının hiçbir engeli olmayacaktır. Bu düşünceye girişimciler bu araştırma sonuçlarının çok iyi bir kaynak olacağı ve girişimlerinde eksiklerinin neler olduğunu ortaya çıkarma konusunda yararlı bir bilgi kaynağı olacağı düşünülmektedir. Araştırma sonucunda girişimcilerin gerekli bilgileri kullandıkları takdirde işletmelerini geliştirebilecekleri önemli bilgilerin girişimcilere sunulacağı düşünülmektedir.

Mezun olduktan sonra iş kaygısı üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun yaşadığı bu durumu kendi iş yerlerini kurmaları bakımından devlet desteklerinin çeşitli kurumlar aracılığıyla bir takım bürokratik prosedürleri de olsa bu çalışmadan sonra kendi işlerinin patronu olabilecekler ve kendilerine sağlanan bu destekler doğrultusunda hedeflerini, iş fikirlerini ortaya koyarak eksik bilgilerini bu kaynaktan tamamlamaları için girişimcilere gerekli bilgiler sunulacağı düşünülmektedir.

Bu sonuç doğrultusunda;

- KOBİ'lere sağlanan desteklerin etkisinin araştırılmasına yönelik bundan sonra yapılacak olan çalışmalar için olası araştırma alanlarının belirtilmesinde de yarar görülmektedir.

- Öncelikle KOSGEB tarafından sağlanan diğer destek türlerinin de etkilerinin araştırılması ve bu etkilerin belirli bir bölgeye yönelik olmaktan çok ülke çapındaki etkilerinin araştırılması önem arz etmektedir.
- Hangi destek türünün performans üzerinde daha etkili olabildiğinin ortaya konması farklı tipteki desteklerin etkilerinin uzun dönemli olarak araştırılıp değerlendirilmesi gerekmektedir.
- Yurtdışında yapılan çalışmalarda da olduğu üzere desteklerin etkilerinin uzun dönemli olarak incelenmesi de önem arz etmektedir. Bu yolla performans üzerinde etkili olan ve olmayan desteklerin tespit edilmesi ve destek mekanizmasının yeniden şekillenmesi bağlamında bir kazanım söz konusu olacaktır.
- Genel olarak, bundan sonra yapılacak çalışmaların daha uzun bir zaman dilimini ve daha kapsamlı bir örnekleme içermesi yoluyla analiz edilmesi, sonuçların geliştirilebilmesi açısından daha faydalı olacağı önerilmektedir.
- Genç girişimcinin hayali gerçek oldu. Üniversiteyi bitirdikten sonra kendi işini kurmayı hayal eden genç girişimci, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'ndan (KOSGEB) aldığı destekle 7 ay önce mobilya atölyesini kurdu haberi.



**Kaynak:** Anonim 2, 2014: ntvmsnbc <http://mugim.maltepe.edu.tr/girisimci-hikayeleri>

### **Kaynakça**

Ağca, V. ve Yörük, D. (2006), Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi C.VIII, S.2, s. 159.

Arıkan, S. (2002), Girişimcilik, Siyasal Kitapevi, Ankara.

Anonim 1 (2014). www.meksa.org.tr. (Erişim Tarihi: 09/09/2015).

Anonim 2 (2014) Kaynak: ntvmsnbc <http://mugim.maltepe.edu.tr/girisimci-hikayeleri>  
(Erişim Tarihi: 09/09/2015).





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Culhane, Jann-Marie, H., (2003), The Entrepreneurial Orientation- Performance Linkage in High Technology Firms: (Çev: Veysel Ağca), An International Comparative Study, Thesis for The Degree of Doctor of Philosophy, Graduate School of The University of Massachusetts Amherst, s.19.

Dilsiz, İ. ve Kölük, N. (2004), Meslek Yüksek Okulları İçin Girişimcilik, Semih Ofset, İstanbul.

Döm, S. (2006), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, 307s.

Gürol, M. A., 2000, Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler, Atılım Üniversitesi Yayını-2, Ankara, s.61.

Han, O. (2001), Şirket Yapıları ve Kuruluş Aşamaları, KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü, Ankara.

Kesim, M. (2010), Girişimcilik Ders Kitabı, Sistem Ofset Basım Yayın Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti, Sıhhiye-ANKARA.

Koçel, T. (1988), Girişimcilik Ama Hangisi?, Executive Excellence, Yıl:1, Sayı:10, Ocak, s.17

Kosgeb, "KOSGEB Stratejik Planı 2011-2015", Ankara, 2011, 4.

Schumpeter, J.A., 1934, The Theory of Economic Development, (Çev: Veysel Ağca, Durmuş Yörük), Harvard University Press, Cambridge, MA.

Tekin, M. (2009), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, 8. Baskı, Günay Ofset, Ankara.

TÜSİAD (2002), Türkiye’de Girişimcilik, Türk Sanayiciler ve İşadamları Derneği Yayını, Ankara.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği*

<sup>1</sup>Mehmet Surur ÇELEPİ

<sup>1</sup>Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü,  
msururcelepi@gmail.com

### **Özet**

Küreselleşmenin milletlerin kültürel ifade çeşitliliğini ortadan kaldırdığını düşünen UNESCO, Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi'ni hazırlayarak, toplumların kültürel kimliklerinin bir parçası olarak gördükleri ve kuşaktan kuşağa aktarmak suretiyle günümüze kadar getirdikleri somut olmayan kültürel miraslarını ve bu mirasları gelecek kuşaklara aktarmalarına katkı sağlayacak yol, yöntem ve imkânları korumayı hedeflemektedir. Sözleşmenin sınırlarını toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar olarak belirler. Birleşmiş Milletler ve alt örgütü UNESCO bu sözleşmeyi uluslararası alanda kültürel kimliğin hayati bir parçası olarak kabul eder ve yaratıcılığın geliştirilmesinin, kültürel çeşitliliğin korunmasının buna bağlı olduğunu belirtir. Türk gençliği son yarım yüzyılda küreselleşmenin etkisiyle kimliksiz bir şekilde gönüllü olarak sömürülmektedir. Bu çalışmada üniversite gençliğinin Türklerin Somut Olmayan Kültürel Miras değerleriyle ilgili farkındalıklarını ve bağlılıklarını tespit etmek, değerlere yaklaşımlarını belirlemek amaçlanmıştır. Bu çerçevede öğrenciler arasında bir anket düzenlenmiş ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Küreselleşme, Millî Kültür, Soküm, Üniversite Gençliği

### *Intangible Cultural Heritage and University Youth*

#### **Abstract**

UNESCO, thinking that globalization abolishes cultural statements diversity of nations, by preparing Intangible Cultural Heritage Convention; aims to protect Intangible Cultural Heritage, which nations regard as a part of their cultural identities, intangible cultural heritage that they hand down from generations to generations by making them a current issue up to now, means, methods, and opportunities that contribute these heritage to transfer to the next generations. The limits of the convention is determined by the practises, which societies, groups, in some situations the individuals depict as a part of cultural heritage, representations, informations, skills, related devices, tools and cultural domains. The United Nations and its sub-committee UNESCO, approve this convention as a vital part of cultural identity in international area and indicate that developing the creativity and conserving the cultural diversity are related to it. Turkish Youth, having no identity, has been exploited voluntarily because of globalization in the last half century. In this study, it has been aimed to define the awereness of the university youth about the Intangible Cultural Heritage of Turks and determine their loyalty and aproach to cultural values. In this framework, a survey was prepared among students and consequences were evaluated.

**Keywords:** Globalization, National Cultur, Soküm, University Youth

“Türk evladı ecdadını tanıdıkça daha büyük işler yapmak için kendinde güç ve kuvvet bulacaktır.”

Mustafa Kemal ATATÜRK



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Giriş

Kavimlerin ve milletlerin, medeniyet ve uygarlık seviyelerine ulaşabilmeleri için dünyaya bütüncül bakabilmeleri gerekir. Bu bütüncül yaklaşım devlet, siyaset, toplum, kültür, din, bilim ve sanatın uyumunu gerektirir. Bu yaklaşımda kültür-bilim-devlet üçlüsünün uyumunu önceleyenler dünyayı daha iyi algılar, evrensel değerleri yaratır ve böylelikle tarih sahnesinde daha güçlü olurlar.

Mustafa Kemal Atatürk'ün yukarıdaki vecizesi, dünyaya bütüncül bakabilmek için bir yol haritası hükmündedir. Zira bu vecizeye, sadece kurtuluş savaşını kazanan ulusun yeni çocuklarına Türk askerinin gücünü gösteren ve bir iç dinamizm yaratması beklenen askerî veya tarihî bir söz olarak bakmamak gerekir. Atatürk, gençlerin yeni devletin inşasında ve kökleşmesinde ihtiyaç hissettikleri her şeyin kadim Türk medeniyetinde bulunduğu farkındadır. Gençlerin muhtaç oldukları kudretin damarlarındaki asil kanda mevcut olduğunu bildiren Atatürk böylelikle, gençlerin kadim Türk uygarlığındaki kültürü, bilimi, sanatı, devlet ve toplum bütünleşmesini anlamaları gerektiğini bildirir.

Evrensel değerlere katkı yapan uygarlıklar seviyesine çıkabilmenin ilk şartı dünyayı algılamada millî kültürel değerleri öncelemektir. Uygarlık seviyesine ulaşmış bütün kavimler, dünyayı kendi kültürel hafıza ve bellekleriyle algılamışlardır. Bu algılayışta kültürel bağlılık son derece önemlidir. Türk gençlerinin de yarının inşasındaki bilimsel, sanatsal, toplumsal, siyasi ve sportif bütün faaliyetlerinde referanslarını kadim Türk kültüründen almaları gerektiği unutulmamalıdır.

Çünkü Kültür, kavimlerin geçmişten miras aldıkları ve hayatlarının her alanını düzenleyen maddi-manevi değerler bütünüdür. Millet kavramının temellerinden biri olan kültür, toplumun duygu ve düşüncelerinin, dünya ve unsurlarını anlama ve anlamlandırma sistemlerinin, var olma ve geleceğe taşınma kaygılarının insan ve doğa gerçeğinin birleşmesiyle şekillenmiştir. Bu bağlamda kültür ve insan arasında karşılıklı faydaya dayanan bir ilişki vardır. Kültür, aidiyet duygusuyla kendisine bağlı insanları enstrümanlarıyla korur ama nesilden nesile aktarımında ise insana muhtaçtır. Bu birliktelik, kültürden ziyade insanın menfaatindedir. Bir kültür dairesine bağlı olmak, beşeri yaşamını devam ettiren insanın işini kolaylaştırır, kendini güvende hissettirir. Örneğe, bir kültür dairesine mensup olmayan bir birey, biri öldüğünde cesedi ne yapması gerektiği başta olmak üzere nasıl davranması gerektiği hususunda bir bilinmezlik yaşar. Binlerce yıllık deneyimle ölüm kültürünü miras alan bir birey ise bu bağlamda bir tedirginlik yaşamaz. Nasıl davranması gerektiği önceden bellidir.

Medeniyet ve uygarlık yolundaki her millet, binlerce yıllık ortak yaşam ve deneyimlerle yoğurduğu ve kristalize ederek oluşturduğu kültürel mirasını, gelecek kuşaklara aktararak, varlığının devamlılığını tesis etmeye çalışır. Bu süreçte evrensel değerleri içselleştirerek ve onlara yaşam alanı yaratarak kendi kültürel mirasını insanlığın ortak mirası seviyesine evirmeye çalışır. Bu durum medeniyetlere kültürel miraslarıyla dünyada ön planda yer almaları için imkân sağlar. Kendi kültürünün hem yerelliğini hem de evrenselliğini yaşayan birey, bu aidiyet duygusuyla birey olduğunun farkına varır ve bu kültürel miras içinde toplumsallaşır. Binlerce yıllık deneyim, birikim ve toplumsallaşma geleceği şekillendirip teminat altına alınca uygarlıkların kimlik ve ruhları belirlenmiş olur.



## Somut Olmayan Kültürel Miras

Dünya tarihi, sömüren ve sömürülen ülkeler hakkında sıklıkla bilgi verir. Sömürgeciliğin amacı her zaman daha fazla kaynak ve meta olsa da sömürme şekli yüzyılımıza yaklaştıkça değişmiştir. Bizce son yıllarda dünya tarihi yavaş yavaş gönüllü sömürülme denilen olguyla tanışmaktadır. Dünya ekonomisinin büyük bölümünü ellerinde bulunduran ülkeler ve onlara bağlı ticari yapılar, daha fazla büyüebilmek için yani bir anlamda sömürmek için eski sistemde olduğu gibi silahı ve şiddeti kullanmak yerine marka değerlerini artırmayı ve dünyada bunları yaygınlaştırmayı amaçlarlar. Böylelikle kendilerine bağımlılığı artırmayı hedeflerler. Bunu yaparken kendi kültürel değerlerini, bu ürünlerle beraber ihraç ederler. Kendi metalarının kullanılması için, kendi değerlerinin de gizlendiği suni bir kullanım kılavuzu hazırlarlar. Örneğe, bir yiyecek firması sadece bir yiyecek firması değildir. O yiyeceğin nerede, nasıl tüketileceği, dil evreninin sınırları önceden belirlenmiştir. Çok cazip olarak sunulan ve çeşitli telkinlerle kullanımı alt belleğe çeşitli göndermelerle salık verilen bu ürünleri kullanırken kurallara uygun davranmayanlar çağdışı olmakla yaftalanır. Yaygınlık arttıkça, dünyada aynı şekilde beslenenlerin sayısı artar. Bu örnekte olduğu gibi zamanla bütün dünya insanları aynı şekilde eğlenmeye, evlenmeye, spor yapmaya, müzik dinlemeye, dans etmeye kısacası yaşamaya başlayıp kültürel anlamda tek tiplerirler. Gönüllü sömürülme burada başlar. Hazırlanan suni kılavuza uygun yaşayabilmek için gönüllü olarak tek tiplerilir ve kültürel miras göz ardı edilir.

Bahsedilen tek tiplerleşme için Benjamin Barber; “iletişim, eğlence ve ticaret yoluyla bir araya gelmiş bir McDünya, parıltılı, renkli bir gelecek, her yerde insanları hızlı müzikleriyle (MTV), hızlı bilgisayarlarıyla, hızlı yemekleriyle (McDonald’s) büyüleyen ve ulusları türdeş bir küresel lunaparka girmeye iten, bütünleşme ve birlik isteyen ve saldırıya geçmiş ekonomik, teknolojik ve ekolojik güçlerin hareketli ortamı” benzetmesini yapar (Barber, 2013, s. 93). Anlaşıldığı kadarıyla tek tiplerleşme kavramı sosyologların aklına ilk olarak Amerika Birleşik Devletlerini getirmektedir. Hepsisi açık piyasa ve küresel tüketimcilik ile ilintili olan Amerikan müziğinin, modasının, gıdasının, filmlerinin ve televizyonunun yaygın etkisi göz ardı edilemez. Bu etki sıklıkla “yumuşak güç olarak adlandırılan durumun yansımasıdır. Birleşik devletler hiç kimseyi bunları kullanması için zorlamaz. Fakat onlar yine devasa bir çekiciliğe ve tüketici cazibesine sahiptirler (Lieber ve Weisberg, 2013, s. 122).

Dünyanın en ücra köşelerine kadar yaygınlaşan tek tiplerleşme, ulusların kendi kültürel miraslarını yaşamalarına engel olur. Kültürel kimlik ve mirasların göz ardı edilmesi, kısa vadede belirginleşmese de uzun vadede toplumsallığın ve sosyal yapının etkinliğini azaltır. Zamanla dil başta olmak üzere değerlerin yok olduğu görülür. Örneğe, bir ulusun kültürünü, değerlerini, ileri görüşlülüğünü, deneyimlerini ve ince zekâsını en ince ayrıntısıyla yansıtan kalıp sözler (Kuşçu, 2015, s. 950) bile kullanılmaz olur. Bu durum dünya uluslarının dünyayı algılama yoluyla ortaya koydukları kültürel zenginliklerini azaltır ve yaratıcılıklarını törpüler. Bu törpülenme dünyayı dıştan içe aynılaştırır. Dıştan içe doğru, Dünyadaki bütün şehirler ve yaşam alanları yavaş yavaş aynı şekilde kurgulanmaya başlarken bu mekânları anlamlandıran insanlar da aynılaşır ve tek tiplerir. Bu durum küreselleşme, globalleşme kavramlarıyla açıklanır.

Özellikle sosyologlar küreselleşmeyle ilgili belirli kavramların öne çıktığı bazı tanımlar yaparlar. Örneğin “Küreselleşme, ekonominin ve enformasyon teknolojisinin, küresel entegrasyonun artması, popüler küresel kültürün ve değişik formlarda insan ilişkilerinin



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



yaygınlaşmasıdır” (Lieber ve Weisberg, 2013, s. 113) tanımı bunlardan biridir. Ama bütün tanımlarda ortak olan hususlar ekonomi, teknoloji ve popüler kültür kavramlarıdır. Küreselleşme, her yerde bu kavramlarla birlikte düşünülür ve sosyal kimlikler bütünüyle, böyle temel sosyal düzenlerin yeniden yapılandırılmasında rol alır. Bunlar her yerde metalaştırma, üretkenlik, finansal değer gibi olgularla kendilerini ifade ederler (Kalb ve Van der Land, 2013, s. 29).

Küreselleşme batı dünyasının zihin yapısıyla incelendiğinde “bir şeyi dünya ölçeğinde kılma, dünyaya mal etme” düşüncesi etrafında yaygınlaştığı ve “bizde olanı dünyaya vermek, başkasından olanı almak” şeklinde açıklandığı görülür. Tanım böyle olsa da küreselleşme sürekli olarak batı kültürünü ve Hristiyanlık değerlerini alma fakat kendi değerlerini verememe olarak yaygınlaşmıştır (Oğuz, 2001, s. 6). Küreselleşme ile dünyanın toplumları arasında ve içinde benzerlikler artmaktadır. Fakat bu trend az sayıda ülkenin orantısız küresel güce sahip olmasını beraberinde getirmektedir (Mazrui, 2013, s. 191). Küreselleşme ve tek tipleşme etkisinde kalan toplumlar, kendi millî kültürel özelliklerini terk etmek zorunda olduğundan, bu toplumlara mensup olan insanlar hâkim kültürün temsilcisi toplumların kültürel özelliklerini aynı şekilde benimsemek durumundadır. Birçok alanda kendi karakteristiklerini terk etmek zorunda kalacaktır (Arslan, 2006a, s. 712). Ünlü stratejist Huntington bu durumu tehlikeli görür. Ona göre dünya siyaseti yeni bir safhaya giriyor ve tarihin sonu, globalizm ve tribalizm pistonlarının çekişmesi yüzünden millî devletlerin gerilemesi yaşanıyor (Huntington, 2013, s. 208). Bu durumda küreselleşme sürecinde trajik bir durum yaşayan milli kültürlerin, içinde buldukları bu durumdan çıkış yolu, değer ve anlam yüklü kültürel temellerinin anlaşılmasına bağlıdır (Arslan, 2006b).

Bütün bunlar tek tipleşme veya globalleşmenin çok boyutlu ve uluslararası bir süreç olduğunu gösterir. Bu süreç, ekoloji, kültür, ekonomi, politika ve sivil alanlarındaki oluşumları yan yana, ancak birbirine indirgenemeyen bir şekilde içerir. Bu durum aynı zamanda uluslararası aktörleri ön plana çıkarır (Kayserili ve Satır, 2013, s. 307). Bu aktörler, ekonomik modernleşme süreci ve sosyal değişim insanları uzun yüzyıllar içerisinde yaşadıkları yerel kimliklerden koparmaktadır. Bu durum dünyayı daha güvensiz yapmaktadır (Bülbül, 2013, s. 6).

Dünyanın her tarafının tek tipleşmeye doğru ilerlemesi Birleşmiş Milletler örgütünü kaygılandırmış ve örgüte bağlı UNESCO 17 Ekim 2003 tarihinde 32. Genel Konferansı sırasında “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni imzalamıştır. Türkiye, 19 Ocak 2006 tarihinde konuyu TBMM’de görüşmüş ve 5448 sayılı Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin Onaylanmasının uygun bulunduğu kanun kabul edilmiştir. Gerekli süreçlerin ardından 27 Mart 2006 tarihinde 45. ülke olarak sözleşmeye olmuştur.

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesini, bir toplumun kendi kültürel kimliğinin bir parçası olarak gördüğü ve kuşaktan kuşağa aktarmak suretiyle günümüze kadar getirdiği somut olmayan kültürel miraslarını korumasına ve gelecek kuşaklara aktarmasına katkı sağlayacak yol, yöntem ve imkânları olarak tanımlar ve sınırlarını toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar olarak sınırlandırır (Oğuz, 2013a, s. 105, 110). Sınırları biraz daha belirginleştirecek olursak sözleşmenin korumayı amaçladığı somut olmayan kültürel miras sözlü gelenekler ve aktarımlar,



T.C.  
MUĞLA SİTKİ KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar ve el sanatları geleneği alanlarında belirlenmesine karar verilmiştir (Oğuz, 2013a, s. 64). Unesco Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) sözleşmesinde “somut olmayan” terimini özellikle kullanmıştır. “Somut olmayan” hem soyut hem de somuttan farklı bir terimdir. Örneğe nazar boncuğu somut bir üründür. UNESCO somut olan nazar boncuğunu değil, nazar boncuğu üretimini, el sanatını bu geleneğin yaşatılması gerektiğini somut olmayan olarak adlandırır ve koruma altına almayı planlar.

Birleşmiş Milletler ve alt örgütü UNESCO bu sözleşmeyi uluslararası alanda kültürel kimliğin hayati bir parçası olarak kabul eder ve yaratıcılığın geliştirilmesinin ve kültürel çeşitliliğin korunmasının buna bağlı olduğunu belirtir. Sözlü ve somut olmayan miras, kültürler arasındaki uyum ve hoşgörü içinde ulusal ve uluslararası gelişmede temel bir role sahiptir. Küreselleşme sürecinde, bu kültürel mirasın sayısız formu kaybolmakta veya kültürel tek-tipleşme, silahlı çatışmalar, turizm, endüstrileşme, kentleşme, göç ve çevre kirliliğinin tehdidi altında bulunmaktadır (Oğuz, 2013a, s. 49-50).

Çeşitli küreselleştirme araçlarıyla kontrol altına alınan toplumlarının girilemeyen en önemli dünyaları kültürel kökleridir. Bunlar ne kadar bastırılır ve sindirilirse de bir şekilde fırsatını bulduklarında yeniden filizlenebilmektedirler. Çünkü bu kültürel kökler topluma ulus bilinci kazandıran unsurlardır. Bu unsurlar, bir ulusun veya ülkenin kültürel kimliğini oluşturan, tanımlayan, destekleyen veya gösteren, bir ulus veya ülkenin “diğer” veya “öteki” olarak gördüğü uluslar veya ülkeler karşısındaki farklılığını ve varlığını belgeleyen, kültür tanımlamasının içine giren ve bütün ulusal yaratıları, kazanımları ve maddesel varlıkları ifade ederler (Arslan, 2006a, s. 712).

UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ile uluslararası bir farkındalık yaratmaya çalıştığı somut olmayan kültürel miras terimi altında toplanan unsurlar, daha önce “kendiliğinden” aktararak var olmaya devam eden ya da süreç içinde “kendiliğinden” kaybolan ürünlerdi. Bir toplumun içine doğmakla birlikte o toplumun kültürüyle kültürlenmiş birey için masalları, efsaneleri, kültürel değer yargılarını, inanışları, yeme içme, giyim biçimlerini öğrenmek o topluluğun bir bireyi olması dolayısıyla kendiliğinden gerçekleşen doğal bir süreçti (Teke, 2013a, s. 32-33). Fakat son yüzyılda küreselleşmeyle beraber bu doğal süreç kesintiye uğramaya başladı. Çağdaş kentin kültür üretim ve tüketim biçimleri, “evrensel” ve “popüler” denilen iki alanın yok edici kısılcığında insanlığın çok kültürlü doğasını bozmaya başladı. İşte UNESCO bu noktada her ülkenin kendi egemenlik alanındaki kültürel mirasını korumasını ve gelecek kuşaklara aktarmasını önceleyerek sözleşmenin gerekliliğini izah etmektedir. Çünkü somut olmayan kültürel miras, bu mirası yaratan ve koruyan toplumun sonra da bütün insanlığın ortak belleğidir. Bu ortak bellek, paylaşılan bir deneyim olarak tarihsel süreklilik içinde ortaya çıkmıştır ve bu birikime insanlığın gelecekte de gereksinimi olacaktır. Bu kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara öğretilmesi tarihsel bir sorumluluktur (Oğuz, 2013a, s. 65, 73).

UNESCO bu sözleşmeyle “insansız korumadan insanla birlikte ve insanlık için koruma” anlayışına yönelmiştir. Sözleşmede “insan” kavramının öne çıkarılmasıyla kültürel mirasın korunmasında; “kültürel mirası üreten ustalara”, “kültürel mirası taşıyan ve aktaran bireylere” ve de “kültürel mirasların aktarıldığı mekânlara” özel bir önem atfedilmiş ve “yaşatarak koruma” yöntemi benimsenmiştir (Ekici ve Fedakar, 2013, s. 51). Dondurarak bir korumadan değil aktararak yani yaşatarak bir koruma

amaçlanmaktadır ki bu da somut olmayan kültürel mirasın kuşaklar arasında aktarımı ile mümkün olacaktır (Teke, 2013a, s. 36). Bu aktarımda, örgün eğitim alanları müfredatlarına somut Olmayan kültürel mirasın entegre edilmesi ve somut olmayan kültürel mirasın “potansiyel” taşıyıcılarının ve aktarıcılarının bu mirasla erken yaşlarda tanışmalarının sağlanması önem taşımaktadır (Oğuz, 2013b, 5).

Bu çerçeveden bakıldığında somut olmayan kültürel miras, geçmişle bu bağlantıyı kurmak için gençleri bunu en iyi başarabilecek anahtar olarak görür. Gençlerin somut olmayan kültürel miras konusundaki farkındalıkları, bu mirası aktarmaya gönüllükleri bu anlamda önem kazanmaktadır. Kültürel miraslarının korunmasına katkı sağlamak gençlere sadece bireysel ve grup kimliklerini doğrulayan bir aracı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda yaratıcılıklarını geliştirmelerini ve ekonomik gelişmeleri için yeni fırsatlara açık olabilmelerini sağlar (Teke, 2013b, s. 73). Bu yüzden Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nde eğitim, kültürel mirası koruma yollarından biri olarak sunulur. Sözleşmede “Kimlik saptaması, belgeleme, araştırma, muhafaza, koruma, geliştirme, güçlendirme, yeniden canlandırma” gibi koruma yollarının yanında özellikle okul içi ya da okul dışı eğitim aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarımın önemine dikkat çekilir (Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 17 Ekim 2003, Madde 2.3).

Sözleşme’nin 14. Maddesi “Eğitim, Duyarlılığın ve Kapasitenin Güçlendirilmesi” ile ilgilidir ve eğitimin nasıl olabileceğine yönelik fikirler içermektedir. Bunun için toplumun genelini ve özellikle gençleri hedefleyen eğitici, duyarlılığı artırıcı ve bilgilendirici programlar düzenlemek, ilgili topluluklar ve gruplar içinde belirli eğitim ve yetiştirme programları düzenlemek, bilginin kuşaktan kuşağa geçişini okul dışı olanaklarla sağlamak biçimindeki ifadeler Sözleşmede eğitimle ilgili yapılması gereken faaliyetlerin içeriğine yönelik bakış açıları sunar (Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 17 Ekim 2003, Madde 14).

### **Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği**

Kimlik sahibi olarak gelişmek, kimlikli bir millet olabilmek ve evrensel yapı içinde kimlikli değerlerle bir yer edinebilmek gibi önemli konularda, Türk milletinin ve Türk devletlerinin durusunu belirleyecek olan bilimsel açılımlar ve kurumlaşmalar henüz gerçekleşmemiştir. “Biz” olma özelliği veren farklılıklar temelinde biçimlenen millî bilincin ve kültürel mirasın ne olduğunu cevaplayacak çalışmalar yeterince ve gerektiği şekilde yapılamamıştır. Türk kültürünü kavrama, anlama ve anlatma yolları belirlenmemiş, binlerce yıllık değerler sistemi çağdaş yorumlarla günümüze taşınarak içselleştirilip ulusala ve evrensele yayılma yolunda doğru ve planlı adımlar atılamamıştır. Bütün bunların sonucu olarak, Türk insanı kitle kültürünün de yoğun telkinleriyle kültürsüzlüğe, yozlaşmaya doğru sürüklenmekte ve adeta kişilik ve kimlik bunalımları içinde yok olmaya mahkûm edilmektedir (Arslan, 2006a, s. 712-713).

Bir ülkeye, ulusa veya topluma millî kimlik duygusu veren kültürel mirasların korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması düşüncesi, küresel bir uygulama olarak bütün eğitim sistemlerinde yerini almaktadır (Oğuz, 2009, s. 8). Anlaşıldığı kadarıyla kültürel mirasın nesilden nesile aktarımı için eğitime ve gençlere büyük önem verilmektedir. Çünkü yapısında gençlik olgusunun her zaman hâkim olduğu bir toplum, sürekli bir dinamizm, akışkanlık, arayış, yenilik ve değişim arzusu içerisindedir. Gençler arasında sosyal yapıları sürekli kılmak ve benimsetmek ve onları biçimlendirmek için gelenekler önemli bir etkidir (Ekici, 2008, s. 37). Meseleyi sadece



UNESCO'nun sahiplendiği bir anlaşmaya indirgeyemeyiz. Milletlerin var olma savaşındaki en büyük yardımcıları olan kültürel değerleri, ancak nesilden nesile aktarıldığında anlam bulur. Bu aktarımda gönüllü taşıyıcılara ihtiyaç vardır. Günümüz Türkiye'sine bakıldığında bu aktarımın gönüllü taşıyıcılarının giderek azaldığı ve sağlıklı bir şekilde ilerlemediği görülecektir. Bu sorunun birçok nedeni olabilir. Ama bu çalışmada sadece gençlerin kültürel miraslarından habersiz oldukları, küreselleşme karşısında kendi kültürel değerlerini yaşama ve koruma bilgi ve azminden uzak oldukları ve Türk kültürüne ön yargıları üzerinde durulacaktır.

Durumu daha iyi tespit edebilmek için üniversite öğrencileri arasında bir anketin düzenlenmesine karar verildi. Anketin amacı üniversite gençliğinin Türklerin Somut Olmayan Kültürel Miras değerleriyle ilgili farkındalıklarını tespit etmek ve değerlere yaklaşımlarını anlamaya çalışmaktır. Bu anket, Pamukkale Üniversitesi SBE'de doktora öğrenimi gören Cem AYHAN tarafından, okutman olarak görev yaptığı Süleyman Demirel Üniversitesi Gönen Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasında yapılmıştır. Anket; 103'ü kız, 47'si erkek olmak üzere toplam 150 öğrenci ile yapılmıştır. Anketi üniversite öğrencileri arasında yapmamızın nedeni hem çocukluk hem de gençlik dönemlerinde kültürel miras değerleriyle ilgili birikimlerini tespit edebilmektir. Öğrencilerin birinci sınıf olmasına dikkat edilmiştir. Ankette SOKÜM (17 Ekim 2003, Madde 2) sözleşmesinde yer alan beş temel alan esas alınmıştır. Bunlar;

a) somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar

b) gösteri sanatları

c) toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler,

d) doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar

e) el sanatları geleneği

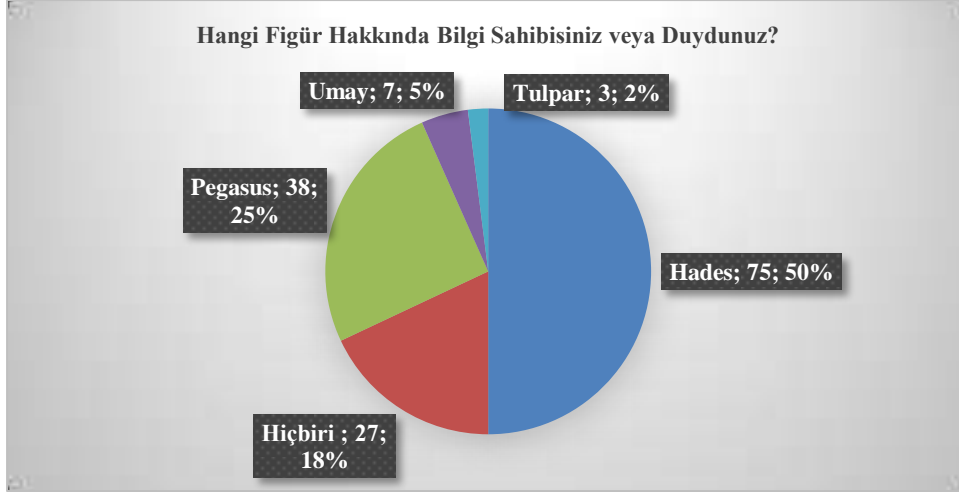
şeklindeki alanlardır. Anketteki soruların bazıları çoktan seçmeli bazıları ise doğrudan soru niteliğindedir. Anket, öğrencilerin eğilimlerini tespit etmeye yönelik olduğundan bazı sorularda birden fazla cevap vermelerine imkân verilmiştir. Bazı soruların hazırlanmasında Öcal OĞUZ (2013a)'un eserinde değindiği konulardan esinlenilmiştir. Öğrencilere beş temel alana göre sorulan sorular ve cevap dağılımları şu şekildedir.

### **Somut Olmayan Kültürel Mirasın Aktarılmasında Taşıyıcı İşlevi Gören Dille Birlikte Sözlü Gelenekler ve Anlatımlar**

UNESCO bu başlık altında, ninni, mani, türkü, ağıt, bilmece, efsane memorat, masal, halk hikâyesi, fıkra, deyim ve atasözü gibi kültürel ve sözlü değerleri ifade etmek ister. Bu bölümde gençlerin Türk kültür dünyasına ait bazı hatırlama figürlerini ne kadar bildikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Türk kültürüne ait hatırlama figürleri ile yabancı kültüre ait hatırlama figürleri bir arada verilerek gençlerin kendi kültürlerine ait hatırlama figürlerine ait farkındalıkları tespit edilecektir.

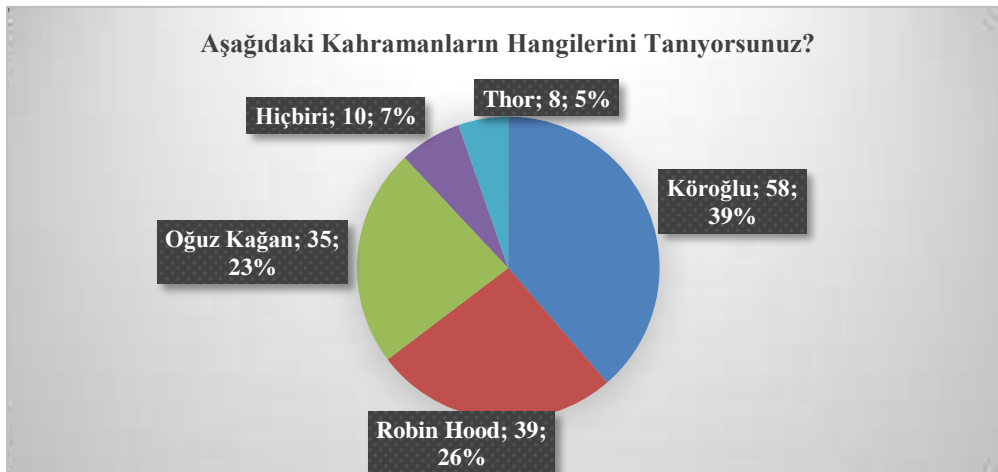
Mitolojiler, milletlerin yaratılma süresince karşılaştıkları unsurları anlamlandırmak amacıyla sordukları sorulara yine kendilerinin verdikleri cevaplarla oluşturdukları metinlerdir. Türk mitolojisine ait hatırlama figürleri, nesilden nesile aktararak, yeni durumlar karşısında evrilerek günümüze kadar ilerler. Bu bağlamda ilk olarak öğrencilere Türk mitolojisine ait figürleri tanıyıp tanımadıkları sorulmuştur;





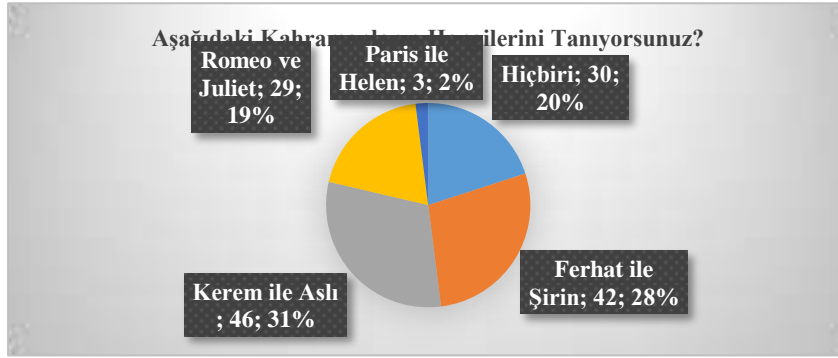
Grafikten anlaşıldığı kadarıyla Türk mitolojisinin önemli figürlerinden olan Umay ve Tulpar'ı toplam sadece 10 öğrenci duymuşken Yunan mitolojisine ait Hades'i 75 öğrenci tanıyor veya duymuştur. Bu durum şimdiki gençlerin çocukluk çağlarında izledikleri "Selena" adlı Türk yapımı diziyle ilintili olsa gerek. Öğrencilerin okul dönüş saatlerinde yayınlanan dizi, Türk yapımı olmasına rağmen Yunan mitolojisine ait figürleri, Türk çocuklarına izletmekte bir sakınca görmemiştir. O dönemi yaşayan her çocuk Hades'in Yunan mitolojisine ait kötülüklerin kahramanı olduğunu maalesef bilmektedir. Fakat eminiz ki sorular arasına Hades'in karşılığı olan Türk mitolojisindeki Erlik'i koysak sonuç yine değişmeyecekti. Yine medya ve çeşitli Türk şirketlerin isim verirken hassasiyet göstermemeleri neticesinde Pegasus, Tulpar'dan 13 kat daha fazla bilinir durumdadır. Ankete katılan öğrencilerin üçte ikisi kız öğrenci olmasına rağmen, Türk mitolojisinde kadının ve çocuğun koruyucu ruhu Umay figürünü 143 öğrencinin duymamış olmaları son derece düşündürücüdür.

Destanlar, bir milletin var olma savaşlarının ve tarihteki köklü temsiliyetlerinin en önemli ürünleridirler. Bu bağlamda kimlik oluşumunda son derece önemli anlatılardır. Her ulus, kendi çocuklarına, kendi destanlarını hatırlama figürü olarak hatırlatır ve gerektiğinde buradaki kahramanlıklarla bir iç dinamizm yakalar. Bu çerçevede öğrencilere Türk destan kahramanlarını tanıyıp tanımadıkları yabancı kahramanların da olduğu bir soruyla tespit etmeye çalışıldı.



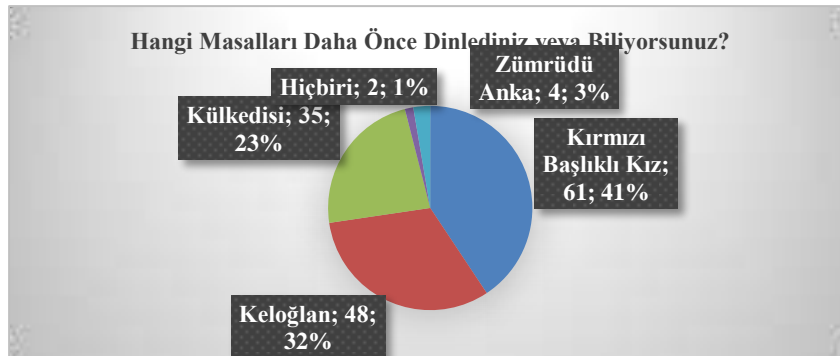
Ankete katılan öğrenciler Robin Hood adlı karakteri Oğuz Kağan'dan daha fazla tanımaktadırlar. Oğuz Kağan destanı Türklerin en köklü destanıken, maalesef öğrencilerimiz İngiliz bir haydudu Oğuz Kağan'dan daha fazla tanımaktadırlar. Bu durum yine medyanın diğer uygarlıklara ait kahramanları ön plana çıkarmasıyla ilintilidir. Köroğlu'nun sinemalara aktarılmış olması onun gençler arasında tanınırlığını artırmıştır. Dikkat çeken bir ayrıntı ise 57 kişinin ne Köroğlu'nu ne de Oğuz Kağan'ı tanıdıklarıdır.

Halk hikâyeleri Türk kültürünün önemli anlatılarından. Konusu genellikle aşk ve kahramanlık olan halk hikâyeleri, hem metin hem de icra ortamları bakımından SOKÜM'ün önemli başlıklarındandır. Öğrencilere büyük aşkların temsilcileri niteliğindeki Türk ve yabancı karakterlerin hangilerini bildikleri soruldu.



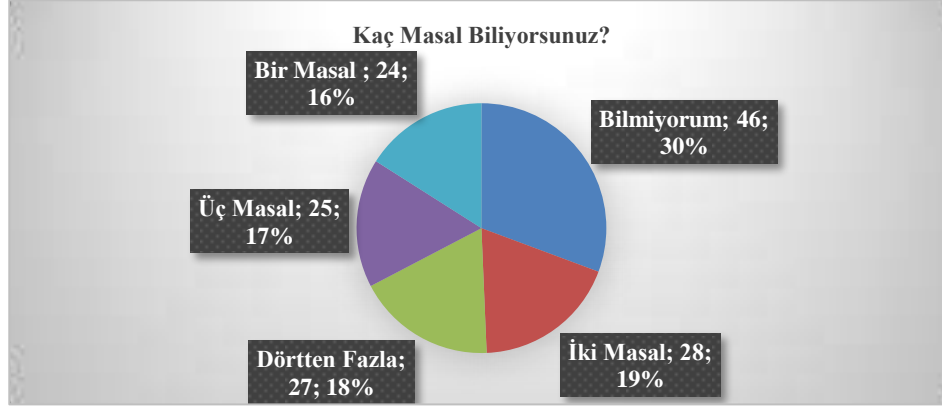
Grafığe bakıldığında büyük bir oranda Kerem ile Aslı, Ferhat ile Şirin'i bilmeyen öğrencilerin olduğu görülse de en bilinen kahramanlar yine Ferhat ile Şirin, Kerem ile Aslı'dır. Bu grafikte yine 30 kişinin aşk yolculuğunun yorulmaz kahramanlarından Ferhat ile Şirin'i; Kerem ile Aslı'yı bilmiyor olmaları üzüntü vericidir. Halk romantizminin yansıması olan hikâyeler günümüz romanlarının, sinema ve dizi filmlerinin işlevlerini yerine getirmişlerdir. Bu kadar önemli hikâyelerin sadece 88 kişi tarafından biliniyor olması, öğrencilerin millî romantizme yakın olmadıklarının işaretidir.

Birer edebî halk sanatı olan masallar aracılığıyla çocukların bilinçaltına göndermeler yapılır. Sağlam ve sağlıklı bir ruh yapısının oluşumunda masallar çocuklara dolaylı göndermelerle yardımcı olur (Önal, 2011, s. 6, 8). İçerdikleri örtük mesajlarla çocukların birey olma süreçlerine destek olan masallar, SOKÜM'ün en önemli alanlarından. Külkedisi, Keloğlan, Kırmızı Başlıklı Kız, Zümrüdü Anka ve Hiçbiri şıklarının olduğu ve hangisiyle ilgili masalı bildiklerinin tespit edilmeye çalışıldığı soruya verilen cevaplara aşağıdaki grafikte yer verilmiştir;



Grafikte en yüksek oranla (61 kişi, %41) Kırmızı Başlıklı Kız cevabı verilmiştir. Maalesef Türklerin en bilindik masal kahramanı Keloğlan'ı ve Zümrüdü Anka masalını bilenlerin toplam sayısı, Kırmızı Başlıklı Kız masalını bilenlerin sayısına ulaşamamıştır. Türk masal kahramanlarının yerini tek tipleşme sayesinde genelleşen ve psikanalizcilerin birçok alt mesaj içerdiğini iddia ettikleri Kırmızı Başlıklı Kız masalı almıştır. Bu durum, Kırmızı Başlıklı Kız masalının endüstriyel olarak marka değerinin Keloğlandan daha yüksek olduğunun göstergesidir. Bugün sıradan bir kitapçada Kırmızı başlıklı Kız, Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler, Külkedisi adlı masalların kitapları ve boyama kitapları Türk masal kahramanlarının kitaplarına göre daha çok satılmaktadır. Anaokullarının ve ilköğretimlerin yılsonu gösterilerinde veya çeşitli etkinliklerde öğrencilere bu karakterlerin kıyafetleri, pelerinleri giydirilmekte ve bunda bir sakınca görülmemektedir. Hâlbuki her masal yarattığı kültürden damıtılmış kültürel bellek öğelerini barındırır. Bunlar aynı zamanda birer hatırlama figürleridirler.

Bu sorudan sonra öğrencilerin kaç masal bildikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

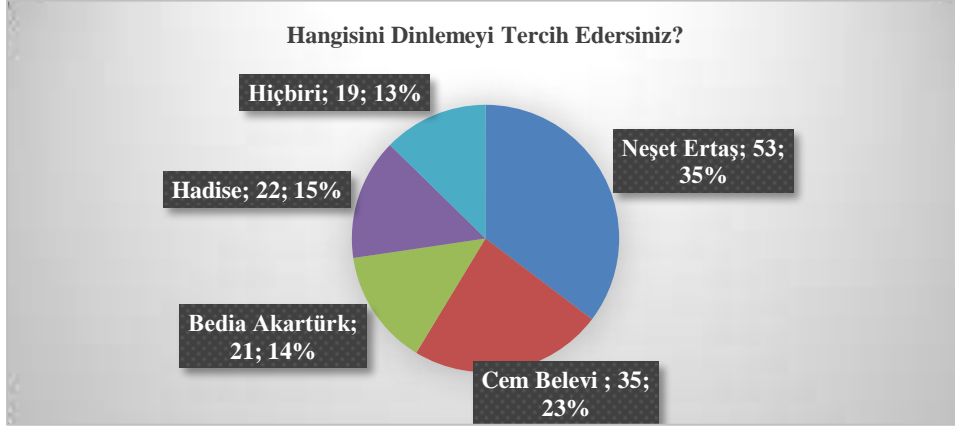


Grafikten anlaşılacağı üzere 46 öğrenci hiç masal bilmediğini ifade etmiştir. 150 katılımcının 103'ünün kız öğrenci olduğu düşünüldüğünde masal bilmeyen öğrencilerin çoğunun kız öğrenci olduğu belirginleşir. İleride anne olacağı düşünülen öğrencilerin bir masal dahi bilmemeleri, Türk kültürü için son derece tehlikelidir. Bu sorunun ikinci aşamasında bildikleri masaları yazmaları istenmiştir. Yazılan birçok masal ise Türk masalı değildir. Bu durum tablonun vahametini artırmaktadır. Son çeyrek asırda Türk aileleri çocuklarını televizyonlara emanet etmiş durumdadır. Beslenme anından uyuma anına kadar çocuklar televizyondaki dünyanın sunumlarıyla baş başa kalınca hem beslenmede hem de diğer durumlarda dikkatleri dağıldığı için sessizleşir ve sakinleşirler. Daha az çaba sarf ettikleri için bu durum ailelerin hoşuna gidiyor olabilir. Ama masalın, annenin dilinden çocuğun beynine giden efsunlu bir öğreti yolu olduğu asla unutulmamalıdır.

Efsaneler, halkın inanma ihtiyacıyla olgunlaşan önemli kültürel anlatılardır. Halkın mitlerle başlattığı yaratma gelenek ve güçlerinin evrilerek devam ettirilmesiyle oluşurlar. Bu efsanelerin bazıları taşlarla ilgilidir. Yapıları ve biçimleri bakımından ilgi çekici taşlara ve kayalara, birtakım olağanüstülükler yüklenerek neden o şekilde oldukları efsanelerle izah edilir (Önal, 2005, s. 49). Masallardan sonra, öğrencilere "Taş Kesilme" ile ilgili bir efsane örneği verilmiş ve bu efsaneyi daha önce duyup duymadıkları sorulmuş. Öğrencilerin 74'ü benzer bir efsane bildiklerini aktarırken 76'sı buna benzer bir efsaneyi daha önce duymadıklarını ve bilmediklerini ifade etmişlerdir. Çıkan oran gayet düşündürücüdür. Daha çok kırsaldan gelen ve kırsalda okuyan

öğrencilerin yarısının benzer efsane duymamış olması Türk hayal sistematüğinden uzak olduklarının kanıtıdır.

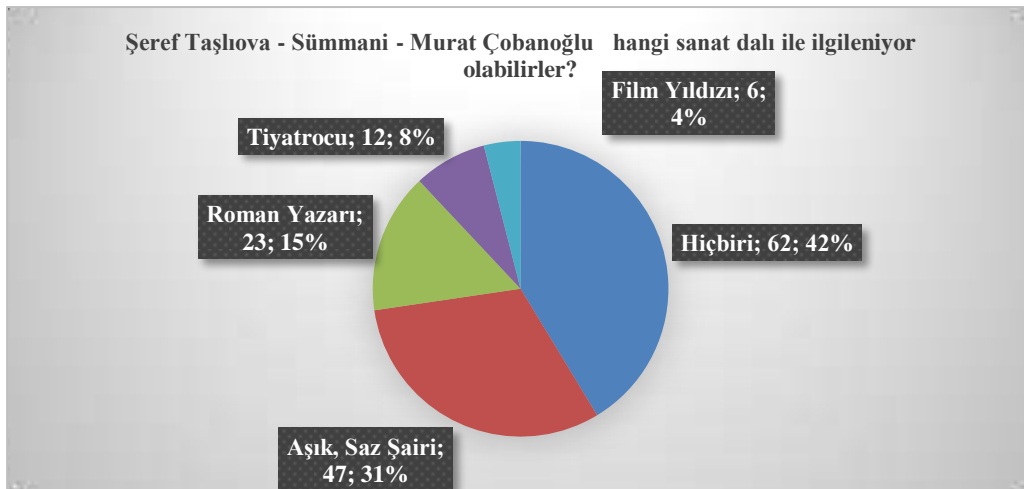
Şiir ve müzik millî kültürün en önemli yansımalarıdır. Bir milletin duygu, düşünce, hayal, istek ve arzuları en çok bu ürünlere yansır ve bu ürünlerle aktarılır. Bu çerçevede Öğrencilerin Türk müziği ile ilgili farkındalıklarını ölçmek için çeşitli Türk sanatçılardan olduğu bir soru yöneltilmiş hangisini dinlemeyi tercih edecekleri sorulmuştur.



Görüldüğü üzere öğrencilerin büyük çoğunluğu Neşet Ertaş'ı diğer iki popüler sanatçıya karşın daha fazla dinlemeyi tercih edeceklerini belirtmişlerdir. 150 öğrenciden sadece 53'ünün Neşet Ertaş'ı dinlemeyi tercih etmesi düşündürücüdür. Yakın bir tarihte vefat etmesi, ölümünden sonra medyanın ve devletin ona olan ilgisi, kırsal kesimlerde çok tanınıyor olması çerçevesinde dinleyen kişi sayısının daha yüksek olması beklenirken az sayıda kişi tarafından dinlenmektedir. Gençlerin dinlediği Türk sanatçılar, belirli müzik şirketlerinin belirlediği şekillerde, belirli ritimlerin üstüne anlamsız sözler yazarak Türk müziğini nitelik olarak zayıflatmaktadırlar.

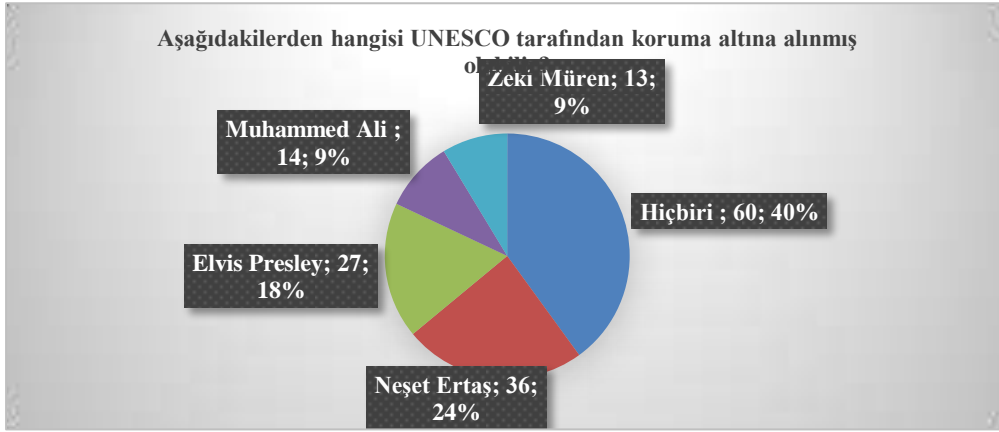
### Gösteri Sanatları

SOKÜM bu başlık altında, âşıklık sanatı, köy seyirlik oyunları, karagöz, meddah gibi gösteri sanatlarını korumayı esas alır. Bu çerçevede öğrencilere farkındalıklarının tespiti için âşıklık geleneği ile ilgili olarak Şeref Taşhova, Sümmani, Murat Çobanoğlu gibi sanatçıların hangi sanat dalı ile ilgili olabilecekleri sorulmuştur.



Bu sanatçıların ismi tercih edilirken yakın bir tarihte yaşayan veya en çok bilinebilecek isimler esas alınmıştır. Âşık unvanları özellikle kullanılmamıştır. Türk saz şiirinin ve âşıklık geleneğinin sanatçıları sadece 47 öğrenci tanımıştır. 103 öğrenci bu sanat geleneğinin temsilcilerini tanımamaktadır. Kitle iletişim araçlarının artmasıyla beraber, Türk müziğinin, tiyatrosunun ve gösteri sanatlarının en önemli icracıları olan âşıklar ve âşıklık geleneği unutulmuş olmuştur. Öğrencilere verilen isimler bu geleneğin son yüzyıldaki önemli temsilcileridir. Ona rağmen öğrencilerin üçte ikisi bu geleneği ve bu sanatçılarımızı tanımamaktadır.

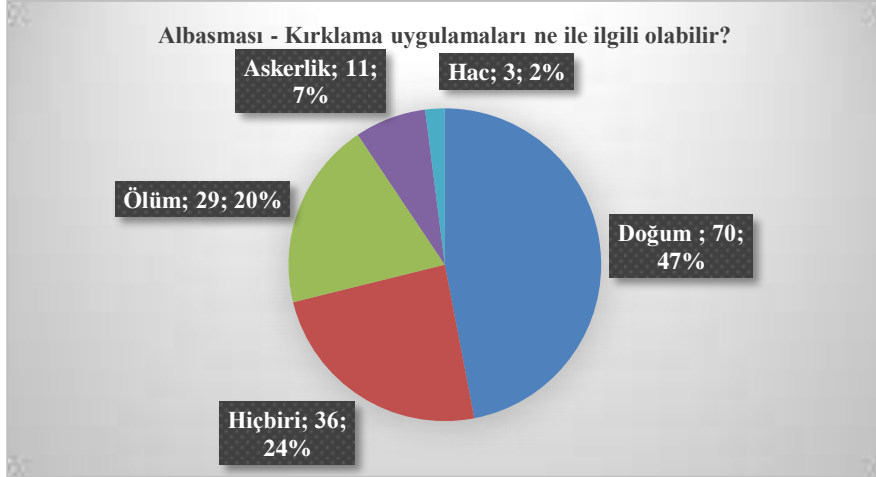
Türk sanatçılarının tanınıp tanınmadığı ile ilgili diğer bir soru UNESCO'nun "Yaşayan İnsan Hazinesi" adlı projesiyle ilgilidir. Öğrencilerin, "UNESCO hangilerini koruma altına almış olabilir?" sorusuna verdikleri cevaplar aşağıdaki grafikte verilmiştir.



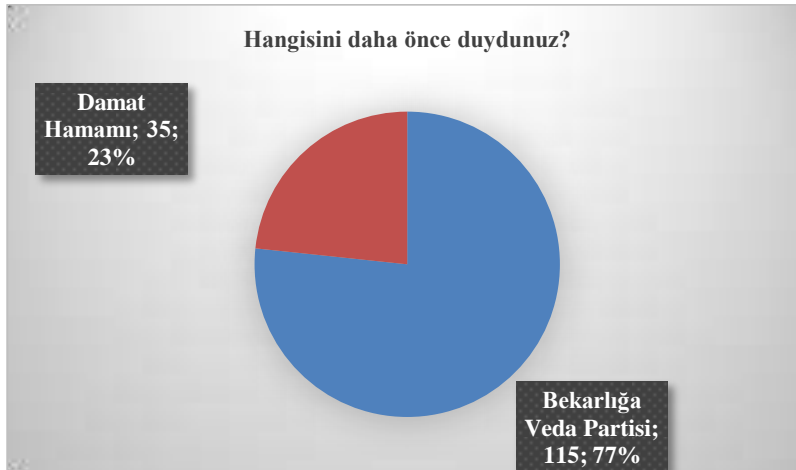
Anlaşıldığı kadarıyla öğrencilerin çoğunluğu Türk sanatçıların UNESCO tarafından koruma altına alabileceğine inanmamaktadır. Neşet Ertaş, UNESCO tarafından "İnsan Hazinesi" olarak belirlenmiştir. Fakat ankette Elvis Presley ve Neşet Ertaş arasındaki fark çok azdır. 41 öğrenci yabancıların koruma altına alınmış olabileceğini düşünürken sadece 49 öğrenci Türk sanatçıların koruma altına alınmış olabileceğine inanıyor. 101 öğrenci UNESCO'NUN bir Türk sanatçıyı koruma altına almış olabileceğine inanmıyor. Bu durum bu bölümün başında ifade edildiği gibi, gençlerin Türk kültürüne karşı ön yargılı davranışlarıyla ilintilidir.

### Toplumsal Uygulamalar, Ritüeller ve Şölenler

SOKÜM bu başlık altında doğum, evlenme, ölüm, Hıdrellez, Mayıs yedisi gibi toplumsal uygulamaları, ritüel ve şölenlerin korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını ifade eder. Bununla ilgili olarak öğrencilere çeşitli sorular sorulmuştur. Bazıları geçiş dönemi ile ilgiliyken bazıları ritüel ve törenlerle ilgilidir. Öğrencilere öncelikle doğum törenleriyle ilgili aşağıdaki grafikte yer verilen soru yöneltilmiştir.

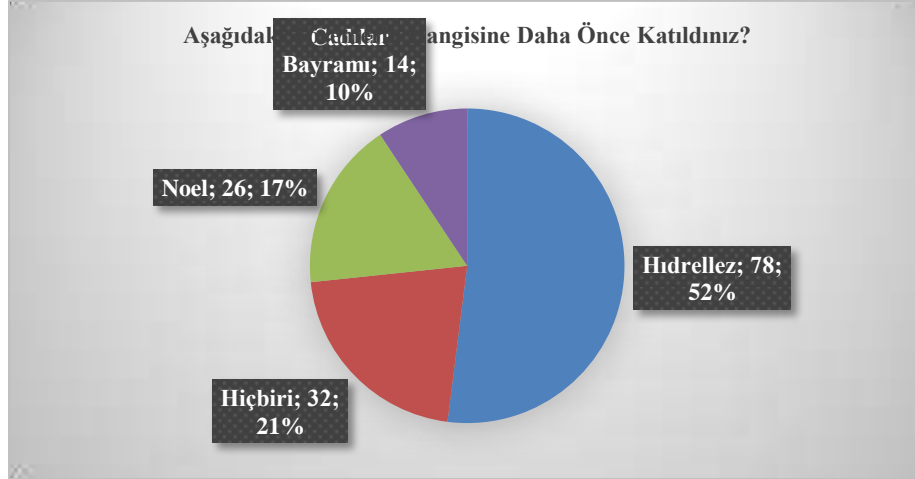


Türk kültüründe geçiş dönemi törenleri yavaş yavaş değişmeye ve tek tipleşmeye başlamış olsa da doğum gibi kutsal sayılan bir olayla ilgili törenler değişime biraz daha kapalıdır. Bu çerçevede yukarıda grafikte öğrencilerin yarısına yakını doğumla ilgili törenlerin farkındadırlar. Fakat bu durum üzüntü vericidir. Daha önce aktarıldığı gibi ankete katılan 150 öğrencinin 103'ü kız öğrencidir. Kadınlarla ilgili albasması, kırklama gibi terim ve uygulamalardan kız öğrenciler haberdar değildirler. Yine bir geçiş dönemi olan evlilik törenlerindeki uygulamaların yerini yabancı kültürlere ait uygulamaların almaya başladığını aşağıdaki grafik gözler önüne sermektedir.



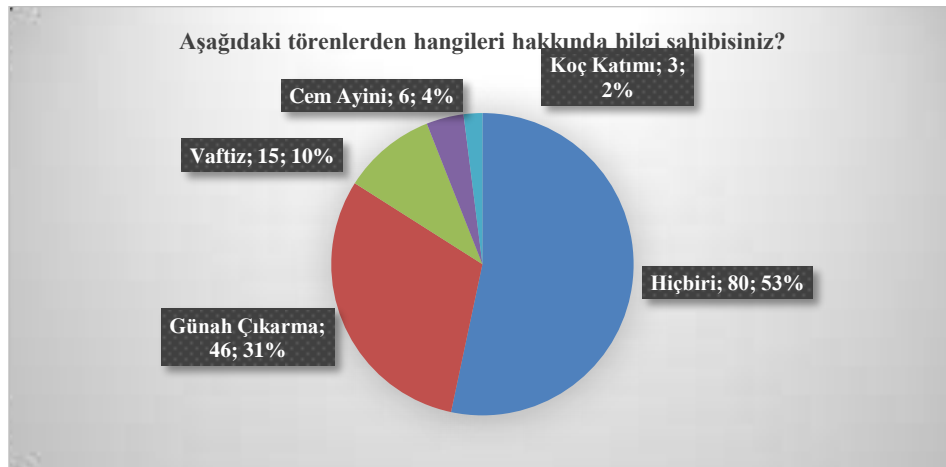
Grafik bize çok vahim sonuçlar vermektedir. Medyanın, yabancı dizi ve kültürlerin sayesinde damat hamamının yerini yavaş yavaş bekarlığa veda partisi almaya başlamış durumdadır. Gençler arasında bu uygulama yavaş yavaş yaygınlaşmaya başlamış durumdadır. Anadolu'nun birçok yerinde düğün öncesinde damat ve arkadaşlarının eğlencesi isim ve içerik değiştirmeye başlamıştır. Bunun tek sebebi medyanın cazip halde sunduğu, damat ve erkek arkadaşlarının katıldığı sınırları olmayan eğlencelerdir. Bu eğlencelerin içeriği Türk töre ve ahlak yapısına uygun değildir. Birçok dizide Türk aile yapısına uygun olmayan sahneler yerleştirilmekte, binlerce yıllık Türk kültürü yok sayılarak gençlerin dimağları yabancı kültürlerin değerleriyle işgal edilmektedir.

Geleneksel ritüel ve törenlerle ilgili yapılan incelemelerde bazı törenlerin öğrenciler tarafından bilindiği fakat yeterli bağlılığın olmadığı görülmüştür. Aşağıdaki grafik bunu doğrular niteliktedir.



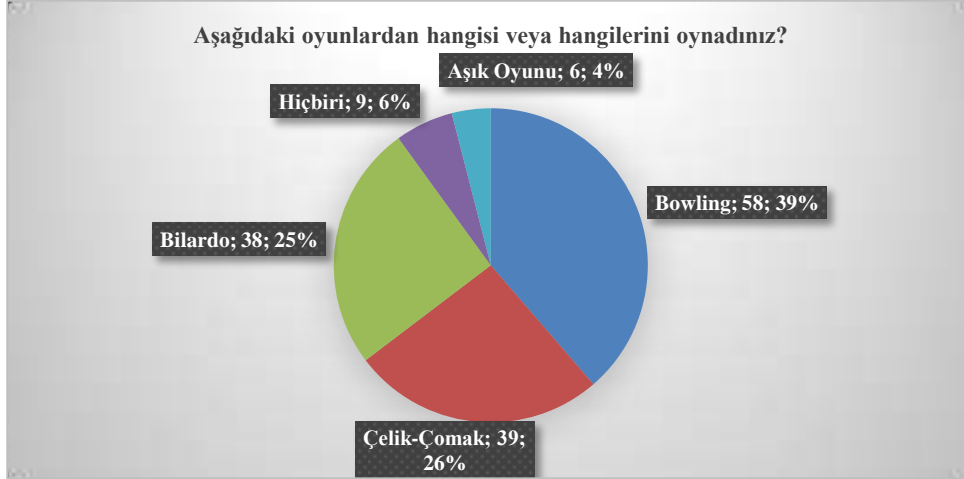
Grafığe bakıldığında diğer dinlere ait cadılar bayramı, Noel gibi kutlamaların giderek Türk Kültürünün içerisine yerleştiği görülmektedir. 31 Ekim’de kutlanan “Cadılar Bayramı”, ilk önceleri İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerde yaşayıp da sosyoekonomik düzeyi yüksek kesimlerde kutlanırken, kitle iletişim araçları sayesinde toplumun hemen her kesimi tarafından bilinen ve büyük şehirlerin dışında da yaygınlık kazanmaya başlayan bir kutlama niteliği kazanmıştır. Cadılar Bayramı (Halloween), köken itibariyle tarım kültürünün bir ürünüdür. Nitekim yaz sonuna rastlayan bu dönemde hasat kaldırılmış, kış için gerekli hazırlıklar yapılmış olmalıdır. Kutlamalarda oynanan oyunlarda elmanın, fındığın, şalgamın ya da bal kabağı gibi topraktan elde edilen ürünlerin kullanılması, Cadılar Bayramı’yla tarım işleri ve mevsim geçişleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Tarihsel süreç içerisinde halloween adı verilen kutlama inanç ve pratikler açısından zenginleşmiş son aşamada da pagan dönemlerden kalan bu ritüeller dinî motiflerle birleştirilerek Hristiyanlık içerisinde yerini almıştır (Coşkun ve Zöhre, 2014, s. 501-502). Üzülerek görüyoruz ki 150 öğrencinin 14’ü cadılar bayramı adlı bu törene başka bir dine ve kültüre ait olduğuna bakmaksızın veya farkında olmaksızın katılmıştır. Hıdrellez’e katılımın bir nebze de olsa yüksek olması öğrencilerin daha çok kırsal bölgelerde yaşayan öğrenciler olmasıyla ilintilidir.

Yukarıdaki grafik törenlere katılım durumlarıyla ilgiliydi. Aşağıdaki grafik ise katılmasalar da bazı törenler hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını ölçmeye yöneliktir.



Grafığe bakıldığında 150 öğrencinin sadece 9'unun katılmasalar da geleneksel törenler hakkında bilgi sahibi oldukları görülecektir. Yine farklı bir dine ait kültür değerleri hakkında ise büyük bir oranla bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Cem ayını gibi önemli bir ritüel hakkında sadece 6 öğrencinin bilgi sahibi olması çok vahimdir. Geleneksel mevsim bayramlarından koç katılımı hakkında sadece üç öğrenci bilgi sahibidir. Fakat batı ve Hristiyanlık dünyasının kültürel değerleri, televizyon ve internet sayesinde evlerimize girmektedir. Gençlerin çoğu diğer dinlere ait bu kutsal törenleri biliyor durumdadır. Gençlerimiz beşeri ilişkilerinde de referanslarını batı dünyasının değerleriyle oluşturmaya başlamışlardır. Örneğe, Türkçede ve Türk kültüründe bir kişi öldüğü zaman geride kalanların acılarını paylaşmak ve hafifletmek için söylenebilecek onlarca güzel söz varken, maalesef çocuk ve gençlerimiz medyanın etkisiyle Hristiyanlık inancı olan "Toprağı bol olsun" tabirini kullanmaktadırlar (Oğuz, 2013a)

Öğrencilerin çocukluk ve gençlik yıllarında oynadıkları oyunları tespit etmeye yönelik sorulara verdikleri cevaplar, modern şehirlerin, belediyelerin ve yöneticilerin çocukların geleneksel oyunları oynayabilmeleri için gerekli ortamı hazırlamadığını, çocukların oyun salonlarına yönlendirildiğini göstermektedir. Bununla ilgili grafik aşağıda verilmiştir.

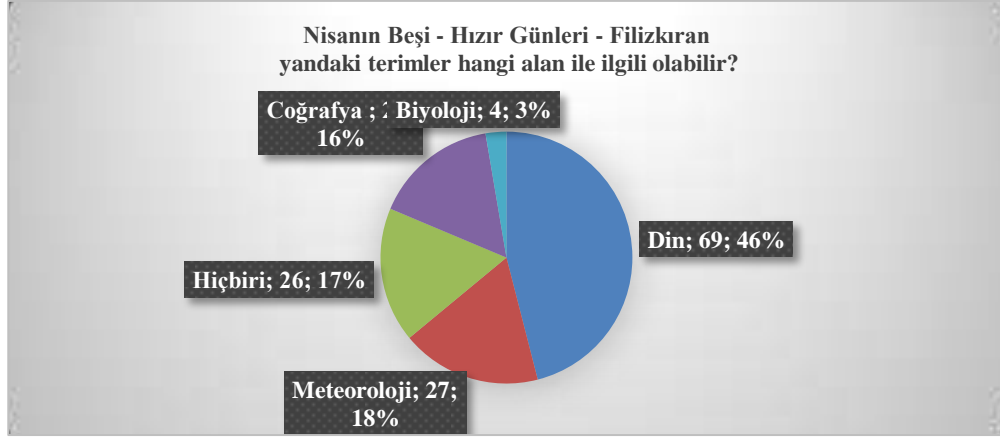


Üniversite gençlerinin çoğunluğu, geleneksel oyunları çocukken oynamadıklarını ama büyümeyle beraber Türk kültürüne ait olmayan salon oyunlarını yüksek oranda oynadıklarını belirtmişlerdir. Yine medya aracılığıyla bowling oyunu ön plana çıkarılarak cazibesi artırılmıştır. Türkiye'de son zamanlarda alışveriş merkezlerinin artmasıyla beraber, bowling salonlarının sayısında hızlı bir artış olmuştur. Alışveriş merkezleri sundukları hizmetlerle cazibelerini artırırken bu tür oyun salonlarına kendi yapılarında yer vererek Türk gençlerinin bu oyunlarla daha fazla zaman harcamalarına neden olmuşlardır.

### Doğa ve Evrenle İlgili Bilgi ve Uygulamalar

SOKÜM bu başlık altında halk hekimliği, halk mutfağı, halk mimarisi, halk takvimi gibi doğa ve evrenle ilgili uygulamaları korumayı esas alır. Bununla ilgili olarak öğrencilere halk takvimi ile ilgili olarak aşağıdaki soru yöneltilmiştir.

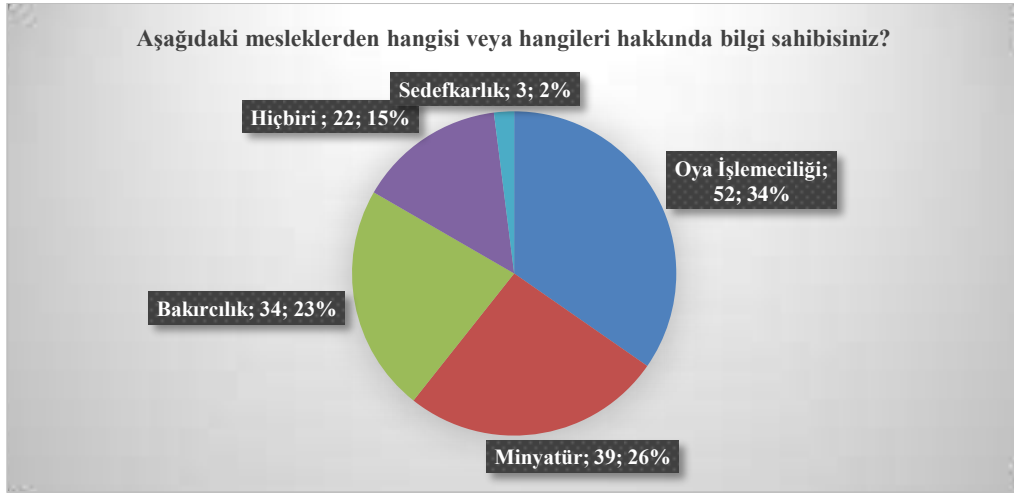




Halk takvimleri, binlerce yıllık doğa-insan birlikteliğinin deneyimi ile oluşmuşlardır. Yılı, Hızır Günleri ve Kasım Günleri olmak üzere altışar aylık iki büyük bölüme ayıran Türk halk takvimlerinin her bir bölümü binlerce yıllık doğa deneyimi ile belirlenmiştir. Öğrencilerimize halk takviminden meteoroloji ile ilgili üç farklı dönemi içeren soruyu sordüğümüzda Hızır kelimesinin dinî mahiyetinden dolayı cevaplar “Din” cevabı üzerinde yoğunlaşmıştır. Sadece 27 öğrencimiz bu terimlerin ne ile ilgili olduğunu doğru bilmişlerdir.

### El Sanatları

SOKÜM'ün en önemli alanlarından biri el sanatlarının yaygınlaştırılması ile ilgilidir. Bununla ilgili olarak, öğrencilere en bilindik el sanatları hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları soruldu.



Gönen Meslek Yüksekokulunda bulunan programlardan biri “El Sanatları” programıdır. Bu çerçevede sedefkârlık dışındaki el sanatlarını programın öğrencileri bilmektedir. Fakat programın dışında kalan öğrenciler ne yazık ki el sanatları konusunda yeterli bilgiye sahip değiller.

### Sonuç ve Öneriler

UNESCO'nun hazırladığı Somut Olmayan Kültürel Miras sözleşmesi kültürel bellek, ortak deneyim, tarihsel süreklilik ve yaşatarak koruma çerçevesinde ulusların tek tipleşmesini engellemek ve yerel kültürleri güçlendirmeyi hedefler. Sözleşmeye taraf olan ülkelere bu konuda sorumluluklar yükler. Ülkemizin gençlerinin bu kültürel öğeleri



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



içselleştirmeleri ve ilerideki sosyal, siyasi, sanatsal, sportif, ekonomik, dinî hayatlarını bu çerçevede yaşamaları hayati bir zorunluluktur. Fakat anketten aldığımız sonuçlara göre büyük aksaklıkların yaşandığı ortadadır. Bunun için aile, eğitim kurumları ve devlete büyük işler düşmektedir.

Ferdin birey olduğunun farkına varması ve toplumsallığa ilk adımlarını atması aile ortamında gerçekleşir. Ebeveynler, çocuklarını yetiştirirken millî değerleri önceleyen bir anlayışa sahip olmak zorundadırlar. 21. yüzyılda, ailenin millî değerlerle oluşturduğu daireden ayrılacak çocuğu, çok cazip olan fakat onu kimliksizleştirecek, hissizleştirecek, hiçleştirecek ve birçok yabancı değerlerle örülü bir dünya beklemektedir. Çocukların ve gençlerin en büyük problemlerinden birisi Türk kültürüne ve diline ön yargıyla yaklaşmalarıdır. Bu ön yargı muhakkak öncelikle aile daha sonra da eğitimciler tarafından ortadan kaldırılmalı, diğer uygarlıklar kadar güçlü bir kültür dairesine sahip bulunduğu hissettirilmeli ve büyük Türk kültür dairesine sahip olmanın önemi kavratılmalıdır.

Sözleşmenin eğitime ilişkin öngörülerini bağlamında Türkiye'nin somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik örgün eğitim alanında gerçekleştirdiği ilk ve olumlu adım "Halk Kültürü" adlı dersin ilköğretim programlarına konulmasıdır. (Kutlu, 2013, s. 47). Ama maalesef bu dersler seçmeli olarak konulmuştur. Türk edebiyatı ders kitapları, millî kültürün korunması, tanıtılması ve geliştirilmesi bakımından çok önemlidir. Her yıl ortalama üç buçuk milyon öğrenciye bu ders kitapları aracılığıyla ulaşılmaktadır. Bu bağlamda öğrenciye ulaşma imkânının bu kadar fazla olduğu bir durumda Talim ve Terbiye Kurulu başkanlığı daha dikkatli davranmak zorundadır (Sağlam, Solmaz, 2011, s. 634). Bu dersler ilköğretimlerle kalmamalı, BOLOGNA süreci çerçevesinde ders programlarını düzenleyen, programlarına havuz derslerini ilave eden üniversiteler bu havuz dersleri arasına kültürel miras derslerini koymalıdır.

"Gençlerin kültürel yabancılaşmasında değişik faktörlerin rolü vardır, bunlar arasında örnek şahsiyetlerin yetersizliği gençlerle ilgili meseleleri kendi kültürel ve dini bağlamlarında ifade etme fırsatlarının azalmış olması yer almaktadır. Kültürel bakımdan, batılı gençleri temsil eden ürünler ile genelde Batılı olmayan kesimleri hedef alan ürünler arasında büyük bir dengesizlik bulunmaktadır. Bu durum gençlerin kendileri ve kültürleri hakkındaki görüşlerini de olumsuz bir şekilde etkilemektedir" (Medeniyetler İttifakı: Yüksek Düzeyli Grup Raporu 13 Kasım 2006). Bu bağlamda üniversiteler tarafından düzenlenen bahar şenliklerinde, lise ve dengi okulların hazırladıkları yılsonu etkinliklerinde Türk Kültürüne ait hatırlama figürlerine yer vermelidir. Ama maalesef halen ülkemizde Yunus Emre adına Kaşgarlı Mahmud adına, Fatih Sultan Mehmet adına, üniversitelerimiz yoktur. Eğitim kurumlarının bina, salon, kütüphane gibi mekânlarının adları yine bu hatırlama figürlerinden seçilmelidir. Eğitim kurumlarındaki öğrenciler el sanatkârlarıyla tanıştırılmalı, düzenli geziler gerçekleştirilmelidir. Canlı müzeler yaygınlaştırılmalıdır.

Sorumluluğun üçüncü ama belki de en önemli sahibi devlettir. Devletimiz geniş bir bakış açısıyla çocuklar ve gençler için millî kültürel değerleri önceleyen, tanıtan politikalar üretmelidir. Devletin bekası, kültürel değerlerini referans alan gençlerin başarılarıyla mümkündür. Bu çerçevede devletler gerek yasaklamalar gerekse de teşviklerle akılcı politikalar üretmek zorundadır. Örnekte bilindiği gibi küreselleşme ve millî değerleri yaşayamamanın temel nedenlerinden biri teknoloji ve medyadır. Bu çerçevede medyanın Türk kültürünü önceleyen programları yapmaları devlet tarafından



teşvik edilmelidir. Her gün belirli saatlerde, gençlerin nasıl giyinmesi gerektiğini bilinçaltına işlemeye çalışan yarışmalardan evlilik programlarına, yukarıda anketlerde bahsettiğimiz yabancı değerleri önceleyen dizi filmlerden çeşitli eğlence programlarına kadar birçok program genç dimağlara yerleştirilmektedir. Bu durumda devletin bazen de yasaklamalar getirmesi zorunludur.

Yerel yöneticilerin kültürel değerleri öncelemeleri çok önemlidir. Her şehrin kendine ait kültürel belleğini yaşatması ve çocukların, gençlerin bu bellekle ve kent imgeleriyle tanıştırılması sağlanmalıdır. Bunların yaşaması için somutlaştırılarak sürekliliğinin tesis edilmesi gerekir. Bu yüzden belediyeler, millî kültürel değerlerin yaşatılması için gerekli çalışmaları yapmak zorundadır.

Bir milletin muasır medeniyetler seviyesine ulaşmasının en temel yolunun, bireylerin millî kültürel değerleri içselleştirerek yüzyıllara uyum sağlaması olduğu asla unutulmamalıdır. Bu durumda aile, eğitim ve devlet üçlüsünün bunu gerçekleştirmesi zorunludur.

### Kaynaklar

Arslan, M. (2006a). Küreselleşme ve Yerellik İkileminde Buldan Halk Kültürü. *Buldan Sempozyumu Bildirileri*. s.711-715.

\_\_\_\_\_. (2006b). Küreselleşme Sürecinde Kültürün Trajedisi ve Türk Kültürü. *I. Uluslararası Türk Dünyası Kültür Kurultayı*. Çeşme/İzmir.

Barber, R. B. (2013). Cihad McDünyaya Karşı: Küreselcilik ve Kabilecilik Dünyayı Nasıl Yeniden Şekillendiriyor?. *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*. (Çev. Haluk Özdemir). (Editör: Kudret Bülbül). Ankara: Orient Yayınları.

Bülbül, K. (2013). Kültür ve Medeniyet Tartışmalarına Türkiye'den Bakmak. *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*. (Editör: Kudret Bülbül). Ankara: Orient Yayınları.

Coşkun, N. Ç., Zöhre, H. (2014). Küreselleşme ve Tüketim Kültürünün Yaygınlaşması Bağlamında Türkiye'de Cadılar Bayramı. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 9/3 Winter 2014, s.497-506, Ankara.

Ekici, M. (2008). Geleneksel Kültürü Güncellemek Üzerine Bir Değerlendirme. *Millî Folklor Dergisi*, Sayı 80, s.33-38.

Ekici, M., Fedekar P. (2013). Ege Üniversitesi Deneyimleriyle Somut Olmayan Kültürel Mirası Yaşatarak Koruma. *Millî Folklor Dergisi*, Sayı 100, s.50-60.

Hungtington, S. P. (2013). Medeniyetler Çatışması mı?. (Çev. Mustafa Çalık). *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*. (Editör: Kudret Bülbül). Ankara: Orient Yayınları.

Kalb, D., Van Der Land, M. (2013). Mozayığın Ötesi: Küreselleşen Bir Çağda Kültürel Kimliğin Sorgulanması. (Çev. Zekeriya Tüysüz). *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*, (Editör: Kudret Bülbül). Ankara: Orient Yayınları.

Kayserili, M. E., Satır, M. (2013). Küreselleşme Sürecinin Ulusal Kültür ve Sanata Etkisi. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*. Sayı 50, s.306-318.

Kuşçu, E. (2015). Fransızca Öğretimi Kişi Betimlemelerinde Kullanılan Deyimlerin Anadil Türkçedeki Görüntüleri. *Turkish Studies International Periodical for the*



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



*Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 10/16 Fall 2015, s.937-952.

Kutlu, M. M. (2013). SOKÜM ve Örgün Eğitim: Halk Kültürü Dersi Deneyimi. *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği Türkiye Deneyimi*. Ankara: Grafiker Yayınları. s.47-51.

Lieber, R. J., Weisberg, R. E. (2013). Küreselleşme, Kültür ve Kimlik Krizi. *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*. (Çev. ve Editör: Kudret Bülbül). Ankara: Orient Yayınları.

Mazrui, A. A. (2013). Evrensellik İddiası: Küreselleşen Bir Çağda Batı Kültürü. (Çev. Hakan Arıkan). *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*. (Editör: Kudret Bülbül). Ankara: Orient Yayınları.

Oğuz, Ö. (2001). Küreselleşme ve Ulusal Kalıt Kavramları Arasında Türk Halk Bilimi. *Millî Folklor*, Sayı 50, s.5-9.

\_\_\_\_\_. (2009). Somut Olmayan Kültürel Miras ve Kültürel İfade Çeşitliliği. *Millî Folklor*, Sayı 82, s.6-13.

\_\_\_\_\_. (2013a). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

\_\_\_\_\_. (2013b). Sunuş. *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği Türkiye Deneyimi*, Ankara: Grafiker Yayınları, s.5-6.

Önal, M. N. (2005). *Muğla Efsaneleri*. Muğla: Muğla Üniversitesi Yayınları.

\_\_\_\_\_. (2011). *Muğla Masalları*. Muğla: Muğla Üniversitesi Yayınları.

Sağlam, S, Solmaz, E. (2011). Orta Öğretim Türk Edebiyatı Ders Kitaplarında Somut Olmayan Kültürel Mirasın Yararlanılması Üzerine Bir Değerlendirme. *IV. Uluslararası Dünya Dili Türkçe Sempozyumu Bildirileri*. C2. S. 631-634. Muğla.

Teke, S. G. (2013a). Geleneksel Tarzlar, Modern Modeller: Resmî, Resmî Olmayan Eğitim ve Somut Olmayan Kültürel Miras. *Millî Folklor Dergisi*. Sayı 100. s.31-39.

\_\_\_\_\_. (2013b). UNESCO, Gençlik ve Somut Olmayan Kültürel Miras. *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği Türkiye Deneyimi*. Ankara: Grafiker Yayınları. s.73-76.



## *Üniversite ve Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

Mustafa Taşlıyan<sup>1</sup>, Bengü Hırlak<sup>2</sup> Gamze Ebru Çiftçi<sup>3</sup> Bilge Güler<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Prof. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Kahramanmaraş

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Dr. Kilis 7 Aralık Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kilis

<sup>3</sup> Dr. Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale

<sup>4</sup> Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş, bilgeeguler@gmail.com

### **Özet**

Üniversite ve meslek seçimi bireylerin yaşamlarını etkileyen en önemli faktörlerden bir tanesidir. Bireylerin yaşam boyu mutlu olabilmeleri, yaptıkları işte verimli olabilmeleri, hem kendilerine hem de topluma daha yararlı olabilmeleri için uygun meslek seçmeleri çok önemli bir konudur. Bu önemden hareketle, tanımlayıcı bir araştırma niteliğinde olan bu çalışmada, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin üniversite ve meslek tercihlerini yaparken dikkate aldıkları faktörler araştırılmıştır. Bu araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesine 2015-2016 akademik yılında kayıt yaptıran öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket sonucu elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların meslek seçimlerini çoğunlukla kendi istekleri ile yaptıkları, mezuniyet sonrası iş olanaklarının meslek seçiminde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Üniversite tercihinde ise, en önemli etkinin tercih edilen üniversitenin ikamet edilen şehre yakınlığı olduğu görülmüştür. Üniversitenin sosyo-ekonomik düzeyinin, fiziksel ve çevre düzenlemelerinin, öğretim üyelerinin akademik başarısının, üniversitesinin başarı sıralamasının, üniversitenin yurt ve barınma olanaklarının etkisinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Meslek Seçimi, Üniversite Seçimi, Üniversite Öğrencisi.

### *Factors Affecting University and Job Choice: A Research on Students of the Faculty of Economics and Administrative Sciences*

#### **Abstract**

Selection of one's university and job is one of the most important factors affecting an individual's life. Choosing a appropriate job is a very important issue to individuals for be happier in their lifetime, more efficient in their work, being more useful to his /her own and the society. The importance of the movement, in this research, which is a descriptive study the factors that the students of studying at the Faculty of Economics and Administrative Sciences takes into consideration while making their university and job choice were investigated. The sample of this research included students attending Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Faculty of Economics and Administrative Sciences who were enrolled in the 2015-2016 academic year. In this study, questionnaires were used as data collection methods. The data obtained from the survey was analyzed using the SPSS program. In the result of the research it has been seen that the participants, generally, choose their jobs at their own request and after-graduate job opportunities are effective in job choosing. As for the university preference, it has been that, the most important fact is the closeness of the preferred university to their own residence. It has been determined that, the facts such as socio-economic level of the university, physical and environmental planning, academic success of the teaching stuffs, success gradation of the university, sheltering facilities are less effective in preferring the universities.

**Keywords:** Job Choice, University Choice, University Student.



## Giriş

Birçok insan okul öncesinden itibaren gelecekte ne olacağı hakkında düşünmekte ve ilerisi için planlar yapmaktadır. İlk zamanlarda bütünüyle duygusal ve hayali olan bu tutum, zaman geçtikçe daha gerçekçi olmaya başlamaktadır. Meslek tercihi hem bireysel hem de toplumsal açıdan büyük bir önem taşıyan konu olmasına rağmen, Türkiye’de hala meslek seçimleri büyük bir ölçüde tesadüflere bağlı olmaktadır (Yılmaz vd.1996: 108; Akt. Pekkaya ve Çolak, 2013: 799).

Ancak meslek veya üniversite tercih etme sırasında bireyler, rastgele yapacakları bir tercih ile bütün hayatlarını etkileyebilen verimsiz sonuçlarla karşılaşabilirler. Bundan dolayı, bireyler yapacakları meslekleri belirleme aşamasında, kendi nitelikleriyle ilgili tercih edecekleri mesleğin niteliklerinin uyumlu olmasına özen göstermelidir (Yanikkerem vd. 2014; Akt. Çiftçi vd. 2011: 152).

Meslek kavramı, bireylerin yaşamlarını kazanmak adına yaptığı kuralları toplum tarafından tespit edilmiş, belirli bir eğitimle edinilen bilgi, kabiliyetlere dayalı etkinlikler toplamı şeklinde ifade edilebilir (Yanikkerem vd. 2004; Akt. Sarıkaya ve Khorshid, 2009: 394; Anılan ve Anılan, 2014: 52; Kırağ, 2015: 226). Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre ise meslek, belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş olarak tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.org.tr>). Meslek, bireylerin kimliklerinin en önemli kaynağı olmakta, bireylerin çevresinde saygı görmesine, diğer bireylerle ilişki kurmasına, toplum içerisinde bir yer edinmesine ve işe yaradığı duygusunun oluşumuna da imkân sağlayan bir etkinlik alanı şeklinde ifade edilebilmektedir (Kuzgun, 2000; Akt. Sarıkaya ve Khorshid, 2009: 394; Anılan ve Anılan, 2014: 52). Yani bir başka deyişle meslek kavramı, yalnızca maddi yönden para kazanılan ve yaşamı devam ettirici bir uğraş yolu değil, zevk alarak ve istek duyularak yapıldığında bireyleri mutlu eden ve sosyalleşmelerine olanak sağlayan ortamlar dizinidir şeklinde tanımlanabilir (Anılan ve Anılan, 2014: 52).

Meslek seçimi ise, bireylerin icra etmeyi arzu duydukları mesleklerin içerisinde bir tanesini belirlemesi ve bu mesleği yerine getirebilecek erkleğe ulaşabilmek adına gayret sarf etmesi şeklinde ifade edilebilir (Yanikkerem vd. 2014; Akt. Köşker ve Demirbaş Kaya, 2014: 32).

Bireyler için meslek seçimi en önemli seçimlerden bir tanesi olup, bütün yaşamı etkileyebilmektedir. Bir diğer deyişle, bireyler meslek seçimi ile aslında içerisinde yaşayacağı çevreyi, maddi durumu ve ilişki içerisinde bulunacağı diğer bireyleri de belirlemiş olmaktadır. Bu nedenle de bireylerin meslek seçmeden önce mutlaka kendi kendilerini tanımaları ve seçecekleri meslekler hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir (Kuzgun, 2000; Akt. Kırağ, 2015: 226).

Kuzgun (2004) bireylerin meslek seçimlerini etkileyen faktörleri iki grup şeklinde ele almıştır. Birinci gruptakileri, yetenek, ilgi, değer vb. gibi psikolojik faktörler olarak, ikinci gruptakileri ise, sosyoekonomik düzey, aile ilişkileri vb. gibi sosyal faktörler olarak sınıflandırmıştır. Savickas (1991) ise, meslek seçimini etkileyen faktörlere; yetenek, ilgi, değer ve inanç sistemi, aile, kültür ve çevre gibi faktörler eklemiştir. Korkut-Owen (2008) ise, bu faktörlere ilave faktörler eklemiştir. Bunlar; politik, ekonomik, yasal ve sisteme ilişkin özellikler (ülkenin yönetim biçimi, ekonomik yapısı, yasalar vb.) ve şans (sağlık koşulları, doğal olaylar vb.) gibi faktörlerdir (Akt. Korkut Owen vd. 2012: 135-136).



Son yıllarda yaşanan hızlı gelişmeler ve değişimler karşısında birçok farklı meslek ortaya çıkmakta, bazı mesleklerin statüleri, iş olanakları ve ekonomik imkânları düşebilmekte bu da bireylerin meslek tercihlerinde zorluklar yaşatabilmektedir.

Gençlerin meslek seçiminde yaşadıkları zorlukları, üniversite tercihlerinde de yaşamaları söz konusu olabilmektedir. Örneğin; gidilecek üniversitenin ikamet edilen yere yakınlığı, coğrafi konumu, mezuniyet sonrası iş olanaklarına yakınlığı, üniversitenin içerisinde yer aldığı şehrin sosyo ekonomik düzeyi, ulusal ve uluslararası alandaki tanınırlığı, üniversiteler arası başarı sıralaması, fiziki yerleşkesi ve çevre düzenlemesi, eğitim olanakları, öğretim üyelerinin akademik başarıları, barınma olanakları ve maliyetleri, ulaşım ücretleri, burs olanakları, sosyal ve kültürel etkinlikler vb. gibidir.

Tüm bu tercih zorlukları ile beraber öğrenciler bilgi ve iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler sayesinde artık çeşitli iletişim kanalları vasıtasıyla üniversiteler hakkında ve tercih edecekleri meslekler hakkında istedikleri bilgilere ulaşabilmektedirler.

Literatüre bakıldığında yapılan araştırmalarda genellikle ya öğrencilerin meslek tercihlerini ya da üniversite tercihlerini etkileyen faktörlere odaklanılmıştır. Örneğin; Sarıkaya ve Khorshid (2009) Türkiye’de üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörler üzerine yaptıkları araştırmada, öğrencilerin aldıkları puanların, puan türlerinin, tercih sıralamalarının ve anne eğitim düzeylerinin ve mesleklerinin, öğrencilerin meslek seçimlerini etkilediğini tespit etmişlerdir. Ancak bir diğer taraftan da belirli bir meslek tercihi yapmış bireylerin aldıkları bu karara göre üniversite seçimlerini etkileyen faktörlerin neler olduğu alan yazında genellikle ihmal edilmiştir. Tercih edilen mesleğe veya alana göre, üniversite tercihinin etkileyen unsurların da değişebileceğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Akar, 2012: 102). Dolayısıyla yapılan bu araştırmanın öğrencilerin hem üniversite hem de meslek seçimlerini etkileyen faktörleri araştırması bakımından önemli olduğu söylenebilmektedir.

Üniversite ve fakülte tercihlerinin bilinçli bir şekilde yapılması oldukça büyük bir önem arz etmektedir. Bireyler bu tercihlerini ne kadar bilinçli bir şekilde yaparsa, üniversiteye ve fakülteye yönelik motivasyonu ile burada verilen eğitime bakışı, buradan alabilecekleri, karşılaşılabileceği güçlüklerle başa çıkabilme derecesi o kadar yüksek olacaktır (Korkmaz, 2010: 168).

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde yer alan iktisat, işletme, kamu yönetimi, maliye, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, uluslararası ticaret ve lojistik, sağlık yönetimi, sigortacılık ve sosyal güvenlik, sosyal hizmetler gibi bölümlerde mezuniyet sonrasında istihdam olmakla beraber, toplum tarafından bu mesleklere ihtiyaç duyulmaya ve değer verilmeye devam edilmektedir.

Konunun öneminden hareket ederek bu araştırmada, 1992 yılında kurulmuş olan bir üniversitenin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’ni tercih eden ve 2015-2016 akademik yılında kayıt yaptıran öğrenci grubunun üniversite ve meslek tercihlerinde etkili olan faktörlerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Ayrıca bu araştırma ile üniversite ve meslek tercihlerinde etkili olan faktörlerin öğrencilerin okudukları bölüme göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır.

Bu kapsamda bu araştırmada aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır.



- İktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencilerinin üniversite tercihini etkileyen faktörler nelerdir?
- İktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencilerinin meslek tercihini etkileyen faktörler nelerdir?
- İktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencilerinin üniversite ve meslek tercihini etkileyen faktörler okunulan bölüm açısından farklılık göstermekte midir?

## Yöntem

### Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bireyler için meslek ve üniversite seçimi, hayati bir öneme sahiptir. Bireylerin bu seçimlerini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Örneğin; kişilik özellikleri, değerler, görüş ve yetenekler vs. gibidir.

Burada önemli olan bireylerin sahip oldukları kabiliyetler ve niteliklere uygun meslek seçimi yapmalarıdır. Bireylerin hem kendi yaşamlarında mutlu olabilmeleri hemde topluma fayda sağlayabilmeleri, mesleki doyum, başarı ve verimlilik sağlayabilmeleri için uygun meslek seçmeleri şarttır.

Özellikle üniversite tercihini etkileyen nedenlerin tespit edilmesi, hem üniversitenin, fakültenin imaj ve tanıtım çalışmalarının yürütülmesi hem de bu çalışmaların etkinlik düzeylerinin ölçülmesi bakımından oldukça fazla yarar sağlayabilmektedir.

Dolayısıyla bu araştırma ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi birinci sınıf öğrencilerinin üniversite ve meslek tercihlerinde etkili olan faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca bu araştırma ile üniversite ve meslek tercihlerinde etkili olan faktörlerin öğrencilerin okudukları bölümlere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır.

### Araştırmanın Kapsamı (Evren ve Örneklem)

Araştırma evrenini Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesindeki İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde yer alan lisans programlarını tercih eden öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın evreninin geniş bir alanı kapsaması, evrenin tümüne ulaşmada enerji, maliyet ve zaman güçlüğüne ortaya çıkarmaktadır (Karasar 2005: 127). Bu nedenle araştırmada belirlenen bu evren üzerinden örneklem alınması yoluna gidilmiştir (Ural ve Kılıç 2013: 35). Bu araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden iktisat, işletme, kamu yönetimi ve uluslararası ilişkiler bölümü birinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. 721 birinci sınıf öğrencisi bulunan fakültede 263 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

### Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Ankette yer alan sorular oluşturulurken, Çiftçi ve arkadaşlarının (2011) yaptıkları araştırmada yer alan anket sorularından yararlanılmış ve bazı ek demografik sorular da ankete dahil edilmiştir.

Araştırmada uygulanan anketler, iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümde; öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine, ikinci bölümde; öğrencilerin üniversite ve meslek seçimini etkileyen faktörleri ölçen sorulara yer verilmiştir. Anket formundan elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir.





Anketler ile toplanan verilerin istatistiksel analizleri için; örneklem grubunun özelliklerinin tespit edilmesine ilişkin frekans ve yüzde hesaplamaları ve okudukları bölümler açısından üniversite ve meslek seçimini etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerin farklılaşması için Ki-Kare testi analizleri yapılmıştır.

Yapılan bu araştırma, araştırmanın yapıldığı Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi birinci sınıf öğrencileri ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma sonuçları ankette yer alan sorulardan elde edilen veriler ile sınırlıdır. Dolayısıyla anket tekniğine özgü sınırlılıklar, bu araştırma için de geçerlidir.

## Bulgular

Araştırmanın bu kısmında katılımcılara ilişkin demografik bilgiler ve elde edilen verilere ilişkin bulgular yer almaktadır.

**Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler**

Sosyo-Demografik Özellikler	(N)	(%)	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	142	54
	Erkek	121	46
<b>Yaş</b>	18-19	105	39,9
	20-22	146	55,5
	23-26	12	4,6
<b>Bölüm</b>	İktisat	79	30
	İşletme	88	33,5
	Kamu Yönetimi	65	24,7
	Uluslararası İlişkiler	31	11,8
<b>Not Ortalaması</b>	0-0,99	4	1,52
	1,00-1,99	71	27
	2,00-2,99	167	63,5
	3,00-3,99	21	7,98
<b>Doğduğunuz Yer</b>	Köy	35	13,3
	Kasaba	7	2,7
	İlçe	75	28,5
	İl	91	34,6
	Büyükşehir	55	20,9
<b>Yaşadığınız Yer</b>	Köy	40	15,2
	Kasaba	6	2,3
	İlçe	47	17,9
	İl	54	20,5
	Büyükşehir	116	44,1
<b>Yaşadığınız Bölge</b>	İç Anadolu	13	13
	Karadeniz	3	4,94
	Marmara	6	1,14
	Ege	4	2,28
	Doğu Anadolu	15	1,52
	Güneydoğu Anadolu	52	5,71
	Akdeniz	170	19,77

Tablo 1’de ankete katılan öğrencilere ilişkin tanıtıcı bilgiler yer almaktadır. Tablo 1’e göre katılımcı öğrencilerin % 54’ü (142 kişi) kadın, % 46’sı (121 kişi) ise erkektir. Katılımcı öğrencilerin % 39,9’u (105 kişi) 18-19 yaş, % 55,5’i (146 kişi) 20-22 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 33,5’i (88 kişi) işletme bölümünde,



%30'u (79 kişi) iktisat bölümünde, % 24,7'si (65 kişi) kamu yönetimi bölümünde, % 11,8'i (31 kişi) uluslararası ilişkiler bölümünde okumaktadır. Katılımcı öğrencilerin çoğunluğu % 63,5'i (167 kişi) 2,00-2,99 genel not ortalamasına sahiptir. Katılımcı öğrencilerin % 34,6'sı (91 kişi) illerde, % 28,5'i (75 kişi) ise ilçelerde doğmuştur. Katılımcı öğrencilerin çoğunlukla % 44,1'i (116 kişi) büyükşehirlerde % 20,5'i (54 kişi) illerde ve % 64,64'ü (170 kişi) Akdeniz bölgesinde, % 19,77'si ise (52 kişi) Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşamaktadır.

**Tablo 2. Katılımcıların Gelir Düzeyine İlişkin Bilgiler**

Sosyo-Demografik Özellikler	(N)	(%)
<b>Ailenizin Ortalama Aylık Geliri</b>		
0-1600 TL	109	41,44
1601-2500 TL	92	34,98
2501-3500 TL	40	15,21
3501-5000 TL	12	4,56
5001-10000 TL	7	2,66
10000-20000 TL	3	1,15
<b>Ailenizin Ekonomik Durumu</b>		
Çok iyi	7	2,66
İyi	80	30,42
Orta	154	58,56
Kötü	18	6,84
Çok kötü	4	1,52
<b>Toplam Aylık Harcamanız</b>		
0-400 TL	255	96,96
401-600 TL	6	2,28
601-800 TL	1	0,38
801-1000 TL	1	0,38
<b>Sosyal Güvence Durumu</b>		
Sağlık güvencem yok	21	7,98
SSK, Bağkur Emekli Sandığı	189	71,86
Yeşil Kart	39	14,83
Özel Sigorta	14	5,33

Tablo 2'de ankete katılan öğrencilerin gelir düzeyine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Tablo 2'ye göre katılımcı öğrencilerin % 41,44'ünün (109 kişi) ailelerinin 0-1600 TL arası, % 34,98'inin (92 kişi) ailelerinin ise 1601-2500 TL arasında gelir düzeyleri bulunmaktadır. Katılımcı öğrencilerin büyük çoğunluğu % 58'i (154 kişi) ailesinin ekonomik durumunu orta olarak değerlendirmiştir. Katılımcı öğrencilerin büyük çoğunluğunun % 96,96'sının (255 kişi) ortalama aylık harcamasının 0-400 TL arasında olduğu, % 71,86'sının (189 kişi) SSK, Bağkur ve Emekli Sandığı güvencesine sahip olduğu görülmektedir.



**Tablo 3.** Katılımcıların Ebeveynlerine İlişkin Tanıtıcı Bilgiler

Sosyo-Demografik Özellikler	(N)	(%)	(N)	(%)
<b>Anne Eğitim Durumu</b>	<b>Anne</b>		<b>Baba</b>	
Okur-Yazar Değil	38	14,45	8	3,04
İlkokul	117	44,49	93	35,36
Ortaokul	60	22,81	53	20,15
Lise	35	13,31	76	28,9
Önlisans	3	1,14	9	3,42
Lisans	7	2,66	17	6,46
Lisansüstü	3	1,14	7	2,67
<b>Anne Meslek Durumu</b>	<b>Anne</b>		<b>Baba</b>	
Ev hanımı/İşsiz	231	87,83	18	6,84
Gelir getirici bir işte çalışıyor	7	2,66	66	25,1
Kendi işi	8	3,04	55	20,91
Devlet Memuru	4	1,52	26	9,89
Emekli	8	3,05	49	18,63
Diğer	5	1,9	49	18,63
<b>Toplam</b>	<b>263</b>	<b>100</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Tablo 3’de ankete katılan öğrencilerin ebeveynlerine ilişkin tanıtıcı bilgiler yer almaktadır. Tablo 3’e göre katılımcı öğrencilerin % 14,45’inin (38 kişi) anneleri okur-yazar değildir, % 44,49’unun (117 kişi) anneleri ise ilkököl eğitim düzeyine sahiptir. Verilere göre okur-yazar olmayan kişilerin oranının oldukça yüksek olması ve ilkököl düzeyine sahip annelerin oranının fazla olması, katılımcı öğrencilerin annelerinin eğitim durumlarının düşük olduğunu göstermektedir. Yine katılımcı öğrencilerin babalarının eğitim durumlarının da oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir.

Verilere göre katılımcı öğrencilerin % 35,36’sının (93 kişi) babaları ilkököl, % 28,9’unun (76 kişi) babaları ise lise düzeyinde eğitime sahiptir. Katılımcı öğrencilerin annelerini mesleki açıdan incelediğimizde ise; katılımcı öğrencilerin büyük çoğunluğunun % 87,83’ünün (231 kişi) annelerinin evhanımı olduğu görülmüştür. Katılımcı öğrencilerin % 25,1’inin (66 kişi) babalarının gelir getirici bir işte çalıştığı, % 20,91’inin (55 kişi) babalarının ise kendi işine sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Meslek Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bazı Tespitler

Meslek Seçiminde Etkili Olan Faktörler	(N)	(%)
<b>Bölüm tercihi yapmanızda kim etkili olmuştur?</b>		
Kendi isteğimle	138	52,47
Ailemin isteğiyle	66	25,1
Arkadaş tavsiyesiyle	9	3,42
Öğretmenlerimin tavsiyesiyle	28	10,65
Diğer	22	8,36
<b>Toplam</b>	<b>263</b>	<b>100</b>
<b>Ailenizde aynı meslek sahibi var mı?</b>		
Var	58	22,05
Yok	205	77,95
<b>Toplam</b>	<b>263</b>	<b>100</b>



**Mezuniyet sonrası iş olanakları hakkında bilginiz var mıydı?**

Evet	74	28,14
Hayır	45	17,11
Kısmen	144	54,75
<b>Toplam</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

**Mezuniyet sonrası iş olanakları tercihinizde etkili mi?**

Evet	112	42,59
Hayır	55	20,91
Kısmen	83	31,56
Fark etmez	13	4,94
<b>Toplam</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Tablo 4'te ankete katılan öğrencilerin meslek seçiminde etkili olan bazı faktörler yer almaktadır. Tablo 4'e göre katılımcı öğrencilerin çoğunluğu % 52,47'si (138 kişi) bölüm tercihinin kendi istekleri doğrultusunda yapmışlardır ve ailelerinde büyük çoğunlukla % 77,95'inde (205 kişi) aynı meslek grubuna sahip kişiler bulunmamaktadır. Katılımcı öğrencilerin çok az bir kısmının % 28,14'ünün (74 kişi) okudukları bölümün iş olanakları hakkında genel bir bilgiye sahip olduğu görülmüştür. Tercihinizde mezuniyet sonrası iş olanaklarının etkisi var mı? sorusuna ise, katılımcı öğrencilerin % 42,59'u (112 kişi) evet yanıtı verirken % 20,91'i (55 kişi) hayır yanıtını vermiştir.

**Tablo 5. Üniversite Tercihini Etkileyen Faktörlere İlişkin Tespitler**

Tercih ettiğiniz üniversitenin ikamet ettiğiniz şehre yakınlığı tercihinizde etkili olmuş mudur? **p=0,001; Ki-Kare=28,199**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
<b>İşletme</b>	61	69,4	8	9	14	16	5	5,6	88	100
<b>İktisat</b>	62	78,5	10	12,7	5	6,3	2	2,5	79	100
<b>Kamu Yönetimi</b>	41	64	20	30	4	6	0	0	65	100
<b>Uluslararası İlişkiler</b>	18	58	5	18	4	12	4	12	31	100
<b>Toplam</b>	182	69,2	43	16,3	27	10,2	11	4,3	263	100

Tercih ettiğiniz üniversitenin bulunduğu şehrin sosyo-ekonomik düzeyi tercihinizde etkili olmuş mudur? **p=0,096; Ki-Kare=14,811**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
<b>İşletme</b>	28	32	31	35,2	24	27,2	5	5,6	88	100
<b>İktisat</b>	23	29,1	43	54,4	8	10,2	5	6,3	79	100
<b>Kamu Yönetimi</b>	16	24,6	30	46,2	18	27,7	1	1,5	65	100
<b>Uluslararası İlişkiler</b>	8	25,8	17	54,8	5	16,2	1	3,2	31	100
<b>Toplam</b>	75	28,5	121	46	55	21	12	4,5	263	100



Tercih ettiğiniz üniversitenin ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığı tercihinizde etkili olmuş mudur?  $p=0,165$ ; **Ki-Kare=12,941**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
İşletme	19	21,5	37	42	24	27,3	8	9,2	88	100
İktisat	18	22,7	43	54,6	11	13,9	7	8,8	79	100
Kamu Yönetimi	13	20	34	52,4	18	27,6	0	0	65	100
Uluslararası İlişkiler	9	29	13	42	6	19,4	3	9,6	31	100
<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>22,5</b>	<b>127</b>	<b>48,2</b>	<b>59</b>	<b>22,5</b>	<b>18</b>	<b>6,8</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Tercih ettiğiniz üniversitenin üniversiteler arası başarı sıralaması tercihinizde etkili olmuş mudur?  $p=0,379$ ; **Ki-Kare=9,654**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
İşletme	25	28,4	34	38,6	27	30,6	2	2,4	88	100
İktisat	23	29	35	44,5	14	17,7	7	8,8	79	100
Kamu Yönetimi	15	23	29	44,6	19	29,2	2	3,2	65	100
Uluslararası İlişkiler	7	22,5	14	45,4	7	22,5	3	9,6	31	100
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>26,6</b>	<b>112</b>	<b>42,5</b>	<b>67</b>	<b>25,4</b>	<b>14</b>	<b>5,5</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Tercih ettiğiniz üniversitenin öğretim üyelerinin akademik başarısı tercihinizde etkili olmuş mudur?  $p=0,017$ ; **Ki-Kare=20,105**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
İşletme	23	26,1	39	44,3	23	26,1	3	3,5	88	100
İktisat	11	14	47	59,4	13	17,6	8	9	79	100
Kamu Yönetimi	15	23	31	47,6	19	29,4	0	0	65	100
Uluslararası İlişkiler	2	6,5	17	54,8	10	32,3	2	6,4	31	100
<b>Toplam</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>134</b>	<b>51</b>	<b>65</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Tercih ettiğiniz üniversitenin fiziki yerleşkesi ve çevre düzenlemesi tercihinizde etkili olmuş mudur?  $p=0,100$ ; **Ki-Kare=14,672**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
İşletme	30	34	35	40	18	20,4	5	5,6	88	100
İktisat	18	22,7	43	55	13	16	5	6,3	79	100
Kamu Yönetimi	13	20	33	50,7	15	23	4	6,3	65	100
Uluslararası İlişkiler	8	25,8	17	55	1	3,2	5	16	31	100
<b>Toplam</b>	<b>69</b>	<b>26,2</b>	<b>128</b>	<b>48,6</b>	<b>47</b>	<b>17,8</b>	<b>19</b>	<b>7,4</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Tercih ettiğiniz üniversitenin yurt ve barınma olanakları tercihinizde etkili olmuş mudur?  $p=0,295$ ; **Ki-Kare=10,722**

	Evet		Hayır		Kısmen		Fark Etmez		Toplam	Yüzde
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
İşletme	24	27,5	41	46,5	18	20,4	5	5,6	88	100
İktisat	20	25,3	50	63,4	7	8,8	2	2,5	79	100
Kamu Yönetimi	21	32,3	35	53,8	7	10,7	2	3,2	65	100
Uluslararası İlişkiler	8	25,8	19	61,4	2	6,4	2	6,4	31	100
<b>Toplam</b>	<b>73</b>	<b>27,7</b>	<b>145</b>	<b>55</b>	<b>34</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>4,3</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

\* $p<0,05$  düzeyinde anlamlı



Tablo 5'te üniversite tercihini etkileyen faktörlere ilişkin tespitlere ilişkin bilgiler yer almaktadır. Elde edilen verilere göre;

1) Tercih ettiğiniz üniversitenin ikamet ettiğiniz şehre yakınlığı tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 69,2'si (182 kişi) bu soruya evet yanıtını, % 16,3'ü (43 kişi) ise hayır yanıtını vermiştir. Bu sonuçlara göre ikamet edilen şehre yakınlık üniversite tercihinde etkili olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan Ki-Kare testi ( $p < 0,05$ ; Ki-Kare=28,199) sonucunda ise bölümler arası anlamlı farklılık bulunmuştur. İktisat ve işletme bölümü öğrencilerinde bu etkinin daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

2) Tercih ettiğiniz üniversitenin bulunduğu şehrin sosyo-ekonomik düzeyi tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 46'sı (121 kişi) hayır cevabı verirken, % 28,5'i (75 kişi) evet cevabı vermiştir. Bulgulara göre şehrin sosyo-ekonomik düzeyinin üniversite tercihindeki etkisinin düşük olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda ise bölümler arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ( $p > 0,05$ ; Ki-Kare=14,811).

3) Tercih ettiğiniz üniversitenin ulusal ve uluslararası alanda tanınmışlığı tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 48,2'si (127 kişi) hayır cevabını verirken, % 22,5'i (59 kişi) evet cevabını vermiştir. Bulgulara göre ulusal ve uluslararası alanda üniversitenin tanınmışlığının tercihteki etkisinin oldukça düşük olduğunu söylemek mümkündür. Bölümler arası anlamlı farklılığı bulmak için yapılan Ki-Kare testi sonucunda ise anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ( $p > 0,05$ ; Ki-Kare=12,941).

4) Tercih ettiğiniz üniversitenin üniversitelerarası başarı sıralaması tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 42,5'i (112 kişi) hayır cevabı verirken % 26,6'sı (70 kişi) evet cevabı vermiştir. Bulgulara göre üniversitenin başarı sıralamasının tercihteki etkisinin oldukça düşük olduğu görülmüştür. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda ise bölümler arası anlamlı farklılığa rastlanmamıştır ( $p > 0,05$ ; Ki-Kare=9,654).

5) Tercih ettiğiniz üniversitenin öğretim üyelerinin akademik başarısı tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 51'i (134 kişi) hayır cevabı verirken, % 19'u (51 kişi) evet cevabını vermiştir. Bulgulara göre öğretim üyelerinin akademik başarısının öğrencilerin üniversite tercihlerine etkisi oldukça düşüktür. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda bölümler arası anlamlı farklılığa rastlanmıştır ( $p < 0,05$ ; Ki-Kare=20,105). Öğretim üyelerinin akademik başarısı işletme bölümü öğrencilerinin tercihlerindeki etkisi diğer bölümlere göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

6) Tercih ettiğiniz üniversitenin fiziki yerleşkesi ve çevre düzenlemesi tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 48,6'sı (128 kişi) hayır cevabı verirken, % 26,2'si (69 kişi) evet cevabı vermiştir. Bulgulara göre tercih edilen üniversitenin fiziki yerleşkesi ve çevre düzenlemesi tercihteki etkisi oldukça düşüktür. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda ise bölümler arası anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ( $p > 0,05$ ; Ki-Kare=14,672).



7) Tercih ettiğiniz üniversitenin yurt ve barınma olanakları tercihinizde etkili olmuş mudur?

Katılımcı öğrencilerin % 55'i (145 kişi) hayır cevabı verirken, % 27,7'si (73 kişi) evet cevabı vermiştir. Bulgulara göre üniversitenin yurt ve barınma olanaklarının üniversite tercihindeki etkisi oldukça düşük olduğu görülmüştür. Bölümler arası anlamlı farklılığı test etmek için yapılan Ki-Kare testi sonucunda ise anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır ( $p>0,05$ ; Ki-Kare=10,772).

### Sonuç ve Öneriler

Bireylerin üniversitelere girmek istemelerinin sebebi, belirli bir alanda bilgi sahibi ve meslek sahibi olabilmektir. Bu açıdan değerlendirildiğinde üniversitede bir bölümün tercih edilmesi aynı zamanda mesleğin belirlenmesi anlamına gelmektedir. Ancak bu seçim günümüzde yaşanan hızlı gelişmeler ve değişimler karşısında oldukça güç hale gelmektedir.

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okumaya yeni başlayan öğrencilerin üniversite ve meslek seçimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlar şunlardır:

- Katılımcı öğrencilerin meslek seçimlerini çoğunlukla kendi istekleri ile yaptıkları ve büyük çoğunluğunun ailesinde aynı meslek grubunda kişilerin olmadığı görülmüştür. Mezuniyet sonrası iş olanaklarının meslek seçimindeki etkisinin orta düzeyde olduğu görülmüştür.

- Üniversite tercihi en önemli etkinin ikamet edilen şehre, tercih edilen üniversitenin yakınlığı olduğu görülmüştür. Üniversitenin uluslararası akademik başarısının, üniversitenin bulunduğu şehrin sosyo-ekonomik düzeyinin, üniversitenin fiziksel ve çevre düzenlemesi ile öğretim üyelerinin akademik başarısının üniversite tercihi etkisinin oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Yine üniversitenin yurt ve barınma olanaklarının üniversite tercihi etkisinin düşük olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, Bu araştırma ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin hayatlarının dönüm noktasını oluşturan üniversite ve meslek seçimlerini etkileyen birçok faktör bulunduğu tespit edilmiştir.

Bu araştırma sonucunda elde edilen verilerden de yola çıkılarak şu önerilerde bulunulabilir:

- Özellikle üniversiteler öğrencilerin mesleklerini doğru tanımlayabilmeleri adına, lise döneminden itibaren çeşitli konferanslar düzenleyerek, rehberlik ve danışmanlık hizmetleri sağlayarak gerekli bilgileri aktarabilirler. Öğrencilerin mesleklerine karşı bilinçlendirilmesi, istekli birer meslek üyesi haline getirilmesi oldukça önemli bir konudur.

- Üniversiteler sosyal, barınma ve burs olanaklarını arttırmalı, fiziki yerleşkelerinde gelişimlerini sağlamalıdır.

- Üniversitelerin, görsel ve yazılı medya araçları vasıtasıyla tanıtım çalışmalarına daha da fazla ağırlık vermeleri imajları açısından yararlı olacaktır.

- Üniversitelerin, öğrencilerin üniversite tercih nedenlerini ve beklentilerini bilmeleri, bunları sürekli araştırmaları ve değerlendirmeleri, güçlü ve zayıf yönlerini ortaya



çıkarmaları ve bunları geliştirici ve giderici tedbirleri almaları adına önemli yararlar sağlayabilir.

- Aileler ve çevredeki bireyler, gençleri hedeflerine, isteklerine ve becerilerine uygun mesleklere yönlendirmeli ve teşvik etmelidirler.
- Öğrencilere özgür bir şekilde istedikleri bölümü ve mesleği tercih etme imkânları sağlanmalıdır.
- Bu araştırma sonucunda elde edilen veriler, özellikle öğrencilerin üniversite ve meslek tercihlerini doğru yapabilmeleri adına bilgilendirici eğitim programlarının hazırlanması hususunda da yararlı olabilir.

İlerde farklı illerde, üniversitelerde, fakültelerde benzer araştırmalar yürütülerek, üniversite ve meslek seçimini etkileyen faktörler tespit edilebilir ve karşılaştırmalar yapılabilir. Konuyla ilgili daha geniş kapsamlı araştırmalar yapılabilir. Örneğin; daha ayrıntılı bir ölçme aracı geliştirilerek, farklı değişkenlerle birlikte ele alınabilir. Bu durumun; araştırma bulgularının ve sonuçlarının genellemesinin yapılabilmesi açısından yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

### Kaynaklar

- Akar, C. (2012). Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7 (1), s. 97-120.
- Anılan, B., Anılan, H. (2014). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Fen Bilgisi Öğretmenliğini Seçme Nedenleri Ve Gelecek Beklentileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(3), s. 51-64.
- Çiftçi, G. E., Bülbül, S. F., Muluk Bayar, N., Duyan Çamur, G., Yılmaz, A. (2011). Sağlık Bilimleri Fakültesini Tercih Eden Öğrencilerin, Üniversite ve Meslek Tercihlerinde Etkili Olan Faktörler (Kırıkkale Üniversitesi Örneği). *J Kartal TR*, 22 (3), s.151-160.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi (Kavramlar-İkeler-Teknikler)*, Ondördüncü Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kırağ, N. (2015). Hemşirelik Mesleğinin Seçiminde İlişkili Olan Faktörler. *DEUHFED*, 8 (4), S. 226-231.
- Korkmaz, M. (2010). İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Fakülteyi Tercih Nedenleri: Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği. *Bilimname XVIII*, 2010/1, s. 167-204.
- Korkut Owen, F. (2008). Mesleki Seçimleri Etkileyen Ana Etmenler, (R. Özyürek Ed). *Kariyer Yolculuğu*, s.1-23, Ulusal Ajans, Ankara.
- Korkut Owen, F., Kepir, D. D., Özdemir, S., Ulaş, Ö., Yılmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Bölüm Seçme Nedenleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8 (3), s.135-151.
- Köşker, P., Demirbaş Kaya, A. (2014). Öğrencilerin Dış Hekimliği Fakültesini Tercih Nedenleri ve Fakülte İle İlgili İlk İzlenimleri. *EÜ Dışhekimliği Fakültesi Dergisi*, 35 (2), s. 32-36.
- Kuzgun Y. (2000). *Meslek Danışmanlığı*. 2. Baskı, Ankara: Doğu Matbaacılık.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Kuzgun, Y. (2004). *Meslek Rehberliği Ve Danışmanlığına Giriş*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Pekkaya, M., Çolak, N. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Derecelerinin AHP ile Belirlenmesi. *International Journal of Social Science*, 6 (2), s. 797-818.

Sarıkaya, T., Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (2), s. 393-423.

Savickas, M. L. (1991). The Meaning Of Work And Love: Career Issues And Interventions. *Career Development Quarterly*, 39, 315-324.

Ural, A., Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve Spss İle Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, 4. Baskı, Ankara.

Yanikkerem, E., Altınparmak, S., Karadeniz, G. (2004). Gençlerin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler Ve Benlik Saygıları. *Nursing Forum Dergisi*. 7 (2), s. 61-62.

Yılmaz, H., Üre, Ö., Sürücü, A. (1996), *Rehberlik Ders Notları*, Konya.

#### **İnternet Kaynakları:**

Türk Dil Kurumu, <http://www.tdk.org.tr/> , Erişim Tarihi: 01.05.2016.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması*

Mustafa Taşlıyan<sup>1</sup>, Hüseyin Çiçeklioğlu<sup>2</sup> Simge Alasan<sup>3</sup> Bilge Güler<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Prof. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Kahramanmaraş

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Kahramanmaraş

<sup>3</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Kahramanmaraş

<sup>4</sup> Doktora Öğrencisi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Kahramanmaraş

### **Özet**

Ülkelerin iç içe geçtiği, ekonomilerin küresel çevrelere yayıldığı günümüz dünyası internet ve sosyal medya kullanımının artmasıyla sınırlarını aşmış ve küresel bir köy halini almıştır. İletişim olgusunun temelinde yatan duygu, düşünce ve fikirlerin paylaşımı artık internet aracılığıyla sosyal medya kanalları kullanılarak yapılmaktadır ve bu yolla sosyal ağlar günümüzdeki en popüler iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal ağlar internet üzerinden yürütülen uygulamalar olduğundan internetten bağımsız düşünülemez. Ancak internetin kullanıcılara sağladığı yararların yanı sıra aşırı internet kullanımının ya da sosyal medya bağımlılığının bireylere yönelik ciddi problemler ortaya çıkarabileceği de yadsınamaz bir gerçektir. Hatta yapılan bir araştırmada, bireylerin sosyal medya bağımlılığının alkol ve sigara bağımlılığından daha zararlı olduğu ve sosyal ağlarda bulunma isteğini, uyuma ve dinlenme isteğinin daha üstünde olduğuna ve bunun sosyal felaket olduğu gibi sonuçları olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını farklı değişkenlerce incelemektir. Araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinin farklı bölümlerinde öğrenim gören 260 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplamada anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler sonucu elde edilen veriler, SPSS paket programı aracılığıyla çeşitli analizlere tabi tutulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Bağımlılık, İnternet, Sosyal Medya,

### *Social Media Addiction Among University Students: A Field Study*

#### **Abstract**

With the integration of countries, the globe of today, have become a global village and extended its borders with the usage of internet and social media. Sharing emotions, thoughts and ideas is being done via the usage of internet as they are in the basics of communication as a concept. By this way, social networkers are the most popular means of communication. Social networks are applications driven by internets. Thus, the concepts must be handled as a whole. However, besides the benefits of internet provided to the users, over usage of it and also the addiction to social media can cause serious problems to the users. Even more, a study conducted proved that addiction to social media is more harmful than addiction to smoking and alcohol as the need for being online recedes the need for sleep and resting. As a result this situation is defined as a social disaster. The purpose of this study is determining social media addiction of students with different variable. The sample of study is 260 students who schooler in different departments from Kahramanmaraş Sütçü İmam University. Survey method has used to get data. The data results which obtained from surveys have subjected to various analysis via SPSS program.

**Keywords:** Addiction, Internet, Social Media



## Giriş

Geçmişten günümüze gelen süreçte literatüre çeşitli bilimsel kavramlar, paradigmlar ve teorilerin girmesinin yanı sıra mevcut kavramlarda ya yenisiyle kendisini değiştirmek ya da kendilerine farklı boyutlar ekleyerek literatürde yer almaya devam etmektedir. Bu noktada kendisine farklı boyutlar kazandırarak etkisini yoğun bir şekilde hissettiren bağımlılık kavramına değinmek gerekmektedir. Bağımlılık insanın dürtülerini kontrol edememesi sonrasında bir nesneye veya olguya aşırı muhtaç hale gelmesidir. Kişiler bu nesnelere olmaksızın hayatını sürdüremeyeceğini, verimli olamayacağını ve iş yapamayacağını düşünmektedirler.

Dijital dünyanın inanılmaz bir hızla değişimiyle birlikte teknoloji hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline geldi ki çoğu noktada hayatımızı kolaylaştıran teknolojik cihazlar, insanların hemen hemen her ihtiyacını karşılar oldu. Televizyon, telefon ve bilgisayar gibi teknolojik ürünlerin hayatımızın neredeyse vazgeçilmez unsurları haline geldiği günümüzde, alışveriş çılgınlığının da etkisiyle teknoloji bağımlılığı çok önemli bir toplumsal olay haline gelmiştir. İşin ilginç "bilgiye ve hizmete hızla ulaşma" yoluyla kişisel gelişime katkı sağlayan teknoloji, kötüye kullanım sonrasında insanı insan yapan fiziksel, ruhsal, zihinsel ve sosyal değerlere zarar veren bir etkiye dönüşmektedir. Dolayısıyla teknolojiden uzaklaştırmak yerine doğru kullanımı teşvik edecek bir eğitim sistemini oluşturmak gerekir. Nitekim araştırmalar batı toplumlarında kariyer rekabeti açısından teknolojiyi iyi kullanmanın hatırı sayılır bir avantaj olduğunu göstermiştir.

İnternete yönelik olan bu aşırı bağımlılık beraberinde sosyal medya ve sosyal medya bağımlılığı kavramlarını karşımıza çıkartmaya başladı. Baş döndürücü bir hızla gelişen sosyal medya, coğrafi ve kültürel uzaklıkları aynı hızda ortadan kaldırmakta ve günümüz insanının gelişim portresini şekillendirmektedir. Bu yüzden günümüz insanının teknolojinin yanı sıra sosyal medyaya da olan bağımlılığı gün geçtikçe artış göstermektedir. Önlem alınmadığı takdirde sosyal medya bağımlılığı artık hayat standartlarını sigara ya da alkol kadar etkileyebilmektedir. Uyku düzensizliği, gerçek hayattaki ilişkilerin bozulması, derste ve işte başarının ve verimliliğin düşmesine, madde bağımlılığına ve hatta çeşitli suçlara karışmaya bile neden olabilmektedir.

## İnternet

*International Network* kelimelerinden oluşturulmuş olan interneti kısaca, "bilgisayarlar arası dünya çapındaki ağ" şeklinde tanımlamak mümkündür (İnan, 2001:4). İnternet kelime anlamı olarak incelendiğinde ise, Türk Dil Kurumu'nun, "bilgisayar ağlarının birbirine bağlanması sonucu ortaya çıkan, herhangi bir sınırlaması ve yöneticisi olmayan uluslararası bilgi iletişim ağı, genel ağ" (TDK) olarak tanımladığı görülmektedir.

İlk bilgisayar ağı, 1 Eylül 1969'da dört bilgisayar arasında bağlantı kurulmasıyla devreye girmiştir (Castells, 2005:59). Başlangıçta, çok masraflı olan bilgisayar kapasitelerinin daha etkin kullanılmasını ve askeri kriz halinde depolanmış veri ve iletişimin güvenceye alınmasını hedefleyen ağ'a daha sonra başka araştırma kurumlarının bilgisayarları da bağlanmış ve e-mail gibi yeni hizmetler ortaya çıkmıştır. İnternet asıl büyümeyi ise, dünya çapındaki adresleme ve isimlendirme sistemi (DNS) ile yakalamıştır (Järtsch ve Preissler, 1996:45).



İnternet ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte diğer kitle iletişim araçları arasında da bir kaynaşma meydana gelmiş ve özellikle cep telefonları ile diğer kitle iletişim araçları arasında yakınlaşma sonucunda cep telefonu üzerinden e-posta okumak, web sayfalarına erişim gibi durumlar ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelere hız veren süreç Web 2.0 olarak adlandırılan ikinci nesil internet hizmetlerinin uygulanmaya başlamasıdır. Web 2.0, ağ kullanıcılarının etkinliğini artırmış, ağ üzerinde bireylerin etkileşimde bulunmasına kullanıcıların içerik oluşturmaya imkan sağlamış ve kullanıcılar ağ üzerinde içerik tüketen konumdan içerik üreten konuma gelmiştir. (Mavnacıoğlu, 2009, s. 63-64)

İnternetin bu derece yaygınlaşmasının sebepleri araştırıldığında; özel olarak teknolojiyle ilgilenenlerin ilgilenmesinin tüm kullanıcılar tarafından günlük yaşamdaki bazı işleri kolaylaştırmak ya da boş zamanlarında stres atmak için internetin kullanımı (Keser Özcan ve Buzlu, 2005), kolay erişilebilir olması (Anderson, 2001), internetin sağladığı pek çok olanağı kullanarak kişilerin kendini ödüllendirme sistemi kurması (Odabaşoğlu, Öztürk vd., 2007), her türlü bilgiye çok kısa bir zamanda ulaşılması ve kişiler arası çok hızlı bir şekilde iletişim kurabilme olanağı (Ceyhan, Ceyhan ve Gürcan, 2007) gibi nedenler karşımıza çıkmaktadır.

### Sosyal Medya

Teknolojinin çok hızlı bir şekilde ilerlemesi ve internetin hem kullanım hızının hem de kullanım alanının genişlemesi ile birlikte gerek sosyal alanlarda gerekse iş hayatında eski alışkanlıkların ve iş görme şekillerinin birçoğu değişikliğe uğramış, bu değişiklikler hayatımıza birçok yeni kavramın girmesini de sağlamıştır. Bu kavramlardan biri de sosyal medyadır. (Bulunmaz, 2011:3).

Sosyal medya kavramı incelendiğinde alan yazında birçok tanım yer almaktadır. Bazı araştırmacılar sosyal medyayı, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadır (Boyd, 2003; Vural ve Bat, 2010).

Alan yazındaki tanımları toparlayacak olursak, sosyal medya, sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmak, sosyal ağ ortamı kurmak, diğer kullanıcılarla iletişim kurmak ve devam ettirmek (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşmak (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturmak ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurmak, yeni arkadaşlıklar keşfetmek (Wang, Moon vd, 2010) gibi olanaklar sunan çevrimiçi platformlardır.

Sosyal medya internet ağı üzerinde çalışan bazı web uygulamaları vasıtasıyla bireylerin etkileşime geçmesini sağlayan uygulamalar toplamıdır. Başlıklar halinde daha derleyici bir tanım oluşturulursa eğer (Solis, 2010, s.65);

- Sosyal medya farklı türlerde (yazı, görüntü, video, ses, vb.) içeriğin son derece kolay paylaşıldığı teknolojik bir ortamdır.
- Sosyal medya kullanıcılarına içerik üretimi konusunda geniş imkanlar sağlayan yeni bir medyadır.
- Sosyal medya klasik iletişim modellerinde anlatılan, kaynak ve aha kavramlarını iki yönlü hale getiren bir uygulamadır.



- Sosyal medya diğer medyaların ürettiği içeriği (gazete haberi, televizyon görüntüsü, radyo programı, roman, dergi, vb.) kendi bünyesinde kullanıcıların ilgi ve tercihlerine göre paylaşılabilir bir ortamdır.
- Sosyal medya kurumların tüketicileri, müşterileri, paydaşları, çalışanları, hayranları, meraklıları ile en hızlı ve etkin şekilde etkileşime geçebildiği bir ortamdır.
- Sosyal medya yeni bir medyadır ve bu anlamda markalama, pazarlama, iletişim süreçlerinde etkin bir araçtır. Diğer medyaların alanını işgal etmez, kendi alanında genişleme sağlar.

Sosyal medya günümüzde en önemli iletişim araçlarından birisi olma yolunda hızla ilerleyen internetin en gözde uygulamaları arasında yer almaktadır. İnternetin kullanım sıklığı artarken, bu sıklık içinde de sosyal medyaya girilme oranı yükselmektedir. Yakın bir gelecekte internet kullanımının neredeyse çok önemli bir kısmının sosyal medya tarafından sağlanacağı düşünülmektedir. Sosyal medya uygulamaları artık sadece iletişimi sağlamamakta, oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok konuyu da kullanarak, bireylerin hemen hemen her konuda ihtiyacını karşılamaktadır (Hazar, Murat, 2011: 151-175).

### **Sosyal Medya Bağımlılığı**

Bağımlılık kavramı, genellikle, fiziksel olarak bir maddeye olan bağımlılığı tanımlamak için kullanılmaktadır (Holden, 2001). Duvenci (2012)'ye göre, günlük rutin yaşantısında temel ihtiyaçlarını, bilişsel ve duyuşsal olarak aksamalar yaşatacak boyutta, rahatsızlık derecesinde o aracın kullanılması durumu ile ilgili bir tutumdur ve bu tutum içerisinde bulunan kullanıcı kendi durumunu gözlemlenir.

Araştırmalar önceleri tıpkı madde, alkol veya kumar gibi diğer bağımlılıklara benzeyen davranışların internet kullanımı için de görülmeye başladığını belirtirken (Goldberg, 1999; Young ve Rodgers, 1998; Young, 1996a, 1996b), şimdilerde Web 2.0 ile popülerliği artan ve internet üzerinden erişilen sosyal ağlar için de benzer durumlar ortaya atılmakta, hatta sosyal medyaya olan bağımlılığın alkol veya uyuşturucu bağımlılığından daha zararlı olduğu vurgulanmaktadır.

“Sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorundur” (Tutgun Ünal, 2015).

Sosyal medya ve internetin bireyleri yerellikten küreselliğe taşıması birçok konuda yenilik getirmiştir; birey yerelde kendi ilgi alanları ile ilgili insanlara ulaşmada zorluk çekerken yeni ortam sayesinde kendi ilgi alanlarına yönelik arkadaş grupları ile irtibata geçmenin şansını yakalamıştır (Duvenci, 2012).

Sosyal medya siteleri benmerkezci sitelerdir ve bu da topluluktan ziyade bireyler üzerinde odaklanılmasına sebep olmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007). Benmerkezçilik internet bağımlılığına da işaret etmektedir. Sosyal medyanın benmerkezci yapısı, bağımlı davranışların oluşmasını kolaylaştırmakta ve insanların aşırı kullanmasını da cazip kılan potansiyel bir faktör olarak görülmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011a).



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Göteborg Üniversitesindeki İsveç bilim adamları 1000 öğrenci üzerinde gerçekleştirdikleri Facebook anketinde katılımcıların %85'inin Facebook'a her gün bir kez girdiğini ortaya çıkarmış olup, katılımcıların yarısının siteye bağlanmadıkları zaman sosyal anlamda bir şeylerden geri kaldıklarını hissettikleri bulunmuştur. 18-34 yaş aralığındaki kadınlara uygulanan çalışmada, %34'ünün sabah uyandıklarında tuvalete bile gitmeden önce Facebook'a bağlandıkları ve %39'unun kendisini Facebook bağımlısı olarak tanımladıkları bulunmuştur. %49'u ise, erkek arkadaşlarının hesaplarını kırdıkları/kontrol ettikleri ve bunun normal bir davranış olduğunu düşündükleri bulunmuştur (Abhijit, 2011).

### **Araştırma Yöntemi ve Bulgular**

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını farklı değişkenlerce incelenmesine yönelik olarak yapılan bu araştırmanın evrenini, Türkiye'de yaşayan tüm üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmamızın örneklemini ise Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde İİBF 'de eğitim görmekte olan 260 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan 300 anket öğrencilere dağıtılmış, toplanan anketlerin ancak 260 tanesinin değerlendirmeye uygun olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada daha önce Tutkun Ünal (2015) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmış olup, bu ölçek sorularının bazıları doğrudan, bazıları ise güvenilirlik ve geçerlilikleri test edilip revize edilerek kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu 2 bölüm ve 1 ölçek toplam 83 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölüm, çalışanların demografik özellikleri hakkında tanıtıcı verilere yönelik soruları içermektedir. İkinci bölüm ise, sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden oluşmaktadır. Bu bölümdeki sorular 5'li Likert ölçeğine göre tasarlanmıştır. Bu sisteme göre ifadeler "Hiç Katılmıyorum (1)", "Katılmıyorum (2)", "Kararsızım (3)", "Katılıyorum (4)" ve Kesinlikle Katılıyorum (5)" şeklinde ölçeklendirilmiştir.



## Ankete Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

Tablo 1. Ankete Katılan Bireylerinin Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Sayı	%	Demografik Özellikler	Sayı	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Yaşınız</b>		
Erkek	116	44,6	18-19	28	10,8
Kadın	144	55,4	20-21	109	41,9
			22-23	89	34,2
			24 +	24	9,2
<b>Yaşadığınız Yer</b>			<b>Doğduğunuz Yer</b>		
Köy	17	6,5	Köy	27	10,4
Kasaba	5	1,9	Kasaba	3	1,2
İlçe	40	15,4	İlçe	58	22,3
İl	64	24,6	İl	109	41,9
Büyükşehir	134	51,5	Büyükşehir	63	24,2
<b>Bölümünüz</b>			<b>Sınıfınız</b>		
İşletme	145	55,8	1	74	28,5
İktisat	62	23,8	2	79	30,4
Kamu Yönetimi	53	20,4	3	74	28,5
			4	33	12,7
<b>Not Ortalamanız</b>			<b>Aldığınız Eğitimin Kariyer Hedefinizle İlgisi Var mı?</b>		
0,00 - 1,00	5	1,9	Evet	207	79,6
1,01 - 2,00	87	33,5	Hayır	53	20,4
2,01 - 2,50	72	27,7			
2,51 - 3,00	49	18,8			
3,00 +	12	4,6			
<b>Evde İnternet Bağlantınız Var mı?</b>			<b>İnterneti Aktif Kullanır mısınız?</b>		
Evet	165	63,5	Evet	236	90,8
Hayır	95	36,5	Hayır	24	9,2
<b>İnterneti Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz?</b>			<b>Sosyal Medyada Geçirdiğiniz Günlük Ortalama Süre?</b>		
Her gün	230	88,5	0-1 saat	42	16,2
Haftada 1-2 gün	13	5,0	1-2 saat	67	28,8
Haftada 3-5 gün	11	4,2	3-4 saat	86	33,1
Ayda 1-2 gün	2	0,8	5-6 saat	51	15,8
Ayda 3-5 gün	4	1,5	7 saat ve üzeri	24	9,2
<b>Mobil İnternet Paketiniz Var mı?</b>			<b>Ailenizin Ortalama Aylık Geliri?</b>		
Evet	200	76,9	0- 1300	37	14,2
Evet, İhtiyaç Duyduğumda	52	20,0	1301- 2000	75	28,8
Hayır	8	3,1	2001- 3000	59	22,7
			3001- 5000	45	17,3
			5001 +	17	6,5
<b>Ortalama Aylık Harcamanız?</b>					
0-400	69	26,5			
401-600	82	31,5			
601-800	29	11,2			
801-1000	32	12,3			
1001 +	23	8,8			

Anketimize katılan 260 Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencisinin verdikleri cevaplara göre demografik özelliklerine bakacak olursak; Ankete katılan bireylerin %44,6'sı (116 kişi) erkek, %55,4'ü ise (144 kişi) kadındır. Katılımcı bireylerin %10,8'i (28 kişi) 18-19 yaş aralığı, %41,9'u (109 kişi) 20-21 yaş aralığı,



%34,2'si (89 kişi) 22-23 yaş aralığı ve %9,2'si (24 kişi) 24 yaş ve üzerindeki bireylerden oluşmaktadır. Bireylerin %10,4'ü (27 kişi) köyde, %1,2'si (3 kişi) kasabada, %22,3'ü (58 kişi) ilçede, %41,9'u (109 kişi) il merkezinde ve %24,2'si (63 kişi) büyükşehirde doğmuştur. Aynı grup bireylerin %6,5'i (17 kişi) köyde, %1,9'u (5 kişi) kasabada, %15,4'ü (40 kişi) ilçede, %24,6'sı (64 kişi) il merkezinde ve %51,5'i (134 kişi) büyükşehir de yaşamaktadır. Ankete katılan bireylerin tamamı İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde eğitim görmektedir. Aynı grup bireylerin %55,8'i (145 kişi) İşletme, %23,8'i (62 kişi) İktisat, %20,4'ü (53 kişi) Kamu Yönetimi bölümünde eğitim görmektedir. Eğitim gören katılımcı bireylerin %28,5'i (74 kişi) birinci sınıf, %30,4'ü (79 kişi) ikinci sınıf, %28,5'i (74 kişi) üçüncü sınıf ve %12,7'si (33 kişi) dördüncü sınıf öğrencisidir. Bu bireylerin %1,9'u (5 kişi) 0,00-1,00 düzeyinde, %33,5'i (87 kişi) 1,01 – 2,00 düzeyinde, %27,7'si (72 kişi) 2,01 – 2,50 düzeyinde, %18,8'i (49 kişi) 2,51 – 3,00 düzeyinde ve %4,6'sı (12 kişi) 3,01 ve üzeri düzeyde genel ağırlıklı not ortalamasına sahiptir. Katılımcı öğrencilerin “interneti aktif olarak kullanır mısınız?” sorusuna verdikleri cevaplar doğrultusunda öğrencilerin %90,8'i (236 kişi) Evet yanıtını verirken, %9,2'si (24 kişi) Hayır yanıtını vermiştir. Aynı bireylerin “interneti ne sıklıkla kullanıyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar ise bir önceki soruyla paralellik göstermekte olup yanıtların oranları şu şekildedir: %88,5'i (230 kişi) Her gün, %5,0'i (13 kişi) Haftada bir iki gün, %4,2'si (11 kişi) Haftada 3-5 gün yanıtını vermiştir. Sosyal medyada geçirilen günlük ortalama süreye bakılırsa; bireylerin %16,2'si (42 kişi) 0-1 saat, %25,8'i (67 kişi) 1-2 saat, %33,1'i (86 kişi) 3-4 saat, %15,8'i (41 kişi) 5-6 saat ve %9,2'si (24 kişi) 7 saat ve üzeri zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcı bireylerin %76,9'u (200 kişi) sürekli mobil internet paketine sahip iken, %20,0'si (52 kişi) ihtiyaç duydukları zaman paket satın aldıklarını belirtmiş ve %3,1'i (8 kişi) mobil internet paketine sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. Son olarak katılımcı bireylerin %63,5'i (165 kişi) evlerinde internet bağlantısı olduğunu belirtirken, %36,5'i (95 kişi) evlerinde internet bağlantısı olmadığını belirtmiştir.

## Ankete Kullanılan Ölçek Değişkenlerine Ait Güvenilirlik Analizi Sonuçları

**Tablo 2.** Güvenilirlik Analizi

Ölçek Adı	Toplam Sayısı	Faktör	Cronbach's Alpha
Sosyal Medya Bağımlılık	41		,960

Sosyal Bilimlerde uygulanan testler için hesaplanan güvenilirlik katsayısının 0,70 ve daha yüksek olması test puanlarının güvenilirliği için genel olarak yeterli görülmektedir. Çalışma anketinde kullanılan ölçek formlarının güvenilirlik (Cronbach's Alpha) değerlerine baktığımız zaman ölçeklerin 0,70 barajının üzerinde oldukları ve oldukça güvenilir olduklarını söyleyebilir (Seçer, 2013).

## Ankete Katılan Bireylerin Sosyal Medya Araçlarının Kullanım Sıklıkları

**Tablo 3.** Sosyal Medya Araçlarının Kullanım Sıklıkları

Sosyal Medya Aracı	Ortalama	Standart Sapma
Whatsapp	1,3460	,6626
Facebook	1,6720	,8478
Instagram	1,6911	,8103





Youtube	1,8846	,8266
Snapchat	2,0556	,9984
Twitter	2,0854	,9838
Swarm	2,3378	,8484
Wikipedia	2,5873	,7753

Ankete katılan bireylerinin sosyal medya araçlarının kullanım sıklıklarına göre ortalamalarına bakılacak olursa; bireylerin en çok Whatsapp uygulamasını kullanmaktadır. Bu uygulamayı Facebook ve Instagram uygulaması takip etmekte iken, bireylerin en az sıklıkta Wikipedia uygulamasını kullanmakta olduklarını belirtmişlerdir.

### Ankete Katılan Bireylerinin İnternetteki Aylık Ortalama Harcama Düzeyleri

**Tablo 4.** İnternetteki Aylık Ortalama Harcama Düzeyleri

Harcama Kalemi	Cevaplayan Birey	Ortalama	S.s
Alışveriş	48	172,91	163,42
Eğitim Harcamaları	37	123,78	119,02
Şans Oyunları	7	105,71	176,71
Vergi Ödemeleri	4	95,00	94,692
Fatura Ödemeleri	71	88,87	96,65

Ankete katılıp internetteki aylık ortalama harcama düzeyleri ile ilgili soruya cevap veren bireylerin ortalamaları incelendiğinde; bireylerin en çok harcamayı alışveriş yapmak amacıyla kullandığı görülürken, bu değişkeni eğitim harcamaları takip ederken, en son sırayı fatura ödemeleri almıştır.

### Ankete Katılan Bireylerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Göre En Az ve En Sık Cevapladıkları Değişkenler

**Tablo 5.** En Çok Cevaplanan Değişkenler

DEĞİŞKEN	ORT.	SS.
Sosyal Medyayı Kullanırken Zamanın Nasıl Geçtiğini Anlayamam	3,1654	1,2079
Sosyal Medyada Neler Olup Bittiğini Merak Ederim	3,0772	1,1787
Yakın Zamanda sosyal Medyada Neler Olup Bitti Hakkında Fazlaca Düşünürüm	3,0269	1,1164
Sosyal Medyayı Planladığımdan Daha Fazla Kullandığım Olur	3,0115	1,6404
Kendimi Yalnız Hissettiğim Zamanlarda Sosyal Medyada Vakit Geçiririm	2,9500	1,3127

**Tablo 6.** En Az Cevaplanan Değişkenler

DEĞİŞKEN	ORT.	SS.
Sosyal Medya Kullanımı Yüzünden Kişisel Bakımına Daha Az Vakit Ayırdığı Olur	1,7154	1,1131
Sosyal Medya Yüzünden Yemek Yemeği Unuttuğum Zamanlar Olur	1,7192	1,1432
Arkadaşlarımı Sosyal Medya Yüzünden İhmal Ettiğim Olur	1,8962	1,1661
Sosyal Medya Kullanımım Yaşamımda Sorunlar Oluşturur	1,9154	1,0978



Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar incelendiğinde; bireylerin sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam, sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim ve sosyal medyayı planladığımdan daha fazla kullandığım olur ifadelerini sıklıkla onayladıkları görülürken, sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımı, yemek yemeyi ve arkadaşları ile vakit geçirmeyi ihmal etme ifadelerini kabul etmedikleri görülmektedir.

### Ankete Katılan Bireylerin Verdikleri Cevaplara İlişkin Çapraz Tablo Analizleri

**Tablo 8.** “İnterneti Aktif Olarak Kullanır mısınız?” ve “Mobil İnternet Paketiniz var mı?” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

Mobil İnternet Paketiniz Var mı?				
	Evet	Evet, ihtiyaç duyduğumda	Hayır	Toplam
İnterneti Aktif Olarak Kullanır mısınız?				
Evet	194	38	4	236
Hayır	6	14	4	24
Toplam	200	52	8	260

P: ,000

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Mobil internet paketiniz var mı?” ve “interneti aktif olarak kullanır mısınız?” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; aktif olarak internet kullanan bireylerin mobil internet paketine de sahip oldukları gözlemlenmektedir.

**Tablo 9.** “Yakın Zamanda Sosyal Medyada Neler Olup Bittiği Hakkında Oldukça Fazla Düşünürüm” ve “İnterneti Aktif Kullanır mısınız?” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

Yakın Zamanda Sosyal Medyada Neler Olup Bittiği Hakkında Oldukça Fazla Düşünürüm						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
İnterneti Aktif Kullanır mısınız?						
Evet	18	48	94	47	29	236
Hayır	7	5	8	3	1	24
Toplam	25	53	102	50	30	260

P: ,009

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça düşünürüm” ve “İnterneti aktif olarak kullanır mısınız?” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; interneti aktif olarak kullanan bireylerin yakın zamanda sosyal medyada meydana gelen olaylar üzerine oldukça fazla düşündükleri oransal olarak gözlemlenmektedir.



**Tablo 10.** “İnterneti Aktif Kullanır mısınız?” ve “Hayatım Sosyal Medya Olmadan Sıkıcı, Boş ve Zevksiz Olacağını Düşünüyorum” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

<b>Hayatım Sosyal Medya Olmadan Sıkıcı, Boş ve Zevksiz Olacağını Düşünüyorum</b>						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
İnterneti Aktif Kullanır mısınız?						
Evet	61	58	62	26	28	235
Hayır	11	8	4	0	1	24
Toplam	72	66	66	26	29	259

P: ,005

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “İnterneti aktif olarak kullanır mısınız?” ve “Hayatım sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünüyorum” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; interneti aktif olarak kullandığını belirten bireylerin yaklaşık yüzde 25’i, sosyal medya olmadan hayatlarının sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşündüklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 11.** “İnterneti Aktif Kullanır mısınız?” ve “Kendimi Yalnız Hissettiğim Zamanlarda Sosyal Medyada Zaman Geçiririm” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

<b>Kendimi Yalnız Hissettiğim Zamanlarda Sosyal Medyada Zaman Geçiririm</b>						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
İnterneti Aktif Kullanır mısınız?						
Evet	34	54	65	42	41	236
Hayır	9	3	9	0	3	24
Toplam	43	57	74	42	44	260

P: ,025

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “İnterneti aktif olarak kullanır mısınız?” ve “Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada zaman geçiririm” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; interneti aktif olarak kullandığını belirten katılımcı bireylerin yaklaşık olarak yüzde 35’i, kendilerini yalnız hissettikleri zamanlarda sosyal medyada zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.



**Tablo 12.** “Aylık Ortalama Harcamanız” ve “Mobil İnternet Paketiniz Var mı?” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

<b>Mobil İnternet Paketiniz Var mı?</b>				
	Evet Sürekli	Evet, İhtiyaç Duyduğumda	Hayır	Toplam
Ort. Aylık Harcama				
0-400	47	19	3	69
401-600	60	20	2	82
601-800	28	1	0	29
801-1000	30	1	1	32
1001 +	20	3	0	23
Toplam	185	44	6	235

P: ,000

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Aylık ortalama harcamanız” ve “Mobil internet paketiniz var mı?” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; katılımcı bireylerin harcama düzeyleri ile mobil internete sahip olma durumları paralellik göstermektedir. Yani bireylerin harcama düzeyleri arttıkça mobil internet paketine sahip olma oranları da artmaktadır.

**Tablo 13.** “Sosyal Medyada Neler Olup Bittiğini Merak Ederim” ve “Cinsiyetiniz” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

<b>Sosyal Medyada Neler Olup Bittiğini Merak Ederim</b>						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Cinsiyetiniz?						
Kadın	17	25	41	19	14	116
Erkek	10	29	44	39	21	143
Toplam	27	54	85	58	35	259

P: ,026

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Cinsiyetiniz” ve “Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; erkeklerin kadınlara oranla sosyal medyada neler olup bittiğini daha fazla merak ettikleri gözlemlenmiştir.

**Tablo 14.** “Bölümünüz” ve “Sosyal Medyada Zaman Geçirmeyi Arkadaşlarımla Zaman Geçirmeye Tercih Ederim” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

<b>Sosyal Medyada Zaman Geçirmeyi Arkadaşlarımla Zaman Geçirmeye Tercih Ederim</b>						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Bölümünüz?						
İşletme	70	16	25	20	14	145
İktisat	31	13	12	4	2	62
Kamu Yön.	33	6	6	6	2	53
Toplam	134	35	43	30	18	260

P: ,039



Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Bölümünüz” ve “Sosyal medyada zaman geçirmeyi arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; oransal açıdan işletme bölümü öğrencilerinin sosyal medyada zaman geçirmeyi arkadaşlarıyla zaman geçirmeye tercih ettikleri göze çarpmaktayken, ankete katılan bireylerin yaklaşık yüzde 20’sinin tercihlerini sosyal medyada zaman geçirmekten yana kullandıklarını belirtebiliriz.

**Tablo 15:** “Sınıfınız” ve “Sosyal Medyada Düşündüğümden Fazla Zaman Geçirdiğim Olur” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

Sosyal Medyada Düşündüğümden Fazla Zaman Geçirdiğim Olur						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Sınıfınız?						
1.sınıf	13	21	23	9	7	73
2.sınıf	8	20	30	13	8	79
3.sınıf	7	14	27	16	10	74
4.sınıf	3	4	11	12	3	33
Toplam	31	59	91	50	28	259

P: ,003

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Sınıfınız” ve “Sosyal medyada düşündüğümden fazla zaman geçirdiğim olur” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; ankete katılan bireylerin sınıf düzeyleri arttıkça sosyal medyada düşünülenden fazla zaman geçirdikleri gözlemlenmiştir.

**Tablo 16:** “Sınıfınız” ve “Kişisel Problemlerimi Unutmak İçin Sosyal Medya Kullanırım” Değişkenleri Arasındaki Çapraz Tablo

Kişisel Problemlerimi Unutmak İçin Sosyal Medya Kullanırım						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Sınıfınız?						
1.sınıf	28	15	18	4	9	74
2.sınıf	31	15	18	10	5	79
3.sınıf	14	10	25	18	7	74
4.sınıf	9	3	11	7	3	33
Toplam	82	43	72	39	24	260

P: ,003

Korelasyon testi sonuçlarına göre; “Sınıfınız” ve “Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım” değişkenleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Analiz sonuçları incelendiğinde; ankete katılan bireylerin sınıf düzeyleri arttıkça kişisel problemlerini unutmak için sosyal medya kullanımının arttığı gözlemlenmektedir.



## Sonuç ve Öneriler

‘her şeyin fazlası zarar’

Ülkelerin iç içe geçtiği, ekonomilerin küresel çevrelere yayıldığı günümüz dünyası internet ve sosyal medya kullanımının artmasıyla sınırlarını aşmış ve küresel bir köy halini almıştır. İletişim olgusunun temelinde yatan duygu, düşünce ve fikirlerin paylaşımı artık internet aracılığıyla sosyal medya kanalları kullanılarak yapılmaktadır ve bu yolla sosyal ağlar günümüzdeki en popüler iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu küresel köyün en önemli sakinlerinin başında gençler gelmekte ve bu gençler iletişimi internet ve sosyal medya organlarını kullanarak gerçekleştirme yönünde ciddi bir eğilime sahiptirler.

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde eğitim gören 260 öğrenciyle yapılan bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal bağımlılıklarını farklı bağlamlarda incelemektir. Araştırma sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, sınıf ve bölüm bağlamında sosyal medya bağımlılığı anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bireylerin en çok kullandıkları uygulamalar konusunda verdikleri cevaplar literatürle paralellik göstermektedir. Bireyler iletişim ihtiyaçlarını giderebilmek amacıyla karşılıklı etkileşimi sağlayan Whatsapp ve Facebook gibi uygulamaları daha sık kullandıklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılım gösterip interneti aktif olarak kullandığını belirten bireylerin mobil internet paketine sahip olduğu görülmekte iken, aynı bireyler yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında da oldukça fazla düşünmekte olduklarını belirtmişlerdir. Aylık ortalama harcama düzeyleri ile mobil internet paketine sahip olma arasında bir paralellik gözlemlenmektedir. Yani bireylerin harcama düzeyleri arttıkça mobil internet paketine sahip olma oranları da artmaktadır. Diğer dikkat çekici bir sonuç ise ankete katılan bireylerin sınıf düzeyleri arttıkça kişisel problemleri unutmak için sosyal medya kullanımlarının arttığının gözlemlenmesidir.

Analiz sonuçları bireylerin sorulara samimi bir şekilde cevap verdiğini ortaya koymaktadır. Bireyler, sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlamam, sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim ve planladığımdan fazla kullandığım olur değişkenlerini sıklıkla ifade etmişlerdir. Daha önce yapılan çalışmalarda insanların, bir yılın tam bir ayını aralıksız olarak sosyal medyaya zaman harcadıklarını gösteriyor ve analiz sonuçlarına göre katılımcı bireylerin önemli bir oranı sosyal medya olmadan hayatlarının sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşündüklerini ve kendilerini yalnız hissettikleri zamanlarda sosyal medyada vakit geçirdiklerini belirterek daha önceki çalışmaları destekler bir bulgu ortaya koymuşlardır.

Literatürdeki ve günlük hayattaki inanışların aksine yaptığımız çalışmanın sonuçlarına göre, erkeklerin kadınlara oranla sosyal medyada neler olup bittiğini daha fazla merak ettikleri gözlemlenmiştir. Bu noktada incelenmesi gereken olgu, erkeklerin gazete okuma, haber takip etme, internet üzerinden işlerini yürütme ve takip etme gibi faaliyetleri sosyal medya kullanımı olarak sayıp saymadıklarıdır. Bu değişkenler net olarak belirlendikten sonra bir kez daha değerlendirmesi farklı sonuçların ortaya çıkma ihtimali vardır. Anketin uygulandığı genç kuşağın (Y kuşağı) özelliklerine bakıldığı zaman, insan ilişkilerine ve sosyalleşmeye önem veren bireyler olduğu görülmekte iken çalışma sonuçları ise bireylerin %20’sinin arkadaşlarıyla zaman geçirmek yerine sosyal medya kullanımını ön plana çıkardıklarını göstermektedir.



İnternet ve sosyal medya kullanımının sistematize edilmesini yapılması gereken ilk öneri olarak ortaya koyabiliriz. Bireylerin internet ve sosyal medyadan yeterince uzaklaştırılmaması ve verimli kullanılmaması durumunda eğitim ve araştırma gibi faaliyetlerin bireylerin sık kullandığı uygulamalar üzerinden icra edilmesi yolu tercih edilebilir. Araştırma örnekleme Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler olup bölge ya da Türkiye geneli sonucu yansıtması amacıyla daha geniş ve homojen bir örneklem üzerinde yeniden yapılabilir. Araştırma bulguları sadece katılımcı bireylerinin belirli bir zaman dilimindeki durumlarını ortaya koyan kesitsel bir çalışmanın sonucudur. Dolayısıyla toplumsal ve teknolojik gelişmeler farklı zamanlarda farklı bulguların ortaya çıkmasına sebep olabilecektir.

### Kaynakça

Abhijit, N. (2011). Facebook Addiction. <http://www.buzzle.com/articles/facebook-addiction.html> web Erişim Tarihi: 20.05.2016

Anderson, K.J. (2001). Internet Use Among College Students: An Exploratory Study. *Journal Of American College Health*, 50, 21-26.

Boyd, S. (2003). Are You Ready For Social Software? [http://www.stoweboyd.com/message/2006/10/are\\_you\\_ready\\_f.html](http://www.stoweboyd.com/message/2006/10/are_you_ready_f.html) Erisim Tarihi: 14.05.2016

Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Bulunmaz, B. (2011). Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği, *Global Media Journal*, Cilt:2, Sayı:3.

Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür I. Cilt/Ağ Toplumunun Yükselişi (Çev.: Ebru KILIÇ), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yay.

Ceyhan, E., Ceyhan A. ve Gürcan, A. (2007). Problemlerle İnternet Kullanımı Ölçeği'nin Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışmaları. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Bildiri Kitabı*, 7 (1), 387-416.

Düvenci, A. (2012). *Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı İle İncelenmesi*. Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, İstanbul.

Ellison, N.B., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The Benefits Of Facebook "Friends": Social Capital And College Students' Use Of Online Social Network Sites. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 12, <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> Erişim Tarihi: 17.05.2016

Goldberg, I. (1999). Internet Addiction Disorder. <http://www.cog.brown.edu/brochure/people/duchonf/humor/internet.addiction.html> Erişim Tarihi: 19.05.2016

Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması, *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, Sayı:32.

Holden, C. (2001). Behavioral Addictions: Do They Exist? *Science*, 294 (5544), 980-982.

İnan, A. (2001). İnternet El Kitabı (9.Baskı), İstanbul: Sistem Yayıncılık

Järtsch, B. ve Pressler, H. (1996). "İnternet", *Deutschland Dergisi*, S:4 (Ağustos), ss. 44-49



Keser Özcan, N. ve Buzlu, S. (2005). Problemlili İnternet Kullanımını Belirlemede Yardımcı Bir Araç: İnternette Bilişsel Durum Ölçeği'nin Üniversite Öğrencilerinde Geçerlik Ve Güvenirliği. *Bağımlılık Dergisi*, 6(1), 19-26.

Kim, W., Jeong, O. R. ve Lee, S. W. (2010). On Social Web Sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.

Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Addiction To Social Networks On The Internet: A Literature Review Of Empirical Research. *International Journal Of Environmental And Public Health*, 8, 3528-3552.

Mavnacıoğlu, K. (2009). *İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu Ve Dağıttığı İçeriğin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri*. Fırat Üniversitesi. Elazığ: İletişim Fakültesi.

Odabaşoğlu, G., Öztürk, Ö., Genç, Y. ve Pektaş, Ö. (2007). On Olguluk Bir Seri İle İnternet Bağımlılığı Klinik Görünümleri. *Bağımlılık Dergisi*, 8(1), 46-51.

Solis, B. "Sosyal Medya Toplumsal Bir Rönesansı Temsil Eder", *Brand Age Dergisi*, Sayı:22, Kasım 2010

Vural, Z. B. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yaşar University*, 20 (5), 3348-3382.

Young, K. S. (1996a). Psychology Of Computer Use: Addictive Use Of The Internet, A Case That Breaks The Stereotype. *Psychological Reports*, 79, 899-902.

Young, K.S. (1996b). Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.

Young, K.S., Rodgers, R. (1998). The Relationship Between Depression And Internet Addiction. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(1), 25-28.

Wang, S. S., Moon, S., Kwon, K. H., Evans, C. A. ve Stefanone, M. A. (2010). Face Off: Implications Of Visual Cues On İnitating Friendship On Facebook. *Computers In Human Behaviour*, 26(2), 226-234.

Tutgun Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, İstanbul

TÜRK DİL KURUMU, Türkçe Sözlük, <http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx>, Erisim Tarihi: 14.05.2016

<http://technotoday.com.tr/gunumuz-hastaligi-sanal-bagimlilik> (16.05.2016)

[http://www.htanoropsikiyatri.com/bagimliliknedir/index.html#depresyon\\_nedir16](http://www.htanoropsikiyatri.com/bagimliliknedir/index.html#depresyon_nedir16) (16.05.2016)





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## **Gençlerin Girişimcilik Eğilimleri: Literatürdeki Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme**

**Onur Atak<sup>1</sup>, Taner Dalgın<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca Meslek Yüksekokulu, Muğla, onuratakk@gmail.com

<sup>2</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla

### **Özet**

Piyasa ekonomisine dayalı bir anlayışın egemen olduğu günümüzde, sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamanın önemli yollarından birisi genç girişimcileri teşvik etmek ve onlara destek sağlamaktır. Gençlerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörlerin bilinmesi onları girişimcilik konusunda teşvik etmek açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmada literatürdeki çalışmaların sonucundan yararlanılarak, gençlerin girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Literatürdeki gençlerin girişimcilik eğilimleriyle ilgili çalışmaların sonuçlarını bir araya toparlamak resmin bütünü görmeyi sağlayacak ve değerlendirmeler yapmayı kolaylaştıracaktır. Bulgulara bakıldığında genel olarak kişilik özellikleri, yenilikçilik ve girişimci aileye sahip olmak ile girişimcilik arasında önemli bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca, risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte cinsiyet, yaş, eğitim durumu gibi faktörlerin gençlerin girişimcilik eğilimi ile ilişkisini ele alan çalışmalarda bir sonuç birliği gözükmemektedir. Sonuç olarak gençlerin girişimcilik eğilimleri ile ilgili çalışmaların daha çok girişimcilik eğilimlerini etkileyen demografik özellikleri ve kişilik özelliklerini ortaya koymayı amaçladığı görülmektedir. Daha sonraki çalışmalarda, girişimcilik eğilimleri ile atfetme yaklaşımları, kontrol odağı gibi bazı davranışsal tutumlar arasındaki ilişkinin ele alınması, girişimcilik eğilimlerinin ortaya çıkma sürecinin daha net anlaşılmasına fayda sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Risk Alma Eğilimi, Yenilikçilik.

### ***Entrepreneurship Intentions of Youths: Literature Review and Issue Assessments***

#### **Abstract**

One of the most important ways to provide socio-economic development is encourage and support youth entrepreneurs to new economic activities. It is important to know factors that affect entrepreneurship intentions of youths for encourage spirit of entrepreneurship. In this study, we investigate research about youth entrepreneurs' and factors that affect spirit of entrepreneurship. We evaluate and generalise previous studies findings for make an inference. According to findings of previous studies, generally personality traits, innovativeness and having a entrepreneur parents are more related factors with spirit of entrepreneurship. Also, willingness to take a risks and tendency of entrepreneurship has a positive relationship. But, there is no consensus about effects of gender, age, educational status on tendency of entrepreneurship in previous research. In conclusion, we say that the research about youths entrepreneurs are generally concentrate on effects of demographic factors and personality traits on spirit of entrepreneurship. Relationship between some attitudes like attribution styles or locus of control and spirit of entrepreneurship may investigate in future research. These researches may provide to clearly understanding about occurrence of entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship, Willingness to Take a Risk, Innovativeness.



## Giriş

Bir işletme kurmak ya da mevcut bir işletmeyi geliştirmek amacıyla oluşturulan yenilikçi bir fikir süreci olarak nitelendirilebilecek girişimcilik (Cheigini ve Khoshtinat, 2011: 165), ekonomik kalkınmanın itici gücü olan çok önemli bir iktisadi olgudur. Girişimcilik; piyasa ekonomisine dayalı bir anlayışın egemen olduğu dünya düzeninde sosyo-ekonomik kalkının anahtarı olarak görülmektedir. Fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türü olarak kabul edilen girişimcilik günümüzde, birçok ekonomist ve davranış bilimci tarafından, toplumsal gelişmenin temelinde yatan en önemli olgulardan biri olarak görülmektedir (Krueger, 2000: 411). Ekonomik büyümenin ve ileri teknolojiye uyum sağlama zorunluluğunun bir gerekliliği olarak girişimcilik sürekli olarak devam etmesi ve desteklenmesi gereken bir süreçtir (Dovrev ve Barnett, 2005: 433). Bir toplum içinde girişimciliğin dinamik olması ve süreklilik arz etmesi ise, ancak gençlerin girişimcilik kültürüyle yetiştirilmesiyle ve teşvik edilmesiyle mümkündür. Bu çalışmada gençlerin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen çeşitli araştırmaların bulgularının bir bütün içinde sunulması amaçlanmıştır. Literatürdeki ilgili çalışmalarda elde edilen sonuçları bir araya getirmek, hem gençlerin girişimcilik eğilimini daha net ortaya koymayı sağlayacak, hem de konuyla ilgili literatürdeki boşlukları göz önüne sererek, gelecekte gençlerin girişimcilik eğilimleri ile ilgili önemli sorunsallara ışık tutacak araştırmaların ortaya çıkmasında basamak olacaktır. Çalışmada öncelikle girişimcilik kavramı ve girişimcilikle ilgili teorik çerçeve ortaya koyulmuş, devamında gençlerin girişimcilik eğilimleri ilgili çalışmaların sonuçları tablo olarak verilmiştir.

## Girişimcilik Kavramı ve Teorik Çerçeve

Girişimcilik, bir iş fikrine sahip olarak pazardaki fırsatları değerlendirmek, mal ve hizmet üretmek amacıyla sermaye, doğal kaynak, emek gibi üretim faktörlerini bir araya getirmek ve işletmekle ilgili faaliyetler olarak tanımlanabilir (Tekin, 2009: 2-3). Başka bir görüşe göre girişimcilik; ekonomik bir aktivite olmanın ötesinde, çok daha bütünsel anlamlar ve eylemler barındıran bir olgudur. Girişimcilik, somut ve soyut (maddi ve maddi olmayan) unsurlarla, düşünsel ve pratik eylemlerin bir toplamıdır. Bir yenilik sürecinin uygulanmasında, riskli bir davranışın karşılanmasında, sosyal ve ekonomik yapıda meydana gelen değişimlerde vb. her türlü pozitif farklılaşmalarda girişimcilikten izler bulmak söz konusudur (Morrison, 2000: 59).

Girişimcilik kendi içerisinde kurumsal, sosyal ve stratejik girişimcilik olmak üzere birden çok bölüme ayrılmaktadır. Stratejik girişimcilik, mevcut kaynakları kullanarak yeni bir pazar bulma ya da yeni müşteri kitlesi yaratmak olarak ifade edilmektedir (Ireland vd., 2001: 50). Sosyal girişimcilik artan fakirlik oranı, ekonomik dengesizlikler, sağlık problemleri, insan haklarının çiğnenmesi gibi sosyal problemlere odaklanmaktadır (Al-Alak ve Eletter, 2010: 81). Kurumsal girişimcilik ise mevcut örgütün içsel yenilik ve sistem tasarımıyla yeni bir iş alanı oluşturma çabalarını ifade etmektedir (Guth ve Ginsberg, 1990: 5). İşletmeler strateji belirlerken bahsedilen bu üç girişimcilik boyutunu da dikkate almalıdır. Bu üç farklı girişimcilik boyutundaki arayışlar işletmelerin gelişimini önemli derecede destekleyecektir.

Girişimcilik kavramını açıkladıktan sonra kişi olarak girişimciyi açıklayan tanımlara değinmek yerinde olacaktır. Tekin ve Kasalak tarafından (2014: 131) girişimci, “mal ve hizmet üretimini gerçekleştirebilmek için riski üstlenerek doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim faktörlerini bir araya getirip faaliyete geçiren kişi” olarak tanımlanmıştır. Bir



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



başka tanımda girişimci, gördüğü fırsatları değerlendirme yolunda kendi girişimcilik anlayışıyla stratejiler geliştiren, bu sayede değişimin öncülüğünü yapan kişi olarak tanımlanmıştır (Okay ve Karahan, 2010). Genel olarak girişimcilik literatüründe üç tür girişimciden bahsedilmektedir (Schaper, 2010: 10). Bu girişimcilerden ilki, küçük işletme yönetimi ile yakından ilgili olan, kendi işini kurup, yöneten kişiyi ifade eden geleneksel girişimcidir. İkincisi, mevcut işletme içerisinde çalışıp, ürün, hizmet ve süreçlerde değişiklikler sağlayarak değer yaratan işletme girişimcileri ya da iç girişimcilerdir. Son olarak üçüncü girişimci tipi ise toplumların karşılaştıkları problemleri çözmeye odaklanan, kâr amacı gütmeyen işletmelerde çalışan sosyal girişimcilerdir (Aykan, 2012: 197).

Girişimciliği tetikleyici olarak nitelendirilebilecek en önemli kavramın yaratıcılık olduğu görülmektedir. Herhangi bir girişim ancak yaratıcı bir fikir ile başlayabilir. Fikrin olmadığı bir ortamda, girişimciliğinde olması beklenemez. Erez ve Nouri'ye göre (2010: 351) yaratıcılık temelde yararlı, özgün ve pratik bilgi üretim yeteneği ya da fikir üretimi olarak tanımlanmaktadır. Özgünlük, etkinlik ve orjinallik, yaratıcılığın en önemli üç kriteri olarak nitelendirilmektedir. Özgünlük, sosyal ya da örgütsel problemlere karşı yeni çözüm yaklaşımları bulmak veya yeni süreçlerin ve ürünlerin oluşturulması olarak nitelendirilebilir (Aydın ve Çakar, 2014: 79-80). Etkinlik ve orjinallik ise yaratıcılıkla ilgili olan kişisel duyguları ve gerçeklikleri de kapsayan iki önemli kriter olarak karşımıza çıkmaktadır (Averill, 1999: 333).

Girişimcilik alanında yapılan araştırmalarda sorulan temel sorular, genellikle neden herkesin yeni fırsatları görme ve yaratma yeteneğine sahip olmadığı, neden bazı girişimciler başarılı olurken diğerlerinin başarısız olduğu sorunsalları üzerinedir (Onay ve Çavuşoğlu, 2010). Kişilerin girişimcilik eğilimlerinin, yaşadıkları toplumun karakteristik yapısından kişilerin demografik yapılarına kadar birçok faktörden etkilendiğini söylemek mümkündür. Bir sonraki bölümde özellikle gençlerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörleri tespit etmek üzerine odaklanmış araştırmaların sonuçlarına değinilmiştir.

### **Gençlerin Girişimcilik Eğilimleri Üzerinde Etkili Olan Faktörler: Literatürdeki Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme**

Öneminin kavranmaya başlanmasıyla girişimcilik hemen her ülkede öğrencilerin meslek seçiminde ve kendi kendilerini istihdam etmelerinde önemli bir kavram haline gelmiştir (Fayolle and Gailly, 2004: 3; Frugier vd., 2003: 3). Girişimcilik öğrencilere sosyal yaşamlarında yeni ve iyi bir statü elde etmelerine ve kendi kendilerini geliştirme ve değiştirmelerine fırsat ve şans tanımaktadır (Liñán vd., 2008: 22) Literatürde üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerine yönelik birçok çalışma vardır. Bu çalışmaların sonuçları fikir vermesi açısından tablo halinde aşağıda gösterilmektedir. Genel olarak bu araştırmaların amacının, öğrencilerin almış oldukları eğitim, demografik durum, kültür ve kişilik özellikleri gibi bir takım özellikler ile girişimcilik eğilimleri arasındaki bağlantıyı ortaya koymak olduğu söylenebilir.



	Çalışmayı yapan	Çalışmanın Adı	Çalışmanın Sonucu
1	Kaya vd. (2010: 77-89)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma	Araştırmada girişimcilik için gerekli olan özelliklerden özerklik cinsiyete ve öğrenim şekline (normal ve ikinci öğretim) göre farklılık gösterirken, fırsatçılık ve kişisel kontrol cinsiyete ve öğrenim şekline göre farklılık bulunamamıştır
2	Gürel vd. (2010)	Tourism Students' Entrepreneurial Intentions	Bulgular, yenilikçilik ile risk alma sorumluluğu ve girişimci aile ile girişimcilik arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermiştir. Eğitimin girişimci tutumlar ve niyetler üzerinde geliştirici ve iyileştirici olarak çok önemli bir rol oynamadığı da görülmüştür.
3	İbicioğlu vd. (2009)	Girişimcilik Özellikleri ve Girişimcilik Kültürü Tercih Üzerinde Ebeveyn etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması	Anne ve babaların demografik özelliklerinin ve yaşam standartlarının çocukların girişimci özelliklere sahip olması ve girişimci türü tercihi üzerinde etkili oldukları belirlenmiştir. Aileleri başarılı bir girişimcilik süreci geçirmiş öğrencilerin risk alma ve kaynakları etkin kullanma özelliklerine, aileleri girişimcilikle ilgisi olmayan öğrencilere göre daha fazla sahip olduğu görülmüştür.
4	İplikçiöğlü ve Taşer (2009)	İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Aday Öğrenciler Üzerindeki Etkileri	Öğrencilere girişimciliğin alt boyutlarından olan başarıma gereksinimi, içsel kontrol, risk alma eğilimi, yenilikçi olma, kendine güven ve belirsizliklere karşı tolerans gösterebilme ile ilgili ifadelerden oluşan bir ölçek uygulanmıştır. İşletme bölümü öğrencilerinin risk alabilen, belirsizliğe karşı duyarlı ve kendilerine güvenleri yüksek kişiler olduğu tespit edilmiştir.
5	Wang ve Wong (2004)	Entrepreneurial interest of University students in Singapore.	Singapur milli üniversitesinde mühendislik, bilim ve bilgisayar lisans öğrencileri üzerine yapılan araştırmada, öğrenciler arasında girişimciliğe ilginin yüksek olmasına rağmen, yetersiz işletmecilik bilgisi sebebiyle girişimciliğe ilişkin risk algısının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, cinsiyetin, ailenin işletmecilik deneyiminin ve eğitim düzeyinin girişimcilik ilgisini etkilediği araştırmada vurgulanmıştır. Ailenin ekonomik statüsü, etnik köken ve vatandaşlık algısı gibi değişkenlerin ise girişimcilik ilgisi üzerinde bir etki sahibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
6	Negiz vd., (2009)	Girişimcilik Özellikleri ve Tipleri Açısından Cinsiyet farklılıkları: SDÜ-İİBF Araştırması	Süleyman Demirel Üniversitesi (SDÜ) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme, İktisat, Kamu Yönetimi, Maliye ve Çalışma Ekonomisi Bölümlerinden yaklaşık olarak 369 öğrenciden oluşan bir örneklemi araştırmışlardır. Erkek öğrencilerin bayan öğrencilere göre; yaratıcılık, yenilik, risk alabilme, sosyal statü kazanma isteği gibi bir takım girişimcilik özelliklerini daha yoğun taşıdığı belirlenmiştir.
7	Yılmaz ve Sünbül (2009)	Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi	Selçuk Üniversitesinin farklı bölümlerine ait 474 öğrencisi üzerinde yapılan araştırmada cinsiyete göre girişimcilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.
8	Karabulut	Üniversite	İstanbul'da bir vakıf üniversitesinde işletme bölümü öğrencilerinde



	(2009)	Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini Ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	girişimcilik “yaratıcılık, strese tahammül ve girişimcilik motivasyonu” alt boyutları açısından araştırılmıştır. Çalışmada yaratıcılığı yüksek, strese tahammüllü ve girişimcilik motivasyonu yüksek olan öğrencilerin girişimcilik eğiliminin yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
9	Bilge ve Bal (2012)	Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Araştırmada ön lisans ve lisans öğrencilerinin girişimcilik düşünceleri ve eğilimleri araştırılmış ve karşılaştırılmıştır. Çalışmada girişimciliğin alt boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı farklılıklar elde edilmemiştir. Risk alma, fırsatçılık, kararlılık ve dış etkilere karşı bireysel güç gibi girişimciliğin alt boyutları açısından öğrencilerin girişimcilik ilgileri düşük çıkmıştır. Bunların giderilebilmesinin teorik eğitimle bağlantılı olmadığı düşünülmektedir.
10	Başol vd., (2011)	Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama	Bu çalışma sonucunda, dışa dönüklük kişilik boyutunun, yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek, yenilikçi bir çevre oluşturmak, yatırımcılarla ilişkileri başlatmak, temel amacı tanımlamak, beklenmedik zorluklarla baş etmek ve temel insan kaynakları geliştirmek boyutları ile pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca nörotisizm kişilik boyutunun yenilikçi bir çevre oluşturmak ve yatırımcılarla ilişkileri başlatmak boyutları ile negatif yönlü ve anlamlı bir ilişkide olduğu bulunmuştur. Dışa dönüklük boyutunun, yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek, yenilikçi bir çevre oluşturmak, yatırımcılarla ilişkileri başlatmak, temel amacı tanımlamak, beklenmedik zorluklarla baş etmek boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.
11	Top (2011)	Myo Öğrencilerinin Gelecekteki Girişimcilik Kariyer Niyetlerinin Planlı Davranış Modeli Kapsamında Değerlendirilmesi	Araştırmada, kız öğrencilerin kendi işini kurmada kaynak bulma konusunda erkek öğrencilere göre daha fazla endişeli olduğu tespit edilmiştir. Kendi işini kurmada olumlu düşünme ve girişimcilik derslerinin etkisi bir işte çalışan öğrencilerde, çalışmayan gruptaki öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Yani çalışan öğrenciler girişimcilik kariyerine daha olumlu yaklaşmaktadırlar. Kendi işini kurmada kendine güvenmeme faktörü ebeveynlerinin çalıştığını belirten öğrencilerde daha düşük ortalamaya sahiptir. Bu öğrencilerde girişimcilik konusunda özgüvenin daha yüksek olduğu söylenebilir. Düşük gelir gruplarındaki öğrenciler arasında fakirliğin girişimcilik algılamasına da yansıdığı söylenebilir.
12	Gezen ve Köroğlu (2014)	Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	Araştırma sonucunda turizm eğitimi alan öğrenciler için teknik fonksiyonel yetkinlik, hayat tarzı, girişimcilik ve özerklik ve otonomi kariyer çapalarının diğerlerinden daha önemli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu kariyer çapalarının, öğrencilerin cinsiyeti, yaşı, mesleği seçmede etkili olan durumu ve mezun olduktan sonra mesleği yapma isteğine göre farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma ortaya çıkan diğer bir sonuç erkek öğrenciler için “Girişimcilik” kariyer çapasının kız öğrencilere göre daha önemli olduğu bulgusudur.
13	Ören ve Biçkes (2011)	Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim	Araştırmanın kapsamını, Nevşehir Üniversitesi Meslek Yüksekokulu 2. sınıfında okumakta olan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu araştırmanın bulgularına göre, kişilik özellikleri ile girişimcilik potansiyeli arasında bir ilişki söz konusudur. Girişimcilik faktörünü değerlendiren bireylerin, başarıya ihtiyacı ile girişimcilik potansiyeli arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki kurdukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca, risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu da gözlemlenmiştir. Elde edilen



		Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)	bulgular çerçevesinde, kişilik özellikleri ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı bir bütünlük bulunduğu sonucuna da varılmıştır. Bütün bunların dışında, girişimcilik özelliği taşıyan bireylerin, hızla değişen ve bireyler arası rekabetin bulunduğu bir ortamda yetişmeleri nedeniyle değişimlere daha çabuk uyum sağlama kabiliyeti ve güç durumlar karşısında çıkış yolu bulabilme kabiliyeti edinmiş olma durumlarının bulunduğu da tespit edilmiştir.
14	Özdemir (2014)	Kültür, benlik saygısı ve girişimcilik eğilimi: Amerikan ve Türk üniversite öğrencilerinde karşılaştırmalı bir çalışma	Elde edilen bulgular yatay bireycilik ve dikey toplulukçuluk boyutlarının Türk üniversite öğrencilerinde daha yüksek olduğunu göstermiştir. Buna karşın benlik saygısı düzeyinde katılımcılar arasında bir farklılık bulunmadığı gibi benlik saygısı ve girişimcilik arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. Amerikan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğiliminin, Türk üniversite öğrencilerinin eğilimlerinden daha yüksek olduğu ve bu eğilim ile dikey bireycilik arasında olumlu bir ilişki olduğu saptanmıştır.
15	Kılıç vd., (2012)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği	Araştırmada üniversite öğrencilerinin yenilik özellikleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yenilikçi bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin aylık gelirleri ile yenilikçilik, kendine güven, risk alma, dışa açıklık, başarıya inanma özellikleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak öğrencilerin aylık gelirleri ile fırsatçılık özelliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.
16	Korkmaz (2012)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği	Araştırmada öğrencilerin kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmelerinde ve gelecekte iş kurma isteklerinde etkili olan psikolojik, demografik ve aile özellikleri arasında anlamlı ilişkiler elde edilmiştir. Bulgulara göre Bülent Ecevit Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerinin girişimci bir kişiliğe sahip olduklarını söylemek mümkündür. Yaş demografik faktörüyle kendine güven ve yenilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin gelecekte kendi işini kurma kararlarında örnek teşkil etmesi açısından etkili olan aile faktörünün kendine güven, yenilik ve başarıya ihtiyacı boyutları ile de anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Sınıf demografik değişkeni ile kendine güven, yenilik, kontrol odağı ve risk alma psikolojik boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Girişimci kişilik özelliğinin ortaya çıkartılmasında girişimcilik eğitimi önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilik eğitiminin girişimci kişilik özelliğini artırma yönünde olumlu katkısı olduğu saptanmıştır.
17	Köksal ve Penez (2015)	Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme	Elde edilen bulgulara göre, üniversite, cinsiyet, yaş, kişinin ailesinde ve akrabalarında girişimci kişi olup olmaması, herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunup bulunması, bir iş fikri olup olmaması ve mezun olduktan sonra 1 yıl içinde yeni bir iş kurma olasılığı değişkenleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilirken, ailenin oturduğu yer ve baba mesleği değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Cinsiyet bazında erkek öğrencilerin girişimcilik eğiliminin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ailesi köyde ve kasabada yaşayan öğrenciler çoğunlukla sosyal ve kişisel hizmet faaliyetlerinde çalışmayı tercih ederken, şehirde yaşayanlar eğitim hizmetlerini tercih etmektedir. Ailesinde ya da akrabalarına girişimci kişi bulunanlar kamu yönetimi ve sosyal güvenlik alanında çalışmak isterken, bulunmayan katılımcılar eğitim hizmetlerinde çalışmak istemektedir.



## Sonuç ve Değerlendirme

Gençlerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörleri ortaya koymayı amaçlayan araştırmaların sonuçlarına genel olarak baktığımızda özellikle cinsiyet yaş, eğitim durumu gibi demografik değişkenlerin girişimcilik eğilimi ile bağlantısını ele alan birçok araştırmanın olduğu görülmektedir. Literatürdeki çalışmaların sonuçlarında cinsiyet değişkeninin girişimcilik alt boyutları ve girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisine dair bir fikir birliği mevcut olmamakla birlikte, cinsiyetin etkisiyle ilgili olumlu ve olumsuz sonuçlar neredeyse birbirine eşittir. Girişimcilik geçmişine sahip olan bir ailede yetişmiş olmanın girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir fark oluşturduğuna dair birçok araştırmada ortak bulguya ulaşıldığı görülmektedir. Araştırmada fikir birliğine varılamayan bulgulardan bir diğeri de Eğitimin girişimci tutumlar ve niyetler üzerinde geliştirici ve iyileştirici etkisiyle ilgilidir. Gurel vd. 2010 yılında yaptıkları araştırmada eğitimin girişimci tutumlar ve niyetler üzerinde geliştirici ve iyileştirici olarak çok önemli bir rol oynamadığı sonucuna ulaşsa da, Korkmaz 2012 yılında Bülent Ecevit Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, girişimcilik eğitiminin girişimci kişilik özelliğini artırma yönünde olumlu katkısı olduğunu tespit etmiştir. Bununla birlikte birçok araştırmada kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimini etkileyen önemli bir değişken olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Özellikle iç kontrol odaklı, dışa dönük kişilik yapısına sahip, risk alma eğilimi yüksek bireylerin girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olduğu çeşitli araştırma sonuçlarında ortaya koyulmuştur. Literatürde dikkat çeken bir diğer bulgu da çalışan öğrencilerin girişimcilik kariyerine daha olumlu baktığı yönündeki Top'un 2011 yılında Meslek yüksekokulu öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada elde ettiği bulgudur. Öğrencilerin eğitim gördüğü alanla ilgili çalışma hayatı içine girmeleri, gelecekteki girişimcilik eğilimine olumlu katkı sağlayacak bir unsurdur. Araştırmalarda genel olarak ön plana çıkan bir diğer unsur da kültürün ve sosyal statünün girişimcilik eğilimi ile ilişkisidir. Araştırma sonuçları kişinin yetiştiği kültürün girişimcilik eğilimi üzerinde oldukça etkili olduğunu göstermektedir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında demografik faktörlerden daha çok kişilik yapısıyla ve kültürle ilgili faktörlerin girişimcilik eğilimi üzerinde daha etkili olduğu görülmektedir. Girişimcilik eğitiminin etkisiyle ilgili araştırmalarda çelişkili sonuçlar görülse de, özellikle doğru kişilik özelliklerine sahip ve girişimcilik ile ilgili motivasyona sahip kişiler üzerinde girişimcilik eğitiminin çok önemli sonuçlar doğuracağı söylenebilir. Özellikle üniversite gibi gençlerin gelecekteki ile ilgili kararları şekillendirmekte önemli rol oynayan eğitim kurumlarında girişimcilikle ilgili derslerin yaygınlaştırılması, girişimcilik kültürünün ve motivasyonunun gençler arasında yaygınlaşmasına katkı sağlayacaktır.

## Kaynakça

- Al- Alak B. A. M. and Eletter S. (2010), Islamic Entrepreneurship: An On Going Driver For Social Change, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1 (12), ss.81- 97.
- Aydın, E. ve Çakar, U. (2014), Eko Girişimcilik Ve Yaratıcılık İlişkisi: Geri Dönüşüm Sektörü Üzerinde Bir Araştırma, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt: 21, Sayı:1, ss.79-80.
- Aykan, E. (2012), Girişimciliğin Değişen Yüzü: Eko girişimcilik, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (3), ss.195-212.



Averill, J. R. (1999), Individual Differences in Emotional Creativity: Structure and Correlates, *Journal Of Personality*, 67 (2), ss. 331-371.

Başol, O., Dursun, S. ve Aytaç, S. (2011), Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama, "*İş, Güç*" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 4, ss. 7-22.

Bilge, H. ve Bal, V., (2012), Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (16), ss.131-148.

Chegini M. and Khoshtinat, B. (2011), Study of Relationship Between Entrepreneurial Skills and Organizational Entrepreneurship, *Australia Journal Of Basic & Applied Sciences*, 5 (4), ss. 165-172.

Dobrev, S. D. and Barnett, W. P. (2005), Organizational Roles and Transition To Entrepreneurship, *Academy Of Management Journal*, 48(3), ss. 433-449.

Erez M. and Nouri, R. (2010), Creativity: The Influence of Cultural, Social and Work Contexts, *Management and Organization Review*, 6 (3), ss. 351- 370.

Fayolle A. ve Gailly B. (2004), Using the Theory of Planned Behaviour to Assess Entrepreneurship Teaching Programs: A First Experimentation, *14th Annual IntEnt Conference (IntEnt2004) University of Napoli Federico II (Italy)*.

Frugier D, Verzat, C., Bacheletve, R., Hannachi, A., (2003), Helping Engineers To Become Entrepreneurs, Attitudes, Behaviours, Beliefs, Skills: What Are The Educational Factors Their Entrepreneurial Spirit?, *Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference*, 8 – 10 Eylül, Grenoble, France. (2-17).

Gezen, T. ve Köroğlu, Ö., (2014), Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2, ss. 213-234.

Gurel, E., Altınay, L. ve Daniele, R. (2010), Tourism Students Entrepreneurial Intentions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, No. 3, ss. 646–669.

Guth, W. D. and Ginsberg, A. (1990), Guest Editors' introduction: Corporate Entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 11(4), ss. 5-15.

İbicioğlu, H., Özdaşlı, K. ve Alparslan, A. M. (2009), Girişimcilik Özellikler ve Girişimcilik Kültürü Tercihi Üzerinde Ebeveyn etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, Sayı 1-2, Cilt: 12, ss. 521-538.

İplikçioğlu, İ. ve Taşer, A., (2009), İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 2-10, ss. 13-27.

Ireland R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M. and Sexton, D. L. (2001), Integrating Entrepreneurship and Strategic Management Actions to Create Firm Wealth, *Academic of Management Executive*, 15 (1), ss.49- 63.

Karabulut, A.T., (2009), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini Ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 1, ss. 331-356.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Kaya, D., Güzel, D. ve Çubukçu, B. (2010), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma, *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:1- Sayı:2, ss.77-89.

Kılıç, R., Keklik, B. ve Çalış, N., (2012), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), ss. 423-435.

Korkmaz, O., (2012), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(2), ss. 209-226.

Köksal, Y. ve Penez, S., (2015), Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), ss. 155-167.

Krueger, J. R., Norris F., Reilly, M. D. ve Carsrud, A. L. (2000), Competing Models of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Business Venturing*, 15, (5-6).

Liñán, F., Battistelli A. ve Moriano J. A. (2008), Entrepreneurial Intentions In Europe in Teaching Psychology of Entrepreneurship Perspective from Six European Countries, (Juan Antonio Moriano León, Marjan Gorgievski and Martin Lukes editors), Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid. (21-43).

Morrison, A. (2000), “Entrepreneurship: What Triggers it?”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6 (2), ss. 59-71.

Negiz, N., Özdaşlı, K., Özkul, G. ve Alparlan, A.M., (2009), Girişimcilik Özellikleri ve Tipleri Açısından Cinsiyet farklılıkları: SDÜ-İİBF Araştırması, Uluslararası - Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi, 05 – 07 Mart, Sakarya Üniversitesi Rektörlüğü, ss. 241-251.

Okay, Ş. ve Karahan, M. (2010), Küçük Ölçekli İşletmelerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi (TSA)*, 14 (1), ss. 291-304.

Onay, M. ve Çavuşoğlu, S. (2010), İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik, *Yönetim ve Ekonomi*, 17(1), ss.47-67.

Ören, K. ve Biçkes, M., (2011), Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma), *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3), ss.67-86.

Özdemir, A. A., (2014), Kültür, Benlik Saygısı Ve Girişimcilik Eğilimi: Amerikan ve Türk Üniversite Öğrencilerinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43 (2), ss. 351-367.

Schaper, M., (2010), Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship, (2nd Edition), *Ashgate Publishing Group*.

Tekin, M. ve Kasalak, M. A. (2014), Ekoturizm Girişimciliğinin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, ss. 129-136.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Top, S., (2011), Myo Öğrencilerinin Gelecekteki Girişimcilik Kariyer Niyetlerinin Planlı Davranış Modeli Kapsamında Değerlendirilmesi, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, ss. 269-289.

Wang, K.C. ve Wong, P. K. (2004), Entrepreneurialinterest of University Students in Singapore, *Technovation* 24, ss. 163–172.

Yılmaz, E., Sünbül, A. M., (2009), Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, ss. 195-203.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Genç Neslin Oluşmasında Milli Kültürün Etkisi***

<sup>1</sup>Rashova Firuza Kamal kızı

<sup>1</sup>Doktor of Azerbaijan Tourism and Managment University, f.ibrahimova@tourism.edu.az

### **Özet**

Bu gün Respublikamızda gənclərə xüsusi diqqət və qayğı göstərilir. Gənclər siyasəti dövlət siyasətinin mühüm bir hissəsidir. İctimai həyatın müxtəlif sferalarında: sosial, humanitar, iqtisadi, siyasi və digər sahələrinə, azərbaycan gəncləri xalqın *avanqard* gücü kimi əsas yer tutur və fəaliyyət göstərir. Azərbaycanlı gənclər dövlətin gələcəkdə davamçılarıdır, gələcəkdə onların ölkənin siyasi həyatında qərarverici gücə çeviriləcəyini nəzərə alaraq təlimin, təhsilin və tərbiyyənin nəzərəcarpaçaq dərəcədə əhəmiyyətli olduğu anlaşılır. Cəmiyyətə layıqlı gənclər yetişdirmək, bilikli və bacarıqlı gəncləri öne çəkmək, milli ruhda tərbiyyə etmək, milli təfəkkürlü gənc mütəxəssislərin hazırlamaq ali təhsilin qarşısında qoyulan əsas məsələ kimi ortaya çıxır. Bu məsələlərin həllində ali təhsilin rolu, tədris prosesinin təşkili, müəllimlərin bu prosesə hazırlanması əsas rol oynayır. Çünki təhsil indi sadəcə savadlı insanlar yetişdirmək demək deyil, ölkənin inkişafında bilavasitə iştirakçı olaraq gənc mütəxəssislərin yetişdirilməsi əsas məsələdir. Azərbaycan böyük sürətlə Avropaya *inteqrasiya* edir. *Milli mədəniyyətimizin və milli ruhumuzun* çalarlarını gələcək nəsil üçün, dövlətimizin *xəzinəsi* kimi qoruyub saxlamalıyıq. Çünki tarix və mədəniyyət illərlən formalaşan hər bir xalqın *sərvətidir*.

**Anahtar Kelimələr:** Avanqard, inteqrasiya, milli mədəniyyət, milli ruh, xəzinə.

### ***The Influence of National Culture in formation of the Younger Generation.***

#### **Abstract**

Nowadays the youth in our republic is paid special attention and care. The youth politics is an essential part of state politics. Azerbaijani youth take a key part and function as an *avanguard* power of the nation in various spheres of public life such as social, humanitar, economic, political and other sectors. The young in Azerbaijan are the followers of the state in the future and considering that they will become a decision-making power in the political life of their countries, training, education and upbringing are obvious to have significant importance. To train worthy young for the society, propel knowledgable and capable young forward, nurture them in national spirit, prepare young specialists with national thinking appear to be main aim to be set in high education. In order to tackle these issues, high education, the organization of training and preparing teachers for this process play a main role. Today the the main issue to deal with is not only to train intellegent people, but to train the young specialists participating indirectly in the development of the country. Azerbaijan *integrates* Europe rapidly. We should preserve the shades of *our national culture* and *natinal soul* for future generation as a *treasure* of our state. Thus, history and culture are a nation's treasure which has been formulated for years.

**Key words:** Avanguard, integration, national culture, national soul, treasure.



A national culture is a set of material and cultural wealth of the nation. Manifestation of national culture can be noticed in activity of society, state, in national traditions, cultural wealth, style of thinking, moral standards, stereotypes and examples of interpersonal and intergroup behavior and self-expression, features of language, a way of life and religion. The exchange of elements of national culture is an important factor of their existence.

The creators of national culture are generally considered an educated part of the society, and they act on behalf of the people, address to their historical experience and wisdom. The formation of national culture quite often advances formation of the nation, which acts as "national idea". This gap is overcome first of all by education, education of the people, their general literacy, and the development of mass media.

Azerbaijan is the country sacredly honoring the centuries-old national traditions. The picturesque national culture of Azerbaijan originating in depth of centuries incorporated the best traditions of the East and West. Besides, many traditions of Azerbaijan are embodied in hospitality of the original people, its culture, ancient beliefs, national clothes, festivities and entertainment.

Elements and cults of various beliefs existing in its territory are reflected in traditions of Azerbaijan. Mentality plays an important role in the culture of the Azerbaijani people.

Mentality is a set of intellectual, emotional, cultural features, valuable orientations and installations inherent in a social or ethnic group, nation, people and nationality. In addition, this term can be used for the characteristic of outlook and manner of thought of an individual.

Azerbaijan managed to show that Islam is not only compatible with progressive secular development of the country, but also allows society to use historical and cultural heritage for the sake of harmonious development of the country. Modern Azerbaijan develops heritage of its historical past the main core of which is that the pluralism of religions and cultures was historically put in the mentality of people, in household traditions and culture.

Maintenance of national values in dynamic development is a permanent job of citizens and sense of activity of national elite. Not only historical traditions, but also new textbooks and teachers trained according to national, but modern civilizational basis are included in it.

However, the main value is represented by cultural, historical experience of all Azerbaijani people. Its focus on the future based on wisdom and experience of ancestors is the key to the future.

Today Azerbaijan integrates into Europe. In our opinion, integration influences loss of cultural wealth, traditions and culture of the Azerbaijani people. If we analyze the current state of youth, we can notice that they "keep up" with time. There are positive and negative sides of integration of the Azerbaijani youth into Europe: the positive sides are: horizons and outlook of youth are broadened, the younger generation becomes more independent, interacts with other cultures, and can freely express political, religious and spiritual views. Negative sides are loss of cultural wealth, unification of culture, change of views of traditions, gradual disappearance of historical roots and assimilation of life.



Today in Azerbaijan, the special attention is paid to youth, also the state developed youth policy that turned into an important component of a state policy of the country. The youth of Azerbaijan differs in dynamic activities in all areas of public life, plays an important role in implementation of social, humanitarian, economic and political actions. As a result of the ample opportunities created by the state, the youth turned into the vanguard force of society. The state defined priorities and actions for the purpose of creation of the environment providing effective realization of natural potential, knowledge and abilities of youth, and also their worthy activity in society. The state of Azerbaijan developed some directions for the correct education and preparation of youth:

- Moral education of youth and its participation in cultural life;
- State care of talented youth;
- Healthcare and physical development of youth;
- Employment of youth;
- State help to young families;
- State help to the youth organizations.

The government of the country tries to increase a role of the Azerbaijani youth in the development of society and permission of the problems, to expand participation and responsibility of youth in the future development of the country, to create conditions for an exchange of opinions of capital and regional youth, simplification of open dialogue between youth and the state organizations. Thereby a number of forums for independent youth of Azerbaijan are held. According to the decree, "February 2" has been celebrated as the Day of Azerbaijani Youth since February 1, 1997. In addition, the president of the Azerbaijan Republic Ilham Aliyev declared 2007 "Year of Youth".

According to the programs developed by the state, actions were carried out for social protection of youth, employment, stimulation of creative search, education in national spirit, strengthening military patriotic education and promotion of a healthy lifestyle. All these programs and various actions create a big basis for identification of creative potential of youth, creation of the demanded conditions for realization of creative potential and its management, and also to increase intellectual level of youth, carrying out with it the relevant activities, the solution of social problems of youth. Today the youth makes 66% of all population of the country, and the youth policy has become an important component of a state policy, is presented in government bodies, parliament, municipalities, business structures and other areas, and makes the contribution to the development of society. The Azerbaijani youth differs in activity in all areas of public life, plays an important role in implementation of social, humanitarian, economic and political actions.

The actions, which have been carried out in recent years, accelerated the creation of guarantee and political, social and economic, organizational and legal conditions for ensuring comprehensive development of youth and increasing their social and political activities.

The spirituality having serious impact on public and individual forms of human activity demands serious philosophical analysis as they in many respects are defined by national spirit of people which, being a rod basis of life of ethnos, defines logic of its



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



development. Studying manifestations of national spirit during various historical periods allows to track its evolution and to reconstruct some features of material and spiritual culture.

National spirit, which is the main indicator of the spiritual life defining the right of a certain community and possessing common characteristic signs claiming the high status, is called ethnos.

By centuries-old efforts of national spirit, the fact of empirical existence Azerbaijanians proved themselves and other people the natural vital need in cultural, art and esthetic, professional, military patriotic forms of social self-expression.

Therefore, at all times of raising national spirit and fatal tests against historical cataclysms Azerbaijani nation in its culture found potential spiritual power, courage to be itself, not to betray its cultural traditions and covenants of ancestors and all of these let the nation educate worthy bearers of the national spirit able to carry it through modern contradictory trends of global world.

Today the younger generation shows itself as the active force causing social changes. Thus activity of youth is shown in different forms, and it forms own experience.

After restoration of the state independence, Azerbaijan should carry out radical reforms in many spheres of life. Unity and coordination of activity of youth as main driving force for the development of society and the state were the major tasks in this regard. It is necessary to highlight that the youth which was the national liberation movement in the forefront, played an active role in the subsequent developments of the country.

The younger generation of Azerbaijan should always preserve its national culture together with the integration into Europe. Our future generation depends on education and preparation; if we preserve and show coloring of our culture as it is, we will be able to conserve the treasure of our nation for the future.

Thus, you should not forget the roots. History and culture are the most valuable things for any nation, which were created throughout many centuries.

## References

The big explanatory dictionary on cultural science. Kononenko B. I. 2003

Pushkarev of L.N. What is a mentality?//National history. 1995, No. 3

<http://azertag.az/ru>

<http://tsput.ru/res/other/kulturolog/lec3.html>

<https://ru.wikipedia.org>



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Turizm Okullarında Eğitim Gören Gençlerin Farklı Sektörlere Yönelme Sebepleri*

<sup>1</sup>Sedat Değişgel

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Muğla,  
sedatdegisgel@mu.edu.tr

### **Özet**

Türkiye turizmi seksenli yılların başından itibaren büyük bir gelişim ve büyüme ivmesi kazanmış, Devletin de turizmi teşviki ile bir biri ardına yeni konaklama tesisleri, seyahat acenteleri, yiyecek içecek işletmeleri ve ulaştırma işletmeleri açılmaya başlanmıştır. Bu süreçte teknolojik gelişmeler de sektörün gelişimine katkıda bulunmuştur. Ancak bu gelişme ve büyüme kalifiye personel sorununu da beraberinde getirmiştir. Bu sorunu çözmek amacıyla aynen turizm işletmeleri gibi, turizm eğitimi veren meslek yüksekokulları, yüksekokullar ve fakülteler birbiri ardına açılmaya başlamıştır. Farklı sebeplerle bu sektörde kariyer yapmayı amaç edinen ve bu amaçla turizm okullarına kaydolmuş öğrencilerin bir kısmı mezun olduktan sonra farklı sektörlerde kariyer yapma yoluna gitmektedirler. Bu çalışmanın amacı turizm okullarında eğitim gören öğrencilerin farklı sektörlerle yönelmelerinin sebeplerini araştırmaktır. Araştırma kapsamında Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi örneklem olarak seçilmiş, 2000 yılı ve sonrasında bu fakülteden mezun olup farklı sektörlerde kariyer yapma yoluna giden 38 kişi ile karşılıklı görüşme yöntemiyle veri toplanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kariyer, Farklı, Sektör, Öğrenci.

### **The Reasons Of Tending To Another Sector For Youth Studying in Tourism Schools Abstract**

#### **Abstract**

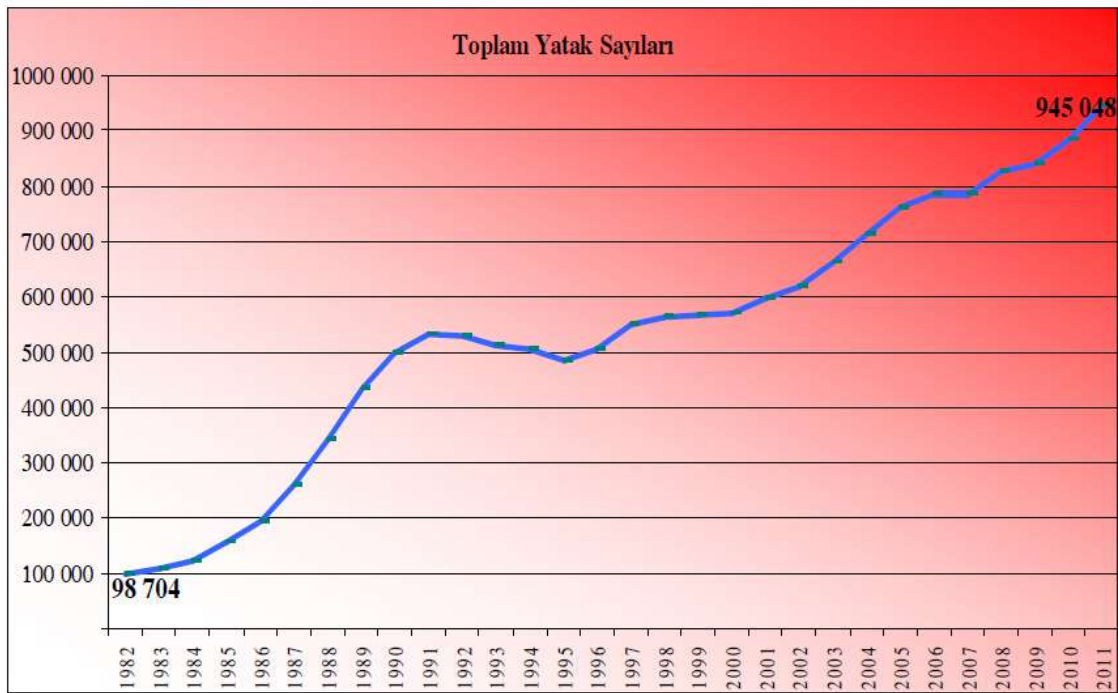
It was observed that, Turkey tourism has very significant growth and development since the beginning of the eighties, and with encouragement of the government, new hotels, travel agencies, food and beverage and transportation companies began to open one after another. In this process, technological developments have also contributed to the development of industry. But these development and growth has brought also qualified personnel issue. In order to solve this problem, vocational schools, colleges and faculties for tourism education began to open one after another just like tourism companies. A number of students with an aim to make a career in this industry for different reasons and registered for this purpose tourism school has gone the way of making careers in different sectors after graduation. The purpose of this study is researching the reasons of they focus on other sectors of students studying tourism. In scope of work, Adnan Menderes University Faculty of Tourism selected as a sample and data were collected through face to face interviews with 38 people having graduated from the faculty after 2000 and later and making careers in different sectors.

**Keywords:** Tourism, Career, Different, Sector, Student.

## Giriş

Türkiye’de turizm 1980’li yılların başından itibaren çok ciddi bir büyüme ve gelişme ivmesi kazanmıştır. Özellikle 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, yürürlük tarihinden itibaren turizm sektörünün karlı bir yatırım alanı haline gelmesini sağlamıştır. Bu sayede bir biri ardına yeni ve modern konaklama tesisleri açılmaya başlanmış, yatak kapasitesi hızla artmış, Türkiye, dünyanın önemli çekim merkezlerinden biri haline gelmeye başlamıştır. Aşağıdaki grafikte 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun yürürlüğe girdiği 1982 yılından 2011 yılına kadar geçen 30 yıllık süreçte, yatak sayılarındaki değişim görülebilir.

**Grafik 1.** Türkiye’nin Toplam Yatak Sayısı (1982-2011)



**Kaynak.** (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012)

Grafikte de görüldüğü üzere 1982 yılında 98.704 olan yatak sayısı otuz yıllık süreçte yaklaşık on kat artarak 945.048 sayısına ulaşmıştır. Ancak bu artışın beraberinde bazı sorunları da getirdiği bilinmektedir.

Turizm sektörünün gelişmesine paralel olarak Türkiye’nin karşılaştığı önemli sorunlardan bir tanesi de, sayısı hızla artan turistik tesislerin ve diğer turistik işletmelerin kaliteli hizmet vermesini sağlayacak nitelikli işgücü sorunudur. Zira turizm işletmelerinin ihtiyaç duyduğu personel sayısı da hızla artmış ve turizm sektöründeki istihdam sayısı hızla yükselen bir grafik sergilemiştir. Aşağıdaki tabloda Türkiye’deki turizm istihdamının otuz yıllık süreçteki seyri görülebilir.





**Tablo 1.** Türkiye’de Turizm İstihdamı

YIL	SAYI (Bin)
1983	218
1993	574
2003	847
2004	872
2005	949
2006	1.001
2007	1.067
2008	1.058
2009	1.131
2010	1.177
2011	1.178
2012	1.206
2013	1.298

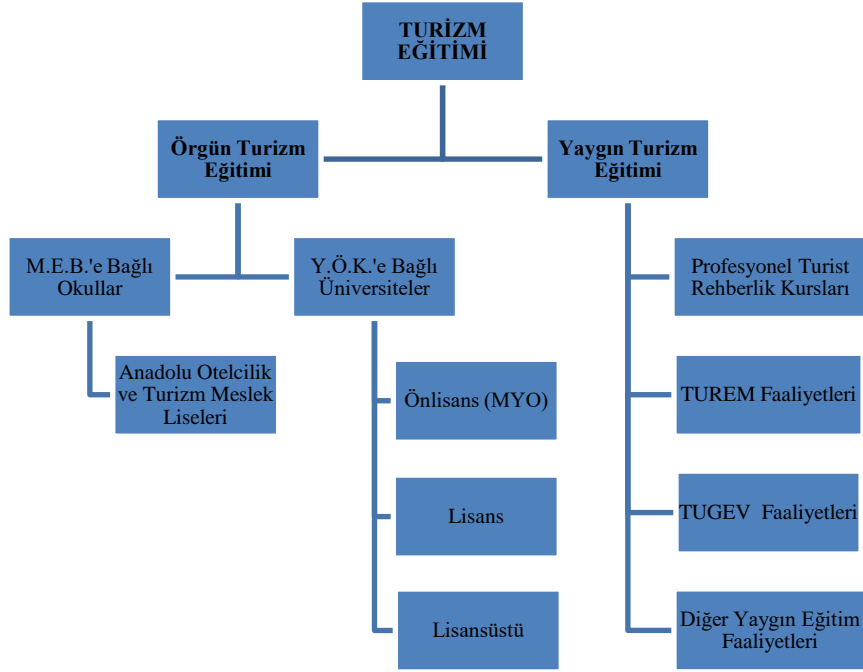
**Kaynak:** (AKTOB, 2014)

### Türkiye’de Turizm Eğitimi

Turizm sektörü; Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde sanayinin alternatifi, ekonomik gelişmenin ve kalkınmanın en önemli çarkı olarak görülmektedir. Bu sektördeki ekonomik beklentileri karşılamak ve uluslararası pazarda daha fazla pay alabilmek için, turizm işletmelerinin kapasitesi ve sayısı hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Turizm sektörü emek-yoğun bir sektör olduğundan dolayı insan gücüne olan ihtiyaçta işletme kapasitesi ve sayılarının artışıyla birlikte artmıştır. Turizm hareketine katılan ya da katılmayı planlayan bireylerin sektörden beklentileri sınırsız ve çok çeşitlidir. Turizm sektörü bu beklentileri karşılayabilmek ve gelişen, değişen dünyaya ayak uydurabilmek için sürekli yeniliğe açık olmalı, sektör kendini geliştirmelidir. Bu yüzden turizm sektörü alanında eğitim almış, yeniliklere ayak uydurabilen, sürekli öğrenen nitelikli personele ihtiyaç duyar. (Eker, 2015)

Artan istihdam ihtiyacına karşılık nitelikli personel sayısının az olması, Türkiye turizminin gelişim yıllarında önemli bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Bu sorunu çözmek için Türkiye’de turizm sektörüne dönük ara eleman, orta ve üst düzey yönetici yetiştirmek üzere birçok meslek yüksekokulunu, yüksekokul ve fakülteyi faaliyete geçirilmiştir. Bu okulların yanı sıra, üniversitelerin dışındaki diğer kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri bünyesinde de turizm sektörüne dönük eğitimi amaç edinen faaliyetler gerçekleştirilmiştir. (Yağcı, 2001), Türkiye’deki turizm eğitimi aşağıdaki grafikte görüldüğü gibi sınıflandırmıştır.

**Grafik 2.** Türkiye’deki Turizm Eğitiminin sınıflandırılması



**Kaynak.** Yağcı, Ö. (2001)

Yukarıdaki grafikte sınıflandırılmış olan ve sayıları git gide artan okullardaki öğrenci sayıları da günümüze kadar yıllar içinde sürekli artarak gelmiştir. 2011 yılında İstanbul Aydın Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Merkezi ve TURAD (Turizm Araştırmaları Derneği) işbirliği ile Türkiye’de yerleşik yükseköğretim kurumlarını kapsayan bir çalışma gerçekleştirilmiş ve “Turizm Eğitim Analizi 2010-2011 Yılı Öğretim Dönemi Raporu” adıyla bir rapor yayınlanmıştır. Söz konusu rapora göre Türkiye’de turizm eğitimi alan toplam öğrenci 63.886’dır. Meslek yüksekokullarında 46.256, yüksekokullarda 12.335, fakültelerde 5.295 öğrenci bulunmaktadır. İki yıllık (önlisans) programlarında okuyan öğrenci sayısının 46.256 (%72,40), dört yıllık öğretim (lisans) programlarında okuyan öğrenci sayısı ise 17.630 (%27,60) olduğu tespit edilmiştir.

### **Turizmde Kariyer**

Kalıtım ve çevre olmak üzere kişiliği belirleyen iki temel faktör vardır. Kalıtsal özellikler kişiliğin oluşumunda önemli olmakla birlikte, her bireyi aynı ölçüde etkilememekte, farklı kişilik özellikleri meydana gelmektedir. Kişiliği belirleyen ve davranışlarına yön veren çevre koşulları ise bireyin ait olduğu toplumun sosyo-kültürel özellikleridir. Kişilik, çok yönlü bir özelliğe sahiptir. Bu özelliklerden “büyük beş” olarak adlandırılan dışadönüklük, işe bağlılık, uzlaşmacı yapı, duygusal istikrar ve öğrenmeye istekli olmak örgütsel iletişimde önemli bir rol oynamaktadır. (Hitt, Miller, & Chet, 2006)’dan akt. (Tokmak, Turgut, & Öktem, 2013) Turizm sektöründe kariyer yapmayı hedef edinmiş öğrencilerin her biri farklı kişilik özelliklerine ve amaca sahip insanlardır. Turizm sektöründe kariyer yapmayı hedef edinen gençlerin, bu sektörde başarılı olmak için gerekli özelliklere sahip olmadıklarını fark edememeleri, farklı sektörlere yönelmelerine sebep olan ilk etmendir.

Turizm sektöründe kariyer yapma kararı üzerinde etkili olan birçok içsel ve dışsal etkenler ortaya konulmaktadır.



- Turizm endüstrisine olan bağlılık,
- İşe olan ilgi,
- İş bulma olanağı,
- Kendini geliştirme olanağı,
- Terfi,
- İş arkadaşları ve yöneticilerle olan ilişkiler,
- İşin saygınlığı veya sosyal statü,
- İşin doğası ve fiziksel çalışma koşulları,
- Kişi-endüstri uyumu,
- Ücret ve ek gelirler bunlara örnek gösterilebilir. (Özdemir, Aktaş, & Altıntaş, 2005)

(Gottfredson, 1981), daraltma ve uzaklaştırma kuramında meslek seçimini “seçenekleri daraltma” süreci olarak ele almıştır. Buna göre “meslek seçimi, kişinin kendini sosyal düzen içinde bir yere yerleştirme girişimi ve çabasıdır. Meslek seçiminde daraltma süreci kendiliğinden gerçekleşmemekte ve seçeneklerin sınırlarının çizilmesi yavaş ve aşamalı olduğundan, birey bunun kendiliğinden gerçekleştiğini sanmaktadır. Bireyler, bu süreçte kişiliği oluşturan kavramlar ile bireyin toplumsal konumunu belirleyen kavramları göz önünde bulundurarak bir meslek seçimine yönelirler. Kısaca uzlaştırma süreci beklentileri gerçeklerle karşılaştırıp, beklentilerde değişiklikler yaparak gerçekleşir. Bu süreç boyunca bireyin emelleri idealden aşağı doğru kayacak ve erişilebilir olana yaklaşacaktır.

Lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektörle ilgili tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer seçimine etkisinin araştırıldığı bir yüksek lisans çalışmasının bulgularına göre;

- Öğrencilerin büyük bir bölümü, turizm eğitimi almayı isteyerek seçmelerine rağmen mezun olduktan sonra turizm sektöründe kariyer yapmak istemediklerini belirtmişlerdir.
- Kişiliğini, sahip olduğu özellikleri, bilgi ve becerilerini turizm sektöründe çalışmaya uygun gören öğrenciler sektörde kariyer yapmaya daha olumlu bakmaktadır.
- İnsanlara hizmet etmekten ve turizm sektöründeki tempolu iş ortamından hoşlanmayan, bilgi ve becerisini turizm sektöründe çalışmak için yeterli ya da uygun bulmayan öğrenciler, mezun olduktan sonra sektörde kariyer yapmak istememektedirler.
- Turizm alanında eğitim alan öğrencilerin kişiliğini sektörde çalışmaya uygun bulmaması, öğrencilerin üniversite tercihlerini yaparken bölüm ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarından da kaynaklanabilir. (Pehlivan, 2008)

Akdeniz Üniversitesinde turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde yapılan başka bir araştırma, sektörde düzensiz çalışma saatlerinin, öğrencilerin kariyer seçimlerini olumsuz şekilde etkilediği ortaya koymuştur. Bu araştırmaya göre:

- Gençler çalışma hayatlarının yanı sıra özel hayatlarında da rahat edebilecekleri bir sektörde çalışmak istemektedirler. Özel sektörde tatil kavramı düzensiz olabilmektedir.
- Gençlerin çalışma hayatlarının dışına çıkamamaları, sosyal hayatlarının olmayışı, onları olumsuz yönde etkileyebilmektedir.



- Sektör çalışanları işlerini severek yaptıkları halde çalışma şartlarının ağırlığı ve düzensizliği sebebiyle işlerini kalıcı bir meslek olarak görememektedirler.
- Bu durum sektördeki kalifiye elemanların başka sektörlere yönelmelerine ve sektörü deneyimsiz ve eğitimsiz bir kesime teslim etmelerine sebebiyet vermektedir. (Ilgaz, 2011)

### Amaç ve Yöntem

Bu araştırma, turizm sektöründe kariyer yapmak amacıyla önlisans ve lisans düzeyindeki okullarına kaydolup bu okullardan mezun olan gençlerin, turizm sektöründen başka bir sektörde kariyerlerine devam etme kararı almalarının nedenlerini ortaya çıkarmak amaçlı yapılmış keşifsel bir incelemedir.

Araştırma'nın evrenini, 1996 yılından beri Aydın'ın Kuşadası ilçesinde Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adıyla eğitim veren ve 2013 yılında fakülte niteliğine kavuşmuş Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi'nden mezun olan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem olarak 2000 yılı ve daha sonraki yıllarda bu okuldan mezun olan ve turizm sektörü dışındaki sektörlerde faaliyet gösteren 38 kişi ile karşılıklı görüşme yöntemiyle veriler elde edilmiştir.

### Bulgular

Karşılıklı görüşmeler neticesinde turizm okullarında eğitim gören gençlerin farklı sektörlerle yönelme sebepleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Düşük ve gecikmeli ücretler,
- Sosyal haklardan yoksunluk,
- Mevsimsellik,
- Uzun ve düzensiz mesai saatleri,
- Manevi doyumsuzluk, toplumdan saygı görmeme,
- Mobbing, yıldırma
- Kişinin sektöre uygun olmaması,
- Sektördeki istikrarsızlık,
- Yanlış bölüm tercihi,
- Aile hayatına uygun olmaması,
- Yorucu ve stresi yüksek bir sektör olması,
- Lojman, servis ve yemek imkanlarının yetersizliği.
- Tesislerin kurumsal olmaması.
- Meslek yasasının olmaması,
- Terfi ile ilgili yüksek beklentiler.

Katılımcılardan bazılarının görüşme sırasındaki ifadeleri şöyledir:

**Katılımcı 1:**«Turizm sektörünü bilinçli şekilde tercih etmedim. Kulaktan dolma bilgilerle çok para kazanacağımı düşündüm. Turizm sektörü karakterime yüz seksen derece olarak ters olduğu gibi, maddi anlamda da tam bir hayal kırıklığı oldu. Mersin limanında çalışıyorum.»

**Katılımcı 2:**«Okulun bittiği gün bir daha geri dönmek üzere Kuşadası'ndan ayrıldım. Düzenli bir iş hayatımın olmasını istiyorum. Bankacılık sektöründe çalışmak istiyorum.»



**Katılımcı 3:**«Turizm sektöründe devam etmek için çok çaba sarf etsem de yeterince fırsat bulamadım. Fiziksel özelliklerimi bile bahane ettiler. Bir yerden sonra torpilsiz olmuyor. Şu an Bir fast-food firmasında çalışıyorum.»

**Katılımcı 4:**«Okulun birinci ve ikinci yılında tüm yazı çalışarak geçirdim. Üçüncü sınıfta Yaz kış açık bir otelde çalışmaya başladım. Sigortam bu otelde, Temmuz ayında yatmaya başladı. Ekim ayında işlerin düştüğünü belirterek maaşımıza cüzi bir zam karşılığı sigortayı yine kestiler.»

**Katılımcı 5:**«Öğrenciliğim sırasında üç farklı yerden burs aldım. Bu sebeple stajlar harici çok fazla çalışmaya ihtiyaç duymadım. Okul bitince de açıkçası ancak garsonluk, resepsiyonistlik gibi işler yapabiliyordum. Bu da maddi-manevi tatmin etmezdi. Şu an özel bir bankada çalışıyorum.»

**Katılımcı 6:**«Bir iş görüşmesi sırasında otelin sahibi cv'ime bakıp neden bu kadar yer değiştirdiğimi sordu. Otelinizde yazın kaç kişinin, kışın kaç kişinin çalıştığına bakarsanız cevabı bulursunuz dedim. Okula başladığım zaman kesinlikle düşünmesem de turizmdeki mevsimsellik ve çalışma saatlerinin uzun olması sebebiyle devlet memurluğunu tercih ettim.»

### Sonuç ve Öneriler

Araştırma bulguları incelendiği zaman, turizm sektöründe kariyer yapmak üzere önlisans ve lisans bölümlerine giren öğrencilerin, farklı sektörlerde kariyerlerine devam etmelerine sebep olan birçok olumsuz etken ortaya çıkmaktadır. Öğrenciler, özellikle eğitim gördükleri süreçteki sektör deneyimleri sırasında yaşadıkları olumsuzluklar sebebiyle, mezun olduktan hemen sonra farklı sektörlerle yönelmektedirler.

Öğrencilerin bir kısmının turizm okullarını tercih etmeden önce turizm sektörü hakkında detaylı bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Turizm sektörü hakkındaki kulaktan dolma bilgilerin, internet ve medya gibi iletişim araçları ile yapılan reklamların, öğrenciler üzerinde cezbedici bir imaj bıraktığı, ancak iş deneyimi sırasında yaşanan olumsuzlukların kişilerde hayal kırıklığı yaratmakta olduğu ve sektörden uzaklaştırıldığı görülmektedir.

Farklı sektörlerle yönelmenin sadece sektörde yaşanan olumsuzluklardan değil, öğrencilerin kişilik özelliklerinden ve beklentilerinden de kaynaklandığı açıktır. Turizm sektörü insan ilişkilerini çok yoğun yaşandığı, farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurabilmeyi gerektiren, dinamik bir sektördür. Bu sebeple sektörde kariyer yapmanın ve başarılı olmanın önemli şartlarından birisi de dışadönüklük olarak görülmektedir. Ayrıca çalışma şartları, özellikle çalışma hayatına yeni başlayan kimi öğrencilere zor gelmektedir.

Turizm sektöründe kariyer yapmayı düşünen ve özellikle bu alanda üniversite eğitimi almak isteyen gençlerin, hayalperest değil realist düşünerek, sektörün karakterlerine uygun olup olmadığını, çalışma şartlarını, yükselme olanaklarını ve turizm sektörünün maddi olarak beklentilerini ne ölçüde karşılayacağını öncelikle araştırmaları, daha sağlıklı bir seçim yapmaları açısından son derece faydalı olacaktır. Bunun yanı sıra her işin zorluklarla başlayacağı, dürüst, azimli, istikrarlı, disiplinli ve hedef odaklı çalışıldığı takdirde, turizm sektöründe de başarının kaçınılmaz olduğu unutulmamalıdır.



## Kaynakça

AKTOB. (2014). *Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği, Turizm İstatistikleri*. Antalya: AKTOB.

Eker, M. (2015, Kasım). *Turizmde Nitelikli İşgücü Sorunu*. Nisan 15, 2016 tarihinde [www.sakarya.edu.tr](http://www.sakarya.edu.tr):  
[http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/67523/35251/mert\\_eker-turizmde\\_nitelikli\\_i%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC\\_sorunu.docx](http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/67523/35251/mert_eker-turizmde_nitelikli_i%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC_sorunu.docx) adresinden alındı

Gottfredson, L. (1981). Circumscription and Compromise. *Journal of Counseling Psychology*, s.28, ss.545-579.).

Hitt, A., Miller, M., & Chet, C. (2006). *Organizational Behaviour*. ABD: John Wiley & Sons. Inc.

İlgaz, B. (2011). *Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Yılmazlık, Umutsuzluk Durumları ve Sektörel tutumlarının Kariyer Seçimlerine Etkileri: Akdeniz Üniversitesi Örneği*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Y. v. (2012). *Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler*. Ankara.

Özdemir, B., Aktaş, A., & Altıntaş, V. (2005). Turizm ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı:1 Sayfa:46-58.

Pehlivan, R. (2008). *Lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektör ile ilgili tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer seçimine etkisi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Tokmak, İ., Turgut, H., & Öktem, Ş. (2013). Turizm ve Otelcilik Öğrencilerinin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özelliklerinin İletişim Becerilerine Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 24, Sayı 1, Bahar: 83 - 95.

Yağcı, Ö. (2001). Türkiye'de Turizm Eğitimi ve İstihdamına Yönelik Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:4 Sayfa:23-39.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Çerçevesinde Facebook Grupları Kullanımlarının İncelenmesi: Muğla Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma***

<sup>1</sup>Serdar Çil

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu Radyo Televizyon Teknolojileri Programı, Muğla, serdarcil@mu.edu.tr

### **Özet**

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan internet ve sosyal medya, gündelik yaşamımızın da vazgeçilmez unsurları haline gelmişlerdir. Geleneksel medyaya alternatif bir alan olarak gösterilen sosyal medyanın kullanımı ve etkinliği ise her geçen gün artmaktadır. Bu süreçte geleneksel medya için tartışılan bireylerin mi medyayı medyanın mı bireyleri kullandığı sorusu sosyal medya için tartışılmaya başlanmıştır. Elihu Katz tarafından geliştirilen “Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı” bireylerin medyayı kullandıklarını ve bunun sonucunda bazı doymalara ulaştıklarını öne sürmektedir.

Çalışmada Katz’ın kuramından yola çıkılarak geleneksel medya yerine sosyal medya konulmuş ve kullanıcıların en yaygın sosyal medya aracı olan Facebook gruplarını kullanımları bu kuram çerçevesinde incelenmiştir. Gençlerin Facebook özelinde sosyal medya araçlarını kullanım sebeplerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmanın evrenini Muğla Meslek Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Katz’ın ortaya koyduğu doymalar paralelinde hazırlanan anket çalışması örneklem grubuna uygulanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** facebook, kullanımlar ve doymalar, sosyal medya

### ***Facebook Groups Use With The Context Of Uses And Gratification Approach: A Research On Muğla Vocational School Students***

#### **Abstract**

Internet and social media which emerged with the development of communication technologies have become the indispensable elements of our daily life. The use and effectiveness of social media, which is presented as an alternative space to traditional media, increases every day. In this context, the question that is valid for traditional media in the form of whether the individuals use media or the media use the individuals has began to be discussed in relation to the social media. “Uses and Gratification Approach” developed by Elihu Katz argues that people use media and consequently they get some gratifications. Following Katz’s theory, this study analyzes social media instead of traditional media in terms of users utilization of the widely used social media, Facebook groups. It aims to identify the reasons of the youth’s utilization of social media. A survey will be conducted on a sample of students from Muğla university in which a questionnaire constructed in accordance with Katz’s gratification argument will be administered.

**Keywords:** facebook, uses and gratifications, social media



## Giriş

Geleneksel medya kitleleri etkileme ve yönlendirme noktasında önemli bir araç olarak görülmekte ve bu bağlamda birçok araştırmaya konu olmaktadır. Ancak son dönemlerde internetin ve özellikle Web 2.0 teknolojisinin gelişimi ile birlikte yaygınlaşan sosyal medya, araştırmaların da odak noktası haline gelmeye başlamıştır. Geleneksel medyanın tek yönlü yapısının aksine çift yönlü bir iletişim ve etkileşimli bir ortam sunan sosyal medya, özellikle gençler arasında yaygınlık kazanırken, bu gelişimiyle geleneksel medya için de bir tehdit olarak gösterilmektedir.

İnternet ve sosyal medya, geleneksel medyanın aksine kullanıcılarını pasif alıcı konumundan çıkarmakta ve sadece içerik edinmekle kalmayıp kendi içeriğini oluşturabileceği ve diğer kullanıcılarla etkileşim içerisine gireceği bir ortam sunmaktadır. Bu özelliği sayesinde her geçen gün kullanıcı sayılarını artıran sosyal paylaşım siteleri, kullanıcıları arasında küresel bir ağ oluşmasını sağlamaktadırlar.

Özellikle gençler arasında yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım siteleri, dünya genelindeki 2 milyara yaklaşan kullanıcı sayılarıyla kendi gündemlerini oluşturmakta ve hatta bu noktada geleneksel medyayı da beslemektedir. Ayrıca Arap Baharı gibi toplumsal olaylarda da etkin olarak kullanılmakta ve kullanıcıların bir araya gelmesine, organize olmasına yönelik olanaklar sunmaktadırlar.

Bütün bu süreçlerde geleneksel medya için yöneltilen sorular sosyal medya için de yöneltilmeye başlanmış ve yapılan araştırmalarda kullanıcıların bu alanları neden kullandıkları, bu alanlarda nasıl var oldukları, bu alanların toplumsal yapıdaki roller, gerek eleştirel kuramlarla gerekse diğer kuramlarla ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Çalışmada eleştirel kuramların aksine bireyleri daha aktif birer kullanıcı olarak konumlandıran “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı” çerçevesinde, gençlerin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyumlar ortaya konmaya çalışılacaktır. Genel anlamda ise yine Facebook ekseninde, sosyal medyayı kullanım biçimleri ve amaçları araştırılacaktır.

Yaklaşık 1,4 milyar kullanıcıya sahip Facebook'ta 850 milyona yakın grup bulunmaktadır ve bir kullanıcı ortalama olarak 80 civarında etkinlik, sayfa veya gruba bağlıdır. (www.globalwebindex.com 2014) Neredeyse iki kullanıcıya bir grup düştüğü görülmektedir ki bu bağlamda kullanıcıların gruplara olan ilgisi, bu gruplarda var olma amaçları ele alınması gereken bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu amaçla Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencilerine uygulanan anket çalışması ile bu sorulara cevap bulmaya çalışılmıştır. Araştırma bulgularına geçmeden önce ise literatür taraması yapılarak sosyal medya ile kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı hakkında bilgiler verilmiş ardından da bu alanda yapılan bazı çalışmalara değinilmiştir.

Araştırmanın sonuç kısmında ise elde edilen bulgularla, gençlerin sosyal medyadaki örgütlenme biçim ve amaçları ile bu alandan sağladıkları doyumlar ekseninde sosyal medya okuryazarlıklarını geliştirmeye yönelik çözüm önerileri tartışılacaktır.

## Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

Medyaya yönelik araştırmalarda genellikle kullanıcılar pasif olarak konumlandırılmakta ve medyanın bu pasif izleyici kitlelerini nasıl kullandığı ve etkilediği incelenmektedir. Genellikle eleştirel kuram etrafında şekillenen bu araştırmalarda medya, egemen otoritenin kitleleri şekillendirmek ve etkilemek amacıyla kullandıkları araçlar olarak





konumlandırılırken, kullanıcılar ise bu durumun pek de farkında olmayan, pasif alıcılar olarak kabul edilmektedir.

Bu duruma karşın Katz, iletişim araçlarının halka ne yaptığından çok, halkın bu araçlarla ne yaptığına dikkat edilmesi gerektiğini söylemiştir. (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.161) Katz bu söylemle araştırmaların merkezini medyadan kullanıcılara çevirmiş ve kullanıcıları aktif olarak öngörmüştür. Geleneksel medya ise bu kuramdan sıklıkla faydalanmaktadır. Niteliksiz olduğu iddia edilen içerikler için kendi sorumluluğunu ve etkinliğini görmezden gelen yöneticiler, “Halk bunu istiyor.” söyleminin arkasına sığınmakta ve bu dayanakla içerikleri yayınlamaktadırlar.

Kullanımlar ve Doymalar Kuramı, bireylerin medyayı nasıl kullandıkları ile ilgilenmektedir ve bu nedenle bireyin önemine vurgu yapmaktadır. (Raacke, 2008, s.170) Kurama göre insanlar gereksinimlerini gidermeye çalışırlar. Doyma için kullandıkları araçlardan bazıları da kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar ve araçların ürünleri arasında gereksinimleri karşılamak için seçme yaparlar. Bu maksatlı etkinlikler sonucu gereksinimler giderilir ve gerginlikler azaltılır. (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.161)

Kişilerin medyayı kullanarak elde ettiği doymaların sayısı bazı kaynaklarda dört bazılarında ise beş olarak belirtilmektedir. McQuail, Blumlar ve Brown ise bu doymaları şu şekilde sıralamaktadırlar:

1. Vakit geçirme: Günlük sorunlardan, baskılardan ve sıkıntılardan kaçma
2. Kişisel İlişki: Arkadaşlık Toplumsal yara
3. Kişisel Özdeşlik: Toplumla ilgili olaylar hakkında bilgi alma, değerleri destekleme ve gerçekleri arama
4. Gözetme: çevreyi bilip tanıma, olaylar ve ürünlerle ilgili bilgi edinme (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.164)

Park vd. ise sosyal medya kullanımını sonrası elde edilen doymaları şu şekilde sıralamaktadırlar:

1. Sosyalleşme, Kişisel İlişkiler
2. Eğlence, Rahatlama
3. Bilgi Edinme
4. Kişisel Kimlik Edinme, Benlik Arayışı (Park, Kee, & Valenzuela, 2009, s.732)

Çalışmanın araştırma kısmında da Park vd.’nin sıralamış olduğu bu doymalardan faydalanılarak ilerlenecektir.

Kullanımlar ve Doymalar kuramı medyaya yönelik araştırmalara yeni bir bakış kazandırmakla birlikte mevcut sistemin içerisinde izleyiciyi daha etkin olarak konumlandırmakta ve bu yönüyle eleştirilmektedir. Yine diğer faktörleri göz ardı etmesi ve önceki araştırmalarla uyum sağlayamaması açısından da eleştiriler almaktadır. Çalışmamızda ise özellikle genç ve eğitilmiş bir kesimin sosyal medyayı kullandığı düşünülerek, bu nitelikler ışığında bilinçli tercihler yaptıkları öngörülmüş ve bu davranışları açıklamak için de kullanımlar ve doymalar kuramından faydalanılmıştır.



## Sosyal Medya ve Facebook Kullanımı

Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte medyalar arası bir yöndeşme süreci başlamış ve internet, yapısı gereği bütün medyaları bünyesinde toplamıştır. Bu bağlamda sosyal paylaşım siteleri, sosyal ağlar veya sosyal medya kavramları birbirleriyle iç içe geçmeye başlamış ve yeni bir iletişim ortamını tanımlamakta kullanılmışlardır.

Barnes sosyal paylaşım sitelerini insanlara çevrimiçi profiller oluşturma ve bu profilleri diğer insanlarla paylaşma fırsatı veren bir grup web sitesi olarak tanımlamaktadır. (Timm & Duven, 2008, s.89) Boyd&Ellison ise sosyal paylaşım sitelerini bireylerin sınırlı bir sistem içerisinde genel veya yarı genel profiller oluşturmaya, bağlantılar paylaşmasına ve başkalarının paylaştıkları bağlantıları görerek onlar arasında geçiş yapmasına izin veren web tabanlı servisler olarak tanımlarlar. (Boyd & Ellison, 2007, s.212) Web 2.0 teknolojisi sosyal medyanın interaktif bir yapıya kavuşarak gelişmesine olanak sağlarken mobil teknolojilerdeki gelişmelerde zaman ve mekan kısıtını ortadan kaldırarak bu ortamların yaygınlık kazanmasına olanak tanımışlardır.

Sosyal ağ siteleri benzer ilgideki belirli insanların, iletişim, paylaşım ve fikirleri tartışmak için bir araya geldikleri sanal yerlerdir. (Raacke, 2008, s.169) Castells ise sosyal ağların kolektif bir toplum ürünü olduğunu vurgulayarak, tarih boyunca iktidarlarının dayanağı olarak iletişim kanallarını tekellerini altına almış hükümetler ve şirketlerinin kontrolünün büyük ölçüde dışında kalan özerklik alanları olduğunu belirtmektedir. Bireylerin üzüntü ve umutlarını internetin serbest kamusal alanında paylaşarak, birbirleriyle bağlar kurarak, çok sayıya varoluş kaynağından projeler hayal ederek kişisel görüşlerinden ya da örgütsel bağlılıklarından bağımsız olarak ağlar oluşturduklarını ve bir araya geldiklerini söylemektedir. (Castells, 2012, s.17-18)

Farklı amaç ve şekilde birçok sosyal paylaşım sitesi oluşmakla birlikte bunların en yaygını 1,5 milyara yaklaşan kullanıcı sayısı ile Facebook'tur. 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulan Facebook, kullanıcıların birbirleriyle iletişime ve etkileşime geçmesine olanak tanıyan, en fazla kullanıcıya sahip ücretsiz bir sosyal paylaşım sitesidir.

Ağırlıklı olarak gençlerin kullandığı sitenin kullanıcılarının %25'i 16-24, %28'i ise 25-34 yaş aralığındadır. Ülkemizde de en yaygın kullanılan sosyal paylaşım sitesi olan Facebook'un kullanıcılarını yine ağırlıklı olarak gençler oluşturmaktadır. Yine ülkemiz 40 milyonu geçen kullanıcı sayısı ile (ki bu sayı sahte ve ikinci hesaplar nedeniyle internet kullanıcı sayısından fazladır.) dünyada en fazla Facebook kullanıcıya sahip 7. ülkedir. (www.statista.com, 2015)

Facebook'ta en önemli içeriklerden birisi de gruplardır. Sayıları 850 milyona varan gruplarda kullanıcılar ilgi alanlarına, siyasi görüşlerine, inançlarına, meslek gruplarına, öğrenci topluluklarına kadar birçok grup oluşturabilmekte, arkadaşlarını bu gruba üye olmaya davet etmekte veya mevcut gruplara üye olabilmektedirler. Tüm kullanıcıların katılımına açık olabilen bu gruplar tercih edilirse sadece yönetici tarafından onaylı kişilerin katılımına açık olabilmekte veya gizli olabilmektedir. Bu gruplar aynı dünya görüşündeki ve ortak paydası bulunan kişilerin bir araya gelmesini ve örgütlenmesini kolaylaştırdığı gibi grup üyelerinin de birbirleriyle haberleşmesini sağlamaktadırlar.

Facebook kullanıcıları gruplar da dahil olmak üzere Facebook ve içeriklerini belirli amaçlar ve doyumlar elde etmek için kullanılmaktadırlar. Bu bağlamda kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde geleneksel medya için yapılan araştırmalar sosyal medya



ve Facebook için de uygulanmış ve sonuçta geleneksel medya ile benzerlik gösteren veya farklılaşan amaç ve doumlara ulaşılmıştır.

Kullanım ve doyumlar çerçevesinde gerçekleştirilen ve sosyal ağları inceleyen araştırmalar arasında Ray; sosyal ağların eş zamanlı olarak; (1) *eğlence* (2) *gözetim* (3) *oyalanma* (4) *sosyalleşme* ihtiyaçları için kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır. Bumgarner, Facebook'un arkadaşların duvarlarına yazma ve gruplara katılma amacıyla kullanıldığını gözlemlemiştir. Frogger'ın yaptığı kullanımlar ve doyumlar araştırmasına göre ise Facebook'un kullanım kategorileri şu şekildedir; temel faydalar, eski bağları tekrar kurmak/güçlendirmek, toplumsal enformasyon, bağlantılılık/karşılıklı bağlantı, cinsel çekicilik, mecra amaçlı kullanım, toplumsal kıyas/karşılaştırma, pazar ortamı. (Aktaran: Alikılıç, Gülay, & Binbir, 2013, s.47)

Facebook üzerine ülkemizde yapılan bir anket çalışmasında ise kullanıcıların bu alanı kullanımlarında başlıca amaçları “Arkadaşlarının Yaptıklarından Haberdar Olmak”, “Gündemi Takip Etmek”, “Eğlenmek/Zaman Geçirmek”, “Bilgi Edinmek”, “Paylaşımında Bulunmak” ve “Bilgi/Görüş Paylaşmak” şeklinde sıralanmaktadır. (Çil, 2016, s.232) Doyumlar çerçevesinde genelleştirilecek olursak sosyalleşmek, bilgi edinmek ve eğlence kişilerin bu alanlardan sağladıkları başlıca doyumlar olarak görülmektedir.

Çalışmaya katkı sağlamak adına Facebook kullanıcılarının katıldıkları gruplara bakıldığında ise eğitimle ilgili gruplar ön plana çıkarken bunu meslek grupları, spor ve sosyal konulu gruplar izlemektedir. (Çil, 2016, s.234) Çalışmanın üçüncü bölümde Facebook'taki genç kullanıcıların bu gruplara dahil olma amaçları kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde incelenecektir.

## **Araştırma**

### **Amaç ve Kapsam**

Medya ve kullanıcılar üzerine yapılan araştırmaların ve kuramların çoğunda medyanın kullanıcılara etkisi araştırılırken kullanıcılar pasif olarak konumlandırılmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ise kullanıcıları aktif bir şekilde konumlandırmakta ve kullanıcıların medya içeriklerini tüketerek gündelik yaşamlarında ihtiyaç duydukları doyumların bazılarını bu alanlardan karşıladıklarını öne sürmektedir. Bu kuramda da ağırlıklı olarak geleneksel medya ve kullanıcılar arasındaki ilişki ele alınırken son dönemde sosyal medyanın yaygınlık kazanmasıyla sosyal medya kullanıcılarının bu alanları kullanarak sağladığı doyumlar da araştırma konusu olmaktadır. Çalışmada bu araştırma daha da özelleştirilerek, sosyal medya kullanıcılarının Facebook özelindeki gruplara katılımları ve bu katılımlardan elde ettikleri doyumlar saptanmaya çalışılacaktır. Önemli işlevlerinden birisi de insanları bir araya getirmek olan sosyal medya araçlarında, bireylerin diğer kullanıcılarla etkileşimleri gruplara katılım sürecinde ele alınarak elde edilmek istenen doyumlar ortaya konulmaya çalışılacaktır. Elde edilen verilerle gençlerin sosyal medya kullanım amaçları doğrultusunda sosyal medya okuryazarlığını artırmaya yönelik öneriler sunulacaktır.

Çalışmada sosyal medya kullanıcılarının özellikle gençlerden oluştuğu göz önüne alınarak Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencilerine yönelik uygulama gerçekleştirilmiştir.



## Araştırma Soruları

Araştırmada elde edilen bulguları yorumlamak ve kullanıcıların Facebook gruplarına katılımları ile elde ettikleri doyumları anlamlı şekilde ortaya koymak adına özellikle demografik etkenler çerçevesinde aşağıdaki hipotezler ortaya konulmuş ve bunlara yönelik çalışmalar yapılmıştır.

**H1:** Öğrencilerinin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyum faktörleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

**H2:** Öğrencilerinin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyum faktörleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

**H3:** Öğrencilerinin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyum faktörleri ile Facebook'a bağlanma süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

## Yöntem ve Verilerin Toplanması

Araştırmada bireylerin sosyal medya kullanımından sağladığı doyumlar üzerine ülkemizde de çalışmalar yapılmış olmasından dolayı konu özelleştirilerek, kullanıcıların Facebook gruplarına katılarak elde ettikleri doyumların, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı çerçevesinde ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla daha önce Park, Kee ve Valenzuela (Park, Kee, & Valenzuela, 2009) tarafından Teksas'taki 2 üniversitenin öğrencilerinin Facebook gruplarına katılım sonrası elde ettikleri doyumları Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı çerçevesinde ölçmek için geliştirilmiş olan anket ölçeği Muğla Meslek Yüksekokulu öğrencilerine uygulanmıştır. "Sosyalleşme", "Eğlence", "Kişisel Kimlik Edinme" ve "Bilgi Edinme" başlıklarında dört doyum belirlenerek bunları ölçmeye yönelik sorular 6'lı likert ölçeğinde katılımcılara yöneltilmiştir.

Çalışmada ayrıca çoktan seçmeli sorularla demografik özellikler, Facebook özelinde sosyal medya kullanım biçim ve amaçları da tespit edilmeye çalışılmıştır.

Google Formlar aracılığıyla hazırlanan anket katılımcılara online olarak uygulanırken, 223 kullanıcıya ulaşılmış, Facebook hesabı olmadığını veya hesabı olduğu halde kullanmadığını belirten kullanıcılarla herhangi bir gruba üye olmayan kullanıcıların cevapları elenmiştir.

## Araştırma Bulguları

Muğla Meslek Yüksekokulu öğrencilerine uygulanan anket çalışmasında katılımcıların %63,2'si (141) erkek %36,8'i (82) ise kadın kullanıcılardan oluşmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında ise %10,8'i (24) 15-19 yaş aralığında, %61,9'u (138) 20-24 yaş aralığında, %27,4'ü (61) ise 25-29 yaş aralığındadır ve bu sonuçlar Türkiye ve dünya geneli verilerle benzeşmektedir.

Katılımcıların Facebook'a bağlanma sıklığı için Tablo 1'e bakıldığında ise büyük çoğunluğunun her gün bağlandığı görülmekte olup aktif bir kullanıcı kitlesi mevcuttur.



**Tablo 1.** Facebook'a Bağlanma Sıklığı

	Kişi Sayısı	Yüzde
Her gün	193	86,5
Haftada Birkaç Gün	29	13
Ayda Birkaç Gün	1	0,5
<b>Toplam</b>	<b>223</b>	<b>100,0</b>

Facebook'ta günlük harcanan zamana bakıldığında ise kullanıcıların ağırlıklı olarak 1-3 saat arası zaman geçirdikleri görülmektedir. Aşırı yoğun bir zaman harcaması görünmemektedir.

**Tablo 2.** Facebook'ta Günlük Harcanan Zaman

	Kişi Sayısı	Yüzde
1 saatten az	70	31,4
1-3 saat	100	44,8
3-5 saat	40	17,9
5-7 saat	5	2,2
7 saat ve üzeri	8	3,6
<b>Toplam</b>	<b>223</b>	<b>100,0</b>

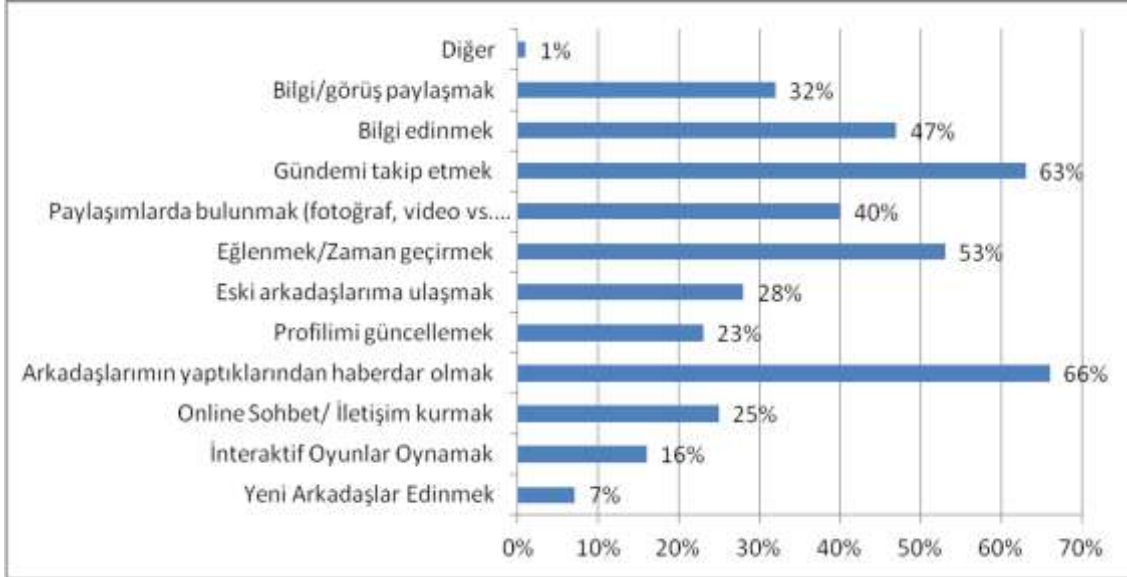
Tablo 3'e bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun Facebook'a cep telefonları aracılığıyla bağlandığı görülmektedir. Mobil teknolojilerdeki gelişmeler ve akıllı telefonların gelişimi ile birlikte, kişiler internet kullanımında ağırlıklı olarak bu araçları kullanmaya başlamışlardır. Sosyal paylaşım siteleri ise bu araçlara yönelik geliştirdikleri uygulamalar ile birlikte her geçen gün kullanıcı sayısını artırmış öte yandan bireylerin bu araçlarla olan yakın ilişkisinden faydalanmak adına birçok sosyal paylaşım uygulaması da bu araçlar için geliştirilmiştir.

**Tablo 3.** Facebook'a Bağlanma Şekli

	Kişi Sayısı	Yüzde
Masaüstü Bilgisayar	16	7,2
Dizüstü Bilgisayar	11	4,9
Tablet Bilgisayar	1	,4
Cep telefonu	195	87,4
<b>Toplam</b>	<b>223</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların Facebook’u kullanım amaçlarına bakıldığında ise “arkadaşlarından haberdar olma ve onları izleme” en önde gelen amaçtır. Bireyler bu noktada ekran ardından başkalarının yaşamlarını izlemekte ve bundan bir doyum elde etmektedir. “Bilgi edinmek” ise bir diğer öne çıkan amaç ve doyum olarak görünmektedir. Yine aynı şekilde eğlenmek de Facebook kullanıcılarının önemli amaçları arasında görünmektedir.

**Tablo 4:** Facebook Kullanım Amaçları



Katılımcıların Facebook’ta yaptıkları paylaşımlar noktasında ise eğlence %84.7, kültür-sanat %40.8, teknoloji %34.7, eğitim ve siyaset ise %32.7’şerlik oranlarla en fazla paylaşım yapılan konu başlıkları olarak görünmektedir. Kullanım amaçlarına paralel olarak burada da eğlence öne çıkan başlık olarak görünmektedir.

Facebook’ta yer alan gruplardan hangi konudaki gruplara üyelikleri sorulduğunda ise katılımcıların %59’u eğitim, %51’i meslek, %46’sı ise sporla ilgili gruplara üye olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların öğrenci olmalarının da bu tercihlerde etkili olduğu söylenebilir.

Çalışmanın kullanım ve doyumlar kuramıyla ilişkili bölümünde ise “Bilgi Edinme”, “Eğlence”, “Sosyalleşme” ve “Kişisel Kimlik Edinme” şeklinde sıralanan doyumları tespit etmeye yönelik 6’lı likert ölçeğinde 15 soru katılımcılara yöneltilmiştir. Sorular doyumlara yönelik oluşturulmuş ve faktör analizinde bu doğrultuda dağılım göstermiş olup KMO and Barlett Testi ise 0,819 olarak çıkmıştır ki bu değer 1’e yakın olmasından faktör analizi uygulanabileceğini göstermektedir. Anket çalışması için uygulanan güvenilirlik testi sonuçlarında Cronbach's Alpha değeri 0,886 yani 1’e yakın bir değer çıkmıştır, bu da çalışmanın güvenilir olduğunu göstermektedir. Faktör analizinde ayrıca Total Variance Explained=0,666 olarak karşımıza çıkmaktadır ki bu değer çalışmanın sosyal medya kullanımından elde edilen doyumların %66,6’sını açıkladığını bize göstermektedir. Faktörlere ilişkin tanımlayıcı değerler ise şu şekildedir:



**Tablo 5.** Tanımlayıcı İstatistikler

	Kişi Sayısı	Minimum	Maksimum	Ortalama
Sosyalleşme	223	1.00	6.00	2,8520
Eğlence	223	1.00	6.00	3,4821
Kişisel Kimlik Edinme	223	1.00	6.00	2,1360
Bilgi Edinme	223	1.00	6.00	3,7683

Tablo 5’te verilen ortalama değerlere bakıldığında ise Bilgi Edinme ve Eğlence doyumlarının ön plana çıktığı görülürken Sosyalleşme orta, Kişisel Kimlik Edinme ise orta altı düzeyde görünmektedir.

Araştırma sorularıyla ilgili analizlere bakıldığında ise sırasıyla şu sonuçlar elde edilmektedir:

**H1: Öğrencilerinin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyum faktörleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.**

Cinsiyet ve doyumlar arasındaki ilişkiyi ortaya koymak adına doyumlar tek tek ele alınarak cinsiyetle birlikte tek yönlü anova testi ve bağımsızlık T testi uygulanmış olup şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Erkekler kadınlara göre sosyalleşmeyi daha fazla önemsemektedirler.
- Erkekler kadınlara göre eğlenceyi daha önemsemektedirler.
- Kişisel Kimlik Gereksinimi ve Bilgi Edinme ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**H2: Öğrencilerinin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyum faktörleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.**

Yaş aralıkları ikiden fazla olduğundan yaş ve doyumlar arası ilişkiyi ortaya koymak adına tek yönlü anova ve Post Hoc testleri uygulanmış olup şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Yaş arttıkça bilgi edinme daha fazla önemsenmektedir.
- Sosyalleşme, Eğlence ve Kimlik Gereksinimi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**H3: Öğrencilerinin Facebook gruplarına katılarak sağladıkları doyum faktörleri ile Facebook’a bağlanma süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.**

Bağlanma sürelerinde de ikiden fazla seçenek sunulduğundan doyumlarla arasındaki ilişkiyi ortaya koymak adına tek yönlü anova ve Post Hoc testleri uygulanmış olup şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Facebook’a daha uzun süre bağlananlarda sosyalleşme, eğlence ve kimlik gereksinimi doyumları daha fazla önemsenmektedir.
- Facebook’a bağlanma süresi ile bilgi edinme doyumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.



## Sonuç

Kullanımlar ve doyumlar kuramı ekseninde genç kullanıcıların Facebook gruplarına katılarak elde ettikleri doyumları belirlemeye yönelik bu çalışmada 223 kullanıcıya çevrimiçi anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler iletişim teknolojilerindeki mobilizasyonun sosyal medya kullanımında da kendisini gösterdiğini ortaya koymaktadır. Facebook kullanım amaçlarına bakıldığında ise sosyalleşme, bilgi edinme ve eğlence ön plana çıkarken, paylaşımında bulunan konularda da yine eğlence ön plana çıkmaktadır. Anket uygulamasının öğrencilere uygulanmasının da etkisiyle birlikte eğitim ve meslek konulu gruplar ise en fazla üye olunan gruplardır.

Genel çerçevede bakıldığında katılımcıların Facebook gruplarına katılımı elde ettikleri doyumlar arasında “Eğlence” ve “Bilgi Edinme” ön plana çıkmaktadır. Bu sonuçlar anket uygulamasının alındığı Amerika’daki çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma hipotezlerinde ilk olarak doyumların cinsiyetle ilişkisi ele alınmıştır. Erkek kullanıcıların Facebook gruplarını sosyalleşme ve eğlence amaçlı olarak daha fazla kullandıkları görülürken kişisel kimlik gereksinimi ve bilgi edinme doyumlarının ise cinsiyetle ilişkili olmadığı görülmektedir.

Yaş ve doyumlar ile ilgili analiz sonucu ise gençlerin yaşı ilerledikçe Facebook gruplarına katılımında bilgi edinme doyumunun ön plana çıktığı görülürken diğer doyumların yaşla ilgisi görülmemektedir.

Facebook’a daha uzun süre bağlananlarda ise sosyalleşme, eğlence ve kimlik gereksinimi doyumları daha öne çıkmaktadır.

Elde edilen sonuçlar genel olarak Facebook gruplarına katılımında, kullanıcılarda eğlence amaçlı bir kullanım ve katılım olduğunu göstermektedir. Bilinçli bir sosyal medya kullanımı daha ileri yaşlarda belirginleşmektedir.

Bu doğrultuda kullanıcıların sosyal medya ve grupları daha etkin ve nitelikli kullanımı için konunun muhatapları tarafından belirli düzenleme ve önlemler gerekmektedir.

Henüz tam olarak güvenilir bir bilgi kaynağı görülmeyen sosyal medyayı güvenilir bir bilgi kaynağı haline getirmek için sosyal medya ve gruplarda sunulan kolektif bilginin doğruluğu sadece kullanıcılar tarafından değil bilginin kaynağı kurumlar tarafından da denetlenmelidir.

Gençler ancak ileri yaşlarda bu alanları bilgi kaynağı olarak görebilmektedir. Bu nedenle sosyal medya okuryazarlığı eğitimi erken yaşlarda verilmelidir.

Zamanının çoğunu sosyal medyada geçirenler hayata ilişkin doyumlarının birçoğunu buradan gidermeye çalışmaktadır. Bu durum ise bireylerin asosyalleşmesine, kendi yarattıkları sanal ortamlara hapsolmalarına neden olmaktadır. Bu nedenler gençlerin gerçek hayatta bu doyumlarını giderebilecekleri alan ve etkinlikler sağlanmalıdır.

Sosyal medyanın her geçen gün kullanıcı sayısını artırarak yaygınlaşması, bireylerin bu alanları sosyalleşme, örgütlenme, bilgi edinme vb. amaçlarla kullanması bu alanlara yüklenen anlamı her geçen gün artırmaktadır. Bu nedenle özellikle bu alanlarda yoğun olarak var olan gençlerin geleneksel medya kullanımlarında yaşadıkları sorunları yaşamamaları için ivedilikle bu alanlarla ilgili yasal düzenlemeler yapılmalı, bu alanların kullanımına ilişkin yönlendirme ve eğitimler gençlere verilmelidir.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Kaynakça

- Alıkılıç, Ö., Gülay, G., & Binbir, S. (2013). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Facebook Uygulamalarının İncelenmesi: Yaşar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (37), 40-67.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* , 13 (1), 210-230.
- Castells, M. (2012). *İsyen ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Çil, S. (2016). Sosyal Paylaşım Siteleri ve Demokratikleşme İlişkisi: Facebook Örneği. *Yayımlanmamış Doktora Tezi* . İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *CyberPsychology&Behavior* , 6 (12), 729-733.
- Raacke, J. B. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *CyberPsychology&Behavior* , 11 (2), 169-173.
- Timm, D. M., & Duven, C. J. (2008). *Privacy and Social Networking Sites*. 7 14, 2014 tarihinde [http://www.readcube.com/articles/10.1002%2Fss.297?r3\\_referer=wol&tracking\\_action=preview\\_click&show\\_checkout=1](http://www.readcube.com/articles/10.1002%2Fss.297?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1) adresinden alındı
- [www.globalwebindex.com](http://www.globalwebindex.com). (2014, Haziran 15). Mayıs 9, 2016 tarihinde <https://app.globalwebindex.net/products/report/gwi-social-q2-2014> adresinden alındı
- [www.statista.com](http://www.statista.com). (2015). 5 13, 2015 tarihinde [www.statista.com](http://www.statista.com): [www.statista.com](http://www.statista.com) adresinden alındı



## *Sinemada Gençler ve Gençlik*

Serdar Karakaya<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, serdarkarakaya62@hotmail.com

### **Özet**

Sinema barındırdığı tematik zenginlik içinde gençlere ve gençlik öykülerine de uzak kalmamıştır. Macera, polisiye, western, savaş, gizem, korku vb. gibi ana film türlerinin yanı sıra alt türlerde de gençlik temalı filmler yer almıştır. Gençler ve gençliği konu alan tür filmlerinin çoğu birbirine benzer. Klişe ve kalıpların hâkimiyeti vardır. Örneğin komedi türünde çekilmiş popüler Hollywood gençlik filmlerinde konular, karakterler, tipler birkaç klişe etrafında döner. Okul komedileri, kasaba serüvenleri, askerlik ortamı hikâyeleri örnek verilebilir. Özellikle 13-17 yaş aralığındaki izleyiciye yönelik hikâyeler tüm dünyada ticari sinemanın vaz geçilmez kaynağıdır. Gençlerin hayatına bakan ve onların hikâyelerini anlatan bu filmlerin pek azında genç olmanın zorlukları, iç dünyalara bakış, ergenlik sorunları, aile içi çatışmalar, arkadaşlık, ilk aşk, benlik ve kimlik sorunları ana temayı oluşturur. Az sayıda olan bu filmler çekildiği dönemde gençliğini yaşayanları fazlasıyla etkilemiş, hayata bakışlarını belirlemiştir. Bu filmlerin birçoğu “kült film” haline gelmiştir. Hem izleyiciyi derinden etkilemiş hem de sonraki kuşak yapımcı ve yönetmenlere ilham vermiştir. Bu çalışmada, Türk ve dünya sinemasında sinemanın ilk yıllarından günümüze türler ve temalar çerçevesinde sinema ve gençlik ilişkisi ele alınacak, döneminde ve günümüzde etkilerini sürdüren filmler değerlendirilecektir. Yöntem olarak sinema tarihi bağlamında film çözümlenmeleri, eleştirileri, değerlendirmeleri esas alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Gençlik, konu, sinema, tema, tür

### *Young People and Youth in Cinema and*

#### **Abstract**

Within the thematic richness it contains cinema has not remained distant to young people and youth. Besides the main film genres such as adventure, detective, western, war, mystery, horror etc., there have been films based on the themes of youth in sub-genres. Many of the films focusing on young people and youth are similar to each other. In such films, certain clichés and patterns are dominant. For instance, the themes and characters of the Hollywood youth films shot in the comedy genre center around a few clichés. School comedies, town adventures, stories in military camps and environments can be other examples of youth films. Stories targeting young people aged at 13-17 years old are one of the indispensable sources of the commercial cinema in the world. In these films looking at the lives of young people and telling their stories, the main plot is usually comprised of difficulties of being young, look at their internal worlds, problems of puberty, intra-family conflicts, friendship, first love, ego and identity crisis. The number of these films is few and during the periods in which they were shot, they affected the lives of young people to a great extent and determined their outlook of life. Many of these films have become “cult films”. They both deeply affected the audience and gave insights to future directors and producers. In the current study, within the context of genres and themes from the early years of film making in the world and in Turkey, the relationship between the cinema and youth will be explored, and films continuing their influences up to present will be evaluated. As a method, film analysis, reviews and evaluations within the context of the film-making history will be used.

**Key Words:** Youth, topic, cinema, theme, genre



## Giriş

19. yüz yıl sonlarında teknik bir buluş olarak başlayan sinema, önce ticari yanıyla öne çıkmış, bir süre sonra estetik ve artistik değer kazanmıştır. Bir süre sonra türler oluşmaya başlamış, bir anlatım aracı olarak kurgunun gücüyle ciddi bir sanat uğraşı haline gelmiştir. Sinema, batıda ve Avrupa’da bir yandan kurumsallaşırken bir yandan kapitalist sistemin kurallarına uygun biçimde yapılanmasını sürdürdü. Bu süreçte henüz bir anlatım aracı olmanın sancularını yaşayan sinemada ana türler yavaş yavaş ortaya çıkmaya başlamıştır.

Sinemanın kendini kanıtlaması ve yeni bir anlatım aracı olarak kabul edilmesi 1930’lu yıllara gelindiğinde büyük ölçüde gerçekleşmişti. Bir yandan filmlerin sanatsal ürünler olduğu konusundaki düşünceler yaygınlaşmış, öte yandan filmlerin etkileri ve filmler aracılığıyla yapılacak propagandanın önemi vurgulanmaktaydı (Abisel, 1989).

Sinemanın, gençliği başından beri özellikle, giderek öncelikle seslenilmesi gereken farklı bir kategori olarak ele aldığı söylenemez. İlk yılların (bir hayli uzunsüren) arayışı içinde sinema, farklı seyirci kesimlerini, kategorilerini gözeterek durumda değildi. Biyolojik olarak genç olma hep vardı ama gençliği apayrı, farklı bir kesim ve kategori olarak ele almayı gerektiren temel davranışlar, siyasal, toplumsal, kültürel davranışlar 1920’lerde belirginleşen farklılıklarıyla ortaya çıkmıştı. Siyasal olarak genelde bir tür radikalizmi temsil etme, kültürel olarak donmuş, kalıplaşmış kitle kültürü mazeretiyle soysuzlaşmış, kültürel üretime karşı çıkma, toplumsal olarak da yerleşik değer ölçülerine, davranış biçimlerine ters düşme, gençliğin özellikleri arasında özellikle son yarım yüzyılda yer almaya başlamıştır (Dorsay,?)

Edebiyatta ve sanatın diğer alanlarında gençlerin var olma ve anlatılma biçimi benzer başkaldırı tınıları içermekteydi. Sinemanın genç olmayı, gençlik sorunlarını doğrudan konu edindiği, ana hikaye omurgasına oturttuğu filmler de tam bu isyan çağına denk düşmektedir. 1960’lı yılların ortalarında sinemanın bu bakış açısı daha da belirginleşmiş temel sorunsalı gençlik ve gençler olan film sayısı belirgin biçimde artmıştır.

## “Genç” Kavramı Üzerine Tanımlar

Genç ve gençlikle ilgili sınırları net evrensel bir tanımlama yapılamamıştır. Bu açık uçluluk toplumların ve kültürlerin farklılıklarıyla ilgilidir. SETA (Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı) tarafından yapılan bir araştırmada öne çıkarılan tanımlara göre, gençlik üzerine literatürde, herkes tarafından kabul edilen bir gençlik tanımı ve yaş aralığı yoktur. Kimi çalışmalar, 12–24 yaş grubunu, kimi çalışmalar ise 12–26 yaş grubunu, kimileri ise 15–24 ya da 15–30 yaş grubunu genç olarak ele almaktadırlar. Birleşmiş Milletler (UN), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) ve Dünya Bankası (WB), 15–24 yaş aralığındaki kişileri “genç” olarak tanımlamaktadır. Avrupa Birliği’nin bazı raporlarında da gençler 15-29 yaş aralığındakiler olarak tanımlanmaktadır. Literatürde, gençlikten yetişkinliğe geçişi belirleyen iki gösterge bulunmaktadır. Bunlardan birincisi aile sorumluluğu üstlenmek, diğeri ise iş sorumluluğu üstlenmektir. Modern toplumlarda, eğitim yaşı arttıkça, aile sorumluluğu ve iş sorumluluğunun üstlenildiği yaş ilerlemektedir. Gençlik, ekonomik, sosyal ve siyasal değişim ya da dönüşümlerden hızlı bir şekilde etkilenmektedir (Gür, 2012). Gençlik, toplum içerisinde meydana gelen sorunlara en fazla duyarlılığı gösteren kesimdir. Toplumun kendi içerisinde barındırdığı sorunları araştırıp, onlara çözüm önerileri üretirken, en zor olanı da gençliğin araştırılıp incelenmesi olacaktır. Çünkü



yaşam hızla akarken, bu hıza en fazla ayak uyduran ve yön veren yine genç kuşaklar olacaktır (Bulut, ?).

Aynı çalışmanın gençlik kategorizasyonu ile ilgili tanımında şu sonuca varılır; “Çocukluk ve yetişkinlik arasında bir geçiş dönemi olan gençlik, modern zamanlarda ortaya çıkmış toplumsal bir kategoridir. Bir başka ifadeyle, gençlik, endüstri toplumu öncesinde, örneğin Ortaçağ Avrupa’sında bir toplumsal kategori olarak görülmemiştir. Geleneksel toplumlarda gençlik, bugünkü kadar uzun bir süreye yayılmamış ve kısa sürmüştür. Modern ulus devletlerin inşa sürecinde gençlik, hem devletin inşa ettiği bireyler hem de yeni toplumu inşa eden aktörler olarak önem kazanmıştır” (Bulut, ?).

### Gençlik ve Kuşaklar Sınıflandırması

Gençlik kavramıyla ilgili net bir evrensel tanım olmamakla birlikte tüm dünyada yaklaşık olarak geçerliliği olan bir sınıflandırmadan söz edilebilir; Gençlik kuşaklarının sınıflandırılması. Bu sınıflandırma x,y, z kuşakları olarak yapılmaktadır.

X nesli, 1965-1979 arası doğanlara denir. Bu durumda en yaşlısı 48, en genci 34 yaşındadır. X nesli kurallara uyumlu, aidiyet duygusu güçlü, otoriteye saygılı, sadık, çalışkanlığa önem veren bir kuşak olarak tanımlanıyor (mostar.com).

Y nesli, 1980-1999 arası doğanlardır. Y neslinin en yaşlısı 33, en genci ise 14 yaşındadır. Kuşaklar arası farklılığın en çok hissedildiği nesil özelliği taşırlar. Çünkü onlar bağımsız olmayı seviyorlar, özgürlüklerine düşkünler ve iş yaşamlarında da farklılar. Belirlenen mesai saatleri arasında çalışmayı sevmiyorlar. Bu yüzden, iş saatinden ziyade işe odaklanmaları gerekiyor. Bu durumda onları işin bir parçası haline getirmek önemlidir. X nesline göre Y neslinin örgütsel bağlılıkları azdır ve çok fazla iş değiştirdikleri de söylenebilir (Danışman, 2012).

Z nesli, 2000 yılı ve sonrası doğanlara denir. En büyüğü 13 yaşındadır. İnternet ve mobil teknolojileri kullanmayı seviyorlar. Günümüzde yaygın olan akıllı telefonlar, ipad’ler ya da tablet bilgisayarlar ile her alanda aktifler. Özellikle internet aracılığıyla sosyalleşmeyi tercih ediyorlar. Diğer nesillerden farklı olarak, internet ve teknoloji ile doğdukları tabir edilir. Ülkemizin %17’sini oluşturuyorlar (hurriyet.com.tr, 2016).

Bu sınıflandırma dışında kalan kuşaklara da değinirsek, 1927-1945 arası doğanlara “sessiz kuşak” adı verilir. “Sessiz kuşağı” açmakta yarar var; bu kuşak ikinci dünya savaşı sonrasında yaşanan doğum patlaması döneminin çocuklarıdır. Savaş sonrasında tüm dünyada genişleyen ekonomi ile birlikte belirli bir gelir standardında yaşamış, hatta zamanında emekli ikramiyesi ile ev alabilmiş bir kuşaktır. Şu anda emekli maaşlarının yetersizliğinden şikâyetçi olan bu nesil; İletişim şekli olarak yüz yüze sohbeti tercih etmekte, problem çözümünde geçmişte yaşanan deneyimleri kullanarak-nasıl çözülmüş ve sonuçları ne olduğu konusunda çözüm arayışında olan, çalışma hayatı boyunca gelecekle ilgili yaşam beklentileri emeklilikte rahatlık ve düzenli bir hayat olan bir kuşaktır. Eğitim hayatı boyunca geleneksel sınıf ortamına alışık olan bu nesil soru-cevap tekniği, geribildirim ve katılım ile öğrenmektedir. Bir eğitmen veya öğretmen ya da otorite figürü eğitim hayatlarının temel özelliğidir (Özlem, 2016). Aynı kuşağın özellikleriyle ilgili olarak birkaç nüans dışında genelde tüm kaynaklar hemfikirler. Kuşaklar ile ilgili çoğu kaynak 1943-1965 yılları arasında doğanları “Baby Boomer” olarak kabul ederken, U.S. Census Bureau’ya göre, Baby Boomer’lar 1946-1964 yılları arasında doğan bireylerdir. Bu kuşağın Baby Boomer olarak adlandırılmasının nedeni, bu dönemde fazladan 17 milyon bebeğin dünyaya gelmesidir. Bu kuşağa ait bireyler çok



çalışmanın ve fedakârlık yapmanın başarı elde etmek için ödenecek bedel olduğu düşüncesindeydiler. Bu kuşak, işkoliklik eğilimini başlatan ve adım adım ilerlemeye inanan kuşaktı. Bunun yanı sıra takım çalışmasına, işbirliğine önem veren ve grupça karar vermeyi seven, rekabetçi ve işverenlerine karşı sadık olmanın gerekliliğine inanan bir kuşaktı (Tolbize, 2008).

## Sinema ve Gençler

Hollywood, gençlere yönelik projelerde hedef kitesini teen-ager denilen kesime yani 10-15yaş aralığına göre tasarlar. Büyük ölçüde ticari olması istenen tüm büyük ve pahalı projeler, bu yaş kesimine göre tasarlanıp çevrilmektedir. Jaws, Üçüncü Türden Yakınlaşmaları, Yıldız Savaşları, İmparator, Gizli Define Avcıları, Poltergeist, Superman, Conan, Barbarlar, gibi son yılların tüm 'süper' filmleri, bu yaş kesiminin beğenisini ve psişik özelliklerini göze alarak çevrilmiştir. Korku sineması örneklerinde kurbanların gençlerden oluştuğu filmler bir döneme damga vuran yapımlardır. Yabancı-Halloween, 13. Gün, Sis, Çılgılık, Dehşet Treni, Balo Gecesi, Suspiria ve sayısız benzerleri, yine gençliğe yönelik filmlerdir. Diğer yandan, geçmiş yılların müzikallerine göre estetik düzeyde geri müzikaller, Grease, Grease 2, Xanadou, Cumartesi Gecesi Ateşi, gençlerin ilişkilerini konu olarak alan gözü yaşlı aşk filmleri (Affedilmeyenler, Mavi Göl, Cennet) veya çocukların çevresinde dönen aile dramları (Şampiyon, Kramer Kramer'e karşı, Sıradan İnsanlar, 6 Hafta, vs.) yine genç denebilecek belli bir yaş kesimine yöneliktir. 1982 yılının süper filmi, tüm dünyada bir moda yaratan E.T'nin kahramanının yeni-yetme bir oğlan çocuğu olması ise, teen age kuşağına yönelik yapımlardandır.

Sinema sanatıyla gençlik ve gençlerin bağlantısını irdelerken gençlerin hikâyelerini anlatan, genç oyuncularla çekilmiş, genç olmanın zorlukları, sorunları temalarını işleyen, genç seyirciye göre tasarlanmış yapımlardan söz edilebilir. Dorsay bu konuda bağlamlar üzerinden ilişkilendirme yapar; "Gençlik, sinema seyircisi içinde ayrı bir kategori midir? Nasıl çocuk filmleri varsa, özellikle bir zamanlar (ve bir ölçüde hala) kadın filmleri denen bir tür sinema yapıldıysa, acaba özellikle gençliğe yönelik bir gençlik filmleri akımından söz edilebilir mi? Gençlik, her ne kadar yaş sınırları tam olarak saptanmış değilse de kuşkusuz temelde ayrı bir seyirci kategorisi oluşturur. Belli yaşların belli sorunları, istekleri, talepleri vardır. Bazen toplum dil, din, kültür gibi belirleyici ayırıcı farklardan da bağımsız olarak, hiç beklenmedik ülkeler/toplumlar arasında birden beliriveren ortak özelliklerle ortaya çıkarak... Gençlik için öğrenim/egitim sorunları büyük önem taşır, sözgelimi... Gençlik, hayatı tanıma, geleceği saptama, tüm yaşamı etkileyecek iş, meslek, uzmanlaşma gibi konularda karar verme dönemidir.." (Dorsay, ?).

## Tarihsel Süreçte Gençler Ve Gençlik Temali Filmler

Sinemanın ilk dönemine baktığımızda geçleri ve gençliği ana tema olarak alan, genç seyirci hedeflenerek yazılmış az sayıda filminden söz edilebilir. Dorsay'a göre sinema ilk döneminde gençlere yönelik özel bir ilgi duymamıştır. Sinemada gençliğin konu olarak veya seyirci olarak hedeflenmesi kuşkusuz basit ticari kaygıların ideolojik hesaplara dek bir hayli geniş ve karışık bir gelişme gösterir. Bu konuda çok uzun ve sabırlı bir araştırmaya girmeden kolay ve basit sonuçlara ulaşmak mümkün değil. Ama genel bir bakış bile, bizlere özellikle 1930'larda sinemanın gençliğe yaklaşımında belli ideolojik amaçların ön planda olduğunu gösterebilir. Gerçekten de Avrupa'da faşizmin gelişme yılları olan 1930'lar, sinemanın da artık sese ve de başka teknik olanaklara kavuşmuş



olarak, olağanüstü bir gelişme gösterdiği yıllardır. Keskinleşen ve sıcak savaşa doğru hızla kaymakta olan ideolojik ortamda, gençlere erişmeyi ve onları etkilemeyi amaçlamak kaçınılmazdı. Bu öncelikle Nazi sinemasının, belgesel sinemanın olduğu denli, genç insanlara, genç ve güçlü bedenlere adanmış, estetiğini tümüyle ‘genç’ olmaya dayandırmış bir sinemanın da başarıları kabul edilen filmlerine giden yolu açar. Gençliği böylesine önemli bir güç olarak alan ve onu radikal bir siyasi-ideolojik tavra doğru itmek için böylesine çaba gösteren ilk sinema örnekleriydi bunlar. Aynı yıllarda, Amerikan sinemasının gençliğe yönelik bilinçli bir çabası yoktu. Çocukluktan gençliğin ilk yaşlarına dek uzanan geniş bir yelpaze içinde, ilgi gören birçok genç yıldız vardı, ama bunların filmleri bile özellikle gençliği, onun sorunlarını yansıtan filmler olmadıkları gibi, sinemanın toplumun tüm kesimlerinde gözde olduğu, orta yaşlıların henüz TV, video gibi ‘ev eğlenceleri’ne dalarak sinemadan el ayak çekmedikleri bir dönemde, gençlik, özellikle amaçlanan, erişilmeye çalışılan bir seyirci kategorisi değildi. Gençlik, yetenekli birkaç genç oyuncunun dışında henüz sinemada ağırlığını duyumsatan bir kitle, bir seyirci kategorisi oluşturmuyordu (Dorsay, ?).

İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa’da ve dünyada ekonomik, sosyal, kültürel alanlarda büyük değişimlerin yaşandığı bir dönemdir. Sinemanın üretim-dağıtım ve gösterim biçimi de değişmiş, seyirci sayısı ve yaygınlık artmıştır. Hollywood Sineması devasa bir endüstriye dönüşmüştür. Savaş Sonrası Sineması olarak adlandırılan bu dönemde sinema birkaç ülkenin tekeline çıkmış, bağımsızlığına kavuşan ülkelerde sinema sanatı ve dili de gelişmeye başlamış, ulusal sinemalar var olmaya başlamış, ülkeler arası sinemasal alışveriş hızlanmıştır (Ozön, 1985). Bu dönemde sinema ve seyirci bütünleşmiş, sinema evrensel niteliğini tam anlamıyla kazanmıştır. Sinema gerek estetik gerekse ekonomik ve teknik olarak olgunluk kazanmıştır (İdrisoğlu, 1994). 1950’ler, özellikle gençliğin müzik ve eğlence alanında zirveye çıktığı yıllardır. Bu dönemde Amerika’da Rock ‘and’ Roll türü büyük ilgi görmektedir. Bill Haley grubu ve Elvis Presley, Fats Domino, Pat Boone, Chuck Berry gibi şarkıcılarla pop müzikte yeni ve önemli bir çağın başlamıştır. Gençlik, eğlenceye, yaşam biçimlerine, popüler kültüre yön vermeye ve müdahale etmeye başlamıştır. 1960’lı yılların hemen başında Fransa’da “Yeni Dalgaé akımının ortaya çıkışı sinema tarihinin yedinci döneminin (1960-1980) başlangıcına işaret eder (Monaco, 2002).

Rock’n roll müzikalleri, Elvis Presley filmleri, tüm oyuncularını gençlerden oluşan ilk filmler, sanatsal düzeyde James Dean veya Marlon Brando damgalı filmlerle karşılaştırılmasa da, toplum-bilimsel düzeyde önemlidir. Tüm bu yüzeysel yapıtlar, gençliğin kendi beğenisi, kendi değerleri ve kendi istekleri olan değişik, farklı, yeni ve önemli bir kategori olduğunu da ilk kez duyuracak ve gerçek anlamda bir ‘gençlik filmleri’ akımı bu dönemden yani 1950’li yıllardan sonra başlar.

Seyircisine hoşça vakit geçirtmek ve bu arada toplumsal cinsiyet rollerinden, cemaat ruhunun gücüne uzanan alanda ideolojik bir çaba ortaya koymak çabasında olan müzikallerde öykü, büyük oranda kadın erkek arasındaki romantik ilişki üzerine inşa edilmiştir. (Abisel, 1995).

### **1960’lı Yıllar: “İsyan Çağı”**

Sinemada genç yaratıların sayısının artmasıyla birlikte özellikle Avrupa Sinemasında kesin bir gençleşme kendini gösterir. Dorsay’a göre bu ‘gençleşme hareketi’, değişik ülkelerde değişik biçimlerde etkisini gösterir. Söz gelimi Fransız sinemasının gençleşme eylemine yanıtı, 1950 sonlarında filizlenecek olan ve sinemada genç yönetmenlerin film



yapma olanaklarının yaratılmasından, gençleşmesine denk giden ‘Yeni-Dalga’ akımıdır. Yaş ortalaması 30’u aşmayan bir avuç yönetmenin, Truffaut, Vadim Godard, Resnais, Chabrol, Rohmer ve benzerlerinin ortaya attığı Yeni-Dalga tam anlamıyla ve her şeyiyle bir gençleşme eylemidir, bir ‘gençlik çıkartması’dır. İngiliz sineması, aynı yıllarda buna ‘Özgür Sinema – Free Cinema’ eylemiyle karşılık verecek, Almanya’da ise benzer bir çıkışın, Genç Alman Sineması’nın oluşması gecikmeyecekti. Görüldüğü gibi, 50’lerde Amerikan sinemasında bireysel birkaç çıkışla birkaç önemli film ve efsane oyuncuyla başlayarak, müzikte rock’n roll devrimiyle popüler kültür/kitle kültürü alanında önemli bir sıçrayış yapan ‘gençleşme eylemi’ Avrupa sinema ve sanatlarında da karşılığını bulmakta gecikmeyecektir. 60’ların sinema alanında diğer bazı Avrupa ülkelerinde, söz gelimi Polonya’da, Çekoslovakya’da (Prag baharı) veya Macaristan’da da önemli çıkışlara olanak veren ilginç ‘gençleşme yılları’ olduğu söylenebilir. Bu olay, bir ölçüde bizim sinemamızda da gözlemlenecek, 27 Mayıs’ı izleyen yılların düşünce ve sanat yaşamına getirdiği genel hoşgörü ve çeşitlilik havası içinde, sinemamızda da ilginç bir yeni kuşak oluşumu ve genç, taze, özgün çabaların filizlenmesi olayı görülecektir. Tüm bu koşut gelişimlerin, siyasi/toplumsal planda 1968 öğrenci olaylarıyla tüm dünyada doruğa tırmandığı biliniyor (Dorsay, ?).

### 1970’li yıllar Popüler Gençlik Filmlerinin “Altın Çağı”

70’lerin gençleri, artık ‘cinsel devrim’den yanadırlar... Aile baskısını tümüyle reddetmekte, bireyselliklerini geliştirmeyi savunmakta, sık eş değiştirmeden uyuşturucu kullanmaya, birçok ‘tabu’ sayılan alanda kendi kararlarını, kendi pratiklerini kendileri uygulamaya özenmektedirler. 70’lerin sineması da tüm bu özlemleri yansıtmakta gecikmeyecektir. Gençler, bu sinemanın gitgide daha çok konusu ve kahramanı olmaya başlayacaklardır... Bazı ‘anahtar filmleri analım...’ ‘Easy Rider’ (1969), hippiliğin, ‘çiçek çocukları’nın felsefesini, tümüyle maddi değerlere dayalı bir dünyaya karşı, bir ölçüde Uzakdoğu felsefelerini, Zen-Budizm’i, edilgin ve barışçı bir karşı-çıkışı savunan ‘savaş yapma, aşk yap’ sloganını dillerinden düşürmeyen bir gençlik anlayışının, Amerikan usulü bir ‘yol hikayesi’ ile, bir kaçış destanıyla birleşmesinin sinemadaki en ünlü ve en çok etkili olmuş örneğidir. Aynı felsefenin o yıllarda tiyatrodaki en görkemli yansıması olan (Hair) sinemada 10 yıl kadar sonra (1978’de) özünü, temel bildirisini koruyan bir büyük özgürlük şarkısı haline gelecektir... (Eğer... If) (1968), okul gençliğine ve sorunlarına ilk kez bu denli içten ve etkili biçimde yaklaşan, bir yazarın deyimiyle ‘gençlik üstüne soğuk ve titiz bir yaklaşımı, şiddetin romantik biçimde görülmesiyle birleştiren’ bir film idi... ‘Aşk Hikayesi - Love Story’ (1970), uzun vahşet yıllarından sonra, gençliğin yeniden aşkı, romantizmi, duygusallığı keşfetmesinin filmiydi sanki. Ama bu birkaç ünlü ‘gençlik filminin ötesinde, 70’li( ve 80’li) yıllarda, perdede görülen genel anlamda bir gençleştirmedir. 70’li yıllarda, gençlik artık dünyayı kolay değiştiremeyeceğini anlamış gibidir. Beyaz perde, artık gerçek yaşlarını ve o yaşların serüvenlerini, aşklarını yaşayan gençlerindir: Brooke Shields, (Affedilmeyenler - Endies Love) da Martin Hewitt’le umutsuz bir aşk yaşadığında henüz 15 yaşında, (Mavi Göl) de Christopher Atkins ile cinselliğin ne olduğunu keşfettiğinde ise 16 yaşındadır...(Cennet-Paradise) de Phoebe Cates ile Willie Ames, yine o yaşlarda bir ıssız adada aşkı keşfederler... (Cumartesi Gecesi Ateşi) (Grease), (Xanadu), bunları izleyen (Şöhret- Fame) (Flashdance), (Footloose), (Breakdance) gibi müzikaller alabildiğine gençlik oyunları ve atmosferleriyle gerçek gençlik filmleridir.

Gençlik artık dünyayı değiştirmeyi amaçlayan radikal tavırla, siyasi, toplumsal ve kültürel açıdan toplumu etkileyici, giderek yönlendirici işlev gören bir kategori değil,



(hayatını yaşamak) ve bu çerçevede beyaz perdede kendi zevkini, kendi müzik ve danslarını, kendi yaşatılarını, tek sözcükle kendisini görmek, bulmak isteyen titiz ve istediğini bilen yeni bir seyircidir.

Seyircideki bu yaş ortalaması düşüyle birlikte, sinemada daha çok ‘gençlik filmleri’ yapmaya yönelmiştir. Amerikan sineması, bu alanda başı çekmektedir. Bu sinemada seyircinin önemli bir bölümünü gençler oluşturuyor. Ama burada özellikle 11-16 arası ilk gençlik yaş grupları söz konusudur. Nitekim Amerikan sineması on yıllarda özellikle bilim-kurgu ve serüven sineması üstüne kurulu tüm büyük iş başarılarını Jaws’dan Kutsal Hazine Avcıları’na, E.T.’den Yıldız Savaşları’na bu tür filmlerden elde etmiştir. Diğer bir deyimle, sinemanın akıl yaşı gitgide küçülmekte, gençlerden neredeyse çocuklara doğru kaymaktadır. Sinema tarihi, zaman zaman gençlik sorunlarına yaklaşan bazı başarılar vermiştir: Chaplin’in Yumurcak’ından Yasak Oyunlar’a, Kaldırım Çocukları’ndan 400 Darbe’ye, Yumurcaklar Savaşı’ndan, Gorki’nin Çocukluğuna, Asi Gençlik’ten Yarın Çok Geç Olacak’a, Cennet Yolu’ndan Bir Genç Kız Yetiştiriyor’a Pal Sokağı Çocukları’ndan Hair’ e hangi birini saymalı? En son, çağın en büyük yönetmenlerinden Francis Ford Coppola, son iki filmini gençliğe ayırmış bulunuyor. Çağdaş Amerika’nın simgelediği bir şiddet toplumunda gençlik çetelerinin sorunlarını anlattığı Yabancılar-Outsiders’den sonra, Coppola’nın Rumble Fish isimli unutulmaz kült filmi anılmalıdır.

### 1980’ler ve Günümüz

1980’li yıllar Hollywood Sinemasının teknolojik alanda yeniden şahlanışa geçtiği yıllardır. Sinema endüstrisinin gelişmesi için hiçbir yatırımdan kaçınılmamış, yasal kolaylıklar sonuna kadar kullanılmış ve Hollywood yeniden Avrupa ve Dünya sineması üzerinde bunaltıcı ağırlığını hissettirmeye başlamıştır. Burçak Evren’in saptamalarıyla; Bu yılların başında, 1981 yılında 31 Amerikan filmine karşılık gösterilen Fransız filmi sayısı 50 civarındadır. On yıl sonra 1991 yılında oran 58 Amerikan filmine karşılık 30 Fransız filmi olarak değişir. İtalya’da durum farklı değildir. 1981 yılında 44 İtalyan filmine karşılık 32 Amerikan filmi gösterime girmişken, 1991 yılında Amerikan filmleri 68’ yükselmiş, İtalyan Sineması örnekleri ise 24 sayısında kalmıştır. Almanya ve İngiltere’de 1990’lı yıllarda gösterilen Hollywood filmlerinin oranı kendi filmlerine göre % 80’lerin üzerine çıkmıştır. İspanya biraz daha şanslı görünmekte ve henüz % 68 oranında teslim olmuş durumdadır. Avrupa dışına, örneğin Japonya’ya baktığımızda durum çok farklı değildir. Japonya’da Amerikan filmlerinin gösterim oranı % 55’den biraz fazladır. Tüm bunlara karşın Amerika’da gösterilen Avrupa ve diğer ülke sinemaları örneklerinin oranı sadece % 3’tür. Tüm dünya pazarını ele geçiren Amerikan Sinema Endüstrisi bu pazardan yok denecek kadar alım yapmaktadır (Evren, 1990).

Kimi yapımcı ve yönetmenler, özellikle doksanların sonundan başlayarak Hollywood tarzı filmlerle ve pazarlama teknikleriyle genç seyirciye yönelik çıkış yolu aramışlar ve özgün bir sinema anlayışının uzağında bir sinemanın peşine düşmüşlerdir. Amerikan Sinema Endüstrisi, “ürünlerini” pazarlamak için diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de diğer alanlarla işbirliğine girme ve geliştirme taktiğini başarıyla uygulamıştır. Bunların başında görsel-işitsel medya gelir. Tanıtım kampanyaları, bol sıfırlı tarifelerle tam sayfa yayınlanan ilanlar, güdümlü ‘arzuhalci eleştirilenler’, bir yandan yeni yetiştirilen ve tam da Hollywood ve Amerikan kültürünün istediği kıvama gelmiş seyirci kuşağı, koşulsuz propaganda kokan sinema tanıtım programları (tv, radyo) bu kültürel yayımların Türkiye’deki araçlarıdır. Bir başka yanılsama; Hedef kitlesi





gençler olan, Hollywood tarzının benimseyen ve içerik, görsel sunum olarak bu filmlere benzemeye çalışan, pazarlama tekniği olarak yine Amerikan tarzını tercih eden Türk Filmlerinin bir çıkış olarak benimsenmesidir.

Seksenlerde ve doksanlarda çocukluk ve gençlik için kendine has ruhu olan çok önemli bir dönemdi. Seksenler ve doksanlar müzikte, sinemada, modada pek çok akıma öncülük etti. O yıllar için, dönemin havasını birebir yansıtan pek çok kült filmi anmak mümkündür. 2000’li yıllarda orta yaşlı ya da hatta yaşlı pek çok aktris ve aktörünün sinemaya adım attığı, 80’li yılların kült gençlik filmlerini hatırlatmak gerekirse şu filmler ilk sıralarda yer alır;

Joel Schumacher’in yönettiği St. Elmo’s Fire / Gençlik Ateşi (1985) adlı filmin başrollerinde; Demi Moore, Rob Lowe, Judd Nelson, Andie McDowell gibi isimler var. Georgetown Üniversitesi’nden mezun olan bir grup arkadaşın, yeni ve gerçek hayata adapte olmaya çalışmaları anlatılıyor.

Francis Ford Coppola The Outsiders / Dışlanmışlar (1983) yönettiği filmde; Tom Cruise, Patrick Swayze, Matt Dillon, Rob Lowe, C. Thomas Howell ve Emilio Estevez var. Film, S. E. Hinton’ın aynı adlı kitabından uyarlama. 60’larda Amerika’da küçük bir kasabada zengin ve yoksul ailelerin çocuklarından oluşan iki ayrı çete arasındaki şiddet, aşk ve dostluk olayları anlatılıyor.

Senaryosunu Cameron Crowe’un yazdığı Fast Times in Ridgemon High / Ridgemon Lisesinde Hızlı Günler (1982) filminin yönetmen koltuğunda Amy Heckerling var. Başrollerde ise Sean Penn, Nicholas Cage, Forest Wittaker, Jennifer Jason Leigh, Eric Stoltz var. Lisede öğrenim gören bir grup öğrencinin karşılaştığı yeni tecrübeler ve gündelik hayatlarında yaşadıkları sıradan olaylar üzerinden ilerleyen film, Güney Kaliforniya’daki bir lisede geçiyor.

Fakir kız – zengin oğlan aşkı üzerinde şekillenen modern bir Cindrella hikayesi olan Pretty in Pink / Pembe Güzellik (1986) filminin senaryosu 80’li yılların önemli sinemacılarından John Hughes tarafından yazılmış, filmin yönetmeni ise Howard Deutch. Molly Ringwald, John Cryer, James Spader ve Andrew McCarthy de filmin oyuncu kadrosunda yer alan isimler. Filmin müzik albümü de ayrıca çok başarılıdır.

The Lost Boys / Kayıp Çocuklar (1987) Joel Schumacher’in yönettiği filmin kadrosunda Jason Patric, Jami Gertz, Kiefer Sutherland, Corey Feldman, Barnard Hughes gibi isimler buluşuyor. 80’lerin vampir temalı filmlerinden biri olan Lost Boys, vahşet barındırmayan başarılı bir gençlik filmi. Küçük bir kasabaya yeni taşınan anne ve iki çocuğuna musallat olan vampirlerin hikâyesi anlatılıyor (Yıldız, 2016).

## Sonuç

Türler, sinema sanatı sektörel yapıdan endüstriyel yapıya geçtikten sonra oluşmaya ve ayrılmaya başlamıştır. Gençlik filmleri bu türler içinde kategori olarak var olmaya 1950’li yıllarda başlamıştır. Hızla endüstrileşen sinema kültür endüstrisinin en değerli ürünlerinden biri haline dönüşürken toplumsal, kültürel ve estetik alanlarda da en belirleyici sanatlardan biri olmuştur.

Kuşkusuz sanatların en genci olan sinemayla gençlik sözcüğünün bir araya gelişi son derece doğaldır. Tarihi bir yüzyılı bile bulmayan ve uzun süren bir ‘çocukluk’ döneminden sonra erişkin ve olgun bir sanat dalı haline gelen sinema, diğer sanatlarla kıyaslanmayacak ölçüde genç bir sanattır. Bunu yanı sıra sinema gençlere sesini



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



duyurma aracı olarak ifade alanı olma özelliğine sahiptir. Günümüzde film yapım-gösterim-dağıtım süreçlerindeki nispeten kolaylaşma nedeniyle gençlerin film çekerek kendini ifade edebildikleri daha geniş bir alan açılmıştır. Bu durum son yirmi yılda film çeken yönetmenlerin “gençleşmesini” kanıtlayan bir durumdur. Böylelikle, tem ve türler içinde gençlerin ana hikâyede yer aldığı, temel sorunsalı genç olmak ve gençlik olan filmlerin sayısı da artmıştır.

Sinema, üretim modeli olarak her on yılda bir köklü değişim ve dönüşümlere uğramaktadır. Yanı sıra, tema ve konularda yaşanan tıkanmaya ve tekrarlara çözüm olarak yeni tema ve konu arayışları da sürmekte, hem Hollywood hem Dünya Sineması bu tıkanmayı aşama çabası içindedir. Tüm bu değişim, dönüşüm ve arayış içinde değişmeyecek tek gerçek genler sinemada konu, olay, karakter olarak hep var olacak, kamera arkasındaki gençleşme de artacak sürecektir.

### Kaynakça

Nilgün Abisel, Sessiz Sinema, Ankara Üniversitesi BYYO Yayınları NO: 10, 1989, s.167

Atilla Dorsay, Sinema Ve Çağımız 2, Hil Yayınları

Bekir S. Gür İbrahim Dalmış Nur Kırmızıdağ Zafer Çelik Nevfel Boz,

Türkiye'nin Gençlik Profili, Seta Yayınları, Mart 2012, Isbn : 978-605-4023-16-5

Feryat Bulut, 68 Kuşağı Gençlik Olaylarının Uluslararası Boyutu Ve

Türkiye'de 68 Kuşağına Göre Atatürk Ve Atatürkçülük Anlayışı, Çttad, X1/23, (2011/Güz), S.S.123-149

Öztürk Özlem, <http://www.egitimpedia.com/x-y-z-kusaklari/>

Tolbize, A. (2008). Generational Differences in the Workplace. University of Minnesota

Atilla Dorsay, Sinema ve Çağımız 2, Hil Yayınları İstanbul

Atilla Dorsay, Sinema ve Çağımız 2, Hil Yayınları İstanbul

Nijat Özön, Sinema: Uygulayımı-Sanatı-Tarihi, Hil Yayınları, İstanbul, 1985, s.197

Alev Demirbilek İdrisoğlu, Dünya Sineması Tarihi I, M.S.Ü.S.T.M Yayınlanmış Ders Notları, Engin Fotokopi, İstanbul, 1994

James Monaco, Bir Film Nasıl Okunur, (Çev: Ertan Yılmaz), Oğlak Yayınları, İstanbul, 2002, s.220

Nilgün Abisel, Popüler Sinemada Türler, Alan Yayıncılık Sanat Dizisi 1, İstanbul, 1995, s.215

Atilla Dorsay, Sinema ve Çağımız 2, Hil Yayınları İstanbul

Burçak Evren, Türk Sinemasında Yeni Konular, İstanbul, Broy Yayınları, Ocak 1990

Seda Yıldız, <http://www.sinemagunu.com/80li-yillara-damga-vuran-genclik-filmleri/>

<http://www.mostar.com.tr/koseDetaylar.aspx?id=1298>

<http://danisman-muratdanisman.blogspot.com/2012/06/x-y-z-kusaklar.html>

<http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/23465715.asp>



## *Naxçıvan İqtisadi Rayonunda Gənclərin Əmək Potensialından Səmərəli İstifadə Yolları*

<sup>1</sup> Sevinc Cabbarova

<sup>1</sup> AMEA Naxçıvan Bölməsi, Təbii Ehtiyatlar İnstitutu, İqtisadiyyat şöbəsi, böyük elmi işçi, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, sjabbar@mail.ru

### **Özet**

Naxçıvan muxtar respublikasında aparılan islahatlar regionun bütün sahələrin eləcə də gənclərin əmək potensialından daha səmərəli istifadə olunmasına səbəb olmuşdur. Əhalinin iqtisadi ehtiyacları və davranışı həyatın müxtəlif mərhələlərində fərqlənir və əhalinin yaş-cins strukturunda baş verən dəyişikliklər ölkənin ümumi iqtisadi fəaliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Uşaqlar və cavanlar səhiyyə və təhsil sahələrinə investisiyaları tələb edir, orta yaşda olan əhali istehsalı və yığıcı təminatı edir, yaşlı nəslin isə tibbi xidmətə və sosial təminatla, xüsusilə pensiya təminatına ehtiyacları vardır. Beləliklə, cavan nəslin və uşaqların payı çox olan ölkələrdə öz ehtiyatlarının əsas hissəsini əhalinin bu kontingentinin ehtiyaclarına yönəldiklərinə görə, həmin dövrdə iqtisadi inkişafın aşağı artım tempələri müşahidə olunacaqdır. Gənclərin peşə seçimində bəzi problemlər mövcuddur. Gənclərin əksəriyyəti aldığı təsir üzrə işləmir, çoxusu ikinci təhsil almağa məcbur olur. Bunu aradan qaldırmaq üçün hələ məktəb və tələbə vaxtlarından gənclərə peşələri tanımaq və sevdirmək istiqamətində işlər qurulmalıdır. Bu istiqamətdə Naxçıvan MR-da işlər görülür. Hamililiyə götürmə projətləri tələbələrə gələcək peşələri haqqında geniş məlumatlar verir. Beləliklə də bu təşkilatlar özünə gələcək kadr yetişdirir. Bu iş fikirimcə bir necə ilə öz nəticəsini verəcək və təşkilatlarda peşəkarların sayı olduqca artacaq. Çünki universitetlərdə təsildən sonrakı təcrübə dərsləri formal xarakter daşıyır və demək olarki tələbəyə heç nə vermir.

**Acar sözlər:** gənclərin əmək potensialı, islahatlar, demoqrafik vəziyyət.

Ölkədə yaşlı nəslin xüsusi çəkisi yüksəkdirsə, yaş strukturu ölkənin iqtisadi inkişafına eyni ləngidici təsir göstərəcəkdir. Əmək qabiliyyətli yaşdan aşağı və yuxarı yaşlarda olan əhali, qeyri-məhsuldar təbəqəni əks etdirir və onların saxlanılmasına böyük həcmdə resurs tələb olunur ki, bu da iqtisadi inkişafın tempələrini azaldır. Öz növbəsində, əmək qabiliyyətli yaşda əhalinin xüsusi çəkisi yüksək olan ölkələrdə mövcud əmək potensialından səmərəli istifadə etməklə “demoqrafik dividend” yaradılır. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə “demoqrafik keçid” prosesi əsasən başa çatmışdır. Bu proses yüksək doğum və ölüm göstəricilərinin aşağı səviyyəyə düşməsi ilə xarakterizə olunur. Qeyd olunan demoqrafik keçidin ilkin mərhələlərində doğum göstəricilərinin azalması zamanı 0-14 yaş qrupunda əhalinin sayı azalır. Bu dövrdə müəyyən vaxt ərzində işçi qüvvəsi (15-64 yaş qrupu) himayədə olan əhali qruplarından (0-14 və 65+ yaş qrupları) nisbətən yüksək tempərlə artır və demoqrafik yük əmsalı aşağı düşür, bu da iqtisadi inkişafa və sosial təminatla investisiya qoyuluşu üçün ehtiyatları sərbəstləşdirir. Əhalinin gəlirləri daha sürətlə artır. Qeyd olunan dividendin təsiri əlli ildən çox olan bir dövrü əhatə edə bilər. Məlumdur ki, doğumun aşağı səviyyədə olması işçi qüvvəsinin artım tempinin azalmasına səbəb olur. Ölüm göstəricilərinin azalması və ömür uzunluğunun artması isə yaşlı nəslin sayının və onların xüsusi çəkisinin artmasına (əhalinin yaşlaşmasına) gətirib çıxarır. Yaş strukturunda olan dəyişiklikləri nəzərə alaraq, ölkədə əhalinin hər nəfərinə düşən gəlirlərinin artım tempələri azalır və əvvəllər əldə olunan dividend əks əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır. Lakin, digər tərəfdən, ölkə üçün ikinci demoqrafik dividendin alınması üçün şərait yaranır. Yuxarı yaş qruplarında olan əmək qabiliyyətli əhali qarşısında



pensiyaya çıxmasından sonra öz ehtiyaclarının təmin edilməsi perspektivi əsas vəzifələrdən biri kimi durur. Belə ki, pensiya yaşına yaxınlaşarkən, ailə və yaxud dövlət tərəfindən təmin olunacağına tam inamı olmayan bu kontingent maliyyə aktivlərinin yığılı üçün güclü stimula malikdir. Bunun nəticəsində aktivlərin harada yığılmasından asılı olmayaraq (ölkə daxilində və ya xaricdə), milli gəlirin həcmi artır. Beləliklə, birinci dividend ölkəyə müvəqqəti səmərə gətirir, ikinci dividend isə bu səmərəni daha böyük həcmdə aktivlərə çevirməklə davamlı inkişafı təmin edir. Qeyd olunmalıdır ki, alınacaq nəticələr ilk növbədə ölkədə aparılan ardıcıl sosial-iqtisadi siyasət nəticəsində gözlənilə bilər.

Həç şübhəsiz ki, ölkədə müəyyən bir sferanın inkişafı üçün həmin sahənin qanunla tənzimlənməsi şərtidir. Azərbaycanda gənclər siyasətinin əsas istiqamətləri "Gənclər siyasəti haqqında" qanunla müəyyənləşdirilib. Sənəddə gənclərin mənəvi-əxlaqi tərbiyəsi və mədəni həyatda iştirakı, istedadlı gənclərə dövlət qayğısı, onların sağlamlığının qorunması və fiziki inkişafı, məşğulluğun təmin edilməsi, gənc ailələrə və gənclər təşkilatlarına dövlət yardımını kimi vacib müddəalar əksini tapıb. (3)

Demoqrafik dividendin fəaliyyət müddəti əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün tam zəmanət deyil, yalnız bir imkandır. Dividentin həcmi əhalinin hər bir yaş qrupunda istehsalın və istehlakın həcmindən asılıdır. Əlverişli demoqrafik vəziyyətdə birinci dividendi reallaşdırmanın səviyyəsinə digər amillərlə yanaşı gənclərin və yuxarı yaş qruplarının əmək məhsuldarlığı ciddi təsir göstərir. Gənclərin əmək məhsuldarlığı ilk növbədə gənc valideynlərə işləmək imkanını təmin edən siyasət tədbirlərindən, həmçinin təhsil sahəsində qəbul edilən qərarlardan və gənclərin işə düzəlmə sahəsində ölkədə yaranmış praktikanın effektivliyindən asılı olur. Bununla yanaşı, gənc ailələrdə doğulan uşaqların sayı və həmçinin uşaqlar arasında vaxt araları gənc valideynlərin əmək məhsuldarlığına müəyyən təsir edirlər. Eyni zamanda, əhalinin sağlamlıq səviyyəsi, əmək qabiliyyətsizliyə dair siyasət, vergi stimulları və məhdudiyətləri, xüsusi ilə də pensiya təminatının strukturu yuxarı yaş qruplarında əmək məhsuldarlığının səviyyəsini dəyişə bilər. İkinci dividendin həyata keçirilməsi əsasən cəmiyyətin ahıl vətəndaşları necə dəstəkləməsindən asılıdır.

Aparılan siyasətin nəticəsidir ki, artıq Azərbaycan gəncliyi cəmiyyətin inkişafında fəal sosial təbəqəyə çevrilib. Ölkə gəncləri demokratikləşmə prosesində fəal iştirak edir, mədəniyyət, incəsənət, elm və digər sahələrdə parlaq nailiyyətlər qazanır, dövlətçilik ənənələrini daim uca tutur, çoxşaxəli islahatların reallaşdırılmasında yaxından iştirak edirlər.

"Bugünkü gənc sabah ölkəmizi idarə edəcəkdir" deyən prezident İlham Əliyev gənclərin potensialından ölkənin mənafeyi naminə tam və düzgün istifadə olunması, onların faydalı məşğulluğunun təmin edilməsi və dövlət idarəçiliyi sistemində iştirakının gerçəkləşdirilməsi məqsədilə kompleks tədbirlər həyata keçirib. 2007-ci ilin "Gənclər ili" elan edilməsi də gənclərə dövlət qayğısının ən böyük təcəssümü idi. "Gənclər ili"ndə həyata keçirilən bütün tədbirlər gənclərimizin cəmiyyət həyatında fəallığının artırılmasına mühüm töhfələr verdi. Gənclər siyasətinin ən vacib istiqamətlərindən biri də elm və təhsillə bağlıdır. Son illərdə respublikamızın əksər regionlarında müasir standartlara tam cavab verən məktəblər tikilib istifadəyə verilib, orta və ali təhsil ocaqları müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyaları ilə təmin olunub. Hər il ali təhsil ocaqlarına qəbul imtahanlarında yüksək nəticə göstərən tələbələr Prezident təqaüdü ilə mükafatlandırılır. Ölkə başçısının fərmanı ilə təsdiqlənən "Azərbaycan



T.C.  
MUĞLA SİTKİ KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book

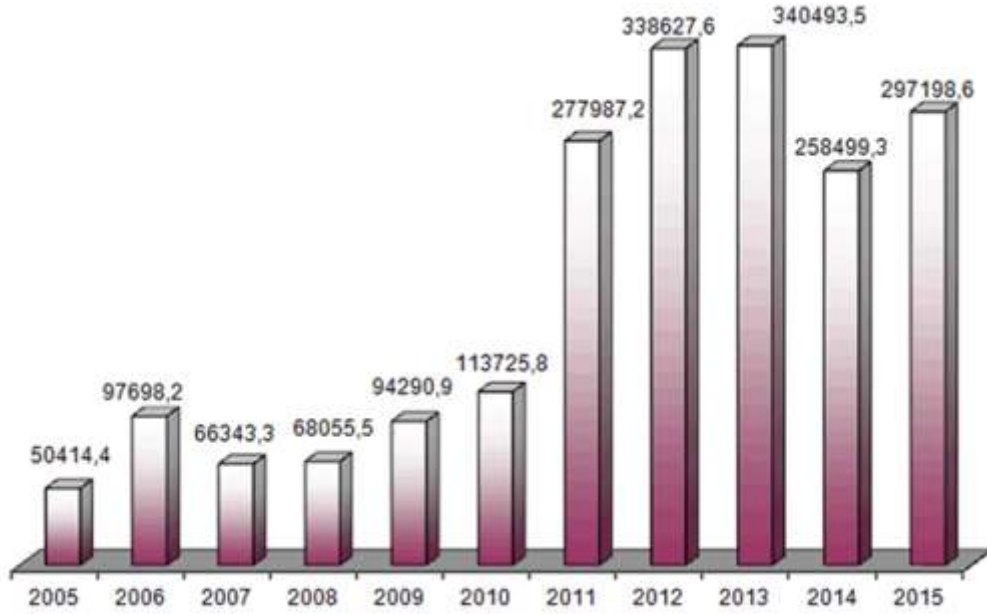


gənclərinin xarici ölkələrdə təhsili üzrə Dövlət Proqramı (2007-2015-ci illər)" gənclərin xaricdə təhsili üçün geniş imkanlar açıb. Bu da Azərbaycanda intellekt kapitalının inkişafına xidmətin ən mühüm amillərindəndir. (3)

Azərbaycan respublikasında demografik potensialı öyrənmək üçün yaş qrupları üzrə aşağıdakı bölgü həyata keçirilir: dünya sağlamlıq təşkilatına görə gənc insanlar 40 yaşa gədər qrupda yerləşir, Azərbaycan Respublikasının "Gənclər siyasəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa dəyişikliklər və əlavələr edilməsi barədə" 5 may 2007-ci il tarixli Qanununa əsasən Azərbaycanda gənclər 14–29 yaşlarında hesab edilir. Təbii insanın iqtisadi vəziyyəti yaxşılaşanda tibb inkişaf olunanda bunlar hamısı insanın ömrünü coxaldır və onun əmək potensialından istifadə imkanları genişlənir. Ölkə əhalisinin 28,1 faizini təşkil edən gənclər dövlətin qayğısını daim hiss edir. 2002-ci ildə "Gənclər siyasəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmiş, 2005-ci və 2011-ci illərdə "Azərbaycan gəncliyi Dövlət Proqram"ları təsdiq edilmiş, Gənclərin ümumrespublika forumları keçirilmiş, 2007-ci il Gənclər ili elan edilmişdir. Gənclər siyasətinin həyata keçirilməsi üçün dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlərdən ilə artır. Bütün bunlar gənc nəslin sağlam böyüməsinə və ölkənin iqtisadiyyatında daha böyük rol oynamasına səbəb olur (4, 23 s).

2014-cü ildə "Əhalinin iqtisadi fəallığına dair" keçirilən müayinələrin keçirilən müayinələrin yekunlarına əsasən, Azərbaycanda 15–29 yaşlı gənclərin 1274,7 min nəfəri iqtisadi fəal olmuşdur və onların 1150,6 min nəfəri iqtisadi əmək fəaliyyəti ilə məşğul olmuşdur. Əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan gənclər arasında qadınlara (531,2 min nəfər) nisbətən kişilər (619,4 min nəfər) üstünlük təşkil etmişdir. Müayinənin yekunlarına görə 15-29 yaşlı gənclər arasında işsiz gənclərin sayı 124,1 min nəfər olmuşdur, o cümlədən kişilər arasında 53,1 min nəfər, qadınlar arasında isə 71,0 min nəfər təşkil etmişdir. 2014-cü il üzrə 15–29 yaşlı məşğul olan 1150,6 min gənclərin 22,4 faizi ali, 12,7 faizi orta ixtisas, 4,2 faizi ilk peşə–ixtisas, 49,6 faizi tam orta, 11,0 faizi ümumi orta və 0,1 faizi ibtidai təhsilə malikdirlər. 2014-cü il üzrə 15-29 yaşlı 124,1 min nəfər işsiz gənclərin 14,1 faizi ali, 10,5 faizi orta ixtisas, 2,3 faizi ilk peşə–ixtisas, 62,2 faizi tam orta, 10,7 faizi ümumi orta və 0,2 faizi ibtidai təhsilə malik olmuşdur.

2014-cü ilin sonuna Məşğullük Xidmətləri tərəfindən işə düzəldilmiş gənclərin sayı 11,7 min nəfər və işsiz statusu olanların sayı 14,1 min nəfər təşkil etmişdir. Həm məşğul, həm də işsiz sayılmayan 15 və yuxarı yaşda olan şəxslərin, yəni iqtisadi qeyri-fəal əhaliyə aid edilən əhalinin tərkibində gənclərin xüsusi çəkisi 2013-cü ildə 53,3 faiz, 2014-cü ildə isə 54,7 faiz olmuşdur.



**Diagram 1. Sənaye sahəsində qoyulan investisiyaların həcmi**

Gənclərin peşə seçməsində bəzi problemlər mövcuddur. Gənclərin əksəriyyəti aldığı təhsil üzrə işləmir, çoxusu ikinci təhsil almağa məcbur olur. Bunu aradan qaldırmaq üçün hələ məktəb və tələbə vaxtlarından gənclərə peşələri tanımaq və sevdirmək istiqamətində işlər qəbulmalıdır. Bu istiqamətdə Naxçıvan MR-da işlər görülür. Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin “Ali və orta ixtisas təhsili müəssisələrində ixtisasların müvafiq təşkilatlara hamiliyə verilməsi haqqında” 2015-ci il 27 iyul tarixli Sərəncamı bu sahəyə kompleks şəkildə yanaşmanı təmin etmiş, ixtisaslı kadrların hazırlanmasına geniş imkanlar yaratmışdır.

Hamiliyə götürmə projeləri tələbələrə gələcək peşələri haqqında geniş məlumatlar verir, beləliklə də bu təşkilatlar özünə gələcək kadr yetişdirir. Bu iş fikircə bir necə ilə öz nəticəsini verəcək və təşkilatlarda peşəkarların sayı olduqca artacaq. Çünki universitetlərdə təhsildən sonrakı təcrübə dərsləri formal xarakter daşıyır və demək olarki tələbələrə heç nə vermir.

2016-2020-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında əhalinin məşğulluğunun artırılması üzrə Dövlət Proqramı – gənclərin əmək potensialından səmərəli istifadəsini təmin edən amillərdən biri kimi fikrimizcə çıxış edə bilər.

Hər hansı bir əmək növü insanlara əlavə imkanlar yaradır, onları daha əhəmiyyətli və nəzərəçarpan nəticələr əldə etməyə və cəmiyyətin həyatında daha fəal iştirak etməyə imkan yaradır. Gənclərin işlə təmin olunması problemi, hətta Avropa və Mərkəzi Asiya regionlarında çox kəskin şəkildə durur. Bu vəziyyətdən çıxış yolu üçün regionun bir çox ölkələri artıq düzgün yanaşma nümayiş etdirir, zəruri islahatlar həyata keçirir. Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin 2016-cı il 11 yanvar tarixli Sərəncamında qeyd edilmişdir ki, “2016-2020-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında əhalinin məşğulluğunun artırılması üzrə Dövlət Proqramı” regionda iqtisadi strategiyanın hazırlanması prosesi üçün faydalı olan addımlardan biri hesab oluna bilər.

Dövlət proqramında qeyd edildiyi kimi daha keyfiyyətli iş yerlərinin yaradılması üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirmək vacib hesab olunur:



Əmək bazarının səmərəli fəaliyyətinin tənzimlənməsinə ehtiyac var. Daxili tənzimləyicilərinin müxtəlifliyi nəticəsində işçi qüvvəsinin əmək bazarı, sosial əhəmiyyəti onu həmçinin güc olaraq qiymətləndirmişdi. Göründüyü kimi Azərbaycanda keçirilən islahatların məhz məşğulluq sahəsində tənzimlənməsi belə təsir sisteminin əsas sosial vəzifələrindən biri ola bilər.

Dövlət gənclərin məşğulluğunun təminatında böyük rol oynaya bilər. Əmək bazarının dövlət tənzimlənməsinin üç əsas istiqamətini ayırmaq olar.

1. dövlət sektorunda artımın stimullaşdırılması üzrə məşğulluq və iş yerlərinin sayının artırılması üzrə proqram;
2. işçi qüvvəsinin hazırlıq və təkmilləşmə kurslarına yönəlmiş proqramlar;
3. işçi qüvvəsinin işəgötürməsinə yardım göstərən proqramlar.

Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin 2013-cü il 18 dekabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq olunmuş "2014-2015-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında əhalinin məşğulluğunun artırılması üzrə Dövlət Proqramı"nın icrası muxtar respublikada əmək bazarının tənzimlənməsi və əhalinin səmərəli məşğulluğunun təmin edilməsinə geniş imkanlar yaratmışdır. 2014-cü ildə muxtar respublikada 3805 yeni iş yeri yaradılmışdır ki, bunun da 3709-u və ya 97,5 faizi daimi iş yerləridir. 2015-ci ildə muxtar respublikada 2908 yeni iş yeri yaradılmışdır ki, bunun da 2837-si və ya 97,6 faizi daimi iş yerləridir.

Əmək bazarının dövlət tənzimlənməsinin məqsədi: tam məşğulluğun təmin olunması, bu da öz növbəsində "işsizliyin təbii səviyyəsinin" təmin edilməsi şərti ilə tsiklik işsizliyin aradan qaldırılmasını nəzərdə tutur.

İqtisadiyyatın daxili və xarici inkişaf şəraitin dəyişikliklərə qadir olan və tez uyğunlaşa bilən "çevik əmək bazarının" yaradılması. Bu "çeviklik" ənənəvi əmək bazarı ilə müqayisədə natamam iş günü, müvəqqəti məşğulluq, iş yerlərinin tez-tez dəyişməsi, işin genişləndirilməsi və ya əlavə işlərin görülməsindən istifadə etməkdən ibarətdir. İşləmək istəyən hər bir şəxs bu bazarda onun tələbatına cavab verən iş yeri tapmalıdır.

Dövlət siyasəti əmək bazarında iki əsas formada həyata keçirilir:

- Aktiv-yeni iş yerlərinin yaradılması, məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi və işçilərinin yenidən öyrədilməsi, təlimlər yolu ilə işsizliyin aradan qaldırılması;
- Passiv-işsizlərin müavinətlərinin ödənilməsi yolu ilə.

Əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi, ölkədə aparılan sosial-iqtisadi siyasətin səmərəliliyinin əsas meyarı kimi nəzərdən keçirilir və onun perspektivləri cəmiyyətin potensialını müəyyənləşdirir, çünki məhz məşğulluq sahəsində əhalinin həyatının vacib tələbatı ödənilir və onun imkanları həyata keçirilir. Əminliklə demək olar ki, məşğulluğun ən mühüm göstəricilərindən biri də bütövlükdə cəmiyyətin sosial-iqtisadi səviyyəsində özünü göstərir.

Naxçıvan MR gənclərin əmək ehtiyatlarının davamlı və intensiv axını var, deməli inkişafı üçün geniş imkanlar yaranır, müxtəlif müəssisə və sahələrin inkişaf etdirilməsi üçün şərait yaradılır. Dövlətimizin prioritet vəzifəsi daim onun sahə strukturunun təkmilləşdirilməsi və əhalinin məşğulluğunun artırılmasından ibarətdir. Ölkəmizdə bu problemin həlli üçün mühüm müsbət irəliləyişlər əldə olunub. Qəbul olunan "2016-2020-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında əhalinin məşğulluğunun artırılması üzrə Dövlət Proqramı" işaxtaranların sosial müdafiəsinin gücləndirilməsinə,



işaxtaranların özünüməşğullüğünün təmin edilməsinə, əmək bazarının tələbinə uyğun peşə hazırlığının təşkil edilməsinə imkan yaradacaq və işaxtaranların səmərəli məşğulluğu üçün əlverişli şəraitin yaradılmasına səbəb olacaq.

Razılaşmaq lazımdır ki, bütövlükdə ölkə üzrə və eləcə də Naxçıvan Muxtar Respublikasında savadlı və yüksək səviyyəli kadrların hazırlanmasında müəyyən nöqsanlar peşəkar əmək bazarının formalaşmasına, əhalinin rifah halının, məşğulluq səviyyəsinin və işsizliyin azaldılmasına neqativ təsir göstərir. Buna görə gənclərin peşə və ixtisaslara yiyələnməsi üçün dövlət tənzimləməsi siyasəti zəruri hesab olunur.

15-19 yaş qrupunda olan, orta məktəbi bitirən, lakin sonrakı təhsilini davam etdirə bilməyən gənclərin əmək ehtiyatı qüvvəsi, fikrimizcə böyükdür, onları çevik təlim modulları vasitəsi ilə peşələrə yiyələnməsi və məşğulluq üzrə fəaliyyət planı hazırlanmış tətbiq edilməlidir.

Əmək qabiliyyətli əhalinin mühüm hissəsini təşkil edən 15-24 yaşlı gənclər qrupu əmək ehtiyatlarının təkrar istehsalı və inkişafında mühüm yer tutur. Odur, ki əmək ehtiyatlarının əsas faktorlarından biri təhsil sahəsində infrastruktur quruculuğu tədbirləri, müəssir tədris vasitələri ilə təchiz olunmuş məktəb binalarının tikintisi də diqqət mərkəzində saxlanılır. Təhsilin inkişafına göstərilən diqqət və qayğı bu sahədə keyfiyyət göstəricisinin yaxşılaşmasına səbəb olur, 2013-cü ildə Naxçıvan MR-da qəbul imtahanlarında iştirak edən abituriyentlərdən 1677 nəfəri ali məktəblərinin, 515 nəfəri isə orta ixtisas məktəblərinin tələbəsi adını qazanmışdır.

Əmək prosesində innovasiyalardan istifadə həyat tərzinin, davranış oriyentasiyası və mədəniyyətin törəməsidir. Bu əmək prosesində elmi yaradıcılığın və müəyyən əhəmiyyətli nəticələrin nailiyyətini nəzərdə tutur. Əmək prosesində innovasiyaların formalaşması üçün müəyyən işçinin çalışdığı təşkilatın, müəssisənin innovasiya potensialı yeni ideyaların tətbiq etməsi üçün hazır olmağı son dərəcədə əhəmiyyətli hesab olunur.

Hal-hazırda Naxçıvan Muxtar Respublikasının keyfiyyətə yeni demografik və sosial məhdudiyyətlər şəraitində əmək sahəsində mövcud olan çatışmazlıqlar əmək potensialının idarə olunmasında təsirli sistem yaradılmasını tələb edir.

İqtisadi fəal əhalinin ətraf mühitin innovasiya dəyişikliklərinə qabaqlayıcı uyğunlaşmasını təmin etməsi üçün aşağıdakı təkliflər irəli sürülür:

- fasilsiz peşə təhsili sistemi;
- məzunların peşəkar ixtisaslaşdırılmalarının şəhadətnaməsi;
- təhsil prosesinin təşkilində dövlət ilə özəl sektorun əməkdaşlığının təmin olunması.

Bazar iqtisadiyyatının inkişafı şəraitində elmi-texniki tərəqqinin yüksəlməsi əmək potensialının kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətlərinə tələbi artırır. Təsədüfi deyil ki, bir sıra ölkələrdə, eləcə də Azərbaycanda iş yerlərinin və işçilərin tarazlaşdırılmaması əmək resurslarının az olması ilə yox, məhz keyfiyyət baxımından uyğun olan işçilərin çatışmaması ilə müşahidə edilir. Bazar şəraitində istehsalın səmərəliliyinin artırılması istehsal edilən məhsulda işçinin qabiliyyətinin, biliklərin və əməyə yaradıcı münasibətin reallaşdırma səviyyəsi kimi çıxış edir. Başqa sözlə, əmək potensialı insanın qabiliyyətini kəmiyyətcə və keyfiyyətcə xarakterizə edən inteqral bir formadır.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Beləliklə, yeniliklərdən istifadə etmə yeni iş yerlərinin açılmasına, Naxçıvan Muxtar Respublikasının məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsinə şərait yaratmışdır.

Gənclərin kadr hazırlığına çəkilən xərclər isə bir növ insana qoyulan investisiyadır və bu investisiya son nəticədə cəmiyyətin inkişafında həlledici rol oynayır. (1)

Regionun məşğulluq strukturunun dəyişikliklərinə yuxarıda göstərilmiş tədbirlərlə yanaşı başqa amillər də təsir edir: çoxquruluşlu iqtisadiyyatın formalaşması, sahə istehsal strukturunun dəyişməsi, bazar sisteminin inkişafı və s. Potensialın təkrar istehsalına sistemli yanaşmanı, regional strategiyanın hazırlanmasını və əmək potensialının məqsədyönlü inkişaf proqramları əsasında regionun sosial-iqtisadi inkişaf proqramının bir hissəsi kimi həyata keçirmək olar. Bu halda hədəflər, məsələlər, prioritetlər, resurslar və reallaşma mexanizmi regionun başqa inkişaf istiqamətləri ilə bağlı olmalıdır. Naxçıvan Muxtar Respublikasında belə strateji sənəd kimi “2016-2020-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında əhalinin məşğulluğunun artırılması üzrə Dövlət Proqramı” hesab ola bilər.

Əmək potensialının regional məqsədyönlü inkişaf proqramının məqsədi rəqabət qabiliyyətli əmək potensialının genişləndirilmiş təkrar istehsalını təmin etməkdir.

Muradov A.N. Elmi-texniki potensail: əsas inkişaf meylləri və problemləri. Bakı: Elm. 2005, 324 s.

#### **Kaynakça**

Eminov Z.N. Azərbaycan əhalisi. Bakı: Elm. 2005, 560 s.

Azərbaycan gənclər siyasətin uğurları <http://www.sherg.az/2011/12/08/read=44284>

“Azərbaycan gəncləri 2015” Statistik məcmuə. Bakı 2015, 176 s.

N.Əhmədov. Naxçıvan iqtisadiyyatı inkişaf yollarında. Bakı. Elm, 2005. 312 s.

Muradov Ş.M. İnsan potensialı: əsas meyllər, reallıqlar, problemlər. Bakı: Elm, 2004, 660 s.



## ***Yaratıcı Yazma Süreç ve Uygulamaları Dersi Bağlamında “Şehir-Maddi Kültür-Gençlik” Konularına Yönelik Öğrenci Görüşlerinin İncelenmesi***

<sup>1</sup>Sibel Turhan Tuna

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü,  
sibeltuna2002@yahoo.com

### **Özet**

Milli Eğitim Bakanlığı 2006 yılı “İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı”nda, Türkçe öğretiminin temel amaçlarından biri olarak öğrencilerin “Türk, dünya kültür ve sanatına ait eserler aracılığıyla millî ve evrensel değerleri tanımaları”, “millî, manevî ve ahlâkî değerlere önem vermeleri ve bu değerlerle ilgili duygu ve düşüncelerini güçlendirmeleri” maddelerine yer vermiştir. Buradan hareketle, “Millî Kültür” bir tema olarak sınıf düzeylerine göre ders kitaplarında yer almaktadır.

Bu çalışma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi 4. Sınıf öğrencilerinin “Yaratıcı Yazma Süreç ve Uygulamaları” dersi bağlamında “şehir-maddi kültür-gençlik” konularına yönelik görüşlerinin belirlenmesi ve devamında verilerin içerik analizi üzerine kuruludur. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket, 4 adet açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Anket, ders saati içinde, sınıfta mevcut 27 öğrenciye uygulanmış olup çalışma, nitel veri analizine dayanmaktadır. Çalışmanın hipotezi, son sınıf Türkçe Öğretmeni adaylarının (Türkçe Dersi Öğretim Programının da üzerinde hassasiyetle durduğu) “kültür” kavramına hamiyetlerinin olup olmadığı üzerine kuruludur. Bu bağlamda çalışmanın esas amacı ise, İlköğretim ikinci kademesindeki “Millî Kültür” teması dâhilinde “şehir – maddi kültür – gençlik (“Y-Z” kuşağı)” kavramlarından hareketle milletin bekası için “kutsal” bir konu üzerinde genç öğretmen adaylarına bir “farkındalık” yaratabilmektir.

Tüm bu bilgilerin ışığında, çalışmadan çıkan bulgular, katılımcıların neredeyse tamamına yakınının kültür kavramına hâkim olduklarını, çoğu öğrencinin millet-kültür kavramı arasında “kuvvetli duygusal bir ilişki” kurabildiğini, “şehir-maddi kültür-gençlik” temasından hareketle gerek formal gerekse informal eğitimle edindikleri bilgilerini yeniden yapılandırabildiklerini, elde ettikleri bu yeni kazanımlarını gelecekteki -yaratıcı yazma dersi etkinliği gibi - mesleki yaşamlarına aktarabilme gücüne vakıf olduklarını göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcı Yazma, Şehir, Maddi Kültür, Gençlik, Türkçe Öğretmenliği

### ***Investigation of Students’ Opinions About the Topics of “City-Material Culture-Youth” within the Context of Creative Writing And Applications Course***

#### **Abstract**

In “the Elementary School Turkish Language Course Program” of the 2006 school year, one of the objectives of this course was stated to be “to introduce students to national and universal values by familiarizing them with the works of the cultures and arts of Turks and world nations”, “to encourage them to consider national, spiritual and ethical values important and to strengthen their opinions and feelings about these values”. As a result, national culture can be found in the textbooks of Turkish language for each grade of elementary education.

The current study was intended to elicit the opinions of the 4<sup>th</sup> year pre-service Turkish language teachers from the Education Faculty of Muğla Sıtkı Koçman University about the topics of “city-material culture-youth” and then to conduct content analysis on the collected data. The questionnaire used as a data collection tool consists of 4 open-ended questions. The questionnaire was administered to 27 students with the class hours and for the analysis of the data, qualitative data analysis method was used. The hypothesis of the current study was built on the investigation of whether the pre-service Turkish language teachers have internalized the concept of “culture” (on which great emphasis is put in Turkish Language Teaching Program). In this respect, the main purpose of the study is to raise the pre-service teachers’ awareness of a very important topic for the future of the nation on the basis of the concepts “city-material culture-youth (“Y-Z” generation)” included within the theme of “National Culture”.

The findings of the study revealed that almost all of the participants have internalized the concept of culture, many of the students can create strong emotional link with the concept of national culture and themselves, they can reconstruct the information they gained through both formal and informal education about the theme of “city-material culture-youth” and they have the power to transfer what they have learned to their future professional teaching careers.

**Key Words:** Creative writing, city, material culture, youth, Turkish language teaching



## Giriş

Şehir ve yaşanmışlıklar, hatıralar, şehre ait kültürel doku, bir başka ifadeyle “özgün geçmiş” öteden beri o şehre kendini gönülden bağlı hissedenlerin kıymetli bir parçası olmuştur. O şehirden kimi sanatçı kimi seyyah her meslekten bu kıymetli değer bilincinde olan “insan” geçip gitmiştir. Ahmet Hamdi Tanpınar da bu “insan”lardan biridir. Tanpınar *Beş Şehir* (2001) adlı eserinde, başta İstanbul, sonra Bursa, Konya, Erzurum ve Ankara’ya edata ruh verir onları konuşturur, iç sesine şehrin iç sesini dinletir, bu şehirlerle gönül bağı kurar. Geçmiş ve şimdi sanatçının sevgi, heyecan, bilgi ve tecrübesinde buluşur ve oya gibi işlenmiş dilde etkileyici bir eser vücuda gelir. Tanpınar, eserin önsözünde *Beş Şehir*’in asıl konusunun “hayatta kaybolan şeylerin ardından duyulan üzüntü ve yeniye karşı beslenen iştihak” olduğunu vurgular. İşte bu noktada, yaşayan ve tarih kokan şehirlerimize uyarladığımız bu paradoksal ifadedeki etkili mesaj, şehir – kültür konusunda yeni nesilde nasıl bir iz bırakıyor? Genç nesil, yaşadığı şehir ve onun kültürüne vakıf mı? Emanet aldığı kültürünü sahipleniyor mu? Bu elzem konuları “Yaratıcı Yazma” dersi bağlamında nasıl etkili kullanabilir? vd. şeklinde çoğaltabileceğimiz sorular, bu çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır.

Kültür, ana dili vasıtasıyla aktarılan en kıymetli milli değerlerden birisidir. Bu aktarım, ancak farkındalık düzeyi yüksek bilinçli bireyler yetiştirmekle mümkün görünmektedir. Millî değerlerden olan kültürün genç nesildeki kazanımlarında, başta aile devamında da örgün eğitim sorumludur. İçinde bulunduğumuz ve baş döndürücü hızla gelişen teknoloji çağında, genç nesil de çok hızlı değişim yaşamaktadır. Örneğin X-Y-Z kuşağı denen her bir kuşak arasında önemli farklar bulunmaktadır. X kuşağı 60-70’li yılların; Y kuşağı 80-90’lı yılların neslini kapsarken Z kuşağı ise, 2000’li yılların başında dünyaya gelen ve teknoloji ile neredeyse tanışık doğan bir nesli kapsamaktadır.<sup>2</sup> Bu nesil, çok aktif, hareketli, özgür, kapalı ortamlarda çok tutulamayan, oyuncak yerine tablet bilgisayarlarla, internetle sürekli meşgul olan, sosyalleşmeyi de yine internet aracılığı ile yapan yeni ve son kuşaktır. Bu sebeple de Z kuşağı adı ile anılır. Bu kuşak, hemen her şeyi çabuk tüketen bir nesil görüntüsü çizmektedir. Nitekim halihazırda yetişmekte olan öğretmen adayları, bahsi geçen Z kuşağı ile yakın gelecekte eğitim kurumlarında karşılaşacaklardır. Bu sebeple de her şeyi çabuk tüketen bu nesle “kültür” gibi önemli bir mirası öğretmenin ustaca bir işe dönüşeceği ön görülmektedir.

Tüm dünyada özellikle kentsel alanlarda “halk kültürü eğitimi”nin ihmal edilmesi, insanlığın kültürel zenginliğinin ve çeşitliliğinin ortadan kalkması ihtimalini doğurmuştur. Özellikle tek tip kültürün etkinleşmesi, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü UNESCO’yu harekete geçirmiş ve 2003 yılında, Türkiye’nin de aktif destek verdiği ve iç hukukunun bir parçası hâline getirdiği “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni ortaya çıkarmıştır. Bu sözleşme; halk edebiyatı, halk müziği, halk tiyatrosu, halk gelenek ve inançları, halk el sanatları gibi kültür alanlarının yok olmasının insanlık için büyük bir kayıp olacağını belirtmekte ve bu yönde önlemler geliştirmektedir. Sözleşme, ilkin her düzeydeki eğitim kurumunda “somut olmayan kültürel miras”ın ders olarak okutulmasını ve devamında kitle iletişim araçları ile bu mirasın yaygınlaşması ve yaşatılması yönünde çaba harcanmasını önermektedir (MEB 2006b: 6; Oğuz 2007: 37; Tuna Turhan 2015: 253). Milli Eğitim Bakanlığı 2006 yılı “İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı”nda, Türkçe öğretiminin temel

<sup>2</sup> Daha geniş bilgi için bakınız: <http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html> Son Erişim Tarihi: 27.05.2016.



amaçlarından biri olarak öğrencilerin “Türk, dünya kültür ve sanatına ait eserler aracılığıyla millî ve evrensel değerleri tanımaları”, “millî, manevî ve ahlâkî değerlere önem vermeleri ve bu değerlerle ilgili duygu ve düşüncelerini güçlendirmeleri” maddelerine yer vermiştir. İlaveten Türk Milli Eğitiminin temel ilkelerinden bir tanesinde de (MaddeVII/10) “Millî ahlak ve millî kültürün yozlaşmadan kendimize has şekli ile evrensel kültür içinde korunup geliştirilmesine ve öğretilmesine önem verilir.” ifadelerine rastlanmaktadır. Buradan hareketle, “Millî Kültür” bir tema olarak sınıf düzeylerine göre ders kitaplarında yer almaktadır (MEB 2006a: 4).

Tüm bu bilgilerin ışığında, nitel çalışmanın konusunu Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü (4. Sınıf) “TEB 4516 Yaratıcı Yazma Dersi Süreç ve Uygulamaları” dersi etkinliği bağlamında “şehir-maddi kültür- gençlik” konularına yönelik öğrenci görüşleri belirleme anketi verilerinin tahlili - değerlendirilmesi oluşturmaktadır.<sup>3</sup>

Yaratıcı Yazma Dersi Etkinliği Bağlamında, “Şehir-Maddi Kültür-Gençlik” konularında öğrenci görüşlerini belirleme anketine 16 bayan, 10 erkek olmak üzere toplamda, Muğla şehrinde doğup büyümeyen 26 dördüncü sınıf öğrencisi (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkçe Eğitimi Bölümü) katılım sağlamıştır. Sınıf mevcudu 64 olmakla birlikte, 14. 04. 2016 tarihinde ders saati içinde rastgele (Random) yöntemle 26 mevcuda uygulanmıştır. O günkü sınıf mevcudu 27 olup Muğlalı olan bir bayan öğrenci, şehri ve kültürünü diğer katılımcılardan daha iyi tanıyabileceği sebebiyle çalışmanın objektifliği açısından ankete alınmamıştır. Çalışma için hazırlanan açık uçlu yorum sorularından ilkinde “şehir” ve “kültür” kavramlarının hangi diğer kavramları öğrencide çağrıştırdığı yoklanmaktadır. Bu açık uçlu sorunun temel amacı ise, lisans düzeyinde dördüncü sınıfa gelmiş bir öğrencinin şehir kavramından hareketle kültür kavramına ne kadar vakıf olduğunun temel düzeyde tespitidir. Bu bağlamda, ilkin “şehir” denince öğrencilerde oluşan **olumlu** çağrışımlar şu şekildedir:

İnsanlar (K 6,9,11,14,15,21,22); Belli bir grup insanların bir arada oturduğu topluluk (K12); Farklı düşüncelere sahip insanlar (K 8); Farklı kültürlere sahip insanların bir arada yaşadığı yer (K 2,3); Sürekli üretim-tüketim ilişkisinin görüldüğü yer (K 17,25); Tüketim kültürünün yaşandığı yer (K 1); Okumuş, bilgili, görgülü insanların bulunduğu yer (K 25); Teknolojinin takip edildiği yer (K 26); Gelişmişliğin fazla olduğu yer (K 26 ); Medeniyet (K 24); Ankara (K21), İstanbul (K 21); Van-Göl (K 14); İzmir (K 21); Kars (K 23); Erzurum; Lüleburgaz gibi kültürel zenginliği olan yerler (K 9); Kurum ve kuruluşların olduğu yer (K 8); Bürokrasi (K 8); Farklılık (K 8); Sentez (K 3); Etkileşim (K 3); (Yüksek) Binalar (K 11, 18, 21, 23); Toplu taşıma (K 5); Arabalar- otomobiller (K 18, 19, 23); Parklar (K 19); Banklar (K 14); Alış-veriş merkezleri (K 15, 19); Kafeler (K 15,23); Caddeler (K23); Deniz kenarı (K23); Kale (K14); Irmak (K14);

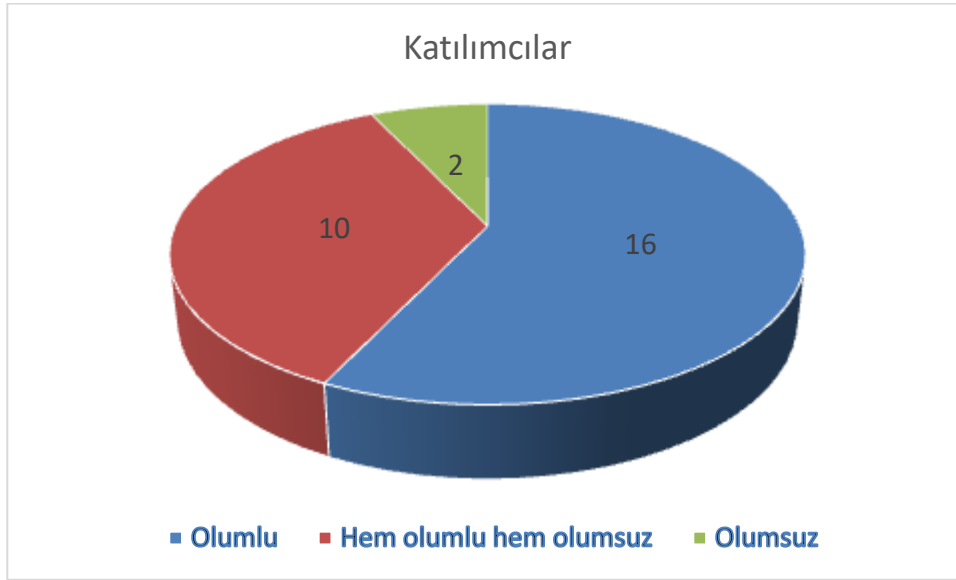
<sup>3</sup> Nail Tan’a göre, Soru kağıdı / Anket, belirli konularda çok özel bilgileri toplamaya yarar. Bu teknik, Avrupa’da çok yaygınken ülkemizde alan araştırmalarında daha az kullanılmaktadır. Bunun başlıca sebepleri ise, katılımcıların okur-yazar olacak olması ve anket kağıdının hazırlık aşamasının zorluğudur (Tan 1988: 116). Metin Ekici’ye göre anket yöntemi, alanda olduğu gibi, alana çıkmadan da kullanılabilir derleme yöntemlerinden birisidir. Bu yöntemde, soruların kapalı, uzun vb. ifadelerden kaçınılması titizlikle ve dikkatlice hazırlanması gerekmektedir (Ekici 2007: 65). Bu bilgilerden hareketle anket sorularının ilk sorudan son soruya kadar açık, anlaşılır olarak hazırlanmasına dikkat edilmiş olup görüşlerin objektif değerlendirilmesi amacıyla da hizmet etmesine önem verilmiştir. Buna ilaveten, görüş belirleme anketinin ilk iki sorusu, çalışmanın asıl hedefini içeren üçüncü ve dördüncü sorusuna hazırlık aşamasını teşkil edecek şekilde planlanmıştır.

Metropol (K3); O şehre özgü yapılar, mimari (K2); Tarihi mekanlar (K11); Kültürel Miras (K11); Şive (K11); Sokak dili- temizlik gibi sokak kuralları (K11); Ayır bir dünya (K22); Rezidanslar (K 19); Kent-Site (K4); kentleşme-yerleşim alanı (K4); Metropol (K3,18); Toplu yaşam (K5,6); Üniversite (K10); Kültürel park (K10); Düzen (K10); Sanayi (K17); Sanayi alanları (K4); Ticaret (K17); Ticaret alanları (K4); Zenginlik (K16); Moda (K16); Kalite (K16); Köyden çok uzak bir yaşam tarzı (K16); Büyük bir mekan (K15).

Diğer taraftan “şehir” denince akla ilk gelen **olumsuz** çağrışımlar ise şu şekilde verilebilir:

Kalabalık (K4,9,13,15,20,21); Hızlı yaşam – koşuşturma (K13); Boş vakti olmayan insanların olduğu yer (K24); Çok çalışmak zorunda olunan yer (K24); İnsan seli (K13); Keşmekeş (K18); Karmaşa (K3,4,5,15); Gürültü (K13,18); Trafik (K5); Egzoz dumanları (K 19); Elektrik - su kesintisi (K5); Çöp yığınları (K5); Kirlilik (K13); kirliliği hava (K5); Rutinlik (K10); Beton yığınları (K 19), Sürekli koşuşturmaca, bir yerlere yetişme telaşı (K9, 13).

Bu bağlamda birinci sorunun ilk maddesi olan şehir konusunda, 2 katılımcı olumsuz; 16 katılımcı olumlu; 10 katılımcı, olumlu cevaplarının yanında olumsuz cevap da vermiştir. Diğer taraftan ilk sorunun diğer şıkkı olan “kültür” kavramının ülke, millet, milli değerler gibi çağrışımlarının ankette şehir kavramına -Erzurum; Lüleburgaz gibi kültürel zenginliği olan yerler (K 9); O şehre özgü yapılar, mimari (K2); Kale (K14); Tarihi mekanlar (K11); Kültürel Miras (K11); Şive (K11); Sokak dili- temizlik gibi sokak kuralları (K11) şeklinde verilen 4 katılımcı görüşü dışında- yansımadığı ifade edilebilir. Bu bağlamda verileri şu şekilde göstermek mümkündür:



**Grafik 1. Birinci Soru-“Şehir” maddesi**

Birinci sorunun ikinci maddesi olan kültür konusunda her bir katılımcıdan aşağıda numara sırasıyla verilen bilgiler sağlanmıştır<sup>4</sup>:

<sup>4</sup> Katılımcı görüşleri aktarılırken anlatım bozukluğu ya da kapalı ifade bulunan yerlerde yapılan parantez içi açıklamalar tarafımıza aittir.



- K1. Kültür, maddi ve manevi olarak bir araya gelmiş insan topluluğu olup her toplum kendi karakteristiğine, yaşantılarına uygun faaliyetler mozaiği oluşturur.
- K2. Bir milletteki birikimler, değerler, kurallar. Farklı farklı milletleri çağrıştırmaktadır.
- K3. Birikim, değer, etkileşim, aktarım kavramları çağrıştırmaktadır.
- K4. Geçmiş, milli değerler, manevi değerler, toplumsallaşma, aidiyet, gelenekler, töre, adetler, iletişim.
- K5. Yakınlık, samimilik, aidiyet, okumuş kültürlü insan, insan yapımı araç-gereçlerin tamamı
- K6. Kültür, bir toplumun geçmiş tarihlerinden itibaren kuşaktan kuşağa aktarılarak gelen örf, adet, gelenek ve görenekleridir, bir anlamda bize bırakılan mirastır.
- K7. Bir şehre ya da bir topluma özgü olan gelenek – göreneklerin tamamı, bizim kültürümüzü gösterir.
- K8. Eğitim, birey yetiştirme, yaşayış biçimi, toplum, tarihi birikim, karşılıklı etkilenme.
- K9. Bize özgü olan her şey.
- K10. Gelenek, ahlak, ritüel, kural, dil, din, aile, mimari yapı.
- K11. Yemekler, müzik, adetler, gelenekler, toplumsal kurallar, maddi ve manevi bütün unsurlar.
- K12. Yaşanmışlık, geçmiş ve geleceğin sentezi
- K13. Birlik, beraberlik, ortak değerler, gelenekler, birlikte eğlenen, birlikte ortak acıları paylaşan, toplumu birbirine bağlayan maddi ve manevi her şey kültürü çağrıştırmıyor.
- K14. Toplum, geçmiş yaşam, değerler, aile, halı dokuma
- K15. Orta Asya, savaş, at, ok, göçebelik, misafirperverlik, Türkiye, yemek, sohbet, edebiyat çağrıştırmıyor.
- K16. Kültür, insanların geçmişten günümüze geliştirerek getirdiği bir ürünler bütünüdür. Kına geceleri, hayır niyetine yapılan mevlitleri çağrıştırmıyor.
- K17. İnsanın yarattığı maddi ve manevi bütün değerler, geçmiş - gelecek bağlantısı hiç bitmeyen, tükenmeyen olgu.
- K18. Değer, örf, adet, ortaklık, milli, maddi, manevi.
- K19. Yöresellik, yerellik, yemekler, kıyafetler, şarkılar, diller, gelenek, görenekler, insanlar arasındaki iletişim şekli, araç ve gereçler...vd.
- K20. Millet, dil, farklılıklar, kına geceleri, gelenek ve görenekler, kılık – kıyafet...vd.
- K21. İnsanların yaşam tarzları, gelenek – görenekler, ananeler, topluma ait maddi ve manevi unsurlar, yemekler, milli içecekler, giyim tarzları, sofr kültürü...vd.
- K22. Adetler, gelenek – görenekler, inanç, mutfak...vd.
- K23. Halk, gelenek ve görenekler, yemekler, müze, kahvehaneler, giyim tarzları...vd.
- K24. Dans, yemek, şive, ağız, ibadet, birleştirici güç, kıyafet...vd.

K25. Bir toplumun ürettiği, ortaya koyduğu maddi ve manevi her şey kültürü oluşturmaktadır. Bu bazen bir tarihi eser olurken, bazen de bir büyüğe saygıyı gösterme şekli de olmaktadır.

K26. Gelenek, görenek, ortaklık, dil, değer gibi kavramları çağrıştırmaktadır. Kültür, toplumun ürettiği her şeydir. Manevi değerlerin yanı sıra maddi değerleri de katabiliriz. Köprüleri, evleri, kaleleri gibi.

Kültür kavramının çağrışımları konusunda katılımcılardan 5 ve 12 haricinde neredeyse tamamında “millet/toplum, maddi ve manevi değerler” kavramları genelde örneklerle açık ya da örtülü bir biçimde vurgulanmıştır. Bu bağlamda verileri şu şekilde göstermek mümkündür:



**Grafik 2. Birinci soru- “Kültür” maddesi**

Görüş belirleme anketinin açık uçlu ikinci sorusunda ilkin maddi kültür tanımı istenmişti. Maddi kültür (çok genel bir tanımla ifade edecek olursak), bir milletin yaratmış olduğu somut her şeydir. Öğrenci tanımları içerisinde beklentimiz olan iki unsur ise, maddi kültürün bir millete ait oluşu sebebiyle “millet/toplum” kavramının ve maddi kültürün yine bir milletin yaratmış ve bugüne taşımış olduğu somut olan her şey ifadelerinden hareketle “somut” kavramı yahut çağrışımlarının anahtar kelimeler olarak tanımlar içinde yer alması idi. Açık uçlu sorunun ikinci şikkında ise, öğrenim görülmekte olan Muğla şehrinin bilinen maddi kültür unsurlarına örnekler istenmişti. Buradan hareketle 26 katılımcıdan 5 kişi (K2, K13, K14, K18, K20) içinde “**millet – somut – şehir**” anahtar kavramlarının yer aldığı bizim de tam cevap olarak kabul edebileceğimiz görüş bildirmişlerdir. Bunlar şu şekildedir:

K2. Bir milletin kendine özgü (şimdi) ve geçmiş zamanlara ait somut mimari yapılar, kullandığı alet ve malzemeler...vd. Muğla kültür evi, kurşunlu camii.

K13. Maddi kültür, bir toplumun somut olarak ortaya koyduğu bir eşya, bir heykel, bir halı, kilim bile olabilir. Muğla’da maddi kültüre örnek, Muğla evleri, şehir merkezindeki heykeller, geleneksel Muğla keşkeği, eski kahvehaneler, Kültür Evi, Konaklar, Müzeler...vd.



K14. Toplumun sahip olduğu, para karşısında değer biçile(bile)n somut nesnelere karşılar. Muğla bacaları, radyolar, halılar, perdeler, (eski - yöresel) kıyafetler, su içme kapları, yemek pişirilen ocaklar, kullanılan bardaklar...vd.

K15: Maddi kültür, bir milletin elle tutulur, gözle görülür değerleridir. Muğla'nın maddi kültür unsurları, Milas böreği, Eski Rum evleri...vd.)

K18. Bir toplumun, bölgenin ya da yörenin elle tutulur, gözle görülür somut kültür unsurları maddi kültürü oluşturur. Muğla'nın maddi kültür unsurları, düğün keşkeği, yöresel kıyafetler, Milas böreği, ahşap konaklar...vd.

K20. Maddi kültür, bir milletin giyim tarzı, kullandığı eşyalar, yaşadığı evler gibi toplumu bir arada tutan somut öğelerdir. Muğla'da, düğün keşkeği, nişanlıların kurban bayramında kız evine boynuzunda bilezik takılmış koyun-kuzu vb. getirmeleri, zeybekler, yöresel kıyafetler maddi kültüre örnek gösterilebilir.

Bunun dışında cevaplarda millet kavramına vurgu yapılmadan **“somut – şehir”** anahtar kavramlarının yer aldığı 10 (K1, K3, K5, K6, K7, K10, K11, K12, K22, K26) katılımcı görüşü şu şekildedir:

K1. Maddi kültür, bir şehri oluşturan beşeri sistemlerin somut olanıdır. Muğla şehrinin başlıca maddi kültürü turizmdir.

K3. Bir şehrin-yörenin yıllar süren birikimleri sonucunda oluşturduğu değerler bütünüdür. Muğla Kültür Evi örneği verilebilir.

K5. Kültür, doğanın var ettiklerine karşı insanoğlunun var ettiği şeyler (olup), maddi kültür bunların elle tutulabilir örnekleridir. Tarihi yapılar, teknolojik araçlar...vd.

K6. Maddi kültür, duyu organlarımız ile algıladıklarımızdır. Muğla'daki Kurşunlu Camii Osmanlı zamanından kalma kültürel bir mirastır.

K7. İnsanların yaptıkları aletler, kullandıkları malzemeler maddi kültürdür. Muğla Kültür Evi, Şahidi (Camii)...vd.

K10. Maddi kültür, geçmişten günümüze kadar gelmiş gözle görülür somut kültür öğeleridir. Muğla evleri, evlerin giriş kapıları...vd.

K11. Maddi kültür, (şehrin) kültürünün içindeki tarihi eserlerdir. Muğla Kültür Evi, Şahidi Camii, Saatli Kule, Hamam ve Hanlar. Özellikle **“Eski Muğla”** şehre çok otantik bir hava katmaktadır.

K12. Maddi kültür, bir kültürün (tarihten) kalan ve gidip görünen (gezilen) eserlerdir. Manevi kültürün etkileri ile oluşur. Muğla'da, Konakaltı Kültür Merkezi, Hacı Şerif Evi, eski Muğla evleri...vb.

K19. Muğla'nın yemekleri, kıyafetleri, yöresel ağzı, tarihi eserleri, hamamlar, camiler (kısaca) başka yerlerden insanları çeken (şeylerin) yerlerin hepsi maddi kültürdür.

K22. Maddi kültür, insanların yaratmış olduğu teknoloji, mimari gibi elle tutulan gözle görülen somut her şeydir. Borum kalesi, Belen kahvesi, Konakaltı Kültür merkezi, Strotonikia Antik Tiyatro, Fethiye Kaya mezarları, Kerimoğlu Evi...vd.

K26. Maddi kültür, gözle görülebilen somut yapılardır. Muğla maddi kültür açısından oldukça zengindir. Kurşunlu Camii, Muğla evleri, hamamlar, müzeleri, Mevlevihane...vd.





Sadece bir katılımcının (K17) “millet – değer - şehir” kavramları üzerinde durduğu görüşleri de veriler içerisinde yer almaktadır.

K17: Maddi kültür, bir medeniyetin milletin gelecek kuşaklara bırakmak istediği, değerlerdir. Muğla'nın turizmi, geçmişte birçok medeniyete ev sahipliği yapması.

“Manevi kültür dışında kalan kültürel unsurlar - şehir” şeklinde bildirilen katılımcı (K4 ve K23) görüşlerine de rastlanmıştır.

K4. Manevi kültürün dışında kalan kültürel unsurlar olarak tanımlanabilir. Geçmişten bugüne gelen aletler, binalar, giysiler...vd. Muğla şehrinin turistik faaliyetleri örnek olabilir.

K23. Maddi kültür, insanlar tarafından yapılan aletler, kullanılan eşyalar yani manevi kültür(ün dışında kalan) olmayan şeylerdir. Binalar, kahvehaneler, camiler, kıyafetler...vd.

Yukarıda verilen **tüm anahtar kavramlar dışında kalan** görüşler ise şu şekildedir:

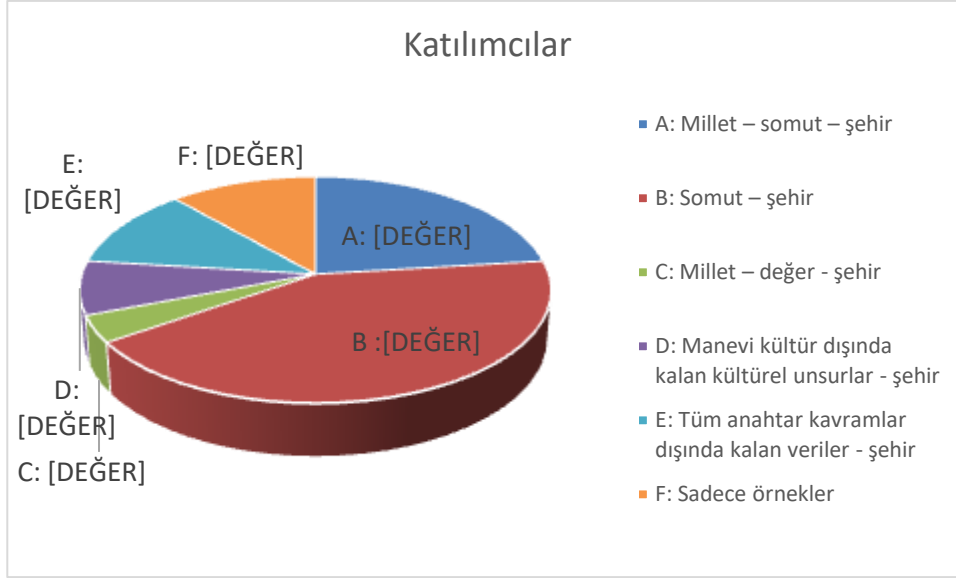
K8. Kültürün belirli bir olay ya da olgu ile sahip olduğu özgeçmiş, bu özgeçmiş koruyup yaşatması maddi kültürdür. Muğla şehrine ait maddi kültür örneği Muğla Zeybeği'dir.

K9. Maddi kültür, yaşanılan yerde diğer yerlerde yaşayanlar tarafından fark edilen kültürel unsurlardır. Örneğin Muğla (ağzı) konuşması.

K16. Maddi kültür, geçmişten kalan bir tarihi mekan, ticaretle birleştirerek maddi boyuta taşımaktır. Öğrenim gördüğüm Muğla şehrinde Bodrum Kalesi'nin maddi kültür olduğunu düşünüyorum. Çünkü düzenlenip müze haline getirilmiş ve görmek için ücret ödüyoruz.

Maddi kültür için anket verilerinde **sadece örneklere** (K21: Tarihi yerler, kültür evleri, müzeler, antik tiyatrolar, Muğla Konakaltı Kültür merkezi, Muğla müzesi, Yatağan Antik Tiyatro, Bodrum Kalesi, Fethiye Saklıkent, Fethiye kaya mezarları, Dalyan Kral mezarlığı...vd.; K24: Müzeler, denizler ve plajlar, eğlence mekanları...vd.; K25: Kurşunlu Camii, Knidos antik kenti, Mevlevihaneler, Eski Muğla Evleri, Merkezdeki Doğa Müzesi, eskiden kervansaray olarak kullanılan [Konakaltı] Kültür Merkezi.) yer verilen görüşlere de rastlanmıştır.

İkinci sorunun kendi içinde değerlendirmesi yapılmak istenirse, “millet – somut – şehir”/ 6 katılımcıya; “somut – şehir”/ 11 katılımcıya; “millet – değer - şehir”/ 1 katılımcıya; “manevi kültür dışında kalan kültürel unsurlar - şehir”/ 2 katılımcıya; “tüm anahtar kavramlar dışında kalan veriler - şehir”/ 3 katılımcıya; “sadece örnekler”/ 3 katılımcıya rastlandığını vurgulamak mümkündür. Tüm görüşler göstermiştir ki, maddi kültür kavramına genel manada da olsa, -hatta sadece örneklerden yola çıkılarak bile- tüm katılımcılar vakıf görünmektedir. Diğer taraftan cevapları birinciden üçüncüye, konuya vakıf olma bağlamında üç derece şeklinde puanlandığımızda ise, örnekler dâhil istenilen anahtar kelimeler bağlamında konuya tam hakim olan **6 katılımcı birinci** sırada, devamında “somut – şehir”/ 11 katılımcı; “millet – değer - şehir”/ 1 katılımcı; “manevi kültür dışında kalan kültürel unsurlar - şehir”/ 2 katılımcıdan hareketle **15 katılımcı ikinci** sırada, “tüm anahtar kavramlar dışında kalan görüşler / 3 katılımcı; “sadece örnekler”/ 3 katılımcı toplamda **6 kişiyi** de **üçüncü** sırada derecelendirmek mümkündür. Bu bağlamda verileri şu şekilde göstermek mümkündür:



**Grafik 3. İkinci soru**

Görüş belirleme anketinin ilk iki sorusu, üçüncü soruya hazırlık aşamasını teşkil etmektedir. Bir başka ifadeyle, kültür, maddi kültür, şehir kavramlarını doğru yorumlayıp bu kavramlar arası ilişkiyi kavramış ve bu kavramların alt başlıklarını (şehir-ülke/vatan-kent-yöre-kasaba-köy-mahalle; kültür; millete ait maddi – manevi her şey ve bu iki alana giren örnekler gibi) sentezleyip alımlamış öğrenci, üçüncü soruyu çok daha iyi yorumlayabilecektir. Bu bağlamda, bu görüş anketinin önemli sorularından birisini “Size göre, bir şehrin maddi kültürüne vakıf olmak o şehre ve dolayısı ile ülkenin milli kültürüne aidiyet duygunuzu pekiştirir mi? Nasıl? Yabancı bir ülkede, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak öğrenim (lisans ve üstü) görseydiniz bu soruya cevabınız ne şekilde olurdu?” sorusu teşkil etmektedir. Bu soruya verilen cevapları, “doğru kabul edilen görüşler”; “doğru kabul edilebilen ancak eksik bırakılan görüşler”, “kısmen doğru kabul edilen görüşler”, “bunların dışında kalan görüşler” şeklinde tasnif edilirse daha doğru bir değerlendirme yapılacağı kanısındayız. Bu durumda, **doğru kabul edilen görüşlerin** her birini ilkin burada şu şekilde vermek mümkündür:

K3. “Evet pekişir. Vatanım/coğrafyanın insanı olmak, sahip olunan değerlerden etkilenmeyi mümkün kılar. Yabancı bir ülkede, öğrenimime devam ediyordum olsaydım, bulunduğum yerin özelliklerinden, kültüründen elbette etkilenirdim, ancak öz kültürümü korumak için de elimden geleni yapardım.”

K5. “Evet pekişir, ancak biz bunun farkında olmayız, bilinçsizce pekişir. Farklı bir ülkede yaşasaydım, oranın kültürüne ve şehrine ait olduğumu hissetmezdim. Yabancı bir turist gibi görürdüm kendimi.”

K6. “Evet bence pekişir”. Çünkü, bu miraslar bizi birbirimize ve geçmişimize bağlayan bir hazinedir. Yurt dışında ve çoğu ülkede Osmanlı Devleti ve diğer Türk devletlerine ait eserler vardır. Bunları gören kişiler nereden geldiklerini asla unutmazlar.

K7. Maddi kültürüne vakıf olmak, öncelikle ülkenin milli kültürünü koruma ve sahip çıkma yolunda önemlidir, aidiyet duygumuzu pekiştirir. Kültürümüzü; (ilgili yerleri) ziyaret ederek, diğer insanlara tanıtarak, fotoğraflara bakarak pekiştirebiliriz.



K12. Evet pekişir. Sonuç itibari ile kültürün içinde olduğumuz için o kültürle yoğrulmuş oluruz. Belli bir zaman sonra oraya ayak uydurup oradaki insanlar gibi yaşamaya başlarız. Tabii ki, farklı bir yer kültür çatışması doğurabilir. Ancak, aynı ülkenin farklı bir yerinde (yaşamak) olmak zenginliktir.

K13. (Evet.)Yabancı bir ülkede, Türkçe konuşan birilerine bile rastlanması insanı çok mutlu eder, duygulandırır. Türkiye'nin her şehri maddi manevi kültür açısından zengindir, bu zenginlikleri yerinde görmek, kitle haberleşme araçlarından izlemek,(onlarla ilgili bilgiler) okumak, insanın milli duygularını kabartır, ülkesindeki güzelliklere hayran kalınır.

K14. Başka bir ülkede öğrenim görülse de, kültür bizimle birlikte var olur, onu biz yaşatır, biz devam ettiririz. Bu bilince sahipsek, yaşadığımız ortamda kendi kültürümüzün değerlerini yaşatmayı sağlarız.

K17. Elbette pekiştirir. Atalarımızla olan bağımızı kuvvetlendirir. İnsana “Vay be, bizler bu ataların torunlarıyız” dedirtir. Bu durum insanın milliyetçilik duygularını kabartır. Yabancı bir ülkede olsaydım da kendi kültürümüzü, geçmişimizi herkese duyurmak için elimden geleni yapardım.

K19. Pekiştirir. O şehrin maddi kültürünü sahiplenmek, oraya aidiyetimizi doğal olarak ülkenin milli kültürüne de aidiyetimizi güçlendirir. O kültürü koruma güdüsü de ortaya çıkar. Yabancı bir ülkede okusaydım, yaşadığım şehrin kültürünü öğrenmek isterdim. Maddi kültürlerine ne derece önem verdiklerini, koruduklarını, sahiplendiklerini gözlemlerdim, buna saygı da duyardım.

K20. Evet pekiştirir. Muğla'da okuduğum için Zeybek havası duyduğumda hemen kulak kesiliyorum. Tekirdağ'lı olduğum için Tekirdağ havalarını duyduğumda, köyüm aklıma geliyor. Yabancı bir ülkede Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak öğrenim görseydim, bu havaları duyduğumda, karşılaştığımda çölde su bulmuş biri gibi sevinirdim. Kendimi yalnız hissetmezdim.

K23. Evet pekiştirir. Çünkü kendimi bulunduğum yere ait hisseder, orada kendimi, geçmişten izleri ararım ya da yaşadığım yerdeki insanlardan bir parça bulurum. Bu benim ülkemın bir parçası ise bunda ben de varım derim. Yabancı bir ülkede öğrenim görseydim farklı olurdu. Kültür millet demektir, o ülkenin geçmişi ve geleceğidir. Kendimden bir parça bulamadığım o ülkede kendimi yabancı hissederdim.

K24. Evet pekişir. Yabancı bir ülkede öğrenim görmüş olsaydım, ülkemi ve ülkeme özgü şeylere özlem duyup ülkeme daha çok bağlanırdım, hassasiyetim artardı.

K25. Kesinlikle evet. Çünkü başka ülkelerde gurbeti yaşayıp ülkesine döndüğünde toprağını öpen çok insan gördüm. Bu bence bir kanıttır. Muğla kültür evi ziyaretimde (orada yaşanmışlık dolu nesnelere) nelerin olduğunu görmek beni heyecanlandırdı. İnsanlar kültürlerini değerler sistemi üzerinden anlamlandırıyorlar. Bunu da ancak, bu anlamı yükledikleri maddi ve manevi öğelerin varlığı ile mümkün kılarlar. Eski bir caminin tarihini bilen bir insan orada kıldığı namazı başka bir (hazla) kılar. Türkiye anlamlı bir kültürel bütündür.

K26. Evet kesinlikle pekiştirir. Çünkü yaşadığımız yerde diğer insanlarla paylaştığımız ortak bir dil, değer yargıları vardır. Aynı şekilde, bu maddi kültür için de geçerlidir. Ondandır ki Almanya'da yaşayan gurbetçi vatandaşlarımız Türkiye'ye geldiklerinde



kendilerini evlerine gelmiş gibi hissetmektedirler. Orada vatanın hasretini duymaktadırlar. Çünkü yaşanmış ortak değerler bütünü bunu gerektirir.

### **Doğru kabul edilebilen ancak eksik bırakılan görüşler**

K1. Maddi kültür, tek başına yeterli olmayıp manevi kültürün de az çok özümsemiş olması gerekmektedir.

K2. Bir şehrin maddi kültürüne vakıf olmak o şehrin benliği içinde yoğrulmaktır. O kültüre hayatın sonuna kadar sahip çıkmaktır. Kültürümüzü korumalı, ona sahip çıkmalıyız.

K8. Maddi kültür, bireyleri ortak değerler etrafında birleştirip o şehre ya da o ülkeye gönülden bağlar. Örneğin kurtuluş savaşı, milletimizin ortak tarihi olup zorluklarla kazanılmış bu savaş bir ve bütün yapar.

K11. Şehrin maddi kültürünü tanımak, o şehri daha iyi ve çabuk tanımamızı sağlar. Çünkü maddi kültürler, şehrin geçmişini ve anılarını, insanların acılarını ve sevinçlerini yansıtır. Bu tarz şeyleri bilerek bir şehri gezdiğimizde öğrendiğimiz parça bilgiler, kafamızda bütünleşir.

K18. Bir şehrin kültürüne vakıf olmak, o şehrin kültürü ile dolayısı ile milli kültürle de bütünleşmemizi sağlar, aidiyet duygumuzu artırır. Çünkü bir yerde ya da bir şeyde ne kadar kendinizi bulursanız oraya ya da ona o kadar kendinizi ait hissedersiniz. Kendinizi bulabilmek için de ön koşul orayı ya da onu tanımaktır.

K21. Evet, bir şehrin maddi unsurları bizim o şehre karşı bir sevgi, ilgi duymamızı ve ülke karşısında aidiyet duygusuna sahip olmamızı sağlar. Örneğin Çanakkale'deki şehit anıtları, Ankara'daki Anıtkabir, İstanbul'da Ayasofya o şehre ve ülkeye karşı aidiyet duygumuzu beslemektedir.

### **Kısmen doğru kabul edilen görüşler**

K9. Elbette pekişir. O şehrin maddi kültürü, o şehre özgüdür. O şehrin tarihinin bir sonucudur. Yabancı ülkede yaşasaydım biraz farklı olurdu. Şehirler ve ülkeler arası durum farklı olurdu.

K10. Aidiyet duygusunun pekişmesinde maddi kültürün de önemi vardır, ama o yere her şeyi ile adapte olabilmek çok önemlidir. Yabancı bir ülkede yaşamak da bu adapte olabilmek ile ilgilidir.

K16. Bir şehrin kültürüne vakıf olmak beni, o şehre ve milli kültüre olan aidiyet duygumu pekiştirir. Çünkü kendi milli kültürüme katkı olduğunu düşünmek beni mutlu eder. Yabancı bir ülkede okumuş olsaydım oradaki maddi kültüre de vakıf olmak isterdim. Çünkü oradaki kültürel öğelerde benim yaşamıma katkıda bulunurdu. Farklı kültürlerin benim kültürümden farkını öğrenirdim.

### **Bunların dışında kalan görüşler**

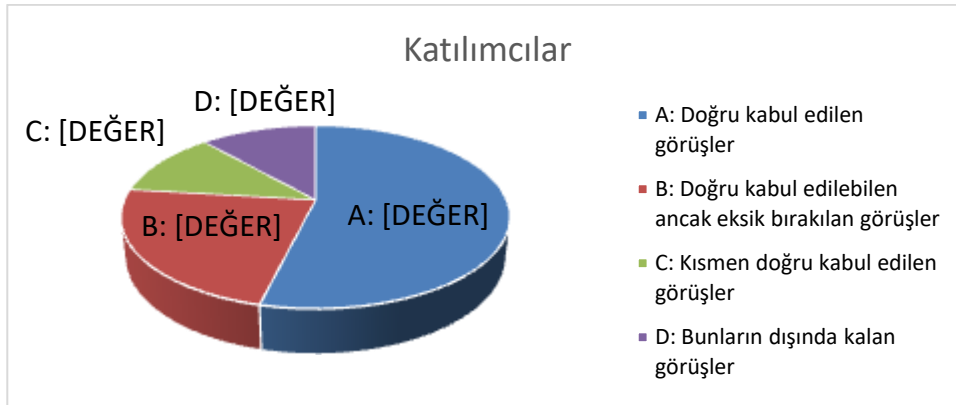
K4. “Yabancı bir ülkede Türk vatandaşı olarak öğrenim görseydim, bu soruya “Evet, aidiyet duygum pekişir.” Cevabını verirdim. Çünkü yaşadığımız ülkenin kültürüne sahip insanların içinde yaşıyorsak, bilinçli ya da bilinçsiz o ülkeye kendimizi ait hissederiz.

K15. Yaşadığımız şehrin maddi kültürüne vakıf olmak tek başına yeterli değildir. Manevi kültüre de sahip olursak işte o zaman aidiyet duygumuz tam anlamıyla oluşur. Yabancı bir ülkede öğrenim görseydim, zamanla bulunduğum yerin kültürünü

benimseyip kendi kültürümü arka plana atardım. Aidiyet duygum tam olmazdı, kültürümle kopuk olurdu.

K22. Bir şehrin ya da ülkenin kültürünü bilmeden o şehir ve ülkeye uyum sağlayamayız. O ülkenin kültürünü tanıyarak, güzelliklerini görerek yaşadığımız yerden zevk almaya başlarız. Bir ülkeye aidiyet duygusu ile bağlanmak için önce, onun kültürünü öğrenmeli ve benimsemeliyiz.

Üçüncü sorunun cevaplarını genel olarak değerlendirdiğimizde şu sonuçlar elde edilmiştir: “Doğru kabul edilen görüşler”; bölümünde toplamda 26 katılımcıdan 14 (K3, K5, K6, K7, K12, K13, K14, K17, K19, K20, K23, K24, K25, K26) katılımcı sayısına ulaşılmıştır. “Doğru kabul edilebilen ancak eksik bırakılan görüşler”, bölümünde 6 (K1, K2, K8, K11, K18, K21) katılımcı görüşüne ulaşılmıştır. “Kısmen doğru kabul edilen görüşler” olarak ise 3 (K9, K10, K16) katılımcıya rastlanırken “Bunların dışında kalan görüşler” bölümünde ise yine 3 (K4, K15, K22) katılımcıyla karşılaşılmıştır. Bu durumda bir ve ikinci bölümü esas alarak bir yoruma ulaşmak istersek; dördüncü sınıf düzeyine gelmiş, üstelik yakın gelecekte ana dili öğretmeni olacak genç adayların, Orta Öğretim ikinci kademe ders programları içinde “MİLLİ KÜLTÜR” teması ile karşılaşacakları bilinmektedir. Buradan hareketle, anketin açık uçlu üçüncü sorusunda doğru kabul ettiğimiz görüşlere ait katılımcı sayısı (mevcudun tamamına yakını olması itibari ile) **yüksek** çıkmıştır. Bu bakımdan, üçüncü soru için hem görüşlerin niteliği hem de niceliği bizim açımızdan tatminkâr olmuştur. Bir başka ifadeyle 26 katılımcıdan 20 kişi her ne kadar bunlardan 6’sı eksik de bıraksa beklenen görüşleri bizlere sunmuştur. Geriye kalan “kısmen doğru kabul edilen görüşler” (3 katılımcı) bölümü ise, soru kökünün yanlış yahut eksik anlaşılmasıyla ilintili olabileceğini bizlere düşündürmektedir. 3 katılımcının yer aldığı “Bunların dışında kalan görüşler” bölümünde karşılaşılan düşünceler ise, bir eğitimci olarak önce kendimize iğneyi batırmamız gerektiğini hatırlatan cinstendir. Bu bağlamda verileri şu şekilde göstermek mümkündür:



**Grafik 4. Üçüncü Soru**

Öğrenci görüşleri belirleme anketinin en son sorusu; “MEB kurumlarından birinde *Türkçe* öğretmeni olarak görev yapıyorsunuz. ‘Yaratıcı Yazma’ dersiniz bağlamında 8. Sınıf öğrencilerinize ‘şehir-maddi kültür-gençlik’ temalı **dört** konu örneğinden birisini ‘deneme’ türünde seçip yazmalarını istiyorsunuz. Bu etkinlik için belirlediğiniz dört konu örneği hangileri olurdu?” şeklindedir. Nitekim bu görüş anketinin temel amacı, öğretmen adaylarının ilgili anahtar kavramlar dâhilinde yaratıcı düşüncelerini harekete geçirerek önceden edindikleri formal ve informal bilgilere (yukarıdaki cevaplarda da



açıkça ifade ettikleri) duygu değerini de ekleyip bu son soruda yapılandırarak tecrübe etmelerini sağlayabilmektedir. Bu bağlamda, dördüncü soruya verilen cevaplardan anahtar kavramları tam ya da kısmen karşılayan, ancak anket sorularının hedefini doğru algılayıp yansıtanlardan sadece bir tanesini çalışmanın boyutlarını da düşünerek burada vermeyi tercih ettik. 26 katılımcı öğrencinin vermiş olduğu 108 konu örneğinden seçilen “en kapsamlı” 26 örnek (katılımcı sırasına) göre şu şekildedir:

K1. Bir genç olarak, yaşadığınız şehrin maddi kültürü hakkında neler düşünüyorsunuz, yaşadığınız çevreyle örneklendirerek açıklayınız.

K2. Bir şehri ön plana çıkaran unsurlar ile yeni neslin sahip çıkması gereken kültürel öğeler nelerdir? (Açıklayınız.)

K3. Dil bilincine sahip olmak için maddi kültür öğelerinden ne şekilde faydalanmak istersiniz? Bu konuda yeni projeleriniz neler olurdu?

K4. Eğitim ve öğretim ortamlarında, gelecek nesillere kültürel değerlerimizi en iyi ne şekilde aktarabilirdiniz?

K5. Kendi kültürüne sahip çıkan bireyler, gençler yetiştirebilmemiz için maddi ve manevi kültürel materyalleri nasıl kullanabiliriz? (Hedeflediğimiz) Böyle bir gençliği nasıl yetiştirebiliriz?

K6. Bulduğunuz şehirdeki kültürel unsurlar nelerdir? Şehrinizde bulunan maddi kültür (unsurlarını) örneklerini korumak için genç bireyler ne(ler) yapmalıdır?

K7. Şehrinizi yeni baştan kurmak isteseyiz en çok neye yatırım yaptık? Neden?

K8. Şehirlerin (birbirinden) farklı maddi kültürlerle sahip olması ülke gençliğini (birlik-beraberlik açısından) etkiler mi?

K9. Kültür denen şey olmasa (yaşam) nasıl olurdu?

K10. Yaşadığınız şehrin maddi kültürü ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

K11. Yaşadığınız şehirde hiç tarihi eser olmadığını bir düşünün. Her şeyin yenisi yapıp eskisi yıkılıyor. Sen bu durumda ne düşünürsün?

Gençleri, kültürlerini tanımaya, sahip çıkmaya yönlendirmek için neler yapılabilir?

K12. Yaşadığınız şehrin kültürü size ne kadar tanıdık?

K13. Bulduğunuz bölgedeki maddi veya manevi kültür öğelerinden birini seçiniz ve seçtiğiniz bu kültür öğesinin geçmişten bugüne ne gibi değişimler geçirdiğini araştırarak yazınız.

K14. Muğla Kültür Evi'nde bulunan bir eşya olduğunuzu düşünün. Uzun yıllar oradasınız. Neler görmüş olabilirsiniz?

K15. Bir turist rehberi olduğunuzu hayal edin. Şehrinize gelen turistleri nerelere götürürdünüz? Onlara hangi kültür öğelerimizden bahsederdiniz? Vereceğiniz en önemli tavsiye ne olurdu?

K16. Yaşadığınız şehrin kültürü ve sizi anlatan bir deneme yazınız.

K17. Bir şehrin maddi ve manevi kültürü yeni gelecek nesillere nasıl aktarılabilir? Kültür aktarımı (doğal yolla) istendik şekilde yapılabilir mi? Yoksa yeni kuşaklar kendiliğinden mi öğrenir? Açıklayınız.



K18. Yaşadığınız şehirde bir zaman yolculuğuna çıktınız. Hangi zamana gittiniz? Neler değişti? Neler görüyorsunuz?

K19. Yaşadığınız şehirde bulunan ve dikkatinizi çeken maddi kültürümüzü oluşturan unsurlar nelerdir? Bunları korumamız gerektiğine inanıyor musunuz? Neden? Açıklayınız.

K20. Bir kültür evi oluşturmak isteseydiniz, yaşadığınız topluma özgü hangi unsurları mutlaka evinize koyardınız? Neden?

K21. Tarihi bir mekanda olduğunuzu düşünün. Oradaki maddi kültür unsurlarını nasıl betimlerdiniz? Bu mekanda kendinizi nasıl hissederdiniz?

K22. Şehir mi kültüre kültür mü şehre yön verir?

K23. Topkapı Sarayı, Ayasofya, Sultan Ahmet ve Selimiye Camileri denince akla gelen şeyler nelerdir? Bu mekanların gençlerde uyandırdığı duygular nelerdir?

K24. Öğretmen olarak atandığınız şehirdeki maddi kültürden öğrencilerinizi nasıl yararlandırırdınız? (Bulduğunuz şehirde) Maddi kültüre gençlerin ilgisini arttırmak için neler yapabiliriz?

K25. Geçmişten bugüne maddi kültür unsurlarının önemi ve korunması gerektiği (konusu) gençliğe nasıl kazandırılır?

K26. Bir şehrin maddi ve manevi kültürünü korumak için üzerimize düşen görevler nelerdir?

Anketin son sorusu için, yukarıdaki verilerin genel düzeyini değerlendirmek istersek şunlar belirtilebilir: Öncelikle katılımcı öğrenciler ankette, yaratıcı yazma dersi bağlamında, soru cümleleri oluşturma etkinliği dâhilinde, ana konu üzerindeki özgür düşüncelerini daha önceki bilgi birikimlerini de sentezleyerek “yaratıcı” bir faaliyette sunmuşlardır. Elbette soruların niteliği ders olarak işlenecek sınıf seviyesi (8) ve “deneme” türü göz önünde tutulduğunda tartışmaya açıktır. Kanımızca, soruların geneli 8. sınıf seviyesi üstünde olup *Deneme* türü için de çok uygun değildir. Diğer taraftan, henüz öğretmenlik deneyimi olmayan aday öğretmenlerden beklentimizi de karşılamaktadır. Zamanla tecrübe/deneyim denen olguyla birlikte sorular da demlenecek ve sınıf düzeyine indirgenecektir. Bu bakımdan henüz sorular “ham”dır. “pişmesi” için bir süre, kemale ermesi/olgunlaşması içinse epeyce uzun bir süre gençleri beklemektedir.

## Sonuç

Yukarıda verilen tüm bilgilerden hareketle çalışmanın genel sonucu için şunlar belirtilebilir: Şehir ve kültür kavramlarının öğretmen adaylarında çağrışımlarının ölçüldüğü görüş belirleme sorusunda şehir konusunda 16 katılımcıda “zenginlik, moda, kalite, gelişmişliğin fazla olduğu yer, medeniyet vd.” gibi olumlu görüşlerin yanı sıra 10 katılımcıda ise “kalabalık, hızlı yaşam, koşuşturma, boş vakti olmayan insanların olduğu yer, çok çalışmak zorunda olunan yer, insan seli, keşmekeş, karmaşa, gürültü, trafik, egzoz dumanları, elektirik - su kesintisi, çöp yığınları, kirlilik, kirli hava, rutinlik, beton yığınları, sürekli koşuşturmaca, bir yerlere yetişme telaşı” gibi olumsuz çağrışımlara da rastlanmıştır. Bu durumu genel bir ifade ile belirtmek gerekirse, olumlu görüş bildiren 16 katılımcı; hem olumlu hem olumsuz görüş bildiren 10 katılımcı; sadece olumsuz görüş bildiren 2 katılımcıya rastlanmıştır.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Kültür konusunda ise, iki katılımcı haricinde neredeyse tamamında “millet/toplum, maddi ve manevi değerler” kavramları genelde örneklerle açık ya da örtülü bir biçimde vurgulanmıştır.

Maddi kültür ve öğrenim görülen şehirden örnekler sorusu bağlamında ikinci sorunun kendi içinde değerlendirmesi yapılmak istenirse, “millet – somut – şehir”; “somut – şehir”; “millet – değer - şehir”; “millet –somut- değer - şehir”; manevi kültür dışında kalan kültürel unsurlar - şehir”; “tüm anahtar kavramlar dışında kalan veriler - şehir”; “sadece örnekler” şeklinde açılımlar gösteren katılımcı görüşlerine rastlanmış ve incelemede bu anahtar kavramlardan hareketle görüşler ele alınmıştır. Tüm görüşler göstermiştir ki, maddi kültür kavramına genel manada da olsa, -hatta sadece örneklerden yola çıkılarak bile- tüm katılımcılar vakıf görünmektedir.

Şehir, şehrin maddi kültürü, bu kültüre vakıf olma, şehre ve ülkeye aidiyet duygusunun pekişmesi ve yabancı ülkede yaşama ve o şehre ve kültüre aidiyet hissetme içeriklerini kapsayan üçüncü sorunun cevaplarını genel olarak değerlendirip bir yoruma ulaşmak istersek; dördüncü sınıf düzeyine gelmiş, üstelik yakın gelecekte ana dili öğretmeni olacak ve “milli kültür” temasıyla karşılaşacak genç adaylarda doğru kabul edilen görüş sayısı neredeyse katılımcı mevcudunun tamamına yakını içermektedir. Bu bakımdan, üçüncü soru için hem görüşlerin niteliği hem de niceliği bizim açımızdan tatminkâr olmuştur. Diğer taraftan, 3 katılımcıda rastlanan ve “Bunların dışında kalan görüşler” bölümüne alınan görüşler ise, bir eğitimci olarak önce kendimize iğneyi batırmamız gerektiğini hatırlatan cinstendir.

Yaratıcı yazma dersi bağlamında soru cümleleri oluşturma etkinliğini içeren son soruya, katılımcıların hepsi de özgür düşünceleri dâhilinde önceki bilgi birikimlerinden de beslenerek ve onları yenilerle sentezleyerek “yapılandırıcı” bir faaliyette sunabilmişlerdir. Her ne kadar soru seviyesi 8. Sınıf üzeri olsa da henüz öğretmenlik deneyimi olmayan aday öğretmenlerden beklentimizi karşılamaktadır.

Tüm bu bilgilerin ışığında, yaratıcı yazma dersi bağlamında uygulanan anketle, “genç insan”larda sınırları geniş ve bir o kadar da milletin bekası için “kutsal değerler” üzerinde bir “farkındalık” yaratılmış olmaktadır. Çalışmadan çıkan bulgular özde, katılımcıların neredeyse tamamına yakınının kültür kavramına hâkim olduklarını, çoğu öğrencinin millet-kültür kavramı arasında “kuvvetli duygusal bir ilişki” kurabildiğini, “şehir-maddi kültür-gençlik” temasından hareketle gerek formal gerekse informal eğitimle edindikleri bilgilerini yeniden yapılandırabildiklerini, elde ettikleri bu yeni kazanımlarını -yaratıcı yazma dersi gibi – ileride mesleki yaşamlarına ve dolayısıyla Z kuşağına aktarabilme gücüne vakıf olduklarını göstermektedir.

## Kaynaklar

Ekici, Metin 2007. *Halk Bilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri*. Genişletilmiş 2. Baskı. Ankara: Geleneksel Yayınları.

MEB (2006a). *İlköğretim Türkçe Dersi (6., 7. ve 8. Sınıflar) Öğretim Programı* Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi.

\_\_\_\_\_(2006b). MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı İlköğretim Halk Kültürü (6. SINIF) Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu (<http://ttkb.meb.gov.tr/program2.aspx> Erişim tarihi: 26 Mayıs 2014).





Tan, Nail 1988. *Folklor (Halkbilimi) Genel Bilgiler*. 2. Baskı. İstanbul: Halk Kültürü Yayınları.

Tanpınar, Ahmet Hamdi 2001. *Beş Şehir*. 16. Basım. İstanbul: Dergah Yayınları.

Tuna, Turhan Sibel 2015. “Türkçenin Eğitimi - Öğretimi Bağlamında Muzaffer İzgü’nün ‘Bayram Yeri’ Adlı Hikâyesinde ‘Millî Kültür’ Teması ve Türk Kültüründen Damlalar”. *Türkçenin Eğitimi - Öğretimine Yönelik Çalışmalar*. Editörler: Prof. Dr. Mustafa Volkan Çoşkun vd. Tübitak; Pegem Akademi; Muğla Sutkı Koçman Üni. Yayınları.

### **Katılımcılar**

1. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
2. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
3. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
4. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
5. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
6. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
7. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
8. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
9. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
10. Erkek – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
11. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
12. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
13. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
14. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
15. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
16. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
17. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
18. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
19. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
20. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
21. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
22. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
23. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
24. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
25. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf
26. Bayan – Türkçe Eğitimi 4. Sınıf

### **Ek1:**

#### **Yaratıcı Yazma Dersi Etkinliği Bağlamında “Şehir-Maddi Kültür- Gençlik” Konularına Yönelik Öğrenci Görüşleri Belirleme Anketi**

1. Size göre, “şehir” ve “kültür” kavramları hangi diğer kavramları zihninizde çağırılmaktadır?

Şehir.....  
.....  
.....  
.....



.....  
.....

## Kültür

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. Size göre, maddi kültür nedir? Öğrenim gördüğünüz şehrin bildiğiniz maddi kültür unsurlarından örnekler veriniz.

3. Size göre, bir şehrin maddi kültürüne vakıf olmak o şehre ve dolayısıyla ülkenin milli kültürüne aidiyet duygunuzu pekiştirir mi? Nasıl? Yabancı bir ülkede, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak öğrenim görseydiniz bu soruya cevabınız ne şekilde olurdu?

4. MEB kurumlarından birinde *Türkçe* öğretmeni olarak görev yapıyorsunuz. “Yaratıcı Yazma” dersiniz bağlamında 8. Sınıf öğrencilerinize “şehir-maddi kültür-gençlik” temalı **dört** konu örneğinden birisini “deneme” türünde seçip yazmalarını istiyorsunuz. Bu etkinlik için belirlediğiniz dört tane konu örneği hangileri olurdu?



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Üniversite Gençliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Hizmet Kalitesine İlişkin Algıları: Kötekli Kampüsü Örneği*

<sup>1</sup>Hulusi Doğan, <sup>1</sup>Derya Güney, <sup>1</sup>Vedat Göller, <sup>1</sup>Şeyhmus Demircan

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

### **Özet**

Bu çalışmanın ana amacı üniversite öğrencilerinin yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin algı ve beğenilerini belirlemektir. 2015 yılı Eylül ve Ekim aylarında Muğla Üniversitesi Kötekli Kampüsü civarında faaliyette olan yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet satın alan öğrencilere yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. 456 öğrencinin katıldığı araştırma 2015 yılı Kasım ayında tamamlanmıştır. Araştırma sonuçları (t-test ve Anova analizleri) öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesiyle ilgili 8 adet faktör grubuna yönelik algı ve beğeni düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Yiyecek-içecek işletmesi, Öğrenci, Memnuniyet, Muğla.

*A Research Study for University Students' Perceptions and Satisfaction About Service Quality of Food&Beverage Firms: Example of Kötekli Campus*

### **Abstract**

This study aims to measure the perceptions and satisfaction of university students about service quality of food and beverage firms. Students, buying service from food and beverage firms around Kötekli Campus, were included in the research. At the end of the survey completed in November 2015, a total of 456 completed questionnaires were returned. Research results (t-test and Anova tests) do indicate that there are statistical differences between the perceptions and satisfaction levels of students with 8 research factor groups.

**Keywords:** Food and beverage firm, Student, Satisfaction, Muğla.



## Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki çarpıcı gelişmelerle birlikte özellikle son 40-50 yıl içerisinde dünya ekonomisinde hizmet sektörünün payı ve önemi çarpıcı şekilde bir artış göstermiştir. Dünya ekonomisine ilişkin genel veriler gelişmiş ülkelerin ötesinde, gelişmekte olan ülkelerde de hizmet sektörünün ülke ekonomisi içerisindeki payının yükseldiğini göstermektedir. Örneğin ülkemizde 1960'lı yıllarda hizmet sektörünün GSMH içindeki payı % 40'larda iken bu oran 2000'li yıllarda % 70'leri bulmuştur (Demircan, 2012). Benzer şekilde Yunanistan, Romanya, Hindistan, Brezilya gibi dünyanın farklı bölgelerindeki ülkelerde de hizmet sektörünün GSMH içerisindeki payının önemli oranda yükseldiği görülmektedir. Nitekim veriler gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hizmet sektöründe çalışan işgücü oranının da yükseliş gösterdiğini ortaya koymaktadır. 1990'lı yıllarda ABD, İngiltere ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerde % 70'lerde olan hizmet sektöründe istihdam oranı bugün bu ülkelerde % 90'ları bulmaktadır. Belçika, Danimarka, İspanya gibi Avrupa ülkelerinde de hizmet sektöründe istihdam edilenlerin oranının % 70'leri bulunduğu görülmektedir (Öztürk, 2005). Ülkemizde 1960'lı yılların başında % 10'larda olan hizmet sektöründe istihdam oranı bugün % 50'lere ulaşmış bulunmaktadır (Demircan, 2012).

Hizmet sektörünün ekonomi içerisindeki payı ya da hizmet sektöründeki istihdam oranı bugün gelişmişliğin önemli göstergelerinden biri olarak nitelendirilebilmektedir. Nitekim hizmet sektöründe istihdam oranının az gelişmiş ülkelerde çok düşük düzeylerde kaldığı belirlenmiştir. Örneğin hizmet sektöründe çalışan işgücü oranı Meksika'da % 29.9, Bangladeş'te % 28.3 ve Etiyopya'da % 9.7'dir. Dünyada en fazla hizmet ihraç eden ülkelere bakıldığında da ABD, Fransa, Almanya, İtalya ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerin başı çektiği görülmektedir (Öztürk, 2005; Atik, 2000).

Dünya ekonomisinde hizmet sektörünün payının bu derece artmasında bilgi ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmelerin yanı sıra dünya genelinde refah düzeyinin artması, iş yaşamında kadınların daha fazla yer alması, ürün ve yaşam karmaşıklığının artması ve insanların kendilerine ve eğlenceye (gezme, dinlenme vb) daha fazla zaman ayırma isteklerinin etkili olduğu söylenebilir (Öztürk, 2005; Hacıfendioğlu ve Koç, 2009). Bu açıdan bakıldığında üniversite gençliğinin de genel anlamda yeme-içme, barınma, eğitim ve eğlence dörtgeni arasında faaliyetlerini yürütmeye çalıştığı ve yaşam karmaşıklığının üstesinden gelmeye çalıştığı ifade edilebilir. Üniversite gençliğinin yeme-içme, barınma, eğitim ve eğlence hizmet sektörlerinin ana müşterileri olduğunu belirtmek de olanaklıdır. Dolayısıyla üniversite gençliğinin hizmet satın aldığı işletmelerden ne derece memnuniyet duyduğu ve buna etki eden unsurların irdelenmesi de ayrı bir önem taşımaktadır.

Fiziksel ürünlerin (malların) tersine hizmetlerin dokunulamaz ve stoklanamaz oluşu, türdeş olmaması, üretim ve tüketimin eş zamanlı gerçekleşmesi gibi temel özellikleri hizmetleri müşteri memnuniyeti açısından daha hassas bir konuma getirebilmektedir (Özgüven, 2008; Yüksel ve Mermud, 2004; Burucuoğlu, 2011). Kuaförlük hizmetinde olduğu gibi müşterilerin hizmet üretimine doğrudan katılabilmesi/etki edebilmesi geleneksel 4P (ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma) karmasına insan, fiziksel kanıtlar ve süreç gibi ek bir 3P'nin de katılımına zemin oluşturmaktadır (Midilli, 2011; Taşkın ve Kurubaş, 2002).

Özellikle hizmetlerin soyut oluşu insan unsurunun hizmetin üretimi ve müşteri memnuniyetindeki hassas konumunu ön plana çıkarmaktadır. Bir restoranda garsonun



kibar ve güler yüzlü yaklaşımı müşteri memnuniyetine doğrudan ve önemli oranda etki edebilen bir unsur olabilmektedir. Broşür, kartvizit, ya da davetiyeler hizmeti temsil edecek, destekleyecek fiziksel kanıtlardır. Öte yandan hizmetlerde müşteriler hizmetin üretim sürecindeki bekleme zamanından etkilenebilmektedir. Örneğin bankalar hizmetin üretim sürecini ve müşterilerin bekleme süresini kısaltmak amacıyla otomatik vezne makinelerini (ATM'leri) müşterilerin kullanımına sunmuşlardır (Öztürk, 2005; Uzundağ, 2013). Tüm bu unsurlar ekseninde fiziksel ürünlerin (malların) tersine, hizmetlerde bir standart sağlama ve müşteri memnuniyeti yaratabilmenin güçlüğü kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Üniversite öğrencilerinin vazgeçilmezleri arasında yer alan ve hizmet sektörünün temel aktörlerinden olan yiyecek-içecek (restoran, cafe, fast-food vb) işletmelerinin müşteri memnuniyeti yaratmada ne derece başarılı oldukları irdelenmeye değer bir konudur.

### Araştırma

Araştırmanın amaç, yöntem ve kapsam itibariyle taşıdığı genel ve teknik nitelikler şunlardır:

#### Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, üniversite gençliğinin yiyecek-içecek işletmelerindeki hizmet kalitesine yönelik algı ve beğenilerini belirlemektir. Üniversite öğrencilerinin okudukları sınıf, cinsiyet, yeme sıklığı ve aylık gelir düzeyleri gibi demografik özellikleri ile yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin algı ve memnuniyet düzeyleri arasında bilimsel açıdan bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi çalışmanın ana hedefleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda araştırmada test edilecek ana ve alt hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır:

*H<sub>1</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin "hizmet kalitesi"ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.*

H<sub>1a</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1b</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1c</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1d</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1e</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1f</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1g</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H<sub>1h</sub>: Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.



*H<sub>2</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin “hizmet kalitesi”ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2a</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2b</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2c</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2d</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2e</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2f</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2g</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>2h</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin “hizmet kalitesi”ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3a</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3b</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3c</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3d</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3e</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3f</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3g</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>3h</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>4</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin “hizmet kalitesi”ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.*

*H<sub>4a</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.*



H<sub>4b</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H<sub>4c</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H<sub>4d</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H<sub>4e</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H<sub>4f</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H<sub>4g</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H<sub>4h</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

### **Araştırmanın Önemi**

Araştırma, Muğla şehir merkezine 10 km uzaklıkta bulunan Kötekli Kampüsü çevresindeki yiyecek-içecek işletmelerindeki “hizmet kalitesini” konu edinmektedir. Kampüsün il merkezine uzak olması, ulaşımın zaman alması ve ek masraf oluşturması kampüs çevresindeki yiyecek-içecek işletmelerini öğrenciler için bir anlamda vazgeçilmez hale getirebilmektedir. Kötekli kampüsü çevresindeki sınırlı alternatif olanağı, öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki “hizmet kalitesine” ilişkin algı ve beğeni düzeylerini de araştırmaya değer kılmaktadır. Öğrencilerin mevcut işletmelerden ne derece memnun olduğu, işletmelerin de hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti konularında yeterlilik ya da eksikliklerini görebilme bağlamında bir tür fırsat sağlaması açısından araştırma önem arz etmektedir.

### **Araştırmanın Kapsamı**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Kötekli Kampüsü’nde eğitim görmekte olan öğrenciler araştırma kapsamına alınmıştır. Bir başka ifadeyle Kötekli Bölgesi’nde bulunan yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet satın almış olan öğrenciler araştırmanın ana kütlesini oluşturmaktadır. Kötekli Bölgesi’ndeki yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet satın almakta olan öğrencilerden “yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin algı ve beğenilerini” belirlemeye yönelik anketleri doldurmaları talep edilmiş ve ankete katılımın gönüllülük esasına dayandığı belirtilmiştir. 2015 yılı Eylül ve Ekim aylarında gerçekleştirilen araştırmaya toplam 470 öğrenci katılmış ve toplam 456 anket değerlendirmeye alınmıştır. Eksiklikler içeren 14 anket araştırma dışında bırakılmıştır.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin Kötekli Kampüsünde bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin “hizmet kalitesine ilişkin algı ve memnuniyetlerini belirlemeye yönelik anketler Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından geliştirilen ve literatürde kullanılan SERVQUAL ölçeğinden alınmış ve uyarlanmıştır. SERVQUAL ölçeği, fiziksel görünüm, güvenilirlik, sorumluluk, güven ve empati olarak adlandırılan beş faktör grubu üzerine



kurulmuştur (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988:23). “Fiziksel görünüm” faktör grubunda 6 önerme (Cronbach Alfa=0.852), “güvenilirlik” faktör grubunda 10 önerme (Cronbach Alfa=0.909), “sorumluluk” faktör grubunda 2 önerme (Cronbach Alfa=0.786), “güven” faktör grubunda 4 önerme (Cronbach Alfa=0.844) ve “empati” faktör grubunda ise 10 önerme (Cronbach Alfa=0.940) yer almaktadır. Araştırmada kullanılan “fiyat”, “müşteri tatmini” ve “müşteri sadakati” faktör gruplarında yer alan önermeler de Kuo-Ming Lin (2006) tarafından geliştirilen ölçekten alınmıştır. “Fiyat” faktör grubu içerisinde 4 önerme (Cronbach Alfa=0.915), “müşteri tatmini” faktör grubunda 5 önerme (Cronbach Alfa=0.917) ve “müşteri sadakati” faktör grubunda da 5 önerme (Cronbach Alfa=0.912) yer almaktadır.

Araştırmada kullanılan anketlerin ilk bölümünde üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanan 6 adet soru yer almaktadır. Anketlerin ikinci bölümünde 8 faktör grubundan oluşan toplam 46 önerme bulunmaktadır. Bu bölümdeki önermelerin cevaplandırılmasında 5’li Likert (“kesinlikle katılmıyorum” ifadesi için 1, “kesinlikle katılıyorum” ifadesi için 5 rakamı) Ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmada 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte bulunan önermeler 1-Kesinlikle Katılmıyorum ve 5- Kesinlikle Katılıyorum yargılarıyla eşleşmektedir. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 açık uçlu soru bulunmaktadır.

Anket formları ile elde edilen verilerin analizinde SPSS 20.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin “hizmet kalitesi”ne ilişkin algı ve beğeni farklılıkları t-test ve Anova (Oneway-Tukey) analizleri ile test edilmiştir.

## **Araştırma Bulguları**

### **Demografik Bulgular**

Tablo 1’de görüleceği üzere öğrencilerin % 49.8’si kız, % 50’si erkektir. Öğrencilerin % 24.6’sı birinci sınıf, % 20.8’i ikinci sınıf, % 26.3’ü üçüncü sınıf, % 24.1’i de dördüncü sınıf öğrencisidir. Lisansüstü eğitimi almakta olan öğrencilerin oranı da % 4.2’dir. Kişisel aylık geliri 1-500 TL arasında olanların oranı % 28.9 iken, 501-750 TL arasında aylık geliri olanların oranı % 33.6’dır. 751-1000 TL arasında aylık geliri olan öğrencilerin oranı % 20.6, 1001 ile 1500 TL arasında aylık geliri olanların oranı da % 10.1’dir. Aylık geliri 1500 TL’nin üzerinde olan öğrencilerin oranı ise % 6.8’dir.





**Tablo 1. Öğrencilere Ait Demografik Bulgular**

<i>Sınıf</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
I. Sınıf	112	24.6	Kız	227	49.8
II. Sınıf	95	20.8	Erkek	229	50.2
III. Sınıf	120	26.3	<b><i>Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı</i></b>	<b><i>Frekans</i></b>	<b><i>Yüzde</i></b>
IV. Sınıf	110	24.1			
Lisansüstü	19	4.2	Her gün	98	21.5
<b><i>Aylık Gelir</i></b>	<b><i>Frekans</i></b>	<b><i>Yüzde</i></b>	Haftada 2-3 gün	311	68.2
1-500 TL	132	28.9	Ayda 1-2 gün	47	10.3
501-750 TL	153	33.6	<b><i>Tercih Nedenleri</i></b>	<b><i>Frekans</i></b>	<b><i>Yüzde</i></b>
751-1000 TL	94	20.6	Ulaşım Kolaylığı	212	46.5
1001-1500 TL	46	10.1	Hizmet Kalitesi	194	42.5
1501 ve üzeri	31	6.8	Temizlik	155	34.0
<b><i>Tekrar Geliş</i></b>	<b><i>Frekans</i></b>	<b><i>Yüzde</i></b>	Fiyat	165	36.2
1-5	146	32.0	Atmosfer (Ambiyans)	153	33.6
6-10	134	29.4	Başka Alternatif Olmaması	83	18.2
11-20	71	15.6	Diğer	18	3.9
21 ve üzeri	105	23.0			

Her gün dışarıda yemek yemeyi tercih eden öğrencilerin oranı % 21.5'dir. Haftada 2-3 gün dışarıda yemek yemeyi tercih eden öğrencilerin oranı % 68.2, ayda 1-2 gün dışarıda yemek yiyenlerin oranı da % 10.3'dür. Öğrencilerin bir yiyecek-içecek işletmesini tercihlerinde belirleyici olan unsurların başında % 46.5 ile ulaşım kolaylığının geldiği belirlenmiştir. Bunu % 42.5 ile hizmet kalitesi, % 36.2 ile fiyat, % 34 ile temizlik, % 33.6 ile atmosfer (ambiyans) izlemektedir. % 18.2 ile alternatif kısıtlılığının da öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tercihlerinde belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Aynı işletmeyi 1-5 kez tercih edenlerin oranı % 32, 6-10 kez tercih edenlerin oranı % 29.4, 11 ile 20 kez arasında tercih edenlerin oranı da % 15.6'dır. Aynı yiyecek-içecek işletmesini 20'den fazla tercih etmiş olanların oranı da % 23'dür.

### **Araştırma Bulguları**

Tablo 2'de yer alan araştırma sonuçlarına bakıldığında, öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini "fiziksel görünüm" itibariyle genel anlamda başarılı buldukları (ort=3.573, s.sap=0.824) belirlenmiştir. Yiyecek-içecek işletmelerinin öğrenciler açısından "güvenilirliği" de tatminkar boyuttadır (ort=3.541, s.sap=0.842). Öğrenciler yiyecek-içecek işletmelerini "sorumluluk bilinci" açısından da genel anlamda yeterli



bulmaktadırlar (ort=3.523, s.sap=0.945). “Güven” faktör grubu itibariyle de öğrencilerin genel memnuniyet düzeyi yüksektir (ort=3.576, s.sap=0.903). Ayrıca öğrencilerin yiyecek-İçecek İşletmelerini “empati becerileri” açısından yeterli buldukları (ort=3.559, s.sap=0.872) belirlenmiştir.

**Tablo 2.** Öğrencilerin Yiyecek İçecek İşletmelerinin Hizmet Kalitesine İlişkin Algı ve Beğenileri: Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

FAKTÖR GRUPLARI	Min.	Max.	Ort.	Std. Sap.
FİZİKSEL GÖRÜNÜM	1.0	5.0	3.573	0.824
GÜVENİLİRLİK	1.0	5.0	3.541	0.842
SORUMLULUK	1.0	5.0	3.523	0.945
GÜVEN	1.0	5.0	3.576	0.903
EMPATİ	1.0	5.0	3.559	0.872
FİYAT	1.0	5.0	3.271	1.139
TATMİN	1.0	5.0	3.428	0.970
SADAKAT	1.0	5.0	3.488	1.021

Öğrencilerin “fiyat”, “tatmin” ve “sadakat” faktör gruplarına ilişkin algı ve memnuniyet düzeylerinin diğer faktör gruplarına oranla daha düşük olduğu belirlenmiştir. Özellikle “fiyat” öğrencilerin genel memnuniyet düzeyinin en düşük olduğu faktör grubudur (ort=3.313, s.sap=1.085). Bunu tatmin (ort=3.418, s.sap=0.977) ve sadakat (ort=3.488, s.sap=1.021) faktör grupları izlemektedir.

**Tablo 3.** Kız ve Erkek Öğrencilerin Yiyecek İçecek İşletmelerinin Hizmet Kalitesine İlişkin Algı ve Beğeni Farklılıkları: T-Test Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Erkek Öğrenciler (N=229)		Kız Öğrenciler (N=227)		T-Test		
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.	F	P	Hipotez Sonucu
H <sub>1a</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-İçecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.	3.597	0.846	3.548	0.802	2.241	0.064	Red

H <sub>1b</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.	3.54 4	0.87 2	3.53 7	0.81 3	1.868	0.115	Red
H <sub>1c</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.	3.52 2	0.99 5	3.52 4	0.89 4	1.422	0.226	Red
H <sub>1d</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.	3.56 1	0.93 2	3.59 1	0.87 5	0.462	0.763	Red
H <sub>1e</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.	3.51 7	0.94 4	3.60 0	0.79 6	0.428	0.789	Red
H <sub>1f</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları arasında farklılık bulunmaktadır.	3.23 9	1.17 2	3.30 3	1.10 7	0.864	0.601	Red
H <sub>1g</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.	3.42 4	1.00 5	3.43 3	0.93 7	1.096	0.192	Red
H <sub>1h</sub> : Kız ve erkek öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.	3.41 9	1.08 1	3.55 6	0.95 6	1.352	0.250	Red

p<0.05

Tablo 4'te görüleceği üzere yapılan Anova (Oneway-Tukey) analizi sonuçlarına göre öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin algı ve beğenilerinin dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle H<sub>2</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Anova analizi sonuçlarına göre "H<sub>2f</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir" (p=0.027<0.05) ve "H<sub>2g</sub>: Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir" (p=0.043>0.05) alt hipotezleri kabul edilmiştir.

**Tablo 4.** Öğrencilerin Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı Değişkenine Bağlı Olarak Yiyecek İçecek İşletmelerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algı ve Beğeni Farklılıkları: Anova (Oneway-Tukey) Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P	Hipotez Sonucu
H <sub>2a</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	3.540 296.711 300.251	3 439 442	1.180 0.676	1.746	0.157	Red
H <sub>2b</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	4.425 290.806 295.231	3 413 416	1.475 0.704	2.095	0.100	Red
H <sub>2c</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	1.270 400.235 401.505	3 446 449	0.423 0.897	0.472	0.702	Red
H <sub>2d</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.512 356.890 362.402	3 441 444	1.837 0.809	2.271	0.080	Red
H <sub>2e</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	3.282 322.529 325.810	3 425 428	1.094 0.759	1.441	0.230	Red
H <sub>2f</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	10.767 512.244 523.012	3 441 444	3.589 1.162	3.090	0.027	Kabul*
H <sub>2g</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	7.758 416.602 424.360	3 441 444	2.586 0.945	2.737	0.055	Red
H <sub>2h</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri dışarıda yemek yeme sıklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	7.032 455.187 462.219	3 440 443	2.344 1.035	2.266	0.080	Red

\*p<0.05

Yapılan (Anova-Tukey Post Hoc) test sonuçlarına göre, dışarıda her gün yemek yeme alışkanlığı olan öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin memnuniyet düzeylerinin, ayda 1-2 kez dışarıda yemek yeme alışkanlığı olan öğrencilere göre daha yüksek olduğu (ort. farkı=-0.560; p<0.05) belirlenmiştir.

**Tablo 5.** Öğrencilerin Aylık Gelir Değişkenine Bağlı Olarak Yiyecek İçecek İşletmelerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algı ve Beğeni Farklılıkları: Anova (Oneway-Tukey) Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P	Hipotez Sonucu
H <sub>3a</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	0.965 299.286 300.251	4 438 442	0.241 0.683	0.353	0.842	Red
H <sub>3b</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	1.665 293.566 295.231	4 412 416	0.416 0.713	0.584	0.674	Red
H <sub>3c</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	4.216 397.289 401.505	4 445 449	1.054 0.893	1.180	0.319	Red
H <sub>3d</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	2.839 359.563 362.402	4 440 444	0.710 0.817	0.868	0.483	Red
H <sub>3e</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.089 320.721 325.810	4 424 428	1.272 0.756	1.682	0.153	Red
H <sub>3f</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	14.142 564.833 578.975	4 442 446	3.535 1.278	2.767	0.027	Kabul*
H <sub>3g</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.946 410.564 416.510	4 438 442	1.487 0.937	1.586	0.177	Red
H <sub>3h</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.282 456.937 462.219	4 439 443	1.321 1.041	1.269	0.281	Red

\*p<0.05

Tablo 5'te görüleceği üzere "öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine yönelik algı ve beğenileri aylık gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir" şeklinde ifade edilen H<sub>3</sub> hipotezi ile "H<sub>3f</sub>:Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları aylık gelir düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir" alt hipotezi yapılan Anova analizleri sonucunda kabul edilmiştir (p=0.019<0.05). Ayrıca (Anova Post Hoc Test sonuçlarına göre) kişisel aylık geliri 1500 TL'nin üzerinde olan öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin memnuniyet düzeylerinin 1-500 TL aylık geliri olanlar (ort. farkı=-0.557; p<0.05) ile 501-750 TL aylık geliri olanlara (ort. farkı=0.473; p<0.05) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.



**Tablo 6.** Öğrencilerin Okudukları Sınıfa Bağlı Olarak Yiyecek İçecek İşletmelerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algı ve Beğeni Farklılıkları: Anova (Oneway-Tukey) Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P	Hipotez Sonucu
H <sub>4a</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin fiziksel görünümüne ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	6.021 294.230 300.251	4 438 442	1.505 0.672	2.241	0.064	Red
H <sub>4b</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin güvenilirliğine ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.260 289.971 295.231	4 412 416	1.315 0.704	1.868	0.115	Red
H <sub>4c</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin sorumluluk bilincine ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.068 396.437 401.505	4 445 449	1.267 0.891	1.422	0.226	Red
H <sub>4d</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerine ilişkin güven düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	1.517 360.885 362.402	4 440 444	0.379 0.820	0.462	0.763	Red
H <sub>4e</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinin empati kurma becerilerine ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	1.309 324.501 325.810	4 424 428	0.327 0.765	0.428	0.789	Red
H <sub>4f</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerindeki fiyatlara ilişkin algılamaları okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	4.075 518.937 523.012	4 440 444	1.019 1.179	0.864	0.486	Red
H <sub>4g</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerinden almış oldukları hizmete yönelik tatmin düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	4.185 420.175 424.360	4 440 444	1.046 0.955	1.096	0.358	Red
H <sub>4h</sub> : Öğrencilerin yiyecek içecek işletmelerini tekrar tercih etme (sadakat) düzeyleri okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	5.626 456.593 462.219	4 439 443	1.407 1.040	1.352	0.250	Red

\*p<0.05

Yapılan Anova (Oneway-Tukey) analizleri sonucunda öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin algı ve beğenilerinin okudukları sınıfa bağlı olarak farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle H4 hipotezi ve alt hipotezler reddedilmiştir (Tablo 6).



**Tablo 7.** Öğrenci Memnuniyeti Bağımlı Değişkeni ile Bağımsız Değişkenler Arasındaki Regresyon (Stepwise) Analizi

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	239.138	239.138	711.165	.000	
Residual	128.452	.336			
Total	367.590				
2 Regression	269.572	134.786	523.923	.000	
Residual	98.017	.257			
Total	367.590				
3 Regression	280.140	93.380	405.771	.000	
Residual	87.449	.230			
Total	367.590				
Model (Anova <sup>a</sup> )	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.807 <sup>b</sup>	.651	.650	.57988	
2	.856 <sup>c</sup>	.733	.732	.50721	
3	.873 <sup>d</sup>	.762	.760	.47972	
Model (Beta Değerleri)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
1 Constant	.229	.124		1.845	.066
Empati	.905	.034	.807	26.668	.000
2 Constant	.252	.108		2.326	.021
Empati	.564	.043	.503	13.059	.000
Fiyat	.362	.033	.419	10.877	.000
3 Constant	-.025	.110		-.230	.818
Empati	.330	.054	.294	6.162	.000
Fiyat	.321	.032	.372	10.040	.000
Güvenilirlik	.351	.052	.298	6.777	.000

a. Dependent Variable: memnuniyet

b. Predictors: (Constant), empati

c. Predictors: (Constant), empati, fiyat

d. Predictors: (Constant), empati, fiyat, güvenilirlik

Tablo 7’de görülen regresyon analizi ile “öğrenci memnuniyeti” bağımlı değişkenini etkileyen bağımsız değişkenler belirlenmiş ve hesaplanan regresyon katsayılarının anlamlı olup olmadığı Anova tablosu aracılığı ile yapılan F testi uygulanarak bulunmuştur. Buna göre “empati”, “fiyat” ve “güvenilirlik” değişkenlerinin öğrencilerin genel memnuniyet düzeyleri üzerinde % 76 etkili olduğu belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle “empati”, “fiyat” ve “güvenilirlik” genel öğrenci memnuniyetine ilişkin varyansın % 76’sını açıklamaktadır. Bu etki Anova yolu ile test edildiğinde % 1 seviyesinde ( $p=0.000<0.01$ ) anlamlı olduğu görülmektedir. Öğrenci memnuniyetine etki açısından ilk sırada “fiyat” değişkeni (Beta=0.372) yer almaktadır. Fiyatı sırasıyla “güvenilirlik” (Beta=0.298) ve “empati” (Beta=0.294) değişkenleri izlemektedir.

### Sonuç ve Öneriler

Araştırmadan çıkarılacak sonuçları şu şekilde sıralamak olanaklıdır;

- Öğrencilerin Kötekli kampüsü civarında yerleşik yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesinden genel anlamda memnun olduğu,



- Ancak fiyat ve sadakat (tekrar tercih) noktasında memnuniyet düzeyinin biraz daha düşük olduğu,
- Yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin öğrenci algı ve memnuniyetlerinin cinsiyet bağlamında bir farklılık göstermediği,
- Aylık gelir düzeyi yüksek olan öğrencilerin, düşük gelir düzeyinde olan öğrencilere göre yiyecek-içecek işletmelerinin fiyatlarından daha memnun olduğu,
- Dışarıda yemek yeme alışkanlığı yüksek (sık) olan öğrencilerin, bu alışkanlığa daha az sahip olanlara oranla yiyecek-içecek işletmelerinin fiyat ve hizmetlerinden daha memnun olduğu,
- Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerini tercihte ilk 3 sırada yakınlık (erişim kolaylığı), hizmet kalitesi ve fiyat unsurunun belirleyici olduğu,
- Ancak fiyatın, öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinden memnuniyetine ilk sırada etki eden unsur olduğu, ve fiyat değişkenini
- Yiyecek-içecek işletmelerinin “güvenilirliği” ile “empati” becerisinin izlediği belirlenmiştir.

#### Araştırmadan çıkarılabilecek öneriler

- Öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerinin fiyatlarına ilişkin memnuniyet düzeylerinin düşük olmasının nedenlerinin araştırılması,
- Yiyecek-içecek işletmelerinin öğrenci memnuniyetine yönelik ne tür farklı fiyatlandırma stratejilerinin geliştirilebileceğinin araştırılması,
- Yiyecek-içecek işletmelerinin öğrencileri ve onların beklentilerini anlamaya yönelik bir duyarlılık politikası geliştirmesi,
- Dışarıda yemek yeme alışkanlığı düşük olan öğrencilere yönelik işletmelerin etkili pazarlama stratejileri ve politikaları geliştirmesi,
- Aylık gelir düzeyi düşük öğrencilere yönelik ne tür kampanyaların geliştirilebileceğinin araştırılması,
- Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyleri ile beklentilerinin belirlenmesine yönelik benzer araştırmaların periyodik olarak gerçekleştirilmesi şeklinde sıralanabilir.

#### Kaynakça

Atik, H. (2000), “Hizmet Ekonomisi Göstergeleri ve Türkiye”, *A.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C. 14, S. 1: 33-49.

Burucuoğlu, M. (2011), *Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi SBE, İşletme Bölümü, Karaman.

Öztürk, S. (2005), *Hizmet Pazarlaması*, Ekin Kitabevi, 5. Baskı, Bursa.

Yüksel, Ü. ve Mermod Yüksel, A. (2004), *Hizmet Pazarlaması*, 1. Baskı, İstanbul.





T.C.  
MUĞLA SİTKİ KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Hacıfendioğlu, Ş. ve Koç, Ü. (2009), “Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2): 146-167.

Lin, K. M. (2006), *An Examination of the Relationship Between Experiential Marketing Strategy and Guests' Leisure Behavior in Taiwan Hot-Spring Hotels*, Doctorate Thesis, United States Sports Academy, USA.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.

Demircan, E. (2012), İstihdam ve İşgücü Piyasası Raporu, <http://www.karacadag.org.tr>. Erişim Tarihi: 17.02.2016

Özgül, N. (2008), “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8 (2): 651-682.

Midilli, Ö. (2011), *Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Pazarlamaya Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi SBE, İşletme Bölümü, İstanbul.

Taşkın, E. ve Kurubaş, E. (2002), “Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite: Kütahya'daki Özel Dersane Öğrencileri İle İlgili Bir Saha Araştırması”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (7): 203-224.

Uzundağ, Ş. (2013), *Türkiye’de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi: Aydın İli Merkezinde Görev Yapan Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi SBE, İşletme Bölümü, Aydın.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Mobilya Sektöründeki Genç Lider Yöneticilerin İnovasyon Anlayışı*

<sup>1</sup>Tahsin Çetin, <sup>1</sup>Mehmet Çolak,

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Teknoloji Fakültesi, Ağaççşleri Endüstri Mühendisliği, 48000, Muğla  
tahsincetin@mu.edu.tr , cmehmet@mu.edu.tr

### **Özet**

Günümüzün hızla değişen rekabet ortamında ayakta kalabilmek için şirketlerimizin ürünlerini, kurumsal hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli olarak değiştirmeleri ve yenilemeleri gerekmektedir. Yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri kapsar. Yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirme, yeni düşüncelerden doğar. Yenilik-inovasyon sürekliliği olan bir faaliyettir. Bu nedenle, ortaya atılan, geliştirilerek işler hale getirilen ve sonuçta firmaya rekabet gücü kazandıracak şekilde pazarlanan bu fikirlerin ve sonuçlarının tekrar tekrar değerlendirilmesi ve yeni getiriler için yaygınlaştırılarak kullanılması gerekir. Bu sayede doğacak yeni fikirlerse yenilik-inovasyon faaliyetlerini ortaya çıkarır.

Bu çalışmanın amacı olarak mobilya sektöründeki işletmelerde çalışan yöneticilerin yenilikçi bakış açısının ne durumda olduğunu araştırmak ve söz konusu işletmelerdeki Ar-Ge/Ür-Ge birimlerinde çalışan yönetici konumundaki personelin çalışmalarını yürütürken kişisel olarak risk alıp almadığını, yenilik-inovasyon girişimlerini tespit etmektir. Yapılan araştırmayla bu sorunların ortaya çıkarılması ve analiz edilmesi amaçlanarak söz konusu işletmelere ve literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Araştırma-Geliştirme, Genç Lider, Girişimcilik, İnovasyon, Mobilya Sektörü.

### **Innovation Understanding of the Young Lead Managers in the Furniture Sector**

#### **Abstract**

In today's fast-changing competitive environment, companies need to change and renew their products, institutional services and production methods constantly in order to survive. This process covers all steps taken for developing new or improved products, services or production methods and turning them into commercial income. Developing new or improved products, services or production methods requires new thoughts. Innovation is process that needs continuity. Therefore, these thoughts that are put forward, developed, made functional and marketed in a manner to provide the company with further competitive power and their results should be assessed repeatedly and they should be used frequently for new returns. New ideas emerging as a result of this process pave the way for innovation activities.

The aims of the present study are to examine the innovative perspective of the executives working in the enterprises in the furniture sector and to detect whether the executive staff working in the R&D and P&D units of the enterprises in question take risk personally and undertake innovation initiatives while conducting their works. This study also aims at revealing and analysing these problems and contributing to the enterprises in question and literature.

**Keywords:** Research & Development, Youth Leader, Entrepreneurship, Innovation, Furniture Sector.



## Giriş

Dünyada yaşanan rekabet ortamında başkalarının çalışmalarını ve ürünlerini taklit ederek ayakta kalabilmek gitgide zorlaşmaktadır. Piyasa koşullarını ve gereksinimlerini hissederek, sezerek, özgün, farklı ve belki de sıra dışı ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanması gerekmektedir. Ülkelerin rekabet gücünün artırılmasında inovasyon etkinliklerinin yaşamsal rol oynadığı bilinen bir gerçektir. İnovasyon kıran kırana rekabetin olduğu günümüz ortamında firmaların bu rekabetten fayda sağlaması adına organizasyon ve yönetim anlayışlarını şekillendirerek bu yönde çalışmalarını teşvik eden bir kuram olarak karşımıza çıkmaktadır (Işık ve Ecevit Satı, 2013).

Üretim, küresel pazarda öne çıkabilmenin başlıca yoludur. Küresel rekabetin hızla arttığı günümüz piyasa koşullarında üretim, bir yandan üretici şirket ve ülkelere kazanç sağladığı gibi, öte yandan ekonomilerin başlıca sorunlarından biri olan işsizlikle mücadelede önemli bir unsurdur. Ülkeler açısından üretimin sürdürülebilirliği çok önemlidir. Sürdürülebilir üretim; istihdamın, ihracat kapasitesinin ve gelirin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında en önemli faktördür. Çeşitliliğin arttığı, rekabetin kızıştığı ve sınırların ortadan kalktığı günümüz piyasa koşullarında, sürdürülebilir üretimin temel dayanak noktası Ar-Ge ve “yenileşim”dir (inovasyon). Geçmişte işletmelerin rekabette öne geçmelerini sağlayan fark yaratmak ve yenilikçi olmak, artık işletmelerin yaşamlarına devam edebilmeleri için gerekli şart haline gelmiştir (Anonim 2, 2016).

Ar-Ge ve yenileşimin önem kazandığı günümüz piyasalarında KOBİ’ler özel bir önem taşımaktadır. KOBİ’ler esneklik, çeviklik, piyasa koşullarına hızlı ayak uydurabilme ve çözüm üretme özellikleri bakımından büyük işletmelere göre daha avantajlıdır. Sözü edilen avantajlar araştırma, geliştirme ve yenileşim faaliyetlerinde itici güçtür (Anonim 2, 2016).

Değişime olan istek, yeniliğe açıklık ve girişimcilik ruhuyla özdeşleşen bir kültürün ürünüdür. Firmalar için inovasyon verimliliği ve karlılığı arttırdığından, yeni pazarlara girilmesini ve mevcut pazarın büyütülmesini sağladığından önemli bir rekabet aracıdır. Verimli, karlı ve rekabet gücü yüksek firmaların faaliyet gösterdiği ekonomiler kalkınır, gelişir ve küresel ölçekte rekabet avantajı kazanır (Arıkan v.d., 2003).

Rekabet gücünü oluşturan iki önemli unsur vardır: Biri verimlilik, diğeri ise inovasyondur. İkisi de birbirinden kopamaz ve biri diğerinden daha az önemli değildir. Fakat daha da önemli olan bilgiye sahip olmaktır. Bugünün dünyasında da doğal kaynaklara sahip olanların değil bilgiye ve bunu araçlara dönüştüren devletlerin hükümlerine ve vatandaşlarına daha iyi bir yaşam sunduklarını görmekteyiz (Anonim 2, 2016).

İnovasyon, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmesinde, karlarının ve nakit akışlarının artmasında, sektörde rakiplerin önünde yer almasında belirleyici bir yol, güçlü bir rekabet silahıdır. İnovasyon, bir birey ya da başka bir uygulayıcı birim tarafından yeni kabul edilen bir düşünce, uygulama veya nesne olarak tanımlanabilir. İnovasyon, değişim, yaratıcılık, gelişme ve risk alma kavramları ile bütünleşmiş uzun dönemli bir performans göstergesidir. İnovasyon, eskiden bir dâhinin bir buluş yapması ya da birinin bir fikri alıp ticari bir faydaya dönüştürmesi olarak görülmekteydi. Ancak bugünün iş dünyasında inovasyon, bir kerelik değil, tekrarlanabilir, sistemleştirilebilir ve şirketlerin yapısına yerleştirilebilir bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Zerenler vd., 2007).



Drucker, inovasyon yönetimi kavramını “işletmelerin iç ve dış çevredeki değişimlere uyum sağlayabilmek için düzensiz ve karmaşık yapının yanı sıra yönetsel faaliyetlerini harekete geçirerek bir süreç içerisinde gerçekleştirme faaliyetleri” olarak tanımlamaktadır. İnovasyon tek başına kullanıldığı zaman, süreci ifade ederken inovasyon yönetimi kavramı olarak kullanıldığında inovasyonun uygulamada kontrol edilebilmesi ve yönetilmesini de ifade eder (Drucker, 2003).

İnovasyon yönetimi bir firmada, tüm inovasyon türlerinin (ürün, hizmet, organizasyonel, pazarlama) ve bilimsel, teknolojik ve idari süreçlerin tamamının yönetilmesini tanımlar (Elçi, 2006).

İşletmelerin, şirketlerin, sivil toplum kuruluşlarının, okulların, hastanelerin, ülkelerin ve genel olarak bir hedefi olan her projenin başarılı olması, yönetimin yetkinliğine bağlıdır. Yönetimin ne kadar önemli olduğu hakkında herkes hemfikirdir. İnsanların işbirliğini sağlama, onları bir amaç etrafında toplayıp, aynı hedefe doğru yönlendirme; kaynakları verimli kullanma ve sorunlara yaratıcı çözümler getirme ancak doğru yönetimle mümkün olur. Yönetim temelde insani, ekonomik, çevresel, kültürel ve toplumsal boyutları olan karmaşık bir süreçtir. Hangi işi yaparsak yapalım, en başta iyi yönetime ihtiyaç duyarız. İyi ve etkili bir yönetimin sağlanamadığı yerde kaynaklar ve fırsatlar heba olur. Yönetim iş yapmanın kendisinden farklıdır. Sarf edilen çaba ve yapılan işlerden de öte yönetim, kendine has kavramları, teorileri, ilkeleri, modelleri ve teknikleri olan bir disiplindir. Yönetim hem bilimsel yöntemleri hem de yaratıcılığı barındıran bir disiplindir (Anonim 1, 2016).

Pek çok şirket, işler kötü gittiği zaman, sorunların nedenini, içeride değil dışarıda arar. Sorunlar karşısında kendi yönetim kalitesini sorgulayan şirket (kurum) azınlıktadır. Aksine şirket yöneticileri, her türlü zorluğa karşın ellerinden geleni yaptıklarını iddia ederler. Hâlbuki gerçek hiç de öyle değildir; toplumların da kuruluşların da yaşadıkları sorunların büyük çoğunluğu, dış koşullardan değil yönetim kalitesinden kaynaklanır.

Her kuruluşun, iyi yönetildiğini iddia edebilmesi için en temelde üç uygulamayı hakkıyla hayata geçirmesi gerekir:

- 1- Kuruluşun, uzun dönemli hedefleri daha ulaşılabilir kısa vadeli performans hedefleriyle destekleniyor mu?
- 2- Kuruluş, çok iyi performans gösteren çalışanları ödüllendirip, kötü performans gösterenleri sistemin dışına çıkarabiliyor mu?
- 3- Kuruluş çeşitli alanlardaki performansını ölçüp izleyerek iyileştirme alanlarını ve fırsatlarını değerlendirebiliyor mu?

Bu üç temel uygulama, ürün ve hizmet üreten şirketlerden eğitim ve sağlık kuruluşlarına, dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarından ülke yönetimlerine kadar her organizasyonun hayata geçirmesi gereken uygulamalardır. Bu üç yönetim uygulamasıyla, her oluşum, her proje, her kuruluş daha iyi bir performans sergileyip kaynaklarını daha iyi kullanarak daha iyi sonuçlar elde edebilir. Bloom ve arkadaşlarının McKinsey danışmanlık şirketiyle birlikte binlerce şirket üzerinde yaptıkları araştırmanın (World Management Survey) sonuçları, dünyadaki şirketlerin genel olarak bu kriterleri yerine getiremedikleri için çok kötü yönetildiğini ortaya koymaktadır (Anonim 1, 2016).



Serbest bırakıcı liderlik, daha çok yüksek kültür seviyesine sahip bireylere uygulanabilecek bir liderlik tarzını oluşturmaktadır. Otoritenin azalması serbest çalışma koşullarının yanı sıra pek çok da probleme sebep olmaktadır. Girişimcilerle ilgili en yaygın olarak rastlanılan araştırmalar, girişimcilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak yapılmıştır. Girişimcilerin davranışlarını inceleyen çok az çalışma yapılmıştır. Coven ve Slevin (1998) tarafından yapılan çalışmada girişimcilerin davranışlarını, örgütsel yapı ve performans üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Örgütsel yapı ve performans için en uygun liderlik davranışının demokratik (katılımcı) liderlik davranışı olduğu fakat bu davranış tarzının her organizasyonda uygulanamayacağı vurgulanmaktadır (Çetin, 2009).

Yönetim kalitesi, bir ülkenin de bir kuruluşun da refahını doğrudan etkiler. Bloom ve arkadaşları kendi araştırmalarına dayanarak yönetim desteği alan ve iyi yönetilmeye başlanan şirketlerin borçlarını yarıya indirdiğini, stoklarını yüzde 20 azalttığını, üretimlerini yüzde 10, karlarını yüzde 30 artırdığını ortaya koydular. Görünür de başarılı görünen şirketlerin daha iyi bir yönetim ve liderle çok daha başarılı olmaları mümkün. Her şirketin üst yönetimimin aşağıdaki soruları kendisine sorması ve samimiyetle cevaplaması gerekir:

1. Uzun dönem ve kısa dönem hedeflerimiz birbiriyle bağlantılı mı? ve bu hedefleri bütün çalışanlarımıza kadar indirebilmeyi başardık mı?
2. Hedeflerimiz net mi? Hedefleri anlamayan, bunları karmaşık bulan kimse var mı?
3. Başarısızlıklarla nasıl baş ediyoruz? Bir sorun çıktığında ya da tekrar eden sorunlarda nasıl bir yönetim yaklaşımı sergiliyoruz?
4. Yetenek ve liyakat temelli bir insan kaynakları yaklaşımımız var mı? Kıdemli yöneticiler, yeni yetenekleri şirkete kazandırmanın önemini anlıyor, bunun rekabet ortamında şirketin bir önceliği olduğunu biliyorlar mı?
5. Düşük performans gösteren çalışanlara ne kadar tahammül ediyoruz?
6. Şirketimizde çalışmak özenilecek bir konum mudur? Burada çalışmayı, değerli kılmak için neler yapıyoruz?
7. Yetenekli bir çalışan şirketten ayrılmak istediğinde ne yapıyoruz? Yetenekleri elde tutmak için bir programımız var mı?

Bir şirketin başarılı olması için elbette doğru zamanda, doğru bir işi, doğru bir iş modeliyle yapması ve başta insan olmak üzere gerekli kaynaklara sahip olması gerekir. Bu koşullar gerçekleşmeden hiçbir şirket başarılı olamaz (Anonim 1, 2016).

### **Materyal ve Metot**

Günümüz dünyasında ülkeler arasındaki sınırların ortadan kalkması, bilgi, iletişim ve ulaştırma teknolojilerinde yaşanan hızlı değişimler, yeni teknolojik gelişmeler, ürün çeşitliliğindeki artışlar, pazara sunulan ürünlerin yaşam sürelerindeki kısaltmalar, tüketicilerin haklarının farkında olarak giderek daha fazla talepkar olmaları, işletmelerin paydaşlarıyla uzun süreli ilişkiler geliştirmeleri gereği gibi nedenlerle oluşan baskılar işletmelerin inovasyonu ve yönetimini bir arada ele alıp yönlendirmelerini zorunlu kılmaktadır. İnovasyonu yönetmek zor olduğu kadar aynı zamanda karmaşıktır. Nadiren düz bir doğrultuda gider. Sürecin her aşamasında ortaya yanıtlanması güç sorular ve sorunlar çıkar. Ama bir inovasyonu gerçekten test etmenin yolu, işletmenin kendi içinde



başarılı olup olmadığına bakmaktır. Bir inovasyonun ortaya koyacağı sonuçlar önceden kestirilemeyebilir (Barker, 2001). İnovasyon yapmayı büyük bir dikkatle yönetme gereği, en başta onun öngörülemesiz olmasından kaynaklanır. İnovasyon yapmak önemli bir iştir. Her çalışma gibi onun da örgütlenmesi ve ihtiyaç duyduğu özel yönetim anlayışının tüm unsurlarıyla uygulanmasını gerekli kılar (Barker, 2001).

Bu araştırma ile işletmelerde kullanılan liderlik ekseninde inovasyon ve inovasyon yönetiminin, işletme yönetimi üzerindeki etkilerinin neler olabileceğinin saptanması amaçlanmıştır. Bununla beraber, bu araştırma ile mobilya sektöründeki markalaşmış işletmelerin liderlik yönetim sürecinde inovasyon ve inovasyon yönetiminden ne kadar etkilendikleri incelenmekte ve aralarındaki ilişkiler belirlenmeye çalışılmaktadır.

Araştırmanın kapsamı mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki Ar-Ge personeline ve diğer yönetim birimlerin de çalışanları kapsamaktadır. Bu amaçla mobilya sektörünün gelişmiş olduğu illerde bulunan KOBİ niteliğinde aktif faaliyet gösteren ve seri-kesikli üretim yapan marka olmuş mobilya işletmeleri bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırma, maddi imkansızlıklardan dolayı ülke çapında yapılamayıp daha çok Ege Bölgesinin mobilya başkenti olarak nitelendirilen İzmir ili mobilya işletmelerinde yürütüldüğü için araştırma bulgularının bu kapsamda yorumlanması ve değerlendirilmesi gerekir. Bu çalışmanın farklı sektörde çalışan yönetim personeline uygulandığında farklı sonuçlar doğurabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmada incelenen sorun daha önce mobilya işletmelerindeki üst düzey yöneticilerle birebir konuşularak Ar-Ge, inovasyon ve yönetimde liderlik konularına yönelik sorunlar tartışılmıştır. Bu sorunlara yönelik anket hazırlanmış ve KOBİ büyüklüğündeki işletme yöneticilerine yüz-yüze görüşme yöntemiyle anket doldurtularak çalışma yapılmıştır. Çıkan sonuçlara göre literatür ve sektörün durumu göz önüne alınarak yorum ve öneriler yapılmıştır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Yeniliğe açık olan firma yöneticilerinin buldukları işletmeyi sektörün en iyileri statüsüne getirdikleri herkes tarafından kabullenilen bir durumdur. Mobilya sektörü açısından baktığımızda bu alanda yatırım yapanların sektörü yönlendirdiği ve değişimi çabuk isteyen mobilya müşterilerinin isteklerine en iyi cevabı bu firmaların vermesi düşünülmektedir. Bundan dolayıdır ki işletmedeki yöneticilerin anlayış olarak kabulleneceği liderlik türü davranışları inovatif eğilimlerinde önemli rol oynamaktadır.

Öngörülerimiz arasında yer alan Ar-Ge biriminde çalışan yöneticilerin diğer birimlerde çalışanlara nazaran daha fazla inovatif eğilimi gösterdiğine ilişkin ikinci hipotezimiz kısmen reddedilmiştir. Ancak bu durumun mobilya sektöründe hala kurumsallaşmanın tam olarak yerleşmediğinden ve ar-ge birimine yeterince değerin verilmemesinden kaynaklanıyor olduğu düşünülmektedir. Yaş ilerledikçe yenilikçilik eğilimlerinin azaldığı da araştırmamızın bulguları arasında yer almaktadır.

Genel olarak araştırmamız değerlendirildiğinde işletmede bulunan yöneticilerin serbest liderlik türü anlayışı ile inovatif eğilimleri arasında doğru yönde olumlu bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu ilişki birimler ile yaş gruplarına göre incelenmiş ve tasarımı-planlama ile genç yöneticiler arasında daha fazla olduğu görülmüştür. Ancak yöneticilerin cinsiyetleri ile çalıştıkları birimler açısından inovatif eğilimleri herhangi



bir farklılık göstermezken yaş gruplarına ve öğrenim durumuna göre inovatif eğilimlerinde farklılık bulunmaktadır.

Bu araştırma mobilya işletmelerinde tam olarak ar-ge biriminin yerleşmediğini göstermektedir. İnovatif eğilimli davranışların ortaya çıkarılarak mobilya işletmelerinin tasarımında ve yeni teknolojilere uyumda etkisinin fazla olacağı düşüncesinden hareketle bu araştırma sonuç ve önerilerinin dikkate alınarak yapılacak faaliyetlerin daha sağlıklı sonuçlar elde etmede büyük öneme sahip olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırmanın bu konuda araştırma yapacaklara literatür açıdan da katkılar sağlayacaktır.

### Kaynakça

Anonim 1, 2016,

([http://www.temelaksoy.com/yonetim101/?utm\\_source=Temelaksoy.com&utm\\_campaign=b01c7b1bb3-Yonetim-101-04-05-016&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_1ce1180b8e-b01c7b1bb3-236513165](http://www.temelaksoy.com/yonetim101/?utm_source=Temelaksoy.com&utm_campaign=b01c7b1bb3-Yonetim-101-04-05-016&utm_medium=email&utm_term=0_1ce1180b8e-b01c7b1bb3-236513165)), Erişim tarihi: 05.04.2016)

Anonim 2, 2016,

[http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Kuresel\\_Rekabet\\_icin\\_Ar-Ge\\_ve\\_inovasyon.pdf](http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Kuresel_Rekabet_icin_Ar-Ge_ve_inovasyon.pdf) (Erişim Tarihi: 07.04.2016)

Arıkan, C., Aksoy, Müfit, Durgut, M., Göker, A. (2003), Ulusal İnovasyon Sistemi Kavramsal Çerçeve, Türkiye İncelemesi ve Ülke Örnekleri, Yayın No: TÜSADT/2003/10/362, İstanbul, 362.

Barker, A. (2001), Yenilikçiliğin Simyası, Mess Yayınları, Çeviren: Ahmet Kardam, Yayın No: 391, İstanbul, 89-90.

Çetin, T. (2009), Tam Serbesti Taniyan Liderlik Anlayışının Orta Kademe Yöneticilerin Yenilikçilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Drucker, P. (2003), Yenilikçilik çerisinde Yenilikçilik Disiplini, Çeviren: Ahmet Kardam, MESS Yayınları, İstanbul, 120.

Elçi, S. (2006), İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı, Nova Yayınları, Ankara, 172.

Işık, Ö., Ecevit Satı, Z., 2013, İnovasyon Ve Marka Yönetimi Etkileşimi: Mobilya Sektöründe Mosder (Mobilya Sanayicileri Derneği) Üyesi Firmalara Yönelik Bir Araştırma, Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 38 Eylül – Ekim 2013, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası, Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – Kırgızistan.

Zerenler, M., Türker N., Sahin E. (2007), “Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme (AR-GE) ve Yenilik İlişkisi”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 17, 659.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Bireysel Emeklilik Sistemi İçerisinde 25 Yaş Altı Grubunun Değerlendirilmesi: Talep Tahmini Yaklaşımı***

<sup>1</sup> Veysel Fuat Hatipoğlu

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye İşletme Fakültesi, Muğla, veyselfuat.hatipoglu@mu.edu.tr

### **Özet**

2001 yılından itibaren Türkiye’de uygulanmaya başlanan bireysel emeklilik sistemi (BES), yurtiçi tasarrufları artırarak faiz oranlarını düşürmeye katkı sağlaması ve bu sayede ekonomik büyümeye katkı sağlaması sebebiyle kamu sektörü tarafından desteklenmektedir. Bireysel emeklilik sistemi ekonomideki tüm birimlerin tasarruf davranışını yakından etkilemesine karşın gelir düzeyi yüksek ve mevcut yaş emeklilik yaşına görece daha yakın kişilerin tasarruf davranışını daha fazla etkileme potansiyeline sahiptir. Bu amaçla bu çalışmada bireysel emeklilik sistemine dahil olan kişilerin bireysel emeklilik sözleşmelerinin gelişimi, kişilerin yaş grupları dikkate alınarak tanımlayıcı istatistiksel özellikler bağlamında incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular katılımcı sayısının tüm yaş gruplarında belli bir ortalama düzeyinde seyrettiğini göstermiştir. Ayrıca 2013 yılının başında uygulanmaya başlanan devlet katkısının katılımcı sayısında önemli derecede artış sağladığı gözlemlenmiştir. Diğer taraftan gelir düzeyi görece daha yüksek olan 35-44 yaşındaki kişilerin sistemdeki toplam katılımcıların içindeki payının daha yüksek olduğu, ayrıca mevcut yaşı, bireysel emeklilik sistemindeki emeklilik yaşına yakın olan katılımcıların sayısında yakın zamanda önemli artış olduğu gözlemlenmiştir

**Anahtar Kelimeler:** Bireysel Emeklilik Sistemi, Talep tahmini, Veri analizi

### ***Consideration of Those Ages Under 25 in the Individual Pension System: A Demand Estimation***

#### **Abstract**

Since 2001, the private pension system has been introduced in Turkey (BES), because of contributing to lower interest rates due to increasing domestic savings and contributing to economic growth is supported by the public sector. Private pension systems, in spite of effecting all of the individuals’ saving behavior in economy closely, have more potentiality to affect those individuals closer to retirement age and have high levels of income. For this purpose, the development of private pension contracts of individuals in the private pension system were examined in the context of descriptive statistical properties by considering the age group of individuals in this study. The findings obtained from this study showed that the number of participants proceed with a certain average level in all age groups. In addition, the contribution launched at the beginning of 2013 by the state, has been observed a significant increase in the number of participants. On the other hand, the individuals ages between 35-44 and have relatively high income, have higher share of the total participants in the system. Moreover it was observed that there is a significant increase in the number of participants who are close to retirement age in the private pension system recently.

**Keywords:** Data analysis, Demand estimation, Individual Pension System





## Giriş

Gelişmekte olan ekonomilerin en önemli problemlerinden biri, ekonomik büyümenin motoru olarak kabul edilen sermaye yatırımlarının artırılmasıdır. Sermaye yatırımlarının arzulanan düzeylere çıkarılabilmesi için ise tasarrufa ihtiyaç duyulmaktadır. Günümüzde birçok gelişmekte olan ülke, tasarruf düzeyinin artırılabilmesi için çeşitli teşvik politikaları izlemektedir. Son yıllarda yaygın bir şekilde kullanılan yöntem ise bireysel emeklilik sistemidir.

Bireysel emeklilik sistemi, bireyin görece yüksek gelir elde ettiği gençlik döneminde dâhil olabildiği ve sistemde olduğu süreçte yaptığı tasarrufları gelecekte (emeklilik döneminde) getirisi ile birlikte geri alabildiği bir sistemdir (Güvel, 2010). Bireysel emeklilikte kaldığı süreçte ne kadar yüksek tasarrufta bulunursa emeklilik döneminde o kadar fazla gelir elde eder. Sistem bireye mikro bazda fayda sağlarken diğer taraftan makro bazda ekonomideki toplam tasarruf miktarını artırarak ödünç verilebilir fon arzının artmasına, buna bağlı olarak faiz oranlarının düşmesine ve yatırım düzeyinin artırılarak üretim düzeyinin ve büyüme oranının artmasına katkı sağlama potansiyeli taşımaktadır. Bu nedenle günümüzde birçok devlet, bireysel emeklilik sisteminin oluşturulması ve geliştirilmesi için yoğun bir yasal düzenleme gerçekleştirmektedir.

Bireysel emeklilik sisteminin amacı *Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu*'nda (bundan sonra kanun) kamu sosyal güvenlik sisteminin tamamlayıcısı olarak, bireylerin emekliliğe yönelik tasarruflarının yatırıma yönlendirilmesi ile emeklilik döneminde ek bir gelir sağlanarak refah düzeylerinin yükseltilmesi, ekonomiye uzun vadeli kaynak oluşturarak istihdamın artırılması ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmasını teminen, gönüllü katılıma dayalı ve belirlenmiş katkı esasına göre oluşturulan bireysel emeklilik sisteminin düzenlenmesi ve denetlenmesi şeklinde tanımlanmıştır (BETYSK, 2001).

Kanun, başta Maliye Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı ve Sermaye Piyasası Kurulu olmak üzere ilgili tüm kesimlerin görüş ve önerilerinin değerlendirilerek hazırlanmış ve sosyal güvenlik reformunun bir parçası olarak TBMM tarafından 28 Mart 2001 tarihinde kabul edilerek, 7 Nisan 2001 tarih ve 24366 sayılı Resmi Gazete' de yayımlanmıştır. Kanun, yayımı tarihinden itibaren 6 ay sonra 7 Ekim 2001 tarihinde yürürlüğe girmiştir (egm.org.tr, 2016).

29 Haziran 2012 tarih ve 28338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan ve 1 Ocak 2013 tarihinde yürürlüğe giren Bireysel Emeklilik Sistemi Hakkında Yönetmelik ile, emeklilik sözleşmesinin yürürlüğe girme, cayma, aktarım, emeklilik hakkını kazanma koşulları yeniden tanımlanmış, işveren grup emeklilik sözleşmeleri hak ediş koşulları ve sistemden yapılan kesintiler yeniden düzenlenmiştir (egm.org.tr, 2016).. Bu düzenleme ile çalışanların ve beyannameye tabi mükelleflerin ödedikleri katkı payı tutarlarını belli oranlarda gelir vergisi matrahlarında indirim yapabilmesini sağlayan uygulama kaldırılmış olup bunun yerine tüm katılımcıların yararlanabileceği %25 devlet katkısı uygulaması getirilmiştir. Bu uygulama ile örneğin aylık olarak 100 TL sisteme para yatıran bir katılımcı için açılacak hesaba devlet tarafından 25 TL katkı payı yatırılmaktadır. Bu konuda detaylı bilgi ve örneklere (egm.org.tr, 2016) kaynağından ulaşılabilir.

Bireysel emeklilik sisteminin, emeklilik sürecinde kamu emekliliği dışında bireye ek bir getiri sağlaması sebebiyle emekliliğin rahat geçirilmesinde önemli bir faydası olmaktadır. Sistemin güvenliği açısından tüm unsurları denetim altındadır. Sistem

güvenli olmasının yanında şeffaf bir yapıya da sahiptir. Bireysel emeklilik hesaplarındaki katkılar, bunların getirileri ve ilgili diğer bilgiler telefon, internet, banka kartları gibi yollarla elektronik ortamlarda katılımcılar tarafından takip edilebilmektedir (Uyar, 2012).

Bireysel emeklilik sistemine katılımın artması, ekonomideki tasarruf miktarının artış göstergelerinden biri olmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada 2001 yılında yürürlüğe giren bireysel emeklilik sistemine katılımın seyri incelenmektedir. Ayrıca katılımcı sayısı yaş grubu bazında da ele alınarak, bireysel emeklilik sisteminin yapısı hakkında fikir edinmeye çalışılmıştır. Bireysel emeklilik sistemi ile ilgili daha detaylı literatür bilgisine (Aydın, 2008; Baltacı, 2015; Kızılgöç, 2014; Karacabey ve Gökgöz, 2005; Kaya, 2010) kaynaklarından ulaşılabilir.

## Veri

Çalışmada kullanılan veriler Emeklilik Gözetim Merkezi'nden temin edilmiştir [12] ve haftalık frekanstadır. 02.01.2006 - 29.04.2016 arasını kapsayan veriler, toplam katılımcı sayısını ve bu sayının yaş gruplarına göre dağılımını vermektedir.

## Bulgular

Bireysel emeklilik sisteminde yer alan toplam katılımcı sayısı 29.04.2016 tarihi itibarıyla 6.261.947 kişiye ulaşmıştır. Şekil 1'den de izlenebileceği üzere katılımcı sayısının 2006 tarihinden bu yana artış trendi izlediği görülmektedir. 2013 yılına kadar görece daha yatay bir trend izleyen toplam katılımcı sayısı serisi, bu tarihten itibaren biraz daha dikey bir seyir izlemeye başlamıştır.

**Şekil 1.** Bireysel Emeklilik Sisteminde Yer Alan Toplam Katılımcı Sayısı (2006-2016)

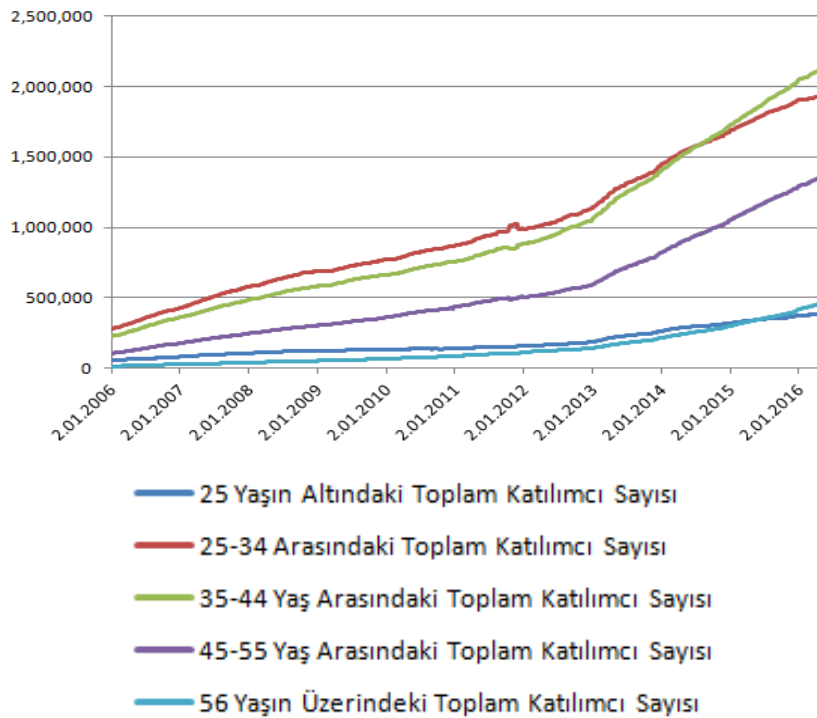


## Kaynak: Emeklilik Gözetim Merkezi

Katılımcı sayısının toplam bazında incelenmesi, verinin gelişim seyri hakkında çok fazla fikir verememektedir. Bu nedenle toplam katılımcı sayısında meydana gelen değişimin yüzdesel bazda incelenmesi, konunun anlaşılması açısından daha uygundur. Ancak bunun öncesinde toplam katılımcı sayısının yaş grupları bazında ele alınması faydalı olacaktır. Şekil 2 bize toplam katılımcı sayısını, yaş grupları bazında vermektedir.

Şekil 2 incelendiğinde tüm yaş gruplarında toplam katılımcı sayısında artış trendi mevcut olduğu gözlemlenmektedir. Sistemin başlangıcından 2014 yılının sonlarına kadar sistemde mutlak değer olarak en yüksek katılımcı sayısına sahip olan grup, 25-34 yaş arasındadır. 2014 yılının sonlarından sonra ise 35-44 yaş arasındaki katılımcı sayısında önemli derece artış olmuş ve günümüz tarihi itibarıyla 35-44 yaş grubu, sistemde en fazla katılımcı sayısına sahip olan grup olmuştur. Bu değişimin olası nedeni, bireysel emeklilik sisteminin ilk etapta, değişime daha açık olma potansiyeli taşıyan görece daha genç yaş grupları tarafından benimsenmesidir. Sistemin bireylere sağlayacağı faydalar zaman içinde anlaşıldıkça, orta yaş olarak ifade edilebilecek 35-44 yaş grubunun katılımcı sayısında artış olması mümkün hale gelmiştir. Bu nedenle 2014 yılının sonlarından itibaren sistemde en fazla sayıya sahip katılımcı grubu 35-44 yaş arası olmuştur.

**Şekil 2.** Yaş Grupları Bazında Toplam Katılımcı Sayısı (2006-2016)



**Kaynak:** Emeklilik Gözetim Merkezi

Sistemde en az katılımcı sayısına sahip olan grup incelendiğinde, 2015 yılının ortalarına kadar 56 yaş ve üzerindeki olduğu görülmektedir. 25 yaş altındaki genç katılımcı sayısı, 56 yaş üzerindeki çok az fazladır. Her iki grubun katılımcı sayısının az olmasının temel nedeni, bireysel emeklilik sisteminin fayda sağlama potansiyeli en düşük gruplarıdır. 25 yaş altı kesimin gerek iş hayatında diğer yaş gruplarına göre daha az yer alması ve gerekse de iş hayatında yer alsalar bile gelir düzeylerinin tasarruf sağlayacak kadar yüksek olmaması sebebiyle bu kişiler muhtemelen bireysel emeklilik sistemine katılmayı daha az tercih etmişlerdir. Buna ilaveten, görece daha genç kişilerin tüketim eğilimleri daha yüksek olduğu için bu kişiler mevcut gelirlerini tasarrufa yönlendirmek yerine tüketime yönlendirmeyi daha fazla tercih etme eğilimine sahiptirler. Katılımcı gruplarının en yaşlı kesimini temsil eden 56 yaş ve üzeri kesim de

benzer bir şekilde hem mevcut halde kamu emeklilik sisteminden faydalanmakta hem de gelir düzeyi tasarruf yapmaya çok fazla elverişli olamamaktadır. Bu nedenle bu iki grubun katılımcı sayısı, diğer gruplarla kıyaslandığında düşük kalmaktadır.

Katılımcı sayısı, önceden de belirtildiği gibi analiz açısından pek elverişli değildir. Bu nedenle çalışmada kullanılan veriler, bir önceki yılın aynı haftası dikkate alınarak yüzdelerik değişim olarak ifade edilmiştir. Hesaplama kullanılan formül aşağıdaki gibidir.

$$k = \frac{K_t - K_{t-52}}{K_{t-52}} \times 100 \quad (1)$$

Eşitlik 1’de  $k$  katılımcı sayısındaki yüzdelerik değişim oranını,  $K_t$  cari haftanın katılımcı sayısını,  $K_{t-52}$  ise 52 hafta (bir yıl) önceki katılımcı sayısını ifade etmektedir. Bu hesaplama yapılırken, kayan pencereler (rolling window) yönteminden faydalanılmıştır. Buna göre  $k$  değeri, bireysel emeklilik sisteminin başlangıcından bugüne katılımcı sayısında yüzdelerik bazda bir yıl içinde ne gibi değişiklikler meydana geldiğini anlamamıza imkân verecektir. Şekil 1’de yer alan toplam katılımcı sayısı, Eşitlik 1 kullanılarak yüzdelerik değişim biçiminde ifade edilmiştir.

**Şekil 3.** Toplam Katılımcı Sayısındaki Yüzdelerik Değişme

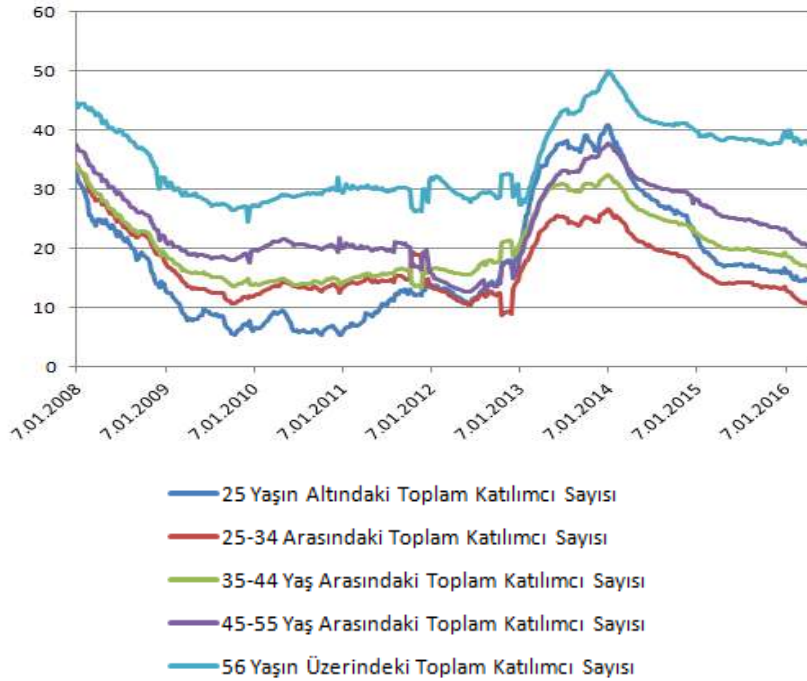


**Kaynak:** Emeklilik Gözetim Merkezi

Şekil 3 incelendiğinde bireysel emeklilik sisteminde yer alan toplam katılımcı sayısındaki artış oranının %60 ile %12 arasında dalgalandığı görülmektedir. Bu dalgalanma marjı oldukça yüksektir. Bu yüksek dalgalanma marjının açıklanmasında birkaç husus öne çıkmaktadır. Bireysel emeklilik sisteminin başlangıcı ile 2009 yılının başı arasında katılımcı sayısının yüzdelerik değişim oranında bir azalma trendi göze çarpmaktadır. Bu azalışın temel nedeni baz etkisidir. Baz etkisi, bilindiği üzere, istatistiksel değişim oranlarının verilerin başlangıç dönemlerinde yüksek olmasını ifade

eder. Ayrıca 2008-2009 yılı arasındaki düşüşün nedenleri arasında belirtilen dönemde yaşanan ekonomik krizin etkileri sayılabilir. 2009 yılının başından 2013 yılının başına kadar geçen süreçte toplam katılımcı sayısındaki artış oranı ortalama %15.33 olarak gerçekleşmiştir. Daha sonra 2013 yılının başında toplam katılımcı sayısındaki artış oranı hızlanmış ve 2014 yılının başlarında %30'ların üzerine ulaşmıştır. Katılımcı sayısındaki değişim oranındaki bu artışın temel nedeni, 2013 yılının başından itibaren uygulamaya başlanan devlet katkısı uygulamasıdır. Devlet katkısı uygulaması ile birçok kişi bireysel emeklilik sistemine giriş yapmış, bu sayede ülkedeki tasarruf miktarında artış sağlanabilmiştir. Ancak ilerleyen dönemde bu artışın etkisi tekrar ortadan kalkmaya başlamış ve seri, 2009-2013 yılları arasındaki ortalama artış oranı olan %15.33 düzeyine doğru evrilmeye başlamıştır.

**Şekil 4.** Tüm Yaş Gruplarında Katılımcı Sayısındaki Yüzdelerdeki Değişime  
(Baz Etkisinden Arındırılmış)



**Kaynak:** Emeklilik Gözetim Merkezi

Şekil 4 incelendiğinde katılımcı sayısındaki artışın her bir yaş grubunda 2008 yılı boyunca azaldığı gözlenmektedir. 25 yaş altı katılımcılarda 2008 yılı başında bir önceki yıla göre artış oranı %32,90 iken bu oran 2009 yılı başında %13,62'e gerilemiştir. Benzer şekilde aynı dönemde 25-34 yaş grubu arası katılımcılarda artış oranı %34,37'den %17,91'e gerilemiştir. 35-44 yaş grubunda ise artış oranındaki değişim %34,04'den %19,06'ya düşmüştür. 45-55 yaş grubunun sisteme katılımındaki artış, 2008 yılı başından 2009 yılı başına kadar geçen sürede %37,64'den %21,81'e gerilemiştir. 2008 yılı başında %44,67 artış oranına sahip olan 56 yaş ve üzeri katılımcı sayısı diğer yaş grupları kadar hızlı bir azalma göstermemiş ve 2009 yılı başında %31,98'e gerilemiştir. Tüm yaş gruplarında meydana gelen bu düşüş trendinin arkasında, 2008 yılında yaşanan ekonomik krizin olma ihtimalinin yüksek olduğu söylenebilir. Ekonomik kriz, ekonomik birimlerin reel gelirlerinde bir azalmaya neden



olarak bireylerin tasarruf eğilimlerinin dolayısıyla da bireysel emeklilik sistemine katılımlarının azalmasına yol açmış olabilir.

2009 yılının başından 2013 yılının başına kadar geçen süreçte tüm yaş gruplarının sisteme katılımındaki artış oranında dalgalanma marjının görece düşük olduğu, bir diğer deyişle durağan artış gösterdiği söylenebilir. Ancak 25 yaş altı gruba ilişkin katılımcı artış oranının, 2011 yılında diğer yaş gruplarına nazaran daha dikey bir seyir izlediği görülmektedir. Bu durumun sebeplerinden biri, yüksek olasılıkla kadınların ve gençlerin işgücüne katılımının ve bu yolla istihdamının artırılmasını ve toplam istihdam düzeyinin yükseltilmesini sağlamak amacıyla [13] de yasalaşan 6111 sayılı kanun ile düzenlenen sigorta prim teşvikinin etkisi olabilir. 2009-2013 yılları arasında 25 yaş altı, 25-34, 35-44, 45-55 ve 55 yaş üzeri yaş gruplarında bir önceki yıla göre katılımcı sayısındaki artış oranları ortalamaları sırasıyla %9.89, %13.36, %15.68, %18.44 ve %29.23 olarak hesaplanmıştır.

2013 yılının başında toplam katılımcı sayısındaki artış oranı tüm yaş gruplarında hızlanmış ve 2014 yılının başlarında 25 yaş altı grup için %40.84, 25-34 yaş grubunda %26.61, 35-44 yaş grubunda %32.49, 45-55 yaş grubunda %37.84 ve 56 yaş ve üzeri grupta ise %50.08 seviyelerine ulaşmıştır. Tüm yaş gruplarında katılımcı sayısındaki değişim oranındaki bu artışın temel nedeni, 2013 yılının başından itibaren uygulamaya başlanan devlet katkısı uygulamasıdır. Bireysel emeklilik sisteminde vergi indirimini uygulaması yerine getirilen devlet katkısı uygulaması ile her yaş grubundan çalışan veya çalışmayan birçok kişi bireysel emeklilik sistemine giriş yapmış, bu sayede ülkedeki tasarruf miktarında artış sağlanabilmiştir. Ancak ilerleyen dönemde bu artışın etkisi tekrar ortadan kalkmaya başlamış ve her yaş grubu serisi, 2009-2013 yılları arasındaki ortalama artış oranlarına doğru evrilmeye başlamışlardır.

## Sonuç

Ülkemizde 2001 yılından itibaren uygulanmaya başlanan bireysel emeklilik sistemi, 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz nedeniyle katılımcı sayısı artış oranında azalma gösterse de 2009 yılı başından 2013 yılının başına kadar yatay seyreden artış oranları, ortalama %15.33 düzeyinde olduğu görülmüştür. Aynı dönemde 25 yaş altı gençlerin sisteme katılım sayıları göz önünde bulundurulduğunda ortalama %9.89 artış oranı gözlemlenmiştir. Gençlerin sisteme katılımındaki artış ortalamasının genelin altında kalmasını, 25 yaş altı kesimin gerek iş hayatında daha az yer alması ve gerekse de yer alsın bile gelir düzeylerinin tasarruf sağlayacak kadar yüksek olmaması ile ilişkili olduğunu düşünebiliriz. Ayrıca görece daha genç kişilerin tüketim eğilimleri daha yüksek olduğu için bu kişiler mevcut gelirlerini tasarrufa yönlendirmek yerine tüketime yönlendirmeyi daha fazla tercih etme eğilimine sahiptirler. 2013 yılında başlayan devlet desteği ile yoğun bir artış olsa da bu artış oranının 2014 yılı başından itibaren durağan ortalama olan %15.33 düzeyine doğru evrilmeye başladığı, 25 yaş altı bireylerde ise aynı şekilde durağan ortalama olan %9.89 düzeyine doğru evrilmeye başladığı görülmüştür. İlerleyen yıllarda yeni bir yasa değişikliği olmaması durumunda sisteme katılımdaki artış oranının hesaplanan ortalamalara artış düzeylerine yakınsaması beklenmektedir.



## Kaynakça

- Güvel, E.A., Güvel, A.Ö. (2010). *Sigortacılık*, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu, (2001), T. C. Resmi Gazete, 24366, 07 Nisan 2001
- Emeklilik Gözetim Merkezi, Bireysel Emeklilik Sisteminin Tarihçesi, Erişim Tarihi: 20.05.2016, <http://www.egm.org.tr/?sid=70>
- Emeklilik Gözetim Merkezi, Devlet Katkısı, Erişim Tarihi: 20.05.2016, <http://www.egm.org.tr/?pid=771>
- Uyar, H.İ., (2012) *Bireysel Emeklilik Sistemi*, Detay Yayıncılık, Ankara
- Bireysel Emeklilik Sistemi Hakkında Yönetmelik, T. C. Resmi Gazete, 28462, 09 Kasım 2013
- Aydın, A. (2008). *Türkiye'de ve Dünya'da Bireysel Emeklilik Sistemi*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Baltacı, Z. (2015) *İşgücü Piyasalarında Artan Güvensizliğin Bireysel Emeklilik Sistemi Üzerine Etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kızılgöçer, Z. (2014). *Bireysel Emeklilik Sistemi Ve Bireysel Emeklilik Sistemindeki Sigorta Şirketlerinde Fon Yönetimi*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karacabey, A.A., Gökğöz F.(2005) *Emeklilik Fonlarının Portföy Analizi*, Siyasal Kitabevi, Ankara
- Kaya,F. (2010). *Sigortacılık*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Emeklilik Gözetim Merkezi, Bireysel Emeklilik Sistemi Verileri, Erişim Tarihi: 07.05.2016, <http://www.egm.org.tr/weblink/BESgostergeler.htm>
- Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Sosyal Sigortalar Ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu Ve Diğer Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2011) T. C. Resmi Gazete, 27857, 25.02.2011



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Gençlerin Beslenme Alışkanlıkları ve Obezite*

<sup>1</sup>Yusuf Yiğit, <sup>1</sup>Emine Ay

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Datça Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu

### **Özet**

Son yıllarda sağlıklı yaşama ve buna bağlı olarak sağlıklı beslenme alışkanlıkları önem kazanmaktadır. Toplumun temelini oluşturan gençlerin, yanlış beslenme alışkanlıkları birçok sağlık problemini de beraberinde getirmektedir. Obezite bu problemlerin başında gelir ve günümüzde özellikle genç nesil için büyük bir tehlike oluşturmaktadır. Bu durum gençlerin beslenme alışkanlıklarının araştırılmasını, obezite ve buna bağlı rahatsızlıklarla ilgili politikalar geliştirilerek, sağlıklı bir geleceğin oluşturulmasını gerekli kılmaktadır.

**Anahtar kelimeler;** Gençlik, obezite, sağlıklı ve dengeli beslenme

### *Youth's Eating Habits and Obesity*

#### **Abstract**

Healthy living and depends on healthy eating habits in recent years is gaining importance. The youth, the basis of society, wrong eating habits brings many health problems. Obesity is the beginning of the problems and poses a great danger today, especially for the younger generation. In this case, the investigation of youth eating habits, obesity and related disorders associated with developing policies, requires the creation of a healthy future.

**Keywords:** Youth, obesity, healthy and balanced diet





## Obezitenin Tanımı, Etkileyen Faktörler ve Nedenleri

Obezite, Latince “obezus” sözcüğünden türetilmiştir. Şişman karşılığı olarak kullanılan “obezus”, iyi beslenmiş anlamına gelir. İngilizce’de ise, “obezity” şişmanlık, “obeze” çok şişman, “overweight” fazla ağırlık, tartıda fazla gelen miktar, şişmanlık anlamındadır. Obezite, yağ dokusunun vücut ağırlığına oranla patolojik olarak artması şeklinde tanımlanmaktadır. Obezite, enerji alımının enerji tüketiminden daha fazla olduğu durumlarda yağ dokusunun artmasıyla ortaya çıkan sosyal, psikolojik ve ciddi tıbbi sorunlar yaratabilen önemli bir sağlık problemidir (Palak ve ark., 2007:25). Obezite, genel olarak bedenın yağ kütesinin yağsız kütele oranının aşırı artması sonucu, boy uzunluğuna göre vücut ağırlığının arzu edilen düzeyin üstüne çıkmasıdır. Yetişkinlerde sinirsel, hormonal, kimyasal ve fiziksel mekanizmalarla vücut ağırlığı belirli bir düzeyde tutulmaktadır. Bu mekanizmaların bir veya birkaçındaki bozukluk bu dengeyi olumsuz yönde etkilemektedir(Akbulut ve ark., 2007:1-15).

Obezite, vücuda besinler ile alınan enerjinin, harcanan enerjiden fazla olmasından kaynaklanan ve vücut yağ kitlesinin, yağsız vücut kitlesine oranla ve endokrin sistem olmak üzere vücudun tüm organ ve sistemlerini etkileyerek çeşitli bozukluklara ve hatta ölümlere yol açabilen önemli bir sağlık problemidir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından en riskli 10 hastalıktan biri olarak kabul edilen obezitenin, yine aynı örgüt tarafından yürütülen son araştırmalarda kanserleyakın ilgisi olduğu da belirlenmiştir (Altunkaynak ve Özbek, 2006:138-142).

ABD ve diğer gelişmiş ülkelerde obezite en önemli konular arasındadır. Obezite erkeklerde ve kadınlarda kardiyovasküler hastalıklar ve diebetes mellitus ile ilişkilidir. Ayrıca artan derecedeki fazla kilo, el ve dizlerde artrit, safra kesesi hastalığı, uyku apnesi ve bazı kanser türleri ile ilişkilidir. Obezitenin oluşmasında başlıca riskler ve riski etkileyen faktörler yaş, cinsiyet, sosyo-kültürel etmenler, eğitim düzeyi ve gelir durumu, medeni durum, hormonal ve metabolik etmenler (steroid üretimindeki fazlalık–Cushing sendromu, tiroid hormonundaki azalma-hipotiroidi, polikistik over sendromu), genetik etmenler, hareket yetersizliği, aşırı ve yanlış beslenme alışkanlıkları, sık aralıklarla çok düşük enerjili diyetler uygulama, sigara kullanım durumu, alkol tüketim durumu, kullanılan bazı ilaçlar ve az uykudur(Şenel, 2009:86-87).

Obezite kısaca, vücutta aşırı miktara yağ birikmesi olarak tanımlanır. Vücut ağırlığının %10’u kemik ve kaslardan oluşur. Geri kalan kısmın %75’i yağ %25’i bağ ve destek dokularından oluşur. Vücut yağının ideal kilolu kişilerdeki oranı, erkeklerde %12-18, kadınlarda ise %20-30 olmalıdır. Bu oranın erkeklerde %22-25 ve kadınlarda %32-35’den fazla olduğunda obeziteden söz edilir. Vücut bileşimini belirleme yöntemleri 5 grup halinde sınıflandırılmaktadır. Bunlar atomik, moleküler, hücrenel, a natomik (doku veya sistem) ve total vücut düzeyidir. Yöntemler vücut bileşimini hesaplama şekline göre direkt, indirekt ve çift indirekt gruplarına da ayrılabilir(Aral ve ark., 2002:1-29).

Obezite, multifaktöriyel bir hastalık olup genetik, psikolojik, fiziksel, çevresel, sosyoekonomik faktörlerin birbiri ile etkileşimi sonucu meydana gelmektedir (Jeffrey ve ark., 2012:643-648). Obezite çok sayıda farklı gen ve farklı moleküler mekanizmalarla meydana gelmektedir. Farklı biyolojik duyarlılıkları olan bireyler üzerinde çevresel, sosyoekonomik faktörlerin etkileri çeşitlilik göstermektedir. Bazı araştırmalar ağırlıktaki farklılıklarda genetik faktörlerin etkisinin %30-80 oranında olabileceğini göstermiştir(Clémen, 2006:608-622). Obezitenin oluşmasında başlıca riskler ve riski etkileyen faktörler aşağıda sıralanmıştır.



- a) Yaş (ilerleyen yaşlarda obezite görülme sıklığı artar.)
- b) Cinsiyet (Kadınlarda obezite görülme sıklığı artar.)
- c) Sosyo-kültürel etmenler
- d) Eğitim düzeyi ve gelir durumu (Gelişmiş ülkelerde ve gelir düzeyi yüksek bireylerde obezite görülme sıklığı artar.)
- e) Medeni durum (Evlilik sonrası dönemde obezite görülme sıklığı artar.)
- f) Hormonal ve metabolik etmenler (steroid üretimindeki fazlalık – Cushing sendromu, tiroid hormonundaki azalma - hipotiroidi, polikistik over sendromu)
- g) Genetik etmenler
- h) Hareket yetersizliği
- i) Aşırı ve yanlış beslenme alışkanlıkları
- j) Sık aralıklarla çok düşük enerjili diyetler uygulama
- k) Sigara kullanım durumu
- l) Alkol tüketim durumu
- m) Kullanılan bazı ilaçlar
- n) Az uyku (gece uykuları yedi saatten daha az olan insanların vücut kitle indeksi, daha fazla uyuyanlardan yüksek olma eğilimi gösteriyor.)

Obezite çok nadiren beyinde hipotalamusun ventromediyal kısmında oluşan bir hasardan sonra meydana gelebilmektedir. Enerji dengesi özellikle beyin hipotalamusu, adipoz ve yeme organları arasındaki homeostatik mekanizmaları içeren sinyallerle düzenlenir. Hipotalamustaki lezyonlar sonucu obezite ve hiperfaji meydana gelebilmektedir. Deney hayvanlarında mediyal hipotalamus lezyonları tokluk oluştururken, yanal hipotalamus lezyonları ise tam tersi bir şekilde ağırlık kaybı uyarımı ile beslenmeyi başlatır ve hiperfaji meydana gelir(Bray, 2005:2-7).

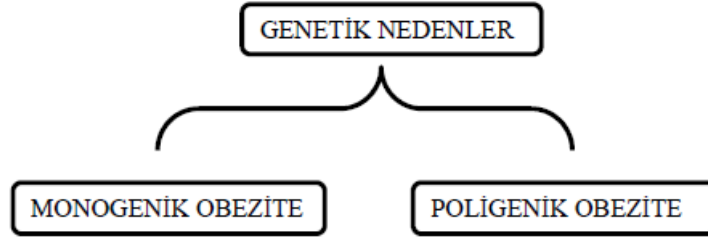
Ağırlık, enerji alımı ve enerji tüketimi arasındaki ilişkinin sonucudur. Enerji tüketimi, fiziksel aktivite ve özellikle istirahat sırasında harcanan enerji ile belirlenir. Tiroid hormonu tarafından düzenlenen birçok hücrenel süreç istirahat sırasında harcanan enerji ile ilgilidir. Potansiyel bazal metabolizma hızı ile ilgili metabolik yolun tiroid hormonu tarafından düzenlendiği gösterilmiştir. Hipotiroidizm gibi hormonal rahatsızlıklar da artmış yağ birikimine neden olmaktadır. Bunun sebebinin bazal metabolizma hızının düşmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir(Reinehr, 2010:165-171).

Ayrıca bazı hastalıkların tedavisine kullanılan ilaçların yan etkileri ilaçların bazı sınıfları yan etki olarak kilo artışına neden olmaktadır. Örneğin; antihistaminikler, antidiyabetikler, antihipertansif ajanlar, HIV proteinaz inhibitörleri, steroid hormonlar ve nörolojik ilaçlar. Diyabet tedavisinde kullanılan sülfonilüreler ve tiazolidindion kilo alımına neden olmaktadır. Tedavi amaçlı kullanılan bazı antidepresanlar, antiepileptikler, nöroleptikler de vücut ağırlığının artmasına neden olabilmektedir. Bunlar muhtemelen merkezi sinir sistemindeki monoaminleri etkileyerek obeziteye yol açmaktadırlar. Beslenme kültürünün değişmesi fast food tarzı yüksek kalorili besinlerin tüketilmesi ve fiziksel hareketliliğin azalması da obezite de önemli payı olan etmenlerdir.



Büyük porsiyonlarda gıda tüketimi, besin tüketimini artırır. “Az yemek” stratejisi basit bir davranış değişikliği gibi görünse de bu davranış stratejisini deneyen programlar çok az etki yapmıştır (10). (Bray, 2005:2-7). Davranış faktörleri de diyetteki yağ miktarını modüle ederek obezite gelişmesinde etkili olur. Bir çalışmada (6 aylık trial) insanların araştırma için süpermarkete gelmeleri ve tam yağlı yiyecekler veya azaltılmış yağ içeren yiyecekler seçmeleri istenmiş. Tam yağlı yiyecekleri seçen bireyler çalışma boyunca yüksek enerji almışlar, düşük yağlı yiyecekleri seçenlerde enerji alımını ve kilo artımı olmamıştır. Diyeti kontrol altına almakla yüksek yağ yüksek enerji sağlayan yiyeceklerin obezite yapıcı etkilerini dizginlemek mümkün olur. Bu bulgular gıda alımını ciddi kontrol altına alınmasını yüksek yağ diyetlerin kilo aldırıcı etkisini engellediğini göstermektedir. Bu çalışmalar enerji alımını, enerji dansitesinden ayırmada yetersizdir. Bireyler sabit ağırlıktaki gıdaları yüksek ve düşük yağ içeren şekilde tüketmek eğilimindedirler. Yüksek yağ per gram olarak diğer besinlerden daha fazla enerjiye neden olduğu için, yüksek yağlı diyetlerin enerji dansitesi düşük yağlı yiyeceklerden fazladır. Muhtemelen diyetin enerji dansitesi diyetteki yağ miktarından daha fazla artan enerji alımından sorumludur. Pratik olarak gıdaların enerji dansitesinden söz ederken kalorik dansitesi 3-4 kcal/g üstünde olanlar gıdaların direkt yağ miktarlarıyla değişirler. Ancak düşük yağ ve kalori modifiye gıdalar enerji dansitesi olarak düşük yağ içermelerine karşın enerji dansiteleri düşük fiber ve düşük su nedeniyle daha yüksektir. Düşük yağ içeren yiyeceklere meyve, sebze ve tahıl örnek olarak verilebilir (Gedik, 2003:1-4).

Obezitede kalıtımın yanı sıra çevresel faktörler de etkilidir. Obezlerin fazla yeme isteğinin aile çevresinden edinilen bir alışkanlık olduğu ileri sürülmektedir. Bunun yanı sıra fiziksel aktivite eksikliği, aşırı televizyon izleme, bilgisayar kullanma gibi çocuğu hareketsizliğe iten alışkanlıkları çoğu kez aile yaşamı ile ilgilidir. Türkiye’de genelde sosyoekonomik durumu yüksek ailelerin çocuklarında obezite yaygın iken, Amerika ve gelişmiş Avrupa ülkelerinde yoksul sayılan sınıflarda obezite yaygındır. Fiziksel çevrede obezite gelişiminde önemlidir. Çocuk ve adolesanlar arasında kışın obezite görülme oranı daha yaygındır. Günümüzde yetersiz park ve spor alanları, apartman yaşamı, okul ulaşımında servis aracının kullanımı, video, bilgisayar oyunları ve televizyon izlemenin artması ile çocuklar sedanter yaşam tarzı ile yetişmektedir. Fiziksel aktivitenin olmayışı ve sedanter yaşam biçimi ise obezite gelişimi ve devamlılığında önemli rol oynamaktadır. Günde 4 saatten fazla televizyon izleyenlerin vücut yağı ve Beden Kitle indeksi (BKİ) günde 2 saatten az televizyon izleyenlere göre daha fazladır (Çelik, 2007:76). Obezite, son birkaç yılda bütün ülkelerde oldukça yaygın olarak görülen, çevresel ve genetik faktörlerin etkilediği multifaktöriyel bir hastalık olup erken mortalite, metabolik ve kardiyovasküler komplikasyonlar için bir risk faktörüdür. Obezitede kalıtımın rolünün olduğunu destekleyen en önemli bulgular, monozigotik ikizlerde BKİ ile yapılan çalışmalardan elde edilmiştir. Bu araştırmalarda, monozigotik ikizlerde bulunan uyumun dizigotik ikizlerdekinden yüksek olması kalıtımın etkisini göstermektedir. Ayrıca, ailesel eğilim de obezitenin en güçlü genetik komponentidir. Obezitede genetik faktörlerin rolü kompleksdir(Şekil 1).



Tek mutasyon ile obezitenin meydana gelmesidir. Monogenik obezite genellikle nadir gözlenen çocukluk çağında başlayan obezite çeşididir. Örneğin; Simpson dismorfisi, tek mutasyon ile obezitenin meydana gelmesidir. Monogenik obezite genellikle nadir gözlenen çocukluk çağında başlayan obezite çeşididir. Örneğin; Simpson dismorfisi, çeşitli genetik varyantlar ile çevrenin etkileşimi sonucu meydana gelen obezite formudur. Poligenik obezitede rol alan genler tek tek incelendiğinde bireylerin ağırlıklarında çok az etkili oldukları tesbit edilmiştir. Bu genlerin kümülatif katkısı önemli iken aşırı yemek yeme, azalmış fiziksel aktivite, hormonlardaki değişimler, sosyoekonomik faktörler gibi çevresel faktörlerin hepsi genlerin fenotipik ifadesini etkilerler (Clément, 2006:608-622).

### Dünyada Obezite İle İlgili Bazı Araştırmalar

Dünyada hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde obezite her geçen gün artış göstermektedir. ABD ve diğer gelişmiş ülkelerde obezite önemli konular arasındadır. Çin'de 2005 yılında kıyıya yakın büyük şehirlerde çocuklar üzerinde yapılan bir çalışmada aşırı kilo alımı erkeklerde %32,5 ve kadınlarda %17,6'ya ulaşmış, obezite prevalansının bölgesel dağılımı çoğunlukla sosyoekonomik statü, beslenme kuralları ve yaşam stili değişiklikleri nedenler arasında yer almıştır. Ayrıca dünyanın birçok yerinde çocukluk obezitesi epidemik hale gelmekte ve bu artışın en önemli sebepleri olarak fastfood tüketimi, televizyon bağımlılığı ve egzersiz yetersizliğidir (Ji, 2005:1-8).

2001-2008 yılları arasında İtalyan popülasyonlarında yetişkinlerdeki obezitenin yaklaşık prevalansı ve bu yıllar arasındaki dalgalanmalar araştırılmıştır. Boy-kilo endeksinin yaş ve cinsiyet ile karşılaştırılması yapılmış ve sonuç olarak neredeyse İtalyan erkeklerin yarısı ve yaklaşık her üç kadından biri aşırı kilolu veya obez olduğu kaydedilmiştir. Bu yıllar arasında obezite prevalansında erkeklerde %1,4 ve kadınlarda %0,4 artış görülmüştür (Micciolo, 2010:258).

On farklı Avrupa ülkesinin ( Fransa, İsviçre, Danimarka, İsveç, Hollanda, Almanya, İtalya, Avustralya, İspanya, Yunanistan) kırsal ve kentsel alanlarında yapılan obezite prevalans çalışmasında kişilerin boy ve kiloları rapor edilmiş ve boy-kilo indeksleri normal ağırlık (18,5-24,9 kg/m<sup>2</sup>), aşırı kilolu (25-29,9 kg/m<sup>2</sup>) ve obez (≥30 kg/m<sup>2</sup>) olarak standardize edilmiştir. Obezite ile eğitim düzeyi, gelir düzeyi, cinsiyet, yaş, BKİ ilişkili bulunmuştur. Bu 10 Avrupa ülkesinde 50-79 yaşları arasında %43,5'i aşırı kilolu ve %18,2'si obezdir.

Portekiz'de 873 kadın ve 563 erkekten oluşan, yaşları 18-90 arasında değişen, kentte yaşayan grupta obezitenin prevalansı ve risk faktörleri incelenmiştir. Sonuç olarak kadınlarda (%26,1) obezitenin prevalansı erkeklerden(%13,9) belirgin olarak yüksek bulunmuştur. Bu çalışmada ayrıca cinsiyetin dışında yaş ve eğitim düzeyi faktörleri de



ele alınmış ve obezitenin yaşla birlikte arttığı ve eğitim düzeyiyle azaldığı rapor edilmiştir (Santos, 2003:430-437).

Suudi Arabistan yetişkin popülasyonunda aşırı kilo alımının ve obezitenin risk faktörleri ve prevalansı incelenmiştir. Çalışma 30-70 yaşları arasında 1652 erkek ve 1619 kadın arasında yapılmıştır. Obezite prevalansı kadınlarda %49,15 ve erkeklerde ise %29,94 olarak bulunmuştur. Kadın ve erkeklerde 40-49 yaşları arasında belirgin şekilde obezite bulunmuştur. Özellikle fiziksel aktivite yapamayan bayanlarda obezite oluşma riski yüksek bulunmuştur (Alsaif ve ark., 2002:1243).

2000-2005 yıllarında ABD'de anormal obezite çalışmaları yapılmıştır. Bu yıllar arasında ABD'de obezite prevalansının %24 arttığı görülmüştür. BKİ 40 üstünde olanlarda prevalans %50, BKİ 50 üstünde olanlarda prevalans %75 bulunmuştur. Amerika'da yapılan farklı çalışmalarda BKİ>25 olanlar aşırı kilolu, BKİ≥30 olanlar obez olarak kaydedilmiştir (Sturm, 2007:492-496).

### **Türkiye'de Obezite İle İlgili Bazı Araştırmalar**

Türkiye'de halkın beslenme durumu bölgelere, mevsimlere, sosyoekonomik düzeye ve kentsel-kırsal yerleşim yerlerine göre önemli farklılıklar göstermektedir. Gelir dağılımındaki dengesizlik beslenme sorunlarının niteliği ve görülme sıklığı üzerinde etkili olmaktadır. Türk halkının beslenme durumuna bakıldığında, temel besin ekmek ve diğer tahıl ürünleridir. Günlük enerjinin ortalama %44'ü sadece ekmekten, %58'i ise ekmek ve diğer tahıl ürünlerinden sağlanmaktadır. Yıllar içerisinde besin tüketim eğilimi incelendiğinde ekmek, süt-yoğurt, et ve ürünleri, taze sebze ve meyve tüketiminin azaldığı; kuru baklagil, yumurta ve şeker tüketiminin ise arttığı söylenebilir. Genelde toplam yağ tüketim miktarında önemli farklılık olmamasına rağmen, bitkisel sıvı yağ tüketim miktarının katı yağa oranla arttığı gözlenmektedir (Pekcan, 2001:572-585).

Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığı, Hıfzıssıhha Mektebi Müdürlüğü tarafından yapılan beyana dayalı Ulusal Hane Halkı Araştırması'na göre ülkemizde 18 yaş üstü bireylerin ortalama günde 1.64 porsiyon meyve ve 1.57 porsiyon sebze tükettikleri ve bu oranın bölgelere ve kırsal/kentsel yerleşim yerlerine göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.(TÜİK, 2007)

Son yıllarda ülkemizde, özellikle kentsel bölgelerde çocuk ve gençler arasında ayaküstü beslenmenin (fast-food) sıklıkla tercih edilen bir beslenme şekli olduğu görülmektedir. Ayaküstü beslenme enerjisi yüksek, doymuş yağ asitleri ve tuz içeriği zengin, ancak posa içeriği, A ve C vitaminleri ve kalsiyum yönünden yetersiz olup, sıklıkla bu tarz beslenme yetersiz ve dengesiz beslenmeye neden olmakta, obezite, kalp-damar hastalıkları, diyabet gibi kronik hastalıkların oluşma riskini artırmaktadır (SB, 2002). Sağlık bakanlığı tarafından 7 coğrafik bölgeden seçilen 7 ilde 30 yaş üstü 15.468 bireyde yapılan "Sağlıklı Besnelim, Kalbimizi Koruyalım" çalışmasında bireylerin fiziksel aktivite alışkanlığı da sorgulanmış ve bireylerin sadece %3,5'i düzenli (haftada en az 3 gün, 30 dakika orta şiddette) fiziksel aktivite yaptıklarını beyan etmişlerdir (SB, 2004).



## Çocuklarda ve Gençlerde Obezite

### Ülkemizde Genel Durum

Ülkemizde çocuk ve adolesanlarda obezite sıklığını araştıran ulusal düzeyde yapılmış bir çalışma mevcut olmamakla birlikte lokal ve bölgesel düzeyde yapılan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımına göre adolesans 10-19 yaşları arasını kapsar. 15-24 yaşarası “genç”, 10-24 yaşları arası ise “gençlik” olarak tanımlanmaktadır. Her ne kadar bu yaş grubu için bazı yaş sınırlamaları getirilmeye çalışılsa da, bu dönemi kesin yaş ile ayırmak oldukça zordur. Genellikle çocukluktan erişkinliğe geçiş dönemi olarak kabul edilen ergenlik dönemi, gerçekte fiziksel, psikolojik ve sosyal olgunluğa erişmenin tamamlandığı bir dönemdir. Çocuklarda ve gençlerdeki obezite profilinin ortaya konulması açısından farklı bölgelerde yürütülen çalışmalardan bazıları şöyledir:

Kayseri'de 6-10 yaş grubunda 1032, 11-17 yaş grubunda 2671 olmak üzere toplam 3703 çocukta yürütülen bir çalışmada çocukların %10,6'sının fazla kilolu (BKİ 85 - <95. yüzdeler) ve %1,6'sının obez (BKİ ≥ 95) olduğu belirtilmiştir (Krassas, 2004:460). İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde 12-13 yaş grubunda 1044 adolesan üzerinde yapılan bir çalışmada çocukların %12'si zayıf, %12'si fazla kilolu ve %2'si obez olarak saptanmıştır (Sur ve ark., 2005:615). Kastamonu il merkezindeki 10-12 yaş grubu ilköğretim öğrencilerinde obezite prevalansını ve obeziteyi etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla yapılan çalışmada toplam 480 öğrenci üzerinde beden kitle indeksi ölçümleriyle yapılan hesaplamada öğrencilerin %46,5'i zayıf, %41,9'u normal, %10,4'ü fazla tartılı ve %1,3'ü obez olarak bulunmuştur. Yapılan istatistikî analiz sonucunda; ailesinde obez birey olanlarda, çikolata ve çips tüketenlerde, aktivitesi az olanlarda, annesi tarafından yemek yemesi için baskı görenlerde obezite oranı daha fazla bulunmuştur. Öğrenciler sevinç durumunda daha fazla gıda tüketmekte ve öğün atlama nedeni olarak canının istemediğini belirtmektedir. Obezite oranı çok yüksek olmamasına rağmen, obezitenin geleceğin önemli hastalıklarından biri olduğu düşünüldüğünde çocukluk yaşlarında önlemlerin alınması çok önemlidir (Metinoğulları ve ark., 2012:117-123). Muğla'da 6-15 yaş arasında 4260 çocuk obezite açısından değerlendirilmiş ve kızların %7,6'sının, erkeklerin %9,1'inin obez olduğu saptanmıştır. Bu yaş grubunda obezitenin nedenleri uzun süre TV izleme, TV izlerken atıştırma, annenin çalışması ve okulda en az 1 öğün tatlı tüketimi olduğu belirlenmiştir (Süzek ve ark., 2005:290-95).

### Gençlerin Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bazı Bulgular ve “Pupertal Dönemin” Önemi

Ülkemizde son yıllarda gençlerin beslenme alışkanlıkları üzerine çok ciddi geniş kapsamlı araştırmalar olmamakla birlikte, bu bölümde bazı araştırmalarda elde edilen bulgular ele alınmıştır. Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması'na (TNSA-2008) göre, kadınların %69,2'si, erkeklerin ise %56,5'i ilköğretim ve altı öğrenim düzeyindedir. Yapılan çalışmalar ailelerin sağlıklı ve doğru beslenme konusunda gerekli bilgi donanımına sahip olması gerektiğini ortaya koymaktadır (Aslan ve ark., 2003:55-62). Güleç ve ark.'nın yaptıkları bir çalışmada, gençlerin beslenme bilgilerini %68'lik oranla ailelerinden aldıkları bildirilmiştir (Güleç ve Ark., 2008:102).

Gençlerin öğün sayıları, öğün atlama durumları değerlendirildiğinde %55,2'sinin günde üç öğün ve düzenli yemek yeme alışkanlığına sahip olduğu belirlenmiştir. Sabah öğününü atlama oranı %31,6 olarak bulunmuştur. Sağlam ve Yürükçü'nün yaptığı



çalışmada gençlerin %59,5'inin günde üç öğün, %20,9'unun iki, %19,6'sının ise dört ve üzeri öğün tükettikleri belirtilmiştir(Sağlam ve Yürükçü, 1996:16-23) Kahvaltı 8-12 saatlik açlık periyodu içinde en uzun aradan sonra yenildiği için sabah kahvaltısında yenen yiyecekler vücutta daha verimli kullanılmakta, bu nedenle kahvaltı günün en önemli öğünü kabul edilmektedir(Ersoy, 2001:333). Kutlu ve Çivi'nin yaptığı çalışmada gençlerin %87,2'sinin(Kutlu ve Çivi, 2009:18-24), Önder ve ark.'nın Ankara Gülveren Lisesi gençlerinde yaptıkları çalışmada ise öğrencilerin %60,7'sinin düzenli kahvaltı yaptıkları bildirilmiştir(Önder ve ark., 2000:1-5). Güleç ve ark.nın Ankara'daki kız öğrenci yurtlarında yaptıkları çalışmada gençlerin sabah kahvaltısında yiyecek olarak en çok peynir-zeytin, içecek olarak %30,0 oranında süt ve meyve suyu tercih ettikleri bildirilmiştir.

Yücecan ve ark.nın çalışmalarında ergenlerin öğün aralarında en çok hamur işleri, kek, pasta, çikolata vb. tükettiklerini bildirmişlerdir. Ayrıca Ankara'da 16-18 yaş arası 600 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmada da gençlerin büyük çoğunluğunun öğün aralarında fastfood türü yiyecekler, çikolata ve kolalı içecekler tercih ettikleri belirtilmiştir(Elmacıoğlu, 1991:187-97). Kutlu ve Çivi'nin yaptıkları çalışmada öğrencilerde günlük kola tüketimi %10,6, meyve suyu %19,9 ve meyve tüketimi %63 olarak saptanmıştır. Bilindiği gibi kolalı içeceklerin kalori değerlerinin yüksek, besin değerlerinin düşük olması nedeniyle bu içeceklerin aşırı tüketimi kilo alımına neden olmaktadır. 2011 yılında Yorulmaz ve Paçal tarafından yapılan bir araştırmada 16-18 yaş arasındaki gençlerde her gün şeker-çikolata tüketen öğrenciler %49,2'lik oranı teşkil etmektedirler. Kutlu ve Çivi'nin çalışmasında ise bu oran %25,5 olarak belirlenmiştir. Buna göre gençlerin şeker-çikolata tüketiminin, dolayısıyla kalori alımının geçtiğimiz yıllara göre oldukça yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Söz konusu durum fast-food tüketimi, şeker tüketimi ve beslenme alışkanlıkları üzerine yeni çalışmaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Gençlerdeki yanlış beslenme alışkanlıkları ilerleyen yaşlarda ciddi sağlık sorunlarına yol açabilmektedir.

Güleç ve ark.nın öğrenci yurtlarında yaptıkları çalışmalarda GATA yurdunda kalan gençlerin %77,3'ünün, Mehmet Akif Yurdu'nda kalan gençlerin de %68'inin spor yaptıkları belirtilmiştir. Oysaki 5 yıl sonra Yorulmaz ve Paçal tarafından yapılan bir araştırmada ise öğrencilerin okullarında spor salonu olmasına rağmen gençlerin sadece %35,6'sının spor yaptığı, %43,6'sının da bazen spor yaptığı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre gençlerin yıllar sonra daha düşük oranda spor yaptıkları belirlenmiştir. Bu sonuç gençlerin sporun önemi konusunda fazla bilinçli olmadıklarını ve fiziksel aktivitelere yeterince özendirilmediklerini düşündürmektedir. Yaşamın her döneminde sağlıklı beslenme alışkanlıklarıyla birlikte düzenli fiziksel aktivite yapmak da sağlıklı yaşamın temelini oluşturmaktadır. Başta obezite olmak üzere diyabet, hipertansiyon, koroner kalp hastalıkları ve osteoporoz gibi birçok kronik hastalığın önlenmesi ve tedavisinde fiziksel aktivite çok önemlidir(Evans, 1997:632).

Bu nedenle öğrencilere spor yapma alışkanlığı kazandırılmalı, spor yapabilmeleri için olanaklar oluşturulmalı ve sporu yaşamın bir parçası olarak görmeleri sağlanmalıdır. Şişmalığın tanımı için kriter olarak beden kitle indeksi (ağırlık/boy<sup>2</sup>) kullanılmaktadır. Çocuklarda ve ergenlerde BKİ yaşa ve cinsiyete göre farklılık göstermektedir.. Ülkemizde tüm ülke geneline yansıtan çalışma bulunmamakla birlikte çeşitli illerde yapılan ve yerel prevalansı bildiren çalışmalar vardır. Kutlu ve Çivi'nin çalışmasında da kilolu ve obez öğrenci oranı yüksek bulunmuştur.1 Üç büyük ilde 12-13 yaş grubunda

1044 adolesanda yapılan bir çalışmada toplam obezite prevalansı erkeklerde %15,1, kızlarda %13,3 olarak bulunmuştur(Kutlu ve ark., 2008:205-212).

Ersoy tarafından 2006 yılında yapılan bir çalışmada ergenlerin yanlış beslenme davranışlarından daha çok etkilendiği ortaya konulmuştur. Buna göre obezite açısından risk grupları olarak gençlik çağının önemi büyüktür. Çünkü gençlerde kemik yoğunluğu ergenlik döneminde artmaktadır. Bunun en önemli nedeni *Pubertal büyüme atağı* sırasında, erişkin hayattaki total kemik kitlesinin yaklaşık % 37'sinin kazanılmasıdır. Ergenlik, hızlı fiziksel büyümenin yanında, hızlı iskelet gelişimi ile de karakterizedir. Total vücut kemik mineral içeriği ve dansitesi, puberte sırasında her iki sekste de hızla artar ve puberteden sonra zirveye ulaşır. Erişkinlerde kemik dansitesinde 20 yaşından sonra artış olmadığı gösterilmiştir. Bu sebeple de gençlik çağındaki doğru beslenme alışkanlıkları ve obezite oranları diğer yaş gruplarına göre çok çok daha önem kazanmaktadır(Baltacı ve ark., 2006:1). Gençlik dönemindeki beslenme alışkanlıkları ile yetişkinlikte kemiklerin sağlık durumu ve kemik erimesi durumu arasında doğrudan ilişkili bulunmaktadır. Yaş ilerledikçe iskelet yapısı aşağıdaki görünümü sergilemektedir. Şekil 2; Osteoporoz ve Beslenme.



Bir ülkenin en önemli kaynağı sağlıklı, üretken ve yetenekli insan gücüdür. Bu açıdan geleceğin insan gücü olan gençlerin büyüme çağında beslenmesinin yeterli olması ve vücut gereksinimine uygun olması önemlidir. Son yıllarda gençler arasında yaygınlaşan fast food kültürü ve buna bağlı olarak tv, internet ve kapalı ortamlarda geçirilen zaman gençlerin sağlığını olumsuz etkilemektedir (Beyhun, 2007,s.242). Vançelik tarafından 2007 yılında yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin yeterli ve dengeli beslenemedikleri sonucu ortaya konulmuş, bunda beslenme bilgisinin yetersizliği ve ağır ekonomik şartların gençleri fast food tüketimine yönelttiği düşüncesi etkili olmuştur. Cömert tarafından 2014 yılında 17-29 yaş erkek ve kızlardan oluşan 400 üniversite öğrencisinin beslenme davranışları incelenmiş buna göre; öğrencilerin %63,5'i fast food tüketirken, %7,3'ünün ise tüketmediği, %29,3'ünün ise bazen tükettiği görülmüştür. Bu sonuçlar gençlerin büyük çoğunluğunun fast food tüketimini tercih ettiğini göstermektedir. 2014 yılında Onurlubaş ve arkadaşları tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada ise gençlerin birçok beslenme davranışı ele alınmış ve öğrencilerinin büyük çoğunluğunun öğün atladığı ve en fazla atladıkları öğünün ise öğlen yemeği ve sabah kahvaltısı olduğu tespit edilmiştir. Bu durum obezite sıklığını arttırmaktadır. Ayrıca Berberoğlu tarafından 2008 yılında yapılan bir çalışmada, adolesan ve çocukluk döneminde düzensiz uyku durumunun, fazla kilo oluşumunda risk faktörü olabildiği ve kısa uyku sırasında leptin ve ghrelin düzeylerinin azalmasının buna neden olduğu öne sürülmektedir(Berberoğlu, 2008: 79-80). Sağlığı geliştirmede etkin olan sağlıklı yaşam biçimi davranışları ergenlik





döneminde kazanılır veya test edilir. Bu dönem bireyin ilerde nasıl bir yetişkin olacağını belirler. Dolayısıyla toplum sağlığı açısından öncelikli bir grup olarak ele alınması gerekmektedir(Turan, 2009:11).

### Obezite Komplikasyonları ve Belirlenmesi

Aşırı vücut ağırlığı ve obezite, yol açtığı sonuçlar nedeniyle yaygın olarak gözlenen en önemli sağlık sorunlarından biridir. Birçok sistemi etkilemekte ve istenmeyen sonuçlara neden olmaktadır. Önlenemediği ve tedavi edilmediği takdirde yaşam süresini kısaltmakta ve yaşam kalitesini azaltmakta, dolayısıyla dolaşım sistemini, hormonal sistemi ve sinir sistemini etkileyerek birçok hastalığa neden olmaktadır. Tip 2 diyabet, hipertansiyon, koroner kalp hastalığı, hiperlipidemi, karaciğer hastalığı, bazı kanser türleri ve obstrüktif uyku apne sendromu gibi hastalıklar bunlardan bazılarıdır (Poirier ve ark., 2006:898-918). Obezite ile ilişkili sağlık sorunları Tablo 1.'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Obezite ile İlgili Diğer Sağlık Sorunları

<b>Kalp-damar sistemi</b>	-Koroner kalp hastalığı -Serebrovasküler hastalık -Varikoz venler -Derin ven trombozu -Yüksek tansiyon
<b>Solunum sistemi</b>	-Uykuya bağlı -Hipoventilasyon -Uyku apnesi -Obezite hipoventilasyon -Solunum güçlüğü
<b>Sindirim sistemi</b>	-Hiatus Hernia -Safra Taşları -Yağlı Karaciğer Ve Siroz -Kolorektal Kanser
<b>Metabolik</b>	-Dislipidemi -İnsülin Direnci -Tip 2 Diabetes Mellitus -Hiperürisemi
<b>Hareket sistemi</b>	-Osteoartrit -Sinir Sıkışması
<b>Böbrekler</b>	-Proteinüri
<b>Üreme ve idrar sistemi</b>	-Endometriyal kanser -Prostat kanseri -Stres inkontinansı
<b>Deri</b>	-Akantozis nigrikans -Lenfödem -Ter döküntüleri
<b>Hormon sistemi</b>	-Artmış adrenokortikal Aktivite -Değişmiş dolaşan seks -Meme kanseri -Polikistik Over Sendromu (PCOS)

Tablo 1'den de görüldüğü gibi obezite çağımızın en önemli sağlık problemlerinden birisidir ve diğer sağlık problemlerinin de en önemli kaynağıdır. Obezitenin ölçümünde en çok önerilen ve en yaygın kullanılan yöntem *beden kitle indeksi(BKİ)* ölçümüdür.



Obezite yaygın bir halk sağlığı sorunu olarak göz önünde alınır, ucuz, kolay uygulanabilir ve doğruluk oranı yüksek bir yöntemin tanı ve takipte kullanılması gerekmektedir. BKİ ölçümü en çok kullanılan ve vücut yağ oranı ile iyi korele olan bir parametredir. BKİ yağ miktarının genel bir göstergesi olup yağ dağılımı hakkında bilgi vermez. Bu nedenle büyüme çağındaki çocuklarda, hamilelerde, sporcularda, yaşlılarda, ödemle seyreden hastalığı olanlarda BKİ kullanılmamalıdır (Ersoy ve Çakır, 2007:107-116). Formülü şu şekildedir

$$BKİ = \frac{\text{Vücut ağırlığı (Kg)}}{\text{Boy}^2 (\text{m}^2)}$$

Bu formül kullanılarak yapılan ölçümlerde ortaya çıkan değerler yandaki Tablo 2'deki şekilde yorumlanmaktadır. Ölçüm sonucunda 30 üzerinde sonuç çıkan ölçümlerde birden başlayarak artan obezite saptanmaktadır ve değer yükseldikçe bireylerdeki hastalık riskleri de artmaktadır.

<b>Tablo 2. Beden Kitle Endeksinin Yorumlanması</b>	
<b>Sınıflandırma</b>	<b>BKI(kg/m<sup>2</sup>)</b>
<b>Zayıf</b>	<b>&lt;18.50</b>
Ağır	<16.00
Orta	16.00-16.99
Hafif	17.00-18.49
<b>Normal</b>	<b>18.50-24.99</b>
<b>Hafif şişman</b>	<b>≥25.00</b>
Pre-obez (fazla kilolu)	25.00-29.99
<b>Şişman (obez)</b>	<b>≥30.00</b>
I. Derecede	30.00-34.99
II. Derecede	35.00-39.99
III. Derecede	≥40.00



## Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada yapılan araştırmalardan elde edilen verilerde; gençlerin genellikle doğru beslenme alışkanlıklarına sahip olmadıkları ve buna bağlı olarak doğru beslenme davranışlarının sınırlı olduğu görülmektedir. Ayrıca fast food beslenme şeklinin yaygın olduğu, hareketsiz yaşamın her geçen yıl gençleri daha olumsuz etkilediği, buna bağlı olarak kahvaltı yapma oranlarının düşük, kolalı içecekleri ve şekerli yiyecekleri tüketme oranlarının yüksek olduğu görülmüştür. Dengesiz beslenme sonucu ortaya çıkan önemli sağlık sorunlarından biri olan şişmanlığın “Pupertal Dönemdeki” gençlerde sağlığı daha fazla bozabileceği belirtilmiş, gençlik çağındaki kemik yoğunluğunun önemi vurgulanarak, gençlik çağı beslenme bozukluklarının yetişkinlik döneminde hipertansiyona, kalp ve damar hastalıklarına, kemik ve iskelet sisteminde bozulmalara yol açabileceği belirtilmiştir. Tüm bu bilgiler ışığında geleceğin teminatı olan gençlerin, doğru eğitimlerle bilinçlendirilmesi, televizyon ve internet bağımlılığı konusunda yeterli bilgilendirmeler yapılarak hareketli bir yaşam tarzının gençlere benimsetilmesi, bu kapsamda tüm okul programlarının ve boş zaman etkinliklerinin daha cazip ve etkili hale getirilmesi ve gençlerin kahvaltının önemi konusunda mutlaka eğitilerek bu ve benzeri önlemlerin daha kaliteli uygulanması için belirli bir devlet politikasının mutlaka geliştirilmesi önerilebilir. Ayrıca her geçen yıl artan bu sorunların, çok daha geniş ve detaylı araştırmalarla ele alınması, modern çağın problemleri haline gelen internet, fast-food ve hareketsiz yaşam kültürünün tüm boyutları ile daha derinlemesine araştırılması önerilebilir.

## Kaynakça

- Akbulut G, Özmen M, Beşler T. Obezite, Bilim ve Teknik Dergisi, Mart 2007 ücretsiz eki, sayı 472: 1-15.
- Alsaif MA, Hakim IA, Harris RB et al. Prevalence and risk factors of obesity and overweight in adult Saudi population, Nutrition Research 2002; 22: 1243–1252.
- Altunkaynak BZ, Özbek E. Obezite: Nedenleri ve Tedavi Seçenekleri, Van Tıp Dergisi 2006; 13(4):138-142.
- Aral F, Barbaros U, Bozbora A ve ark. Obezite ve Tedavisi, Bozbora A (ed.), Nobel Tıp Kitapevleri, İstanbul, 2002; s: 1-29.
- Aslan D, Gürtan E, Hacım A, Karaca N, Şenol E, Yıldırım E. [Nutritional status and anthropometric assessment of 10th grade girls at a high school in the catchment area of Eryaman District]. Cumhuriyet Medical Journal 2003; 25(2):55-62.
- Baltacı G., Ersoy G., Karağaoğlu N., Kanbur N. (2006) Ergenlerde Sağlıklı Beslenme, Hareketli Yaşam. Sinem Matbaacılık Ankara. s.1
- Berberoğlu M. (2008). Adölesanlarda Obezite. İ. Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Tıp Eğitimi Etkinlikleri. Adölesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi. No: 63. s: 79-80
- Bray G A. Risks and pathogenesis of obesity. Meat Science 2005; 71: 2–7.
- Clément K. Genetics of human obesity. C. R. Biologies 2006; 329: 608 – 622.
- Çelik H. Eksojen Obez Adölesanların Düşük ve Yüksek Glisemik İndeksli Kahvaltıya Yanıtının Serum Glikoz, İnsülin, C-Peptid ve Lipid Düzeyleri ile Değerlendirilmesi, Uzmanlık Tezi, Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Edirne 2007: 76



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Ersoy G. Okul Çağı ve Spor Yapan Çocukların Beslenmesi. 1. Baskı. Ankara: Ata Ofset; 2001. s.333.

Evans JW, Cyr-Campbell D. Nutrition, exercise and healthy aging. J Am Diet Assoc 1997; 97(6):632-8.

Elmacıoğlu F. [A study on fast food]. Beslenme ve Diyet Dergisi 1991;20(2):187- 97.

Gedik O. Obezite ve Çevresel Faktörler, Turkish Journal of Endocrinology and Metabolism 2003 (Suppl. 2) : 1-4.

Güleç M, Yabancı N, Göçgeldi E, Bakır B. [Nutritional habits of students living in two female dormitories in Ankara]. Gulhane Med J 2008; 50(2):102-9.

Jeffrey I, Alan J, Handelsman Y, Timothy W. AACE Obesity Position Statement, Endocr Pract. 2012;18(No. 5): 643-648.

Ji CY, Cheng TO. Prevalence and geographic distribution of childhood obesity in China in 2005, International Journal of Cardiology 2008; 131: 1–8.

Kutlu R, Çivi S, Köroğlu DE. [The assessment of anthropometric measurements of the students attending Fatih Sultan Mehmet Primary School]. TAF Prev Med Bull 2008;7(3):205-12

Kutlu R, Çivi S. [The assessment of nutritional habits and body mass indexes of the students attending a private primary school]. Fırat Medical Journal 2009;14(1):18-24.

Krassas GE, Tsameti C, Baleki V et al, Balkan Group for the study of obesity. Prevalence of overweight and obesity among children and adolescents in Thessaloniki-Greece and Kayseri-Turkey. Pediatr Endoc Rev 2004; 1 ( Suppl.3): 460-464.

Metinoğlu İ, Pekol S, Metinoğlu Y. Kastamonu’da 10-12 Yaş Grubu Öğrencilerde Obezite Prevalansı ve Etkileyen Faktörler, ACU Sağlık Bil Derg 2012; 3(2): 117-123.

Micciolo R, Francesco DV, Francesco F et al. Prevalence of Overweight and Obesity in Italy (2001–2008): Is There a Rising Obesity Epidemic? , AEP 2010; 20:258–264.

Önder FO, Kurdoğlu M, Oğuz G, Özben B, Atilla S, Oral SN. [Determination of Gülveren High School Students' some dietary pattern and its correlation with the malnutrition prevalence]. Bulletin of Community Medicine 2000;19(1):1-5.

Palak A, Çetinkaya Ş. Çocuklarda Obezitenin Oluşumunu Etkileyen Faktörler, Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi 2007: 25.

Pekcan G. Türkiye’de beslenme sorunları ve boyutları: Besin ve beslenme politikalarının önemi. Yeni Türkiye Sağlık Özel Sayısı I 2001; 39: 572-585

Poirier P, Giles TD, Bray GA, Hong Y, Stern JS, Xavier F. Obesity and cardiovascular disease: pathophysiology, evaluation and effect of weight loss: an update of the 1997 american heart association scientific statement on obesity and heart disease from the obesity committee of the council on nutrition, physical activity and metabolism. Circulation. 2006, 113:898-918.

Reinehr T. Obesity and thyroid function. Mol Cell Endocrinol. 2010; 316(2): 165– 171.

Santos AC, Barros H. Prevalence and determinants of obesity in an urban sample of Portuguese adults, Public Health 2003; 117: 430–437.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Sağlam F, Yürükçü S. [The determination of the dietary intake status, nutritional habits and nutritional knowledge level of the students attending the Ankara University, Faculty of Educational Sciences]. Beslenme ve Diyet Dergisi 1996;25(2):16-23.

"Sağlıklı Beslenelim, Kalbimizi Koruyalım" Projesi Araştırma Raporu, Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara, 2004.

Sur H, Kolotourou M, Dimitriou M, Kocaoğlu B, Keskin Y, Hayran O, Manios Y. Biochemical and behavioral indices related to BMI in schoolchildren in urban Turkey. Prev Med 2005; 41(2): 614-621.

Süzek H, Bekir ZA, Uyanık S. Muğla'da Yaşayan 6-15 Yaş Okul Çocuklarında Kilo Fazlalığı ve Obezite Prevalansı, Türk Biyokimya Dergisi 2005; 30(4); 290-295.

Sturm R. Increases in morbid obesity in the USA: 2000–2005, Public Health 2007; 121: 492–496.

Şenel F. Obezite, Bilim ve Teknik Dergisi, 2009; sayı 497: 86-87.

Turan T., Ceylan S.S., Çetinkaya B., Altundağ S. (2009) Meslek lisesi öğrencilerinin obezite sıklığının ve beslenme alışkanlıklarının incelenmesi. TAF Preventive Medicine Bulletin. 8(1).11

Toplumun Beslenmede Bilinçlendirilmesi Saha Personeli İçin Toplum Beslenmesi Programı Eğitim Materyali (3.Baskı), Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Hacettepe Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Ankara, 2002.

Ulusal Hanehalkı Araştırması 2003, Türkiye Ulusal Hastalık Yükü ve Maliyet Etkililik Projesi, Sağlık Bakanlığı, Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığı, Hıfzıssıhha Mektebi Müdürlüğü, 2007, Yayın No: 700.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Avrupa Birliği ve Türkiye’de Genç İstihdamın Yapısı: Karşılaştırmalı Bir Analiz*

<sup>1</sup>Harun Uçak

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye İşletme Fakültesi Ekonomi ve Finans Bölümü, Fethiye, Muğla, harunucak@mu.edu.tr

### **Özet**

Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkileri oldukça uzun bir geçmişe sahip olup, Türkiye’nin birliğe tam üye olup olmayacağı günümüze kadar tartışılan önemli bir konudur. Bu tartışmalarda, Türkiye’nin tam üyeliği ile ilgili tartışmalarda nüfus ve ekonomik yapısı önemli bir konu olarak yer almaktadır. Genellikle, Türkiye’nin Avrupa Birliği ortalamasına göre genç bir nüfusa sahip olması ekonomik dinamizm açısından olumlu bir göstergedir. Fakat bu dinamizm genç nüfusun işgücü piyasasına daha etkin katılımıyla mümkün olmaktadır. Diğer taraftan, Avrupa Birliği’nin Türkiye ile ilgili önemli çekincelerinden birisi de nüfusun büyüklüğü olup, Avrupa Birliği’ni önemli derecede etkileyebilecek bir göstergedir. Bu çalışmada, ilk önce Avrupa İstatistik Kurumu (Eurostat) verileri ile Avrupa Birliği ve Türkiye’deki genç nüfus istihdamının yapısı detaylı bir şekilde karşılaştırılmıştır. Daha sonra, genç nüfusun ekonomik gelişmelerden ne kadar etkilendiği ülke örnekleri ile analiz edilmiştir. Elde edilen karşılaştırmalı sonuçlara göre, genç nüfus olumsuz ekonomik gelişmelerden daha derin bir şekilde etkilenmektedir. Genç nüfus için işsizlik oranı ekonomik kriz dönemlerinde gerek Avrupa Birliği ve gerekse Türkiye’de diğer yaş gruplarına göre daha hızlı artmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, önemli bir fark ise kadınların işgücüne katılım oranı Türkiye’de Avrupa Birliğine göre oldukça düşüktür.

**Anahtar Kelimeler:** Genç nüfus, Avrupa Birliği, istihdam, işsizlik

### *Youth Employment Structure in The European Union and Turkey: A Comparative Analysis*

#### **Abstract**

Turkey and the European Union have a long history of relations and whether Turkey’s membership to the union has been an important discussion until nowadays. Turkey’s population and economic structure has been taken an important place on the membership debates. As a general, Turkey’s having a young population compared to the European Union is a positive indicator in terms of economic dynamism. However, this dynamism is possible only with active participation of them to labour market. On the other hand, the size of Turkey’s populations is one of the major concerns for European Union and it is an important indicator which may affect the union widely. In this study first of all, the structure of young population employment in European Union and Turkey is compared in detail. Then, it is analysed about how the young populations have been effected by economic fluctuations with country samples. According to the comparative results, young people have been affected more deeply during negative economic developments. Unemployment rates for young population have been increased more than other age group for both European Union and Turkey during economic crises. According to the results, a significant difference is that female labour force participation in Turkey is lower than European Union level.

**Keywords:** Young population, European Union, employment, unemployment



## Giriş

II. Dünya savaşı sonrasında dünya coğrafyasında, siyasi ve ekonomik birçok değişim yaşanmıştır. Bu gelişmelerden en önemlilerden birisi Avrupa'da yaşanan bütünleşme sürecidir. 1957 yılında 6 ülke ile kurulan Avrupa Ekonomik Topluluğu, günümüze kadar 28 ülkeyi kapsayan bir birliğe dönüşmüştür. Türkiye ise 50 yılı aşan süredir bu birliğe tam üye olmak önemli politika hedefleri arasında yer almaktadır. Üyelik sürecinin nihai sonuca ulaşmamasının nedeni olarak, siyasi, ekonomik, kültürel ve diğer birçok farklı neden ileri sürülebilmektedir. Türkiye nüfusunun büyüklüğü, AB tam üyelik sürecinde önemli engellerden birisi olarakta literatürde sıkça tartışılmaktadır. Bu çalışmada ise, daha spesifik olarak genç nüfusun istihdamı açısından AB ülkeleri ve Türkiye karşılaştırılmıştır.

Türkiyenin nüfus büyüklüğü AB sürecinde önemli bir engel görülmekle birlikte, diğer taraftan bu nüfusun önemli bir pazar göstergesi olması iktisadi açıdan ilişkilerin devam etmesinde motive edici bir etken olarak yer almaktadır. Günümüzdeki iktisadi ilişkilerin derecesi ekonomik verilerle incelendiğinde, Türkiye'nin dış ticaretin yarısına yakını AB ülkeleri ile gerçekleştirilmektedir ve bu ülkeler Türkiye'ye yönelik doğrudan yabancı yatırımlarda ön sıralarda yer almaktadır. Dolayısıyla, AB ülkelerindeki ekonomik gelişmeler Türkiye ekonomisi üzerinde dünyadaki diğer ülke veya ülke gruplarına göre daha etkileyici olabilmektedir.

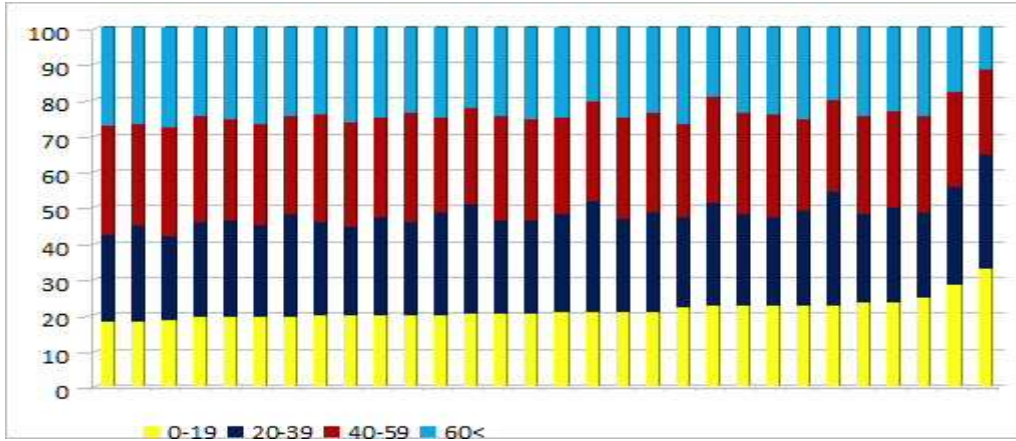
## AB Ülkeleri ve Türkiye'de Genç İstihdamın Karşılaştırması

Türkiye, AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında sadece Almanya'ya göre daha az nüfusa sahiptir. Bununla birlikte, Türkiye'nin Almanya'ya göre daha yüksek nüfus artış hızına sahip olması ve 15-20 yıl içinde Almanya'dan da daha kalabalık bir nüfusa ulaşması beklenmekte ve olası bir tam üyelik sürecinde de, AB yönetim organlarında önemli derecede söz hakkına sahip olması gündeme gelecektir. Bu durumda, AB içinde Türkiye'nin tam üyeliğine yönelik karşı görüşlerde önemli yer tutmaktadır.

Türkiye ve AB arasında nüfus sayısı yanında, yapısında önemli bir karşılaştırma konusudur. Şekil 1'de AB ülkeleri ve Türkiye'de nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı yer almaktadır. Türkiye AB ülkelerine göre oldukça genç bir nüfus ortalamasına sahip olup, 20 yaş altı gençlerin toplam nüfusa oranı tüm AB ülkelerinden daha fazladır. Diğer taraftan, AB nüfusu içindeki yaşlı nüfus oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. İrlanda dışındaki tüm AB ülkelerinde 60 yaş üstü nüfusun toplam nüfusa oranı %20'nin üstündedir. Türkiye'de ise bu oran %11,7 olup, diğer ülkelere göre daha az sosyal güvenlik harcamaları yükü taşımaktadır.

2008 sonunda ortaya çıkan ve tüm dünya ekonomisini etkileyen küresel krizin en fazla hissedildiği bölgelerden birisi AB bölgesidir. Özellikle, Yunanistan ve İspanya işgücü piyasalarında ciddi sorunlarla karşılaşmışlardır. AB'in geneli itibarıyla da 5,5 milyona ulaşan genç, işsizlikle mücadele etmekte durumda kalmışlardır (Berlingieri vd, 2014). Kriz dönemine bağlı olarak AB ülkelerinde gençlerin ekonomik dalgalanmalardan daha az olumsuz etkilenmesi ve istihdama katılımını teşvik etmek amacıyla uygulanan programlar artış göstermiştir. (Goldin vd., 2015).

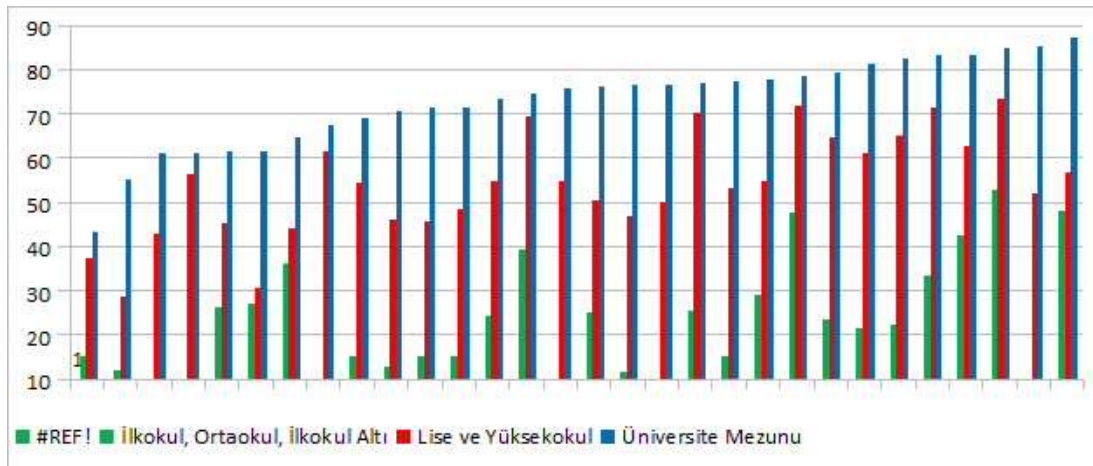
Şekil 1. AB Ülkeleri ve Türkiye’de Nüfusun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı



**Kaynak:** Eurostat

Şekil 2’de eğitim durumuna göre, AB ülkeleri ve Türkiye’de gençlerin istihdama katılım oranları yer almaktadır. Geneli itibariyle gençlerin istihdama katılımında AB ortalaması %47,2, Türkiye’de ise %42,5’dir. Üniversite mezunlarının istihdama katılımında AB ortalaması %73,1 iken Türkiye’de %64,6’dır. Özellikle, son yıllarda ekonomik durgunluk içinde bulunan İtalya, Yunanistan, Portekiz ve İspanya’da üniversite mezunlarının işgücüne katılımı Türkiye’nin altında yer almaktadır. Lise ve yüksek okul düzeyinde mezun olanların istihdama katılımı incelendiğinde, AB ortalaması %54,7, Türkiye’de ise %43,9 olarak yer almaktadır. Bu gösterge, Türkiye’de orta öğretimin meslek edinimine yönelik programlarının ne kadar önemli olduğunu da işaret etmektedir. Türkiye’de istihdama katılımın AB ortalamasına göre daha yüksek olduğu eğitim grubu, ilkokul veya altı eğitime sahip genç nüfus olduğu görülmektedir. AB ortalaması %24 olan bu kesimin istihdama katılımı, Türkiye’de %36,1’dir.

Şekil 2. AB Ülkeleri ve Türkiye’de Eğitim Durumuna Göre İstihdama Katılım (15-29 Yaş)



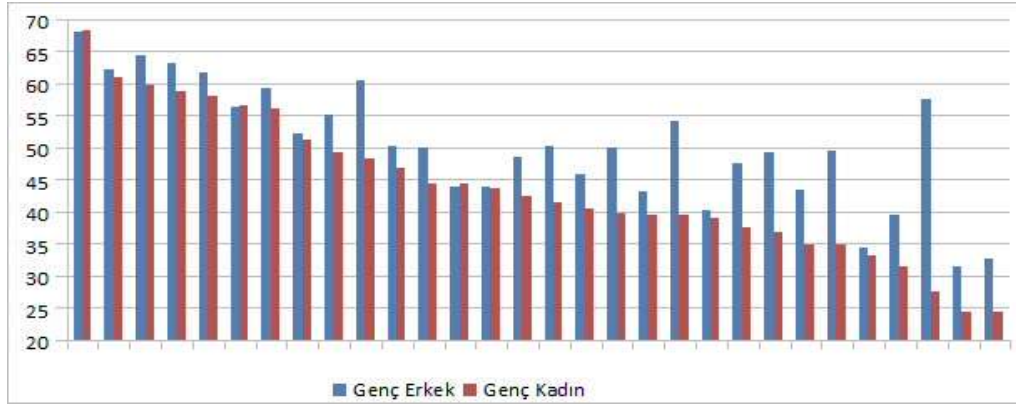
**Kaynak:** Eurostat

Şekil 3’de cinsiyete göre 15-29 yaşa aralığındaki gençlerin istihdama katılım oranları yer almaktadır. Erkeklerin işgücüne katılımında AB ortalaması %49,9 iken, Türkiye %57



ile daha yüksek düzeydedir. Diğer taraftan, genç kadınların işgücüne katılımında Türkiye'nin oranı sadece %27,5 olup, AB ortalamasının çok altındadır. Eurostat verilerine göre, Türkiye'de ilkökul ve altı eğitime sahip genç kadınların işgücüne katılımı %19,2, lise ve yüksekokul mezunu olanların %28,1 ve üniversite mezunu olanların %55,2'dir. Dolayısıyla, eğitim seviyesi arttıkça genç kadınların işgücüne katılımı artmaktadır. Kadınların eğitim seviyesinin artması ve işgücü piyasasında daha fazla yer almaları, Türkiye ekonomisinin büyümesi üzerinde olumlu katkılarının olacağı söylenebilir. Son yıllarda kadınlara istihdama katılımına yönelik artan destekleme programlarının daha da aktif olarak uygulanması bu açıdan son derece önemlidir.

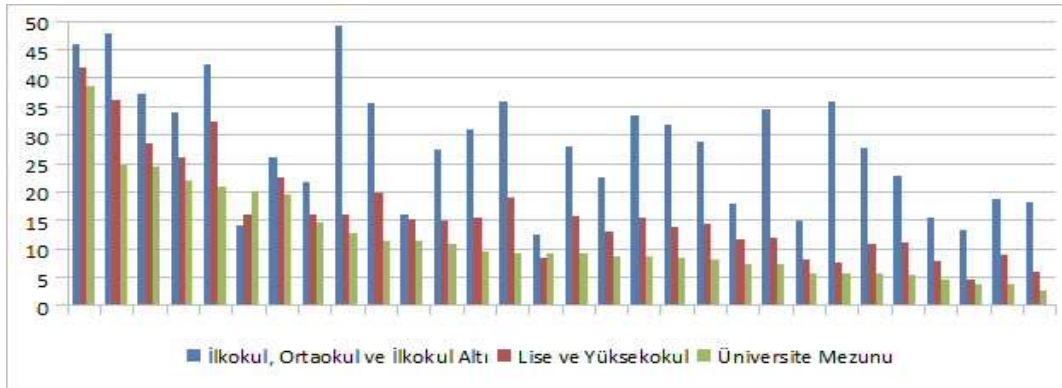
**Şekil 3.** AB Ülkeleri ve Türkiye'de Cinsiyete Göre İstihdama Katılım (15-29 Yaş)



**Kaynak:** Eurostat

Şekil 4'de AB ülkeleri ve Türkiye'de 2015 yılı işsizlik oranları yer almaktadır. İşgücü piyasasında yaş gruplarına göre işsizlik geneli itibariyle gençlerde daha yüksek oranda yaşanmaktadır. Türkiye'de 15-29 yaş grubundaki gençlerde işsizlik oranı %22,8, AB ortalaması ise %17,3'dür. Özellikle, Yunanistan, İspanya ve İtalya yüksek işsizlik rakamlarında sahip olup, son yıllarda AB'de yaşanan ekonomik gelişmelerden önemli oranda etkilendikleri görülmektedir. Her bir ülkedeki işsiz genç sayısı karşılaştırıldığında ise Türkiye 1,45 milyon işsiz ile ilk sırada yer almaktadır.

**Şekil 4.** AB Ülkeleri ve Türkiye'de Eğitim Durumuna İşsizlik (15-29 Yaş)



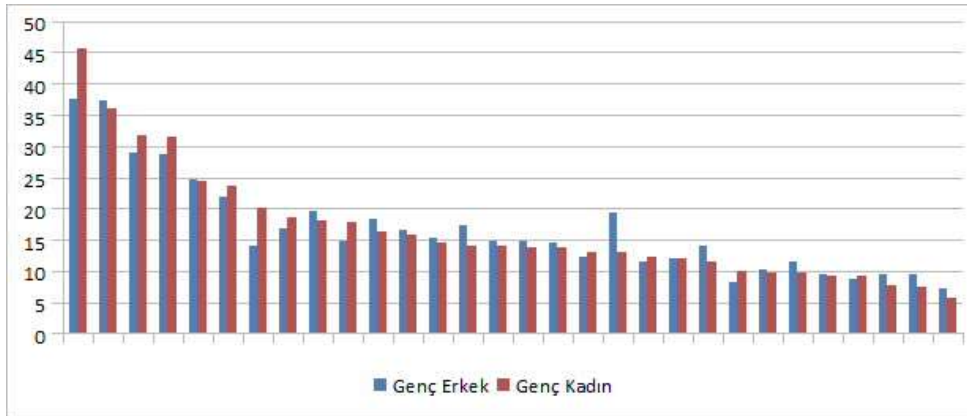
**Kaynak:** Eurostat

Şekil 5’de AB ülkeleri ve Türkiye’de cinsiyete göre işsizlik oranları yer almaktadır. Cinsiyete göre hangi kesimde daha yüksek işsizlik olduğu ülkelere göre farklılık göstermektedir. Bununla birlikte, Yunansitan, İspanya, Hırvatistan ve İtalya hem erkeklerde hemde kadınlarda yüksek işsizlik rakamlarına sahiptir. Özellikle Yunansitan ve İspanya’da geçlerin işsizlik oranı oldukça yüksek oranlara çıktığı görülmektedir. Bu ülkeler son yıllarda ekonomilerinde yaşadıkları sorunların gençlerin istihdamı üzerinde, daha ileri yaş gruplarına göre daha riskli konumda oldukları görülmektedir (Caliendo ve Schmidl, 2016).

AB ülkelerinde, işsiz gençlere yönelik son yıllarda daha aktif politikalar geliştirmeye başlanmıştır. Bu doğrultuda, AB ülkelerinde işsizliğe karşı “Gençlik Teminatı” (Youth Guarantee) adı altında yeni bir destekleme programı 2013 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Bu destekleme programı, 4 ay içinde okuldan ayrılan veya işini kaybeden 25 yaş altında gençleri kapsamakta olup, bu gençlerin eğitim ve yeteneklerine uygun bir iş bulmaları veya bu amaca yönelik eğitim faaliyetlerini kapsamaktadır. AB Yapısal Fonlarından sadece Gençlik Teminatı için ayrılan bütçe 2014-2020 yılları arası için 6,4 Milyar Euro’dur (Doyle, 2015). ILO (2013) tahminlerine göre gençlik teminatı için idari ve tanzim giderleri dahil olmak üzere yıllık maliyet Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYH) yaklaşık %0,5-1 arasında bir maliyetle uygulanabilir. Özellikle İskandinav ülkeleri gençlik teminatı uygulanmasında başarılı ülkeler olarak kabul edilebilir.

AB ülkeleri ve Türkiye arasında işsizlik oranları karşılaştırılırken, işgücüne katılım oranlarının dikkate alınması gerekmektedir. İşsizlik tanımlanırken, işsiz sayısının nüfusa oranı değil, işsiz sayısının toplam işgücüne bölünmesiyle elde edilmektedir. TÜİK tanımına göre işsiz şu şekilde tanımlanmıştır: “Referans dönemi içinde istihdam halinde olmayan (kâr karşılığı, yevmiyeli, ücretli ya da ücretsiz olarak hiç bir işte çalışmamış ve böyle bir iş ile bağlantısı da olmayan) kişilerden iş aramak için son üç ay içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve 15 gün içinde işbaşı yapabilecek durumda olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki tüm kişiler işsiz nüfusa dahildirler.” Dolayısıyla, çalışma istek ve arzusunda olmayanlar, ev hanımları, öğrenciler ve çalışamaz durumda olan diğer kesimle işsiz olarak nitelendirilmemektedir. OECD (2016 ) raporuna göre çalışmayan veya eğitimde bulunmayan genç nüfusun oranı tüm OECD ve AB ülkelerine göre oldukça yüksek düzeydedir. Ayrıca, genç kadınlar için bu oran çok daha yüksek düzeylerde olup, Türkiye ve AB ülkeleri arasındaki en önemli farklardan birisini oluşturmaktadır.

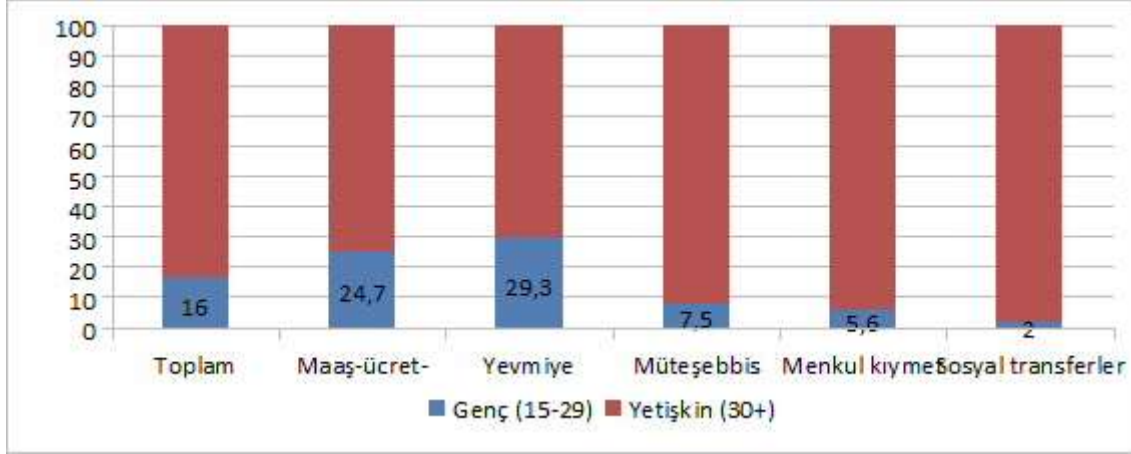
**Şekil 5.** AB Ülkeleri ve Türkiye’de Cinsiyete Göre İşsizlik (15-29 Yaş) (%)



**Kaynak:** Eurostat

Şekil 6'da, Türkiye'de genç ve daha ileri yaş grubu arasında gelirin dağılımı yer almaktadır. 15-29 yaş grubunda yer alan genç nüfusun toplam gelir içinde en yüksek aldığı pay %29,3 ile yevmiye grubunda yer almaktadır. Bu gösterge, gençlerin iş hayatında daha riskli bir konumda olduğu ve düzenli iş ihtiyaçlarının önemini vurgulamaktadır.

Şekil 6. Türkiye'de Yaş Grubuna Göre Gelilerin Dağılımı (2013)

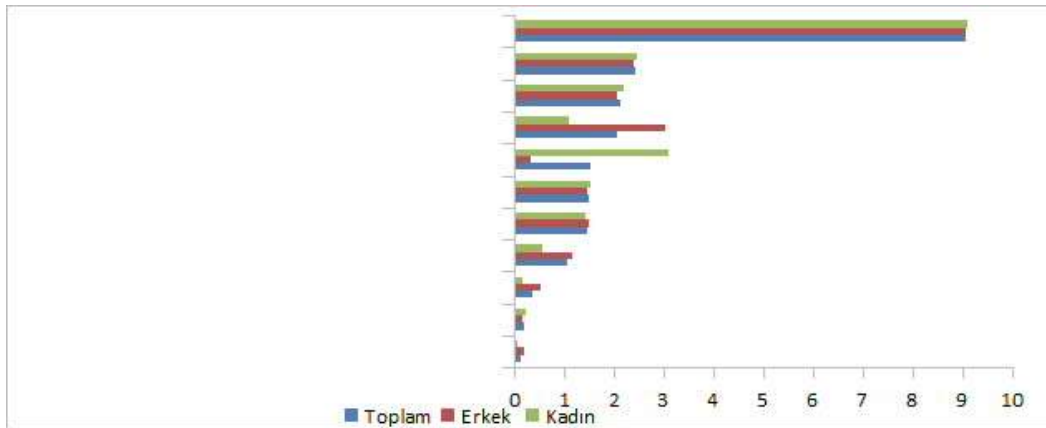


**Kaynak:** TÜİK

Şekil 7'de Türkiye'de 15-24 yaş aralığındaki gençlerin faaliyet türü ve cinsiyete göre kişi başına ortalama faaliyet süresi

yer almaktadır. Gençler ortalama 9:09 zaman süresini uykuda geçirmekte, 2:07 zaman süresini istihdam faaliyetlerinde geçirmektedir. Şekil 7'de cinsiyete göre zaman değerlendirmesinde en dikkate çekici noktalar, kadınların hanehalkı ve aile bakımı için daha fazla harcamaları, erkeklerin ise istihdam faaliyetleri için daha fazla zaman harcamaları yer almaktadır. Cinsiyete göre değerlendirmede sosyo-ekonomik faktörleri göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Kültürel yapılar, erkekelere ve kadınlara hangi işleri yapıp yapmayacakları konusunda roller vermektedir (Kılıç ve Öztürk, 2014). Diğer taraftan bu cinsiyete bağlı işgücüne katılım farklılıkları kırsal ve kente göre önemli oranda değişebilmektedir (Korkmaz ve Korkut, 2012).

Şekil 7. Türkiye'de Faaliyet Türü ve Cinsiyete Göre Kişi Başına Ortalama Faaliyet Süresi-15-24 Yaş (2014-2015)



**Kaynak:** TÜİK

\* İstihdam faaliyeti başlığı işte geçirilen zamana ek olarak iş arama gibi istihdama ilişkin diğer faaliyetleri de içermektedir. Bu doğrultuda çalışmayan kişilerin iş arama ile ilgili yaptıkları faaliyetler de burada kapsamaktadır.

## Sonuçlar

İktisat teorisi açısından, bir ülkede sermaye ve emek faktörünün artırılmasının ekonomik büyüme üzerinde olumlu katkısı bulunmaktadır. Türkiye tüm AB üyesi ülkelere göre daha genç nüfus ortalamasına sahiptir. Bu durum, Türkiye ekonomisinin ileriye dönük dinamik yapısını sürdürebilmesi açısından önem taşımaktadır. Bununla birlikte, dinamik yapının sürdürülmesi ve yüksek milli gelir düzeylerine ulaşılması ancak artan nüfusun işgücü piyasasına girmesi ve istihdam edilmesi ile mümkün olmaktadır. Diğer taraftan, artan nüfus istihdam edilememesi durumunda ise ekonomiye faydadan çok zarar verebilmekte, ekonomiye ek yük getirmekte ve ayrıca toplum düzenini etkileyecek olumsuz gelişmelere neden olabilmektedir.

Türkiye’de istihdamın cinsiyete göre değerlendirilmesinde, kadınların işgücüne katılım oranları tüm AB ülkelerine göre daha düşüktür. Bu durum, Türkiye ekonomisinin potansiyelinden daha düşük bir milli gelire sahip olmasına neden olmaktadır. Özellikle ev hanımlarının ve kırsal bölgelerde yaşayan kadın işgücünün ürettikleri ekonomik değerlerin muhasebeleştirilememesi milli gelir rakamlarının daha düşük çıkmasına neden olmaktadır.

Ekonomik konjonktürde meydana gelen gelişmeler, genç nüfus üzerinde daha etkin sonuçlar meydana getirmektedir. Özellikle, Yunanistan ve İspanya örneği incelendiğinde, bu ülkelerde meydana gelen olumsuz ekonomik gelişmeler genç nüfusun istihdamı üzerinde daha dramatik etkileri olup, AB ülkeleri içinde en yüksek işsizlik oranlarına sahip olmalarına neden olmuştur.

## Kaynakça

- Berlingieri, F. Bonin, H. and Sprietsma, M. (2014), Research Report Youth unemployment in Europe: Appraisal and policy Options, Center for European Economic Research
- Caliendo, M. and Schmidl, R. (2016), Youth Unemployment and Active Labor Market Policies in Europe, *IZA Journal of Labor Policy*, vol 5(1), pp. 1-30
- Doyle, S. L. (2015), Report on PES Implementation of the Youth Guarantee, The European Network of Public Employment Services, European Commission
- Goldin, N., Hobson, M., Glick, P., Lundberg, M. and Puerto, S (2015), Toward Solutions for Youth Employment: A Baseline for 2015. Solutions for Youth Employment, S4YE, Washington D.C.
- ILO (2013), Youth guarantees: a response to the youth employment crisis?, Employment Policy Brief, International Labour Office (ILO).
- Kılıç, D. ve Öztürk, S. (2014), Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı Önündeki Engeller ve Çözüm Yolları: Bir Ampirik Uygulama, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 47, Sayı 1, Mart 2014, s. 107-130.
- Korkmaz, A. ve Korkut, G. (2012), Türkiye’de Kadının İşgücüne Katılımının Belirleyicileri, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt 17, Sayı 2, s.41-65



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



OECD (2016), OECD Family database [www.oecd.org/els/family/database.htm](http://www.oecd.org/els/family/database.htm) Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)- Social Policy Division - Directorate of Employment, Labour and Social Affairs.

Uçak, H. (2011). ‘Turkey’s Population Dynamics as a Candidate Country for EU Membership, International Journal of Economics and Financial Issues, Vol.1, No.4, 180-198.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## *Dünya’da ve Avrupa Birliğinde Genç Çiftçi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme*

<sup>1</sup>Harun Uçak

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye İşletme Fakültesi Ekonomi ve Finans Bölümü, Fethiye, Muğla, harunucak@mu.edu.tr

### **Özet**

Ekonomik büyümenin sürdürülebilirliğinde, genç nüfus ve bu nüfusun istihdamı oldukça önemli rol oynamaktadır. Gelişmiş ülkelerde, ortalama nüfus yaşı sürekli artmakta ve genç çiftçilerin desteklenmesi yaşanan tarım nüfusu açısından büyük önem taşımaktadır. Bu amaca yönelik olarak, tarım kesiminde özellikle gençlere yönelik desteklemeler son yıllarda önem kazanmış olup, bu kesime yönelik literatürdeki çalışmaların da arttığı görülmektedir. Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası çerçevesinde, modern ve geleceğe dönük tarım faaliyetler kapsamında gençlerin sektöre yönelmesi teşvik edilmektedir. Diğer bir önemli amaç ise kırsal bölgelerde nüfusun sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Ülkemizde ise, Kırsal Kalkınma Destekleri Kapsamında Genç Çiftçi Projelerinin Desteklenmesine İlişkin Karar, 26 Şubat 2016 tarihli ve 29636 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Oldukça yeni olan bu gelişmenin, dünya genelindeki uygulamaların incelenerek değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada, dünyada ve Avrupa Birliğinde genç çiftçi kavramı, bu kesime yönelik uygulamalar, teşvikler ve genç çiftçi teşkilatlanmaları ile ilgili literatür taraması yapılarak, ülkemiz tarımı açısından değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, ülkemiz Avrupa Birliği ortalamasına göre oldukça genç bir nüfusa sahip olmakla birlikte, ortalama yaş sürekli bir şekilde artmaktadır. Bu bağlamda, tarım nüfusunun dinamiğinin korunması ve sektörün modernizasyon için genç çiftçi desteklemelerinin önemi artmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Genç çiftçi, tarım sektörü, genç nüfus

### *Young farmers in the world and in the European Union: An Assessment on Turkey*

#### **Abstract**

The young population and employment of this population plays an important role on the sustainability of economic growth. In developed countries, the average age of the population constantly increasing and promotion of young farmers is crucial in terms of the aging farming population. For this purpose, the supports for young farmers have gained importance in recent years and the studies in the literature in this field have been increased simultaneously. Entering of young people to agriculture sector has been encouraged by European Union as a scope of modernization and future orientated activities in the framework of the European Union Common Agricultural Policy. Another important purpose is the sustainability of the population in rural areas. In our country, Promotion of Young Farmers Projects in the context of Promoting Rural Development was published in the Official Gazette dated 26th February 2016 and numbered 29636. The evaluation of this fairly new development by examining the worldwide applications is quite important. In this study, the concept of young farmer, applications for this age group, supports and organizations are evaluated by a literature review with considering our country’s agriculture. As a result, the average age of the population in our country has been increased constantly with also a lower number when it is compared with European Union’s level. In this context, promotion of young farmers is quite crucial for the protection of the agricultural population dynamics and sectoral modernization.

**Keywords:** Young farmers, agricultural sector, young population



## Giriş

Birleşmiş Milletler nüfus tahminlerine göre dünya nüfusu günümüzdeki 7,3 milyardan 2050'ye kadar 9,7 milyara ulaşması beklenmektedir. Günümüzde, 1 milyar dolayında insan açlık sınırı ile yaşadığı tahmin edilmekte ve özellikle birçok ülkenin kırsal bölgelerindeki genç nüfusun tarım sektöründe çalışma isteklerinin her geçen gün azaldığı gözlenmektedir. Bu noktada, artan dünya nüfusunun gıda ihtiyacının nasıl karşılanacağı önemli bir sorun olarak karşımızda durmaktadır. Son yıllarda, birçok ülke genç girişimcilerin tarım sektörüne yönelmesi için teşvik edici programlar uygulamaktadır.

## Dünyada ve Avrupa Birliğinde Genç Çiftçi

Gelişmiş ülke ekonomileri için tartışılan en önemli sorunlardan birisi, nüfuslarında görülen ortalama yaşın sürekli artmasıdır ve bunun iki önemli etkisi bulunmaktadır. Birincisi, ekonomik büyüme de beklenen yavaşlama, diğeri ise yaşlı nüfusun getireceği ek sosyal güvenlik maliyetleridir. Tarım sektörü açısından nüfus yapıları incelendiğinde, gelişmiş ülkelerdeki çiftçi yaş ortalamasının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. 2012 verilerine göre, Amerika Birleşik Devletleri'nde ortalama çiftçi yaşı 58 olup, işletmecilerin %6'sı 35 yaş altında, %61'i 35-64 yaş aralığında, %33'ü ise 65 yaş ve üstü grupta yer almaktadır (USDA, 2012). Japonya da ise ortalama çiftçi yaşı ise 67 yaş ortalaması ile çok daha yüksek düzeydedir. AB genelinde ise, çiftçilerin sadece %6'ı 35 yaş altında olup, yarısından çoğu 55 yaşın üstündedir. Dünya genelinde de tüm gelişmiş ülkelerde tarımsal işletmecilerin ortalama yaşının sürekli arttığı görülmektedir (Jöhr, 2012). Bu gelişmeler, ortalama yaşın sürekli arttığı ülkelerde tarım kesimine yönelik bir çok destekleme programını ön plana çıkarmaktadır. Bu noktada, AB ortak tarım politikası çerçevesinde önlem olarak genç çiftçi desteklemeleri erken emeklilik sistemini önemli yer tutmaktadır.

Gelişmiş ülkelerin genelinde ücretler az gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir ve tarım sektörü de emek yoğun bir sektör olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan, dünyanın en büyük tarım ihracatçısı ABD ve AB'dir. Bu durumun iktisadi açıklaması verimlilik karşılaştırması ile yapılabilmektedir. ABD ve AB'nin dünya tarımındaki etkin rolü ile birlikte, sürekli yapısal dönüşümler ön planda yer almakta, ortaya çıkabilecek sorunlara yönelik politika araçları kullanılmaktadır. Bu sorunlar içinde demografik sorunlar önemli yer tutmaktadır. Kauffman (2013), ABD tarım sektörüne yönelik yaptığı çalışmada, ortalama çiftçi yaşının sürekli arttığını belirtmektedir. Özellikle, genç girişimcilerin tarım sektörüne girmesindeki doğal engellerden bahsetmektedir. Bu nedenlerden en önemlisi, ABD ortalama tarımsal işletme ölçeği dünya ortalamasının çok üzerinde olup, sektöre girişte tarımsal arazi için önemli miktarda finansal kayanağa gereksinim duymalarından kaynaklanmaktadır. Özellikle, tarımsal faaliyetin başlangıcındaki sabit maliyetler için uzun vadeli ve düşük maliyetli finansal kaynakların bulunması önemli bir sorun olarak yer almaktadır. Finansal kaynak sahipleri, daha az varlığa sahip olan genç kesime kredi vermekte isteksiz davranabilmektedir. Diğer taraftan, piyasa ile ilgili faktörlere bağlı olarak, arazi fiyatlarındaki artış genç girişimciler için önemli bir engel olarak yer almaktadır.

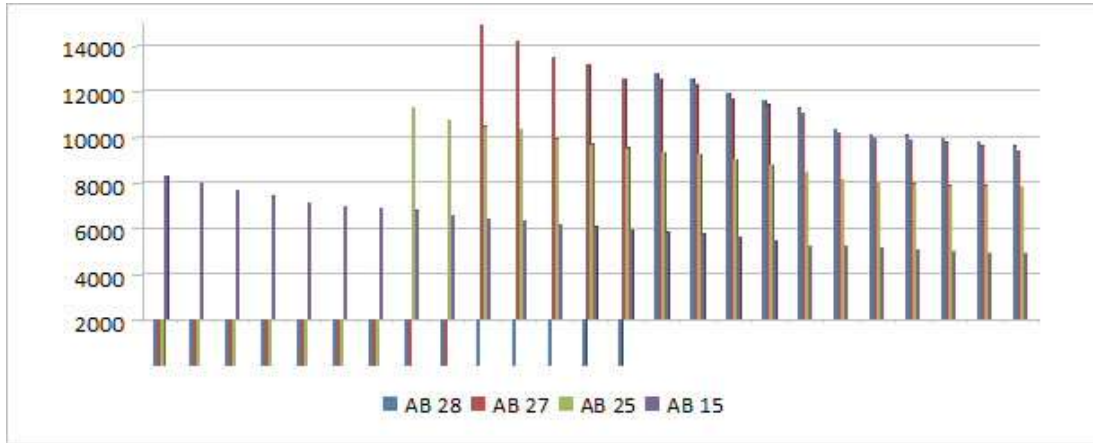
ABD'de son on yıllık dönemlerde genç çiftçileri işletme ve arazi finansmanı ile destekleyen birçok program geliştirilmiştir. Bununla birlikte, sektöre giriş yapan genç çiftçiler önceki dönemlere göre ortalama daha az araziye sahiptir. Bu durum, genç

girişimcilerin arazi mülkiyeti ile ilgili olarak piyasa gelişmelerine karşı daha yapısal politikalarla desteklenmesine gereksinim bulunmaktadır (Kaufman, 2013)

Herhangi bir ülke veya bölgedeki iktisadi gelişme ticari ilişkilere bağlı olarak diğer ülke veya ülkelerde etkileyebilmektedir. Türk tarımını da ticari anlamda dünya coğrafyası içinde en fazla etkileyebilecek bölgeler arasında AB ülkeleri yer almaktadır. AB coğrafi yakınlığın yanında, Türkiye'nin aday ülke konumu ve müzakere sürecine bağlı olarak tarım ile ilgili yapısal düzenlemelerde referans kaynak olması önemli yer tutmaktadır. Şekil 1'de AB genelinde toplam tarım sektörü işgücü sayısındaki gelişim yer almaktadır. AB'nin ilk 15 üyesinin (AB 15) tarım sektöründeki toplam istihdamı 1991 yılında 8,3 milyon iken, 2015 yılına gelindiğinde bu sayı 4,9 miyona kadar düşmüştür. Birliğin genişleme süreci ve yeni üyelerin dahil edilmesiyle de genel süreç AB'nin genelinde de tarımsal istihdamın azalma seyrinde olduğu görülmektedir. 2004 yılında, 10 üyenin birliğe girmesiyle tarihinin en büyük genişlemesininin yaşandığı AB'de, yeni üyelerin hazırlık ve tam üyelik sürecinde tarımsal istihdamlarında önemli azalmanın olduğu görülmektedir. 2000 yılında, AB25 ülkelerindeki toplam tarımsal istihdam 14,9 milyon iken, 2015 yılında 9,4 milyona düşmüştür.

AB genelinde tarımsal işgücünde görülen sürekli azalma, tarım modernizasyonu ve iktisadi kalkınmanın önemli bir aşaması da olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu süreç teknolojik değişimin etkisiyle, üretim yapılarına bağlı olarak, her ülkenin tarım sektörünün az veya çok yeniden yapılandırmasını sağlamıştır. Tarımsal işletme ortalamasının büyümesi ve tarımsal işgünün azalması, iktisadi etkinlik açısından olumlu etkileri beraber getirmekle beraber, gelecekte tarımsal işgücü arzında sıkıntılar yaşanması olasılığı önemli bir endişe kaynağı oluşturmaktadır (Regidor 2012).

**Şekil 1.** Avrupa Birliği Üyesi Ülkeler Tarım Sektöründe Toplam İşgücü Sayısının Gelişimi



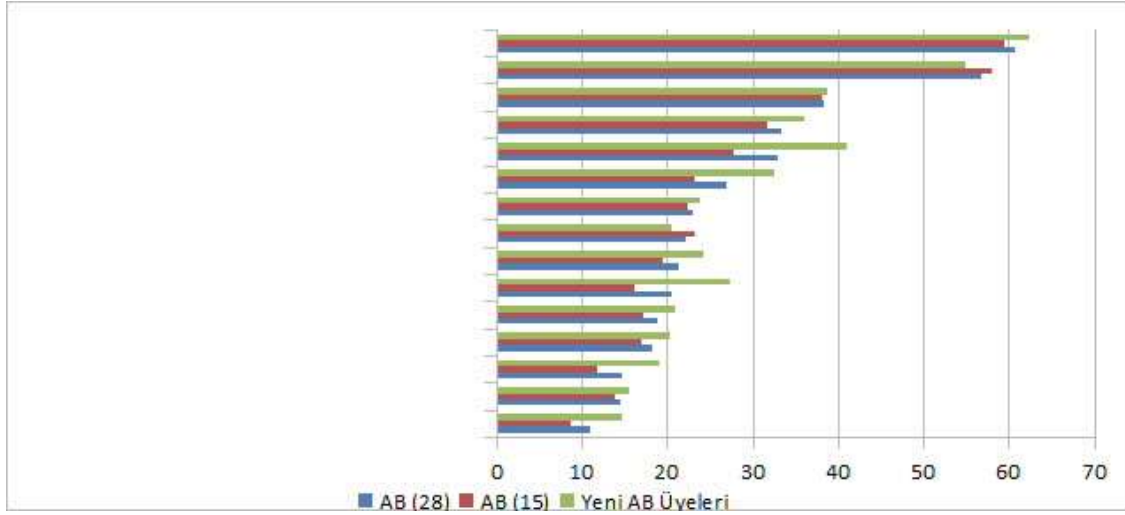
**Kaynak:** TÜİK

Avrupa Birliği ülkelerinde yaşanan demografik gelişmeler tarım sektörünün uzun dönemde sürdürülebilirliği için genç nüfusun tarımsal faaliyetlere yönelmesi önem arz etmektedir. Bununla birlikte, birçok sosyo ekonomik etken, arazi ve kredi teminindeki zorluklar, kırsal bölgelerdeki altyapı sorunları, genç nüfusun tarım sektöründe kariyer yapmasını engelleyen önemli faktörler olarak yer almaktadır. Grainer (2015) bu sıkıntıları şu şekilde belirtmektedir. Birincisi, genç çiftçilerin karşılaştıkları ekonomik engeller olup, tarımsal işletmeci olmak isteyenlerin uygulanabilir bir tarımsal işletmeyi sıfırdan kurmasının oldukça zor olması ve ücretli olarak çalışabilecekler için de



genellikle diğer sektörlerdeki kazanç olanaklarının caydırıcı etkisi yer almaktadır. İkinci önemli engel tarımsal arazi ve kredi temininde yaşanan engellerdir. Eğer genç bir girişimci tarımsal faaliyette bulunacaksa, özellikle ilk yıllarda önemli miktarda yatırım yapması gerekmektedir. Avrupa da son dönemde yaşanan ekonomik kriz ve durgunluk ortamı genç nüfusun kredi piyasasına girişi üzerinde olumsuz etkisi bulunmaktadır. Diğer taraftan, tarım arazisi piyasasına giriş ise daha da zorlu ve üstelik de daha sınırlı veya kıt olan bir üretim faktörüdür. Avrupa Birliği'nde, genç çiftçilerin yaklaşık %70'i 10 hektarın altındaki tarımsal işletmelerde çalışmaktadır. Ayrıca, arazi fiyatlarının kıtlığa bağlı olarak ortalama fiyatlarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Son olarak da, sosyal bir bakış açısıyla, düşük gelir, yatırımlardaki düşük getiri, uzun çalışma süreleri, özellikle hayvancılıkta daha az tatil fırsatları, çok sayıdaki risk ve belirsizliklere bağlı olarak genç nüfusun tarım faaliyetlerine yönelik olumsuz bakış eğiliminde oldukları görülmektedir. European Commission (2015) AB ülkelerinde genç çiftçilerin temel sorunlarına yönelik geniş kapsamlı bir anket çalışmasını içeren rapor yayınlamıştır. Şekil 2'de yer alan sonuçlara göre, AB genelinde genç çiftçilerin karşılaştıkları genel sorun arazi satın alma veya kiralama en önemli konular olarak yer almaktadır.

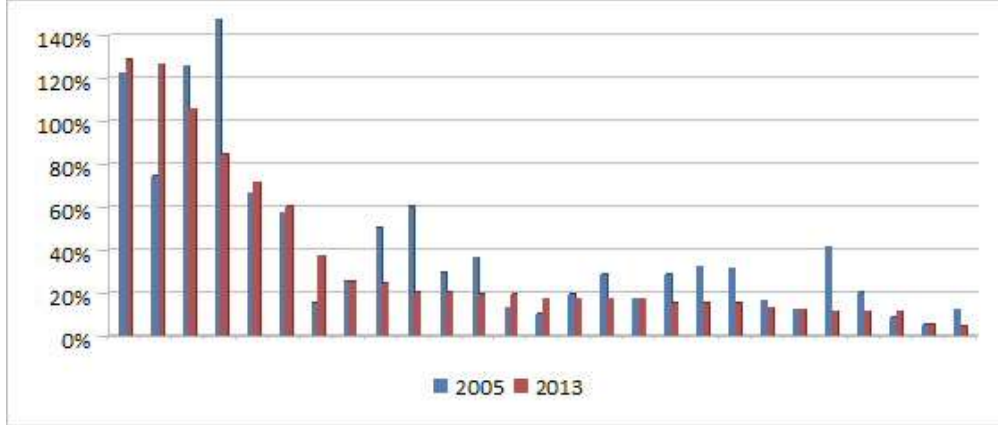
Şekil 2. AB'de Genç Çiftçilerin Genel İhtiyaçları



**Kaynak:** European Commission

AB ülkeleri, çok farklı tarımsal yapı ve ürün çeşitliliğine sahip olmakla beraber, en önemli ortak noktalarından birisi olarak tarımsal işletmecilerin ortalama yaşlarının sürekli artması olarak belirtilmektedir (European Commission, 2011). Şekil 3'de AB ülkelerin de 35 yaş altı çiftçi sayısının 65 yaş üstü çiftçi sayısına oranları yer almaktadır. 35 yaş altı çiftçi sayısının 65 yaş üstü çiftçi sayısından fazla olduğu sadece 3 ülke yer almaktadır. 2005 yılında, en yüksek orana sahip olan Finlandiya da, 2013 yılına gelindiğinde genç çiftçi oranının azaldığı görülmektedir. Bu değişimde iki neden etken olabilir. Birincisi, daha önce genç çiftçi kategorisinde yer alan tarımsal işletmecilerin orta yaş grubuna geçmesi, ikinci etkende orta yaş grubunda yer alanlardan 65 yaş üstü grubuna geçmesi olarak sıralanabilir. 2013 yılı itibariyle genç çiftçi payının en yüksek olduğu ülkeler Avusturya, Polonya ve Almanya olarak sıralanmaktadır.

Şekil 3. Genç Çiftçi/ Yaşlı Çiftçi Oranı (35 Yaş Altı/65 Yaş Üstü)



**Kaynak:** EUROSTAT

Şekil 3’de dikkate çeken önemli bir nokta, Polonya’da görülen değişimdir. 2005 yılında, yaşlı çiftçinin oranı daha yüksek iken, 2013 yılında genç nüfusun oranı daha fazladır. Özellikle, Polonya’nın yapısal AB tarım fonlarından en fazla faydalanan ülkelerden birisi olduğu ve bu fonların genç çiftçilerin sektöre girmesinde etkin olduğu görülmektedir. Polonya gibi, tarımsal işgücünün çok olduğu, ortalama tarımsal işletmelerin küçük olduğu AB aday ülkeleri için tarım sektöründeki reformlarında toprak reformunun önemli bir yer tutmaktadır. Bu amaçla, kırsal kalkınma programları ile birlikte tarımda genç çiftçilerin desteklenmesi erken emeklilik sistemini desteklenmesi tarımsal işletmeciler için yaş ortalamasının düşürülmesinde önemli etkileri bulunmaktadır. Bunun temelinde, 2001 yılında Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu ile desteklenen erken emeklilik sistemi 2001 yılında yasal olarak yürürlüğe girmesinin önemli etkisi bulunmaktadır.

**Tablo 1. Erken Emeklilik Ödemesinin Hesaplanma Yöntemi**

Erken emeklilik ödemesinin araçları	Ödeme hesaplama yöntemi	En düşük emekli aylığının %'si*
Kişi başı basit (en az) erken emeklilik		%210
Eş desteği		%60
Muhtemel artış a) 3 hektarlık tarım arazisinin başkasına devredilmesi	-	%50
Muhtemel artış b) Mevcut bir tarım işletmesinin genişlemesi amacıyla yönelik olarak devredilen tarım arazisinden yapılan her bir tam dekar (3 hektarın üzerindeki) için en düşük emekli aylığının %3’ü (yapılan en üst ödeme 20 hektar için)	20 ha*%3	%60
Muhtemel artış c) 40 yaşın altındaki <b>genç bir çiftçi</b> tarafından işletilen mevcut bir tarım işletmesinin genişlemesi amacıyla yönelik olarak devredilen tarım arazisinden yapılan her bir tam dekar (3 hektarın üzerindeki) için en düşük emekli aylığının %3’ü (yapılan en üst ödeme 20 hektar için)	20ha*%3	%60
Toplam		%440

**Kaynak:** Ministry of Agriculture and Rural development (2004), Rural Development Plan for Poland 2004-2006, Warsaw, s. 117 ve Uçak, H. (2011), “Tarım Sektöründe



Erken Emeklilik Sistemi Ve Avrupa Birliği'ndeki. Uygulamaları”, Tarım Ekonomisi Dergisi, Sayı: 17, Cilt: 1, s. 9-17.

\* Erken emeklilik ödemesi Sosyal Sigorta Fonu'nun en düşük emeklilik ve maluliyet aylığının bir oranı olarak hesaplanmaktadır.

Tablo 1’de erken emeklilik sisteminde aylıkların nasıl hesaplandığı yer almakta olup, bu ödemelerin süresi 55 yaş üstü kesimin herhangi bir sosyal güvenlik sisteminden emekli olacağı döneme kadar geçerlidir. Arazilerin gerçek kişilere transferinde bazı kısıtlamalara getirilmiş olup kısıtlamalara göre transfer yapılan kişi, emekli olacak kişiden genç olması gerekmektedir. Eğer arazinin transfer yapılacağı kişi 35 yaş altındaysa ek avantajlar sağlanmaktadır.

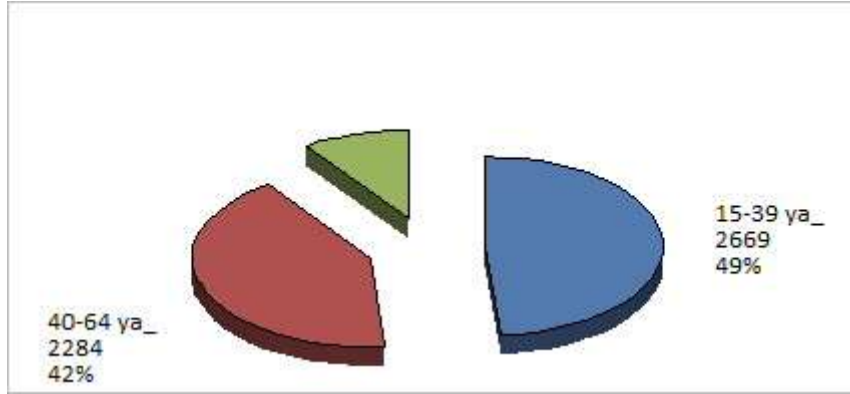
Hocevar (2012) Slovenya için yaptığı genç çiftçi ve erken emeklilik konusunu aynı anda içeren araştırmalarında, genç çiftçinin idareyi ele almasıyla birlikte işletmelerin ortalama arazi büyüklüğü, canlı hayvan sayısı, kapasitesinin arttığı sonucunu elde etmiştir. Yazar ayrıca, emekli olan aile bireylerinin tarımsal faaliyetlere katkıya devam ettiği, çocukların da ebeveynlerin bakımı ile ilgilendikleri, nesiller arası iletişim güçlü bir şekilde devam ettiği bir sosyal yapıdan da bahsetmektedir.

### **Türkiye’de Genç Çiftçi**

TÜİK’in 2015 yılı verilerine göre, Türkiye’de kırsal alanda ikamet eden tarımsal işgücü yaklaşık 5,5 milyon kişidir. İstihdamın yaş grubuna göre dağılımına bakıldığında, %49’u 15-39 yaş gurubunda yer almakta olup genç nüfusun tarım sektöründe önemli yer tuttuğu görülmektedir. Diğer taraftan, buradaki tarımsal işgücü ile tarımsal işletme mülkiyetinin benzer bir yapıda olduğunu söylemek oldukça zordur. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı verilerine göre çiftçi kayıt sistemine (ÇKS) kayıtlı 18-40 yaş aralığındaki çiftçi sayısı 330.412 olup toplam kayıtlı çiftçi sayısının %13,46’sını oluşturmaktadır.

Tarımsal arazi mülkiyetinin daha genç nesillere aktarılması veya bu arazilerdeki mülkiyet yapısının yeniden düzenlenmesi oldukça zorlu bir süreç olup, tarım reformu için önem arz etmektedir. Özellikle kırsal bölgelerde, toprak bir üretim faktörü olmanın ötesinde, sosyolojik, politik ve kültürel boyutları da önemli yer almaktadır. Mülkiyet arzusu, tarım sektöründe ekonomik olmayan sonuçları da ortaya çıkarabilmekte ve kaynakların etkin kullanılamaması sorununu ortaya çıkarmaktadır (Gülbuçuk, 2013). Dolayısıyla, toprağa bağlı reformlarda, toprağa atfedilen diğer değerlerinde göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Genç çiftçilerin toprak mülkiyeti edinimine yönelik desteklemelerde, toprağı satan veya devreden kişilerinde teşvik edilmesi önem arz etmektedir.

**Şekil 4.** Türkiye’de Tarımsal İstihdamın Yaş Grubuna Göre Dağılımı (1000 kişi)



**Kaynak:** TÜİK

Türkiye’de genç çiftçilere yönelik desteklemelerin yasal düzenlemeleri oldukça yeni bir gelişme olup bu desteklemelerin etkisi ilerleyen dönemlerde değerlendirilebilecektir. Bu kapsamda, Kırsal Kalkınma Destekleri Kapsamında Genç Çiftçi Projelerinin Desteklenmesine İlişkin Bakanlar Kurulu Kararı, 26 Şubat 2016 tarihli ve 29636 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış olup, ilgili tebliğ 04 Nisan 2016 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu tebliğe göre genç çiftçi, *kırsal alanda (Nüfusu yirmi binden az olan yerleşim birimleri ) ikamet eden 18-40 yaş aralığında tarımsal faaliyet gösteren veya göstermek isteyen gerçek kişiler* olarak tanımlanmıştır. Bakanlar Kurulu Kararına göre 3 yıl uygulanacak programa göre, genç çiftçilere 30.000TL’ye kadar hibe desteği verilecektir. 2016 yılı için 450 milyon TL kaynak ayrılan destekleme programına başvuru sayısı oldukça yoğun olup, tüm başvuruların olumlu cevaplanması için daha fazla kaynağa gereksinim bulunmaktadır. (GTHB, 2016).

**Sonuçlar**

Türkiye gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında tarım sektörünün toplam istihdam içindeki payı oldukça yüksektir. Yüksek gelir grubu ülkeler arasına girebilmek için, işgücü piyasasında köklü değişikliklerin yapılması önemli bir zorunluluktur. Diğer taraftan, tarımsal istihdamın payının %20’nin üzerinde olduğu bir ekonomik yapıyla gelişmiş ülke ekonomileri seviyesine ulaşmak teorik ve pratik olarak pek mümkün görülmemektedir. Ayrıca, Türkiye’nin ekonomik gelişim sürecine baktığımızda, 1980 yılında tarımsal istihdamın payının %50’nin üzerinde iken ekonomik gelişimle beraber günümüze kadar azalması işgücü piyasasındaki sektörel dönüşümün önemini gösteren önemli bir süreçtir.

Tarım sektörünün istihdam yapısı dönüşürken, tarım ürünlerinin arz güvenliğinin sağlanması gerekmektedir. Tarımsal istihdam azalırken, mevcut işgücünün daha verimli bir konuma getirilmesi üretim ile ilgili sorunların yaşanmasını engelleyebilir. Dünya geneline baktığımızda, önemli tarımsal ürün ihracatçısı ülkelerde tarımsal istihdamın payının %1-2 dolayında olması, işgücünün sayısından daha çok verimliliğinin önemini göstermektedir.

Türkiye’de tarım sektörünün yeniden yapılandırılması ve modernizasyonunda genç nüfus önemli bir potansiyeldir. Tarım sektöründe girişimci olacak genç nüfusun desteklenmesi tarım sektörüne dinamizm getirmesi beklenebilir ve 2016 yılı itibariye



“Genç Çiftçi Desteklemeleri” ‘nin gündemde olması olumlu bir gelişme olarak görülebilir. Diğer taraftan, bu desteklemelerin yapısal değişimleri içermemesi, istenilen hedefleri ulaşabilmesi için yeterli görülmemektedir. Bu destekler özellikle, aile işletmelerin devamı için kısmi katkıları olabilir. Tarımsal işletmelerin ölçeğinin genişletilmesi, modernizasyonu için teşvik edici ek desteklemelere gereksinim bulunmaktadır. Tarımsal üretiminin en önemli faktörlerinden olan toprağın mülkiyetine yönelik düzenlemeler, genç çiftçilere yönelik desteklemelerde ek bir araç olarak yer alabilir. Doğal olarak, yeni faaliyete başlayacak bir tarımsal işletmenin finansal kaynak gereksinimi, mevcut bir işletmeye göre daha fazla olup, kaynak bulmasında çok daha zordur. Özellikle de, genç nüfusun göreceli olarak varlık sahipliğinin düşük olması tarım sektörüne yönelik girişimde önemli bir engel olarak durmaktadır.

### Kaynakça

European Commission (2011), Structural Development in EU Agriculture, EU Agricultural Economic Briefs, Brief AGRIL.2 – No 3, European Commission Agriculture and Rural Development, Brussels.

European Commission (2015), Needs of young farmers, Report I of the Pilot project: Exchange programmes for young farmers, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, European CommissionB-1049 Brussels.

GTHB-Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2016), Haber Bültenleri, İletişim: <http://www.tarim.gov.tr/>

Grainer, M. L. A. (2015), Supporting young farmers in the EU, Briefing, EPRS-European Parliamentary Research Service, PE 559.504 European Parliament.

Gülçubuk, B. (2013), Türkiye Tarımının Ekonomi-Politik ve Sosyolojik Nitelikleri Açısından Arazi Toplulaştırması. Türk Tarım Dergisi, 210:16-21.

Hocevar, D. K. (2012), Family farms in Slovenia: Who did the measures 'Setting Up of Young Farmers' and 'Early Retirement' actually address?, Anthropological Notebooks, 18 (1), pp. 65–89

Jöhr, H. (2012), Where are the Future Farmers to Grow Our Food?, International Food and Agribusiness Management Review Volume 15 Special Issue A

Kauffman, N. (2013), Financing Young and Beginning Farmers, *The Main Street Economist Agricultural and Rural Analysis*, Issue 2, 1-7, Federal Reserve Bank of Kansas City.

Ministry of Agriculture and Rural development (2004), Rural Development Plan for Poland 2004-2006, Warsaw, s. 117

Regidor, J. G. (2012), EU Measures to Encourage and Support New Entrants, European Parliament, Directorate-general for internal policies, Policy Department B: structural and cohesion policies, European Union, Brussels.

USDA (2012), U.S. Farms and Farmers, Preliminary Report Highlights, 2012 Census of Agriculture, United States Department of Agriculture (USDA).

Uçak, H. (2011), “Tarım Sektöründe Erken Emeklilik Sistemi Ve Avrupa Birliği'ndeki Uygulamaları”, Tarım Ekonomisi Dergisi, Sayı: 17, Cilt: 1, s. 9-17.



## Gençliğin Geleceğe Bakışı

<sup>1</sup>Mehmet Naci Önal, <sup>2</sup>Emine Kalender, <sup>2</sup>Mahmut Ceyhan

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Öğretim Üyesi, onaci@mu.edu.tr

<sup>2</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi.

<sup>2</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi.

### Özet

Gençlik, içinde yetiştiği çevreden geleceğe yol alan bir kuşağın adıdır. Gelenek binyılların yüzyıllara, yüzyılların on yıllara doğru aktarıldığı, içinde kültür kodlarını barındıran derin görgü ve bilgi birikiminden oluşur. Geçmiş ve gelecek arasında gençlik geleneğin yinelenmesi adına önemli bir köprüdür. Geleneğin aktarılıp aktarılmaması, yeniden yorumlanması, dönüştürülmesi genç kuşakların tutumlarıyla doğrudan ilişkilidir.

300 üniversitesi öğrencisi ile yapılan anket çalışması üzerinden, öğrencilere gelenek hakkında neler düşündükleri sorulmuştur. Ucu açık ve kapalı sorularla öğrencilerin genel yaklaşımları yanında ve özel yaklaşımları ele alınmıştır. Kısmen veya kesinlikle katılanlar, kararsızlar ve kısmen veya kesinlikle katılmayanlar olmak üzere beş soru sorulmuştur. Geleneksel bir çevreden gelip gelmedikleri, ailelerle gençler arasındaki tutumlar, doğum evlenme ve ölüm âdetleri üzerinde ele alınmıştır.

Gençlerin geleceğe yaklaşımlarının çoğu zaman kendi akıllarını kullanma yönünde olduğu, akıl yürütmekte zorlandıkları bazı geçiş dönemlerinde büyüklerin deneyimlerine kulak verdikleri görülmüştür. Doğum âdetlerinde büyüklerin adlarının kendi çocuklarına verilmesinden kaçındıkları, geleneksel evlenme âdetlerine sıcak baktıkları, ölüm âdetlerinde geleneksel uygulamalardan yana oldukları tespit edilmiştir. Ucu açık sorularda, öğrenciler olumlu ve olumsuz olarak iki farklı görüş belirtmişlerdir. Olumlu bakanların belirli gerekçelerinin olmadığı, genel bakış açılarıyla yaklaşım sergiledikleri; olumsuz bakanların ise, baskı, zorlama, çerçeve içine alınma gibi gerekçe gösterdikleri anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** gençlik, gelenek, gelecek, dönüşüm, ritüel, tutum

### The View of The Youth on Tradition

#### Abstract

Youth is the name of a generation which moves forward to the future from the environment within which they were grown up. Tradition is composed of a profound good manners and knowledge accretion whose cultural codes are held therein and turned over from millenniums to centuries, and from centuries to decades. The youth, between the past and the future, is on important bridge for the sake of the recurrence of tradition. The transformation, interpretation and whether to have been handed down or not of the tradition is directly associated with the attitude of the youth.

What is being thought about the tradition is asked to the students over a questionnaire study conducted with 300 university students with open-ended and cloze end questions, both the general and personal attitudes of the students are dealt. 5-group of questions comprised of which partly or definitely agree, hesitant and partly or definitely disagree have been asked. Birth and death rituals, attitudes between families and youngster, whether they come from a conventional environment or not issues are examined.

It is seen that young people have shown an attitude towards using their minds, and they follow their elders' experiences in some transition periods when they have difficulty in reasoning that they abstain from giving elders' names to their children, they lean towards the conventional marriage traditions, and they are in favour of the conventional rituals in death customs are found out.

Students have expressed two different opinions as positive and negative to open-ended questions to open-ended questions. It's clearly understood that those who look positively have no specific justifications; however, those who look negatively give justifications such as pressure, compulsion and limitations.

**Key words:** the youth, traditions, future, transformation, ritüel, approach



## Giriş

Toplumların geçmişleri ve gelecekleri arasındaki geçişler kuşaklarlar arası aktarımlarla gerçekleşir. Her kuşak kendi çağını, geçmiş ve geleceği içinde barındıran bir dinamizmle sürdürür. Bu devimselciliğe bağlı yaşam, insanlık tarihinin bütününe içine alır; toplum normları sonraki kuşaklara aktarır.

“Türkçe Sözlük”te “gençlik” sıfat olmanın ve genç insanların bütünü ifadelerinin dışında iki önemli ayrıntıyla verilir: “1. İnsan hayatının ergenlikle orta yaş arasındaki dönemi, 2. Genç bir kimsenin tutumu, toyluk, deneyimsizlik.” Aynı sözlükte “gelenğin” tanımı, toplum bilimi bağlamında “Türkçe Sözlük”te şöyle ele alınır: “Bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar, anane, tradisyon,” şeklindedir.

Çağdaş toplum içerisinde gençlerle birlikte değişen bir gelenek algısı vardır. Bu değişim içerisinde gençlerin hayatında gelenek kimi zaman kısıtlayıcı kimi zaman geliştirici bir unsur olarak görülmektedir. Gelenğin kısıtlayıcı ya da gelişmeci olarak algılanması, gencin yetiştiği ailenin ve çevrenin önemli rolü bulunmaktadır. Çünkü bir gencin kimlik oluşumunda, aile, çevre, gelenekler, siyasal ortam, izlediği diziler gibi pek çok unsur etkili olmaktadır (Köknel 2001: 79). Geleneksel toplumlarda kimliğini oluşturmak için ayrıca bir çaba harcanmaz, çünkü gelenek gencin kimlik oluşumunu büyük oranda gerçekleştirir. Ukraynalı Yahudilerin “Damdaki Kemancı” müzikalinin güftesinde geleneksel yapı şöyle dile getirir:

“Geleneklerimizden dolayı (bizde)

Herkes bilir kim olduğunu”

Geleneklerin toplumlarda, kimlik arayışları gibi sorunlarla pek karşılaşmaz. Törelere kanun sayıldığı geleneksel toplumlarda, sözlü edebiyatın ürünü olan destanlar, masallar, efsaneler gibi halk anlatımları, kimliğin korunmasına dair öğütler verir (Güvenç 1994:5). Geleneksel toplumlarda kimlik oluşumunu gelenekler oluştururken modern toplumlarda, kimlik oluşumunu etkileyecek dizilerden siyasal partilere kadar pek çok etken vardır. Modern çağın insanı, bu karmaşada kimlik bunalımı yaşar. Modern çağın genci, kendisine destan kahramanını değil, dizi kahramanını örnek alıp kimliğini buna göre şekillendirmektedir.

Geleneğe bakışımı etkileyen en büyük unsurlardan biri, değişen çağdır. Çağdaş dünyada gelenek, görenek, töre gibi kavramlar zaman içerisinde değişir ve önemsiz hale gelir (Oğuz 2002: 103). Geleneklerin yaşatılması, çağdaş yaşamla uyumlu olmasıyla orantılı bir durumla karşılaşmaktadır. Gelenğin özelliklerinden biri de süreklilik arz etmesidir. Bu sürekliliği gerçekleştiremeyen herhangi bir kültür unsuru, unutulmaya mahkûmdur. Güncellenemeyen, çağa ayak uyduramayan gelenekler gençler tarafından sıkıcı, zorba, gereksiz, batıl, çağ dışı olarak algılanmaktadır. O halde gençler gelenekleri neden baskıcı, batıl, çağ dışı olarak görmektedirler? Bunun nedeni modern çağda gelenek, töre gibi kavramların içinin boşaltılması ya da kötü anlamlarla yüklenmesidir. Örneğin geçmişte sözlü hukuk kuralları olarak kullanılan ve anayasanın yerine geçen töre kavramı günümüzde cinayet olgusuyla birlikte kullanılmakta ve cinayeti meşrulaştıran unsur olarak görülmektedir (Oğuz 2002: 113). Gelenek kavramı tanımlarında genel olarak “eskilik” ve “aktarma” üzerinde durulmuştur. Hâlbuki

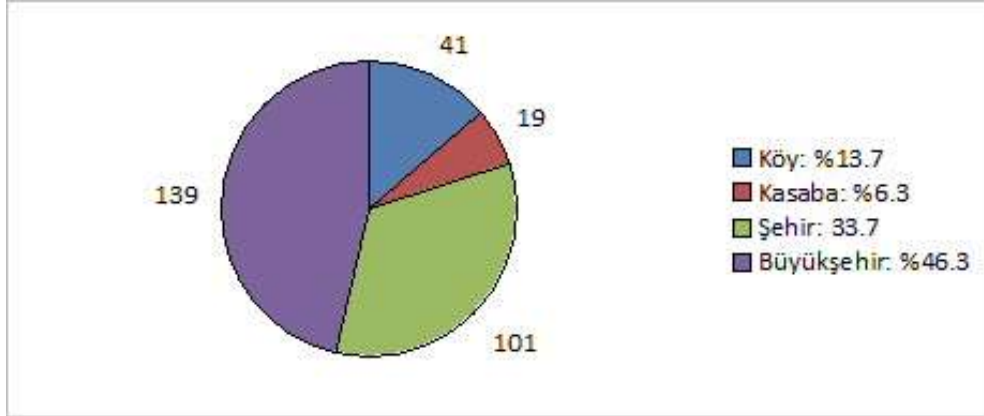
“yaratıcılık” ve “değişim” kavramları üzerinde de durulmalıdır. Her kuşakta değişen kültürel çevre haliyle geleneğin de değişmesine etki etmektedir (Ekici 2011, 20).

D. Yıldırım, yaşayan kültür unsurlarının, geleneğin kendi dinamizminden kaynaklandığını, sürekli değişim ve gelişim sebebiyle, değişikliklere uğradığını ifade eder. Kültür ve geleneğin değişimi birbirini etkiler (Yıldırım 1998, 37-38). Geleneklerin dinamik yapısından dolayı “geleneklerimiz yok oluyor” şeklinde bir kaygının doğru olmayacağını söyler (Yıldırım 1998: 82-83).

Gelenek kavramı, kimi çevrelerde “çağ dışı kalmış uygulamalar” olarak görülebilir. Fakat geleneğin günümüzde doğrudan veya dolaylı olarak uygulamalarını görebilmekteyiz (diş buğdayı partisi, mezuniyet kınası vb.). Gelenek bir değişime uğrayarak devam ettirilmektedir. Geleneğin sürdürülebilmesi için genç kuşakların onu yeniden ve doğru anlamasıyla mümkündür. Kimlik oluşturmada kültür ne kadar önemli ve etkin ise, gelenek de kültürü oluşturan değerler sisteminin yapı taşıdır.

Gençlik tarafından geleneğin anlaşılma biçimi ve ne anlaşıldığı hakkında bir anket çalışması yürütülmüştür. Bu çalışma ile, kuşaklar arası farklılıkların veya çatışmaların seyrini izlenmesi mümkün olabilecektir. 300 Üniversite öğrencisi ile yapılan anket çalışmasında, kız ve erkek ayrımı yapılmamış, öğrencilerin geldikleri ve ailesinin yerleşim birimleri sorulmuştur.

**Genel Tablo (G)**



Toplam şehir nüfusu dikkate alındığında % 79.9 oranında, kırsal köy ve kasaba oranı ise toplam %20.1'dir.

**Özel Tablo (Ö)**

Ailenizle yaşadığınız yer			
	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KÖY	% 6.7	% 6.5	% 16.7
KASABA	% 4.4	% 4.3	% 6.7
ŞEHİR	% 37.8	% 26.1	% 26.7
BÜYÜKŞEHİR	% 51.1	% 63	% 50



Ankete katılan üniversite öğrencilerinin ebeveyn eğitim durumları üzerinde durulmuştur. Baba ve annelerin eğitim durumları dikkate alındığında;

EĞİTİM DURUMLARI	ANNELER	BABALAR
Okur-yazar değil	7 % 2.3	30 % 10.0
Okur-yazar	27 % 9.0	38 % 12.7
İlkokul mezunu	155 % 51.8	152 % 50.8
Lise mezunu	62 % 20.7	46 % 15.4
Üniversite mezunu	48 % 16.1	33 % 11.0

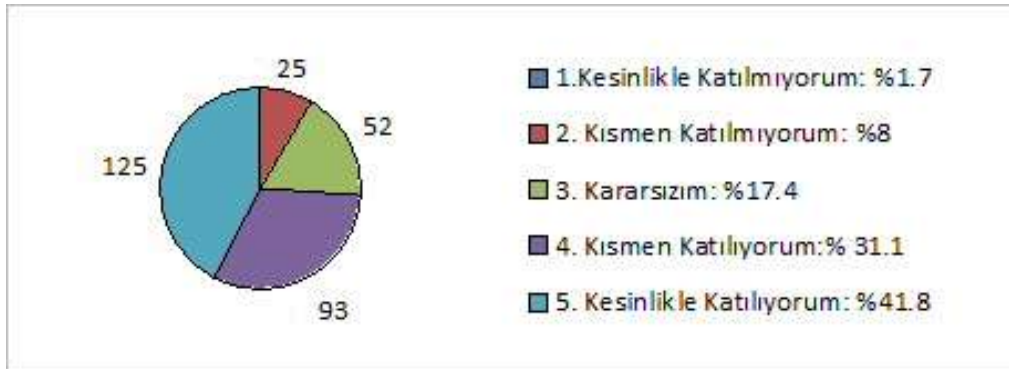
Okuryazar olmama durumu anne ve babalarda, babalar lehine yaklaşık üç kat, okur-yazar olmaları bir buçuk kat olup ilkököl mezunları yaklaşık orandadır. Kız çocuklarının okutulmadığı dönemin izlerini taşıyan bu tablo kadın (% 11.3) ve erkek (% 24.7) ayrımı gözler önüne sermektedir. İlkokul mezunu kadın ve erkek dengesi, zorunlu okula gitme döneminin göstergesidir. Öğrencilerin anne ve babalarının lise ve üniversite mezun oranları kadınlar lehinedir. Anneler toplamda % 36, babalar %26.4 oranında olup kadınlar yaklaşık 1/3 oranında daha eğitilidir.

Yerleşim birimleri ile okur-yazar olma oranları arasında doğru orantılı bir bağ vardır. Öğrencilerin gelenekle, geldikleri çevre ve anne babalarının eğitim durumları arasında yine doğru bir orantı gözükmemektedir. Bu tablo ilkökulla birlikte ele alındığında kadınlarda % 88.7, erkeklerde % 76.9'lık oran, anneleri daha eğitilmiş olan çocukların üniversite eğitimine daha çok yöneldiğini göstermektedir. İstatistiklere gelenekler üzerinden bakıldığında, eğitim düzeyinin ve çevrenin önemi bir kez daha belirlenmiş olmaktadır.

### Geleneğin Algılanması

Geleneklerle ilgili on biri kapalı uçlu, bir açık uçlu toplam on iki soru sorulmuştur. Kapalı uçlu sorular birle beş arasında derecelendirilmiş, katılımcılardan 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Kısmen Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Kısmen Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum şeklinde işaretlenmesi istenmiştir. Sorular günlük yaşam içinde uygulanan gelenekler içinden seçilmiştir. Genel (G) cevaplarda öğrencilerin tamamının, özel (Ö) cevaplarda öğrencilerin hangi tür yükseköğretimde okudukları dikkate alınmıştır.

#### 1. Geleneklerine bağlı bir ailede mi yetiştiniz? (G)

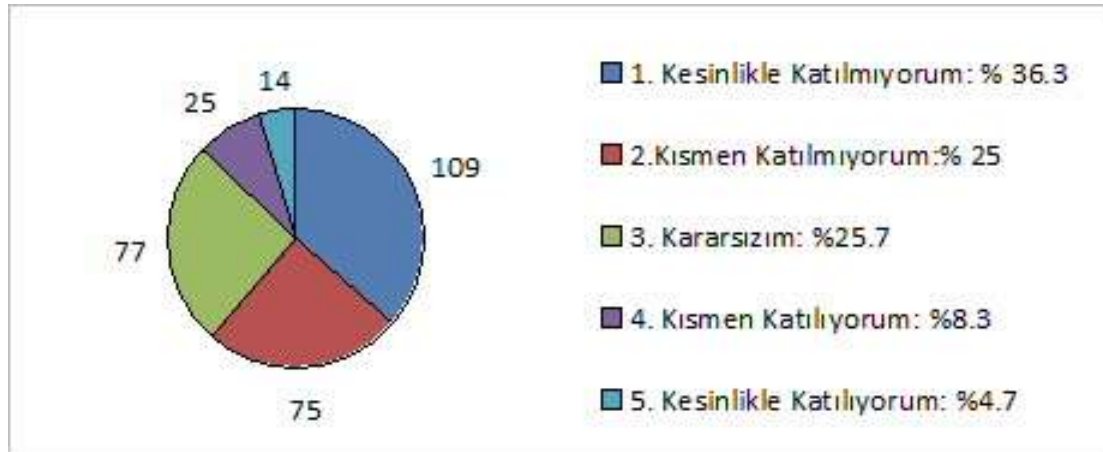


Gençlere gelenekten ne anlaşıldığı üzerine genel bir soru yöneltilmiş, karşılığında ağırlıklı olarak geleneksel çevreden geldiği belirlenmiştir. Kararsız olanlar katılmayanlara dâhil edilirse, gelenekten ne anlaşıldığı konusunda tereddütler yaşandığı görülür ve toplam oranları % 27,1'dir. Katılanların toplamı % 72.9'dur.. Geleneklere bağlı bir aileden geldiklerini ifade edenler baskın bir orandır. Kısmen katılmak maddesi % 31.1 oranına sahip olup kesinlikle katılmak keskin ve % 41.8'lik üst bir sıklık oranını oluşturmaktadır. İlk soruya verilen cevaplar geleceğe bağlılık olduğunu gösterir.

Geleneklerine bağlı bir ailede yetiştim. (Ö)			
FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 4.4	% 4.3	% 1.7
KISMEN KATILMIYORUM	% 20	% 8.7	% 0
KARARSIZIM	% 22.2	% 23.9	% 8.3
KISMEN KATILIYORUM	% 24.4	% 21.7	% 26.7
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 28.9	% 41.3	% 63.3

Geleneklerine bağlı bir ailede yetiştim sorusuna verilen cevaplar, 4 yıllık iktisat ve teknik fakültelerinde de 2 yıllık teknik ve iktisat MYO'lunda da geleneksel bir ailede yetiştiklerini ortaya koymaktadır.

## 2. Geleneklere uygun yaşamak bana saçma geliyor. (G)



Genel olarak geleneklere uymanın saçma olmadığı, % 61.1'in geleceğin yanında yer aldığı, % 25.7 oranında bir kararsızlık gelenekten ne anladığı ve tereddütler yaşadığı anlamına gelmektedir. Saçma geliyor anlamındaki cevapların toplam oranı %12'dir. Tersinden bakıldığında yüzdelik oranın içinde bir uç duruşla karşılaşılır.

2. Geleneklerine uygun yaşamak bana saçma geliyor. (Ö)

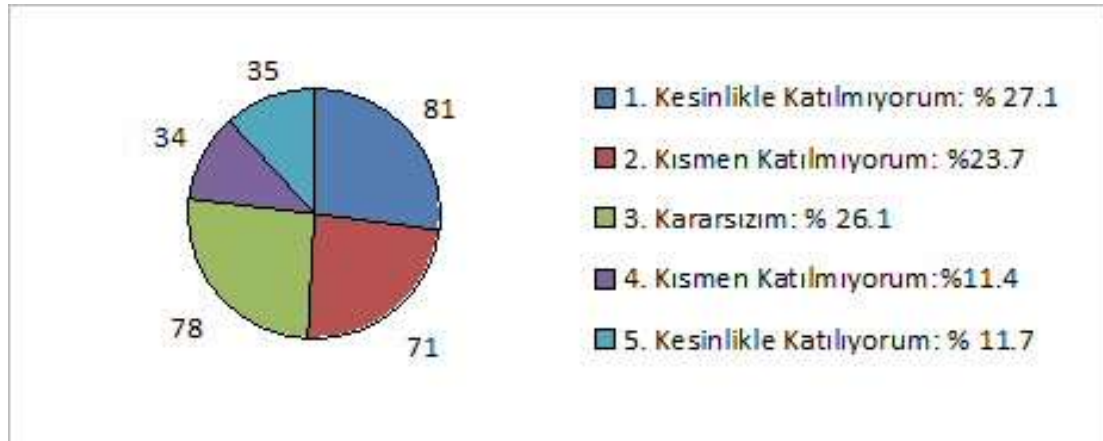
FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 29.5	% 19.6	% 58.3
KISMEN KATILMIYORUM	% 18.2	% 19.6	% 18.3
KARARSIZIM	% 27.3	% 50	% 13.3
KISMEN KATILIYORUM	% 11.4	% 4.3	% 8.3
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 13.6	% 6.5	% 1.7

Geleneği uygun gören ve görmeyenlerin okullaşmaya göre oranı, sosyal bilimlerde oran, saçma bulmamak adına toplam %47.7, teknik bölümlerde %39.2 iken 3 yıllık MYO düzeyinde bu oran daha yüksektir: 76.6. Geleneği saçma bulan üzerinden istatistikler sosyal bilimlerde 1/4 oranında % 25.0 olup, teknik ve MYO'da bu oran %10 seviyelerindedir. Genel, özel arasındaki oranda sosyal bilimlerde geleneğe uzak durma eğilimi daha yukarıda olduğu anlaşılmaktadır.

### Çocuk ve Doğum Adetleri

Çocuk ve doğum âdetleri üzerine üç soru sorulmuştur. Bunlar, çocuğa verilecek isim ve çocuklarla ilgili geleneksel yöntemlere başvurup vurulmamasıyla ilgilidir

#### 1. Çocuğum olduğunda geleneksel bir isim tercih ederim. (G)

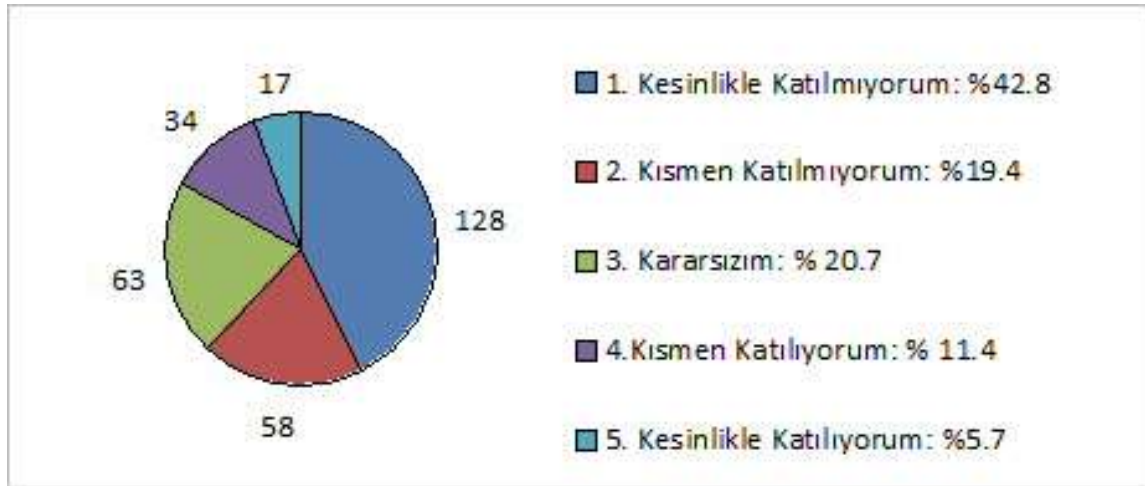


Geleneksel ad verilmesine karşı duruş sergileyen sonuçlar çıkmıştır. Katılmayanların oranı % 50,8, geleneksel adı tercih edenlerin oranı % 23,1 olup kararsızlar sayısı yaklaşık ¼ oranındadır. Gençlerin yarısı daha farklı isimler düşünmüş olmalıdırlar. 1/4'ü ise geleneksel isim verme konusunda kararlı bir cevap vermiştir.

Çocuğum olduğunda geleneksel bir isim tercih ederim (Ö)			
FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 44.4	% 32.6	% 15
KİSMEN KATILMIYORUM	% 31.1	% 32.6	% 13.3
KARARSIZIM	% 6.7	% 26.1	% 30
KİSMEN KATILIYORUM	% 11.1	% 0	% 26.7
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 6.7	% 8.7	% 15

Fakülte bazlı özel değerlendirmede genele yakın bir sonuç görürüz. 1. ve 2. öncü dikkate alındığında iktisat bölümlerinin %75,5 ve teknik bölümlerin % 65,2 oranında büyük çoğunluğunun geleneksel bir isim koymama taraftarıdır. İki yıllık teknik ve iktisat bölümlerinde ise %28,3 gibi bir oranla geleneksel isim koyma yönünde tercihi göze çarpar.

## 2. Çocuğum olduğunda kendi anne babamın veya eşimin anne babasının ismini çocuğuma veririm. (G)



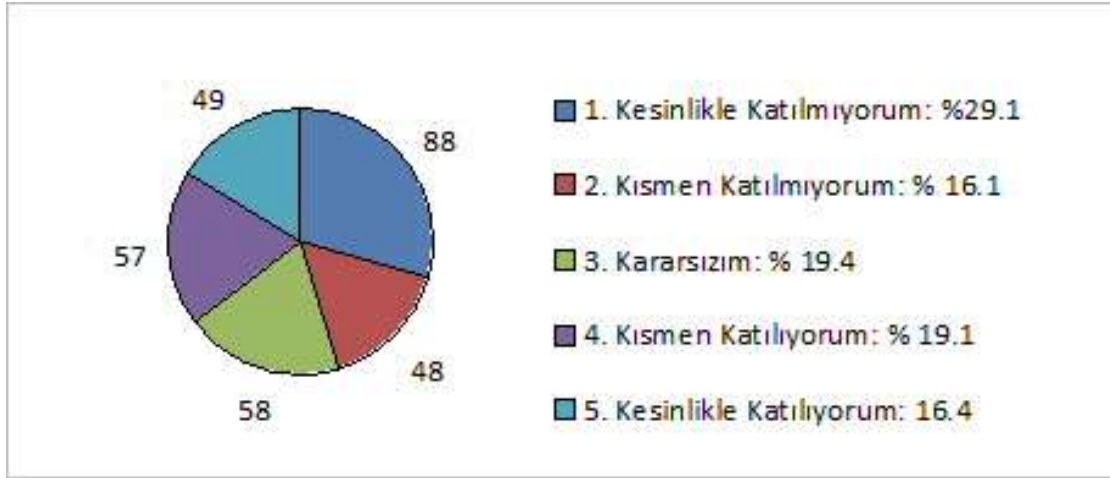
1 ve 2. öncül dikkate alındığında ankete katılan gençlerin % 62.2'si çocuğuna kendi anne babasının ismini vermeyi uygun görmemektedir. Yeni ve kendi isteklerince ad vermeler öne çıkmaktadır. Ebeveynin adlarını verme taraftarı olan oran yaklaşık 1/6 oranındadır. Geleneksel ad verme arzusu oldukça azalmış, yeni ve kendilerince bir ad verme niyeti ortaya konmuştur.

Çocuğum olduğunda kendi anne babamın veya eşimin anne babasının ismini çocuğuma veririm. (Ö)

FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK İKTİSAT	VE
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 53.3	% 58.7	% 31.7	
KISMEN KATILMIYORUM	% 13.3	% 17.4	% 21.7	
KARARSIZIM	% 17.8	% 6.5	% 28.3	
KISMEN KATILIYORUM	% 11.1	% 10.9	% 10	
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 4.4	% 6.5	% 8.3	

Özel değerlendirmede de durumun benzerlik gösterdiğini görmekteyiz. 1 ve 2. öncüle verilen toplam oran dört yıllık İktisat % 65,6 ve dört yıllık teknik 76,1 ile ciddi bir şekilde kendi anne babasının ismini vermeyi reddederken iki yıllık teknik ve iktisat bölümlerinde oran on puan oranında düşer. Kırsaldan gelenlerin niyetleri de benzerdir ama, kararsızların oranı da 28,3 ile oldukça dikkat çekicidir.

### 3. Çocuğumu büyütürken geleneksel yöntemlere (göbek bağı saklama veya gömme, tuzlama, kundaklama, 40 gün evden çıkmama vd.) bağlı kalırım. (G)



Geleneksel yöntemlerin toplum içindeki yeri, katılmama eğiliminde (toplam % 45,2) olsa bile kararsızların % 19,4 yaklaşık 1/5 oranını oluşturmaktadır. Katılanların oranı ise % 35,5 yaklaşık 1/3'e tekabül etmektedir. Kararsızlarla birlikte yarıdan fazlasının geleneksel yöntemlerle çocuklarını büyütme eğiliminde gözükmemektedirler. Katılanların oranlarını kararsızlarla birlikte düşünüldüğünde % 54,9'lık bir göstergede, olumluya yönelik gizemlilik söz konusudur ve sınanmış bilgilere uzak durulmaz.

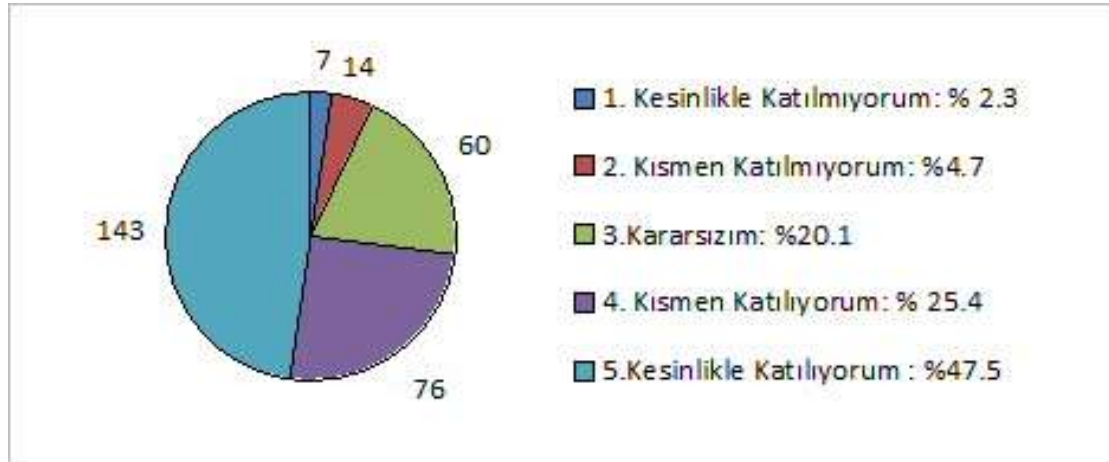
Çocuğumu büyütürken geleneksel yöntemlere (göbek bağı saklama veya gömme, tuzlama, kundaklama, 40 gün evden çıkmama v.d.) bağlı kalırım. (Ö)

FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK İKTİSAT	VE
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 44.4	% 43.5	% 18.3	
KISMEN KATILMIYORUM	% 13.3	% 15.2	% 13.3	
KARARSIZIM	% 15.6	% 23.9	% 20	
KISMEN KATILIYORUM	% 15.6	% 13	% 21.7	
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 11.1	% 4.3	% 26.7	

Özel ayrıntılara bakıldığında, 1 ve 2. öncüle verilen toplam oran dört yıllık iktisat %57.7 dört yıllık teknik 58.7 ile geleneksel yöntemlere mesafeli olduğunu görülür. İki yıllık teknik ve iktisat öğrencileri 31,6 ile geleneksel yöntemleri sürdürme konusunda, 4 yıllık bölümlere göre daha fazla çok taraftardır.

### Evlenme ve Düğün Adetleri

Evlenme âdetleriyle ilgili dört soru sorulmuştur. Evlenme kararı, nikâh, düğünle ve büyüklerle birlikte yaşamayla ilgili sorular sorulmuştur.



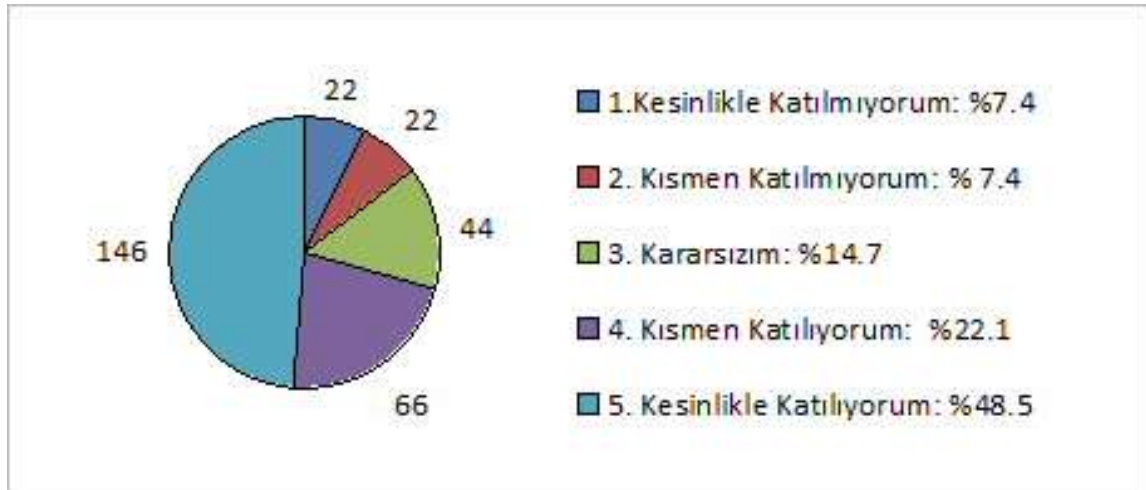
### 1. Evlilik kararınızda ailemin görüşleri daha önemlidir. (G)

Genel tabloda 4. ve 5. Öncül dikkate alındığında %72,9 ile gençlerin evlilik kararında ailenin görüşlerine önem verdiğini görmekteyiz. Ailesinin görüşleri önemli olmayanlara kararsızlar dâhil edildiğinde %27,1 lik oranı oluşturur. Tersini yapıp kararsızları 4. Ve 5. Öncüle katıldığında gençlerin % 93'ü ailesinin evlilik kararlarında çok etkili olduğu sonucu çıkmaktadır.

Evlilik kararımızda ailemin görüşleri daha önemlidir. (Ö)

FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 4.4	% 4.3	% 3.3
KISMEN KATILMIYORUM	% 11.1	% 4.3	% 5
KARARSIZIM	% 24.4	% 26.1	% 16.7
KISMEN KATILIYORUM	% 26.7	% 26.1	% 21.7
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 33.3	% 39.1	% 53.3

Özel değerlendirmede gençlerin evlilik kararında ailelerinin görüşlerinin etkili olduğunu görmekteyiz. 4. ve 5. öncülün toplamı dikkate alındığında en yüksek oranı %75 ile iki yıllık teknik ve iktisat, ardından % 65,2 ile dört yıllık teknik ve % 60 ile dört yıllık İktisat bölümleri yer alır. İki yıllık MYO kararları arasında kesinlikle katılma oranı (%53.3) dikkate değerdir. Aile içi dayanışma ve paylaşım daha güçlüdür.



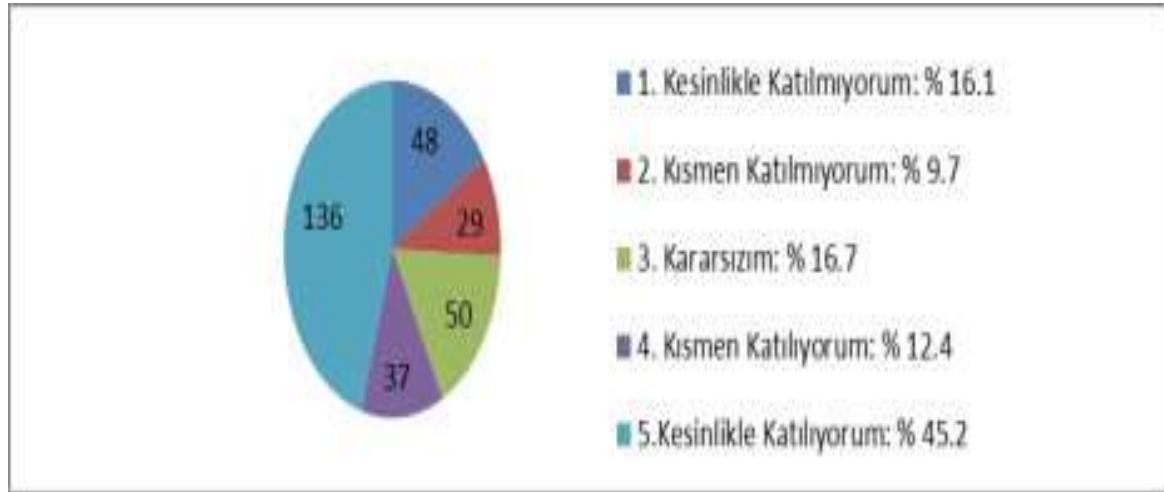
## 2. Düğünüm için, geleneksel yöntemleri (kız isteme, tuzlu kahve, nişan tepsi veya bohçası hazırlama v.d.) takip ederim. (G)

Genel tablodan hareketle 4. ve 5. öncül dikkate alındığında gençlerin düğünleri için geleneksel yöntemlere %70.6 gibi yüksek bir oranla katıldıkları görülür. Geleneksel olmaması yönündeki karar %14.8 ile düşük bir orandır. Kararsızlar dâhil edilirse bu oran %29,5 gibi bir öğrenci düğünlerinde geleneksel yöntemleri sürdürmeme taraftarıdır.

Düğünüm için, geleneksel yöntemleri ( kız isteme, tuzlu kahve, nişan tepsisi veya bohçası hazırlama vd. ) takip ederim. (Ö)

FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 11.1	% 6.5	% 3.3
KISMEN KATILMIYORUM	% 13.3	% 10.9	% 1.7
KARARSIZIM	% 13.3	% 19.6	% 8.3
KISMEN KATILIYORUM	% 26.7	% 21.7	% 10
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 35.6	% 41.3	% 76.7

Özel tabloda düğün için geleneksel yöntemlerin sürdürülebilir olduğu görülmektedir. 4. ve 5. öncülün toplamı dikkate alındığında en yüksek oranı % 86,7 ile iki yıllık teknik ve iktisat akabinde % 63 ile dört yıllık teknik ve % 62,3 ile dört yıllık iktisat bölümleri yer alır. 2 yıllık MYO geleneksel tutumu “kesinlikle katılma” oranı % 76.7 ile oldukça yüksek orandadır. Diğer öncülleri keskin bir düşüş arz ederken, dört yıllık fakültelerde orantılı bir azalma seyreder.



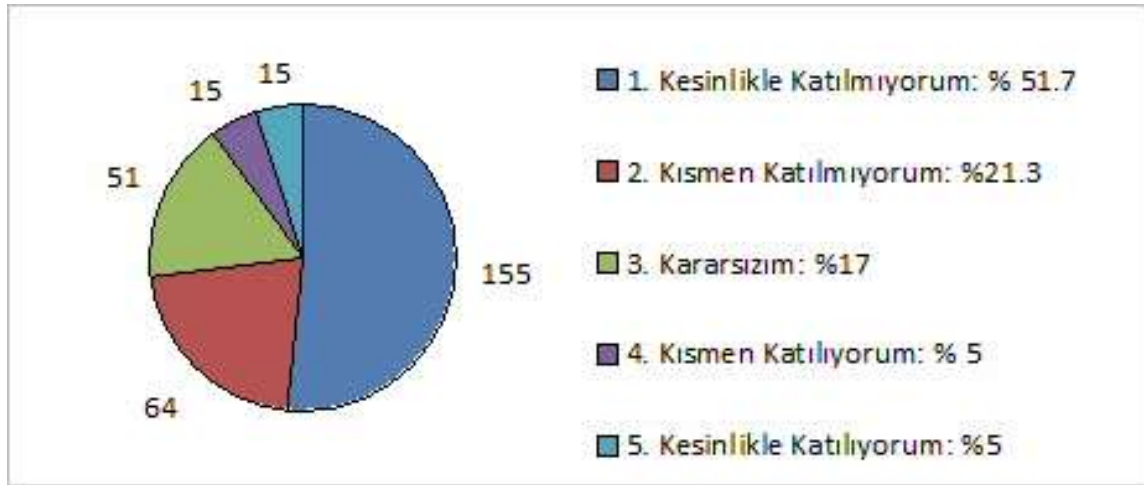
### 3. Toplumda "imam nikâhı" olarak bilinen dini nikâh uygulamasını gerekli buluyorum.

Genel tablodan hareketle gençlerin kararları, 4. ve 5. öncül dikkate alındığında % 57.6 gibi bir oranla dini nikah uygulamasını gerekli bulunduğu görülür. Kararsızlarla birlikte bu oran % 74.3'e çıkar. Katılmama oranları 1 ve 2. öncülde % 25.8 olup genel oranın ¼'ünü oluşturmaktadır. Kararsızların oranları dikkate alınmadığında, katılmayanların %30.2, katılanların oranı % 69.8'dur. Bu oran gençlerin ağırlıklı olarak imam nikâhı uygulaması taraftarı olduğu yönündedir.



Toplumda "imam nikâhı" olarak bilinen dini nikâh uygulamasını gerekli buluyorum. (Ö)			
FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 17.8	% 39.1	% 3.3
KISMEN KATILMIYORUM	% 13.3	% 6.5	% 13.3
KARARSIZIM	% 13.3	% 15.2	% 13.3
KISMEN KATILIYORUM	% 6.7	% 15.2	% 13.3
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 48.9	% 23.9	% 56.7

Özel tabloda dinî nikâh uygulamasının 4 yıllık iktisat eğitimi alan öğrencilerde %55,6, 4 yıllık teknik eğitim alan öğrencilerde % 39,1 olup iki yıllık MYO teknik ve iktisat bölümlerinde %70 oranındadır. Dört yıllık teknik alanda eğitim gören öğrencilerin yönelimleri katılmıyorum yönünde, sosyal alanlar ve MYO öğrencileri katılıyorum yönünde kümelenedikleri görülür. Sosyal ve teknik okullar arasındaki bu fark, eğitim ve öğretimin branş farklılığı yanında ailelerin çevreleri ile ilişkili olmalıdır.



#### 4.Evlendikten sonra aile büyükleriyle yaşamayı kabul ederim.(G)

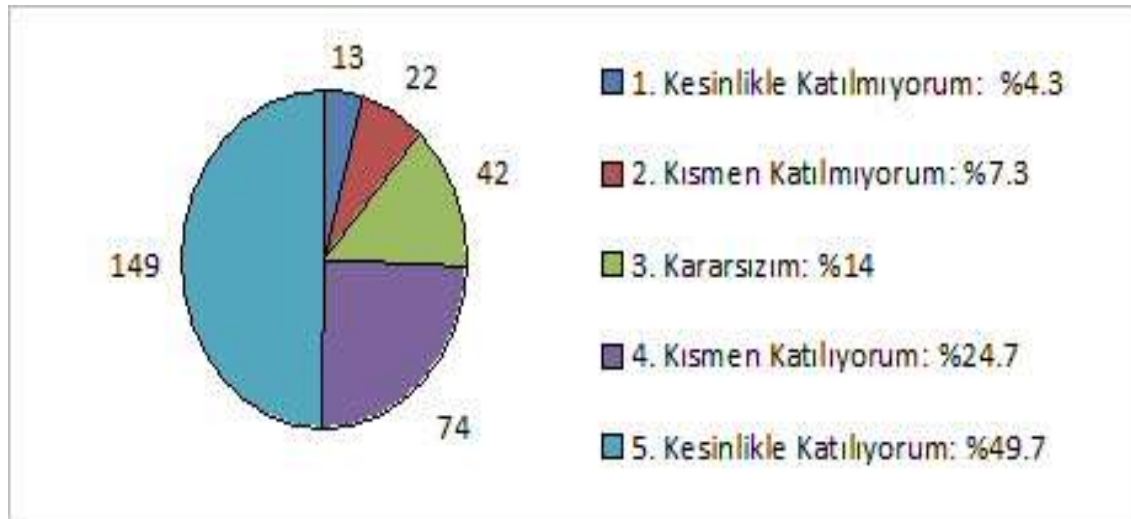
Genel tablodan hareketle 1. ve 2. öncül dikkate alındığında gençlerin %73 gibi yüksek bir oranla, evlendikten sonra aile büyükleriyle yaşamayı kabul etmedikleri, geleneksel geniş aile yapısını reddettikleri görülür. Katılım oranları % 10 ile düşük olup yeni aile kuranlar müstakil bir hayat sürme taraftarıdır.

Evlendikten sonra aile büyükleriyle yaşamayı kabul ederim (Ö)			
FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK VE İKTİSAT
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 60	% 76.1	% 53.3
KISMEN KATILMIYORUM	% 22.2	% 13	% 8.3
KARARSIZIM	% 8.9	% 8.7	% 21.7
KISMEN KATILIYORUM	% 4.4	% 0	% 8.3
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 4.4	% 2.2	% 8.3

Özel tablo da benzer sonuçları vermekte, 1. ve 2. Farklılıkları 4 yıllık iktisatlarda katılma toplam oranı % 82.2'yi 4 yıllık teknik fakültede % 89.1, 2 yıllık MYO'da ise % 61.6'dır. Teknik, iktisat ve MYO sıralaması yaklaşık % 90'dan % 80 ve % 60 olup kırsal ve şehirden gelenlerin arasındaki yaşam anlayışları gözler önüne serilmiş olmaktadır. Gençler, aile büyükleriyle yaşamayı kabul etmemektedirler.

### Ölüm Adetleri

Ölüm âdetleri ile ilgili iki soru sorulmuştur. Bilindiği üzere ölüm âdetlerinde geleneksellik ağırlıklı olarak sürdürülmektedir. Ölenin belirli günleri, ölenin kıyafetleri ile ilgili tasavvurlar üzerinde durulmuştur.



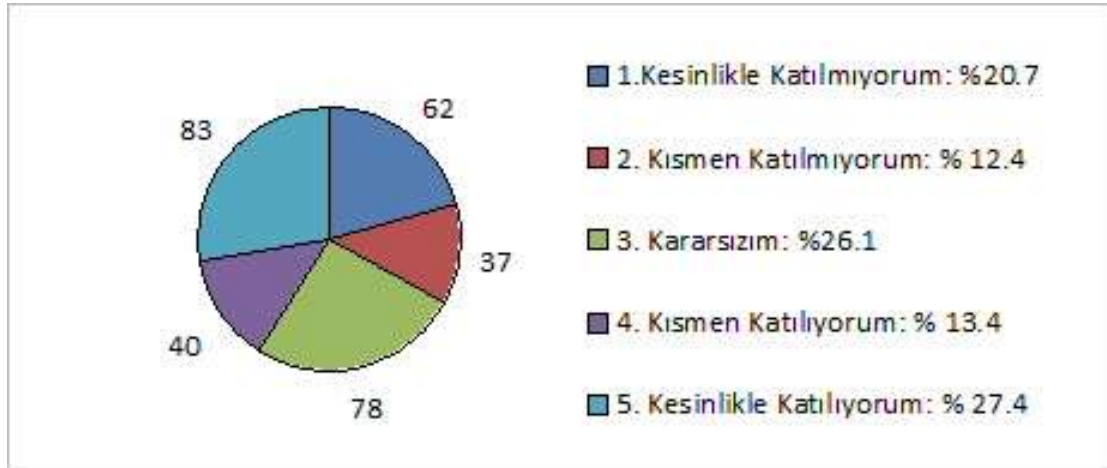
### 1. Bir yakınlım vefat ettiğinde 3.,7.,40., ve 52. günlerde gerçekleştirilen ölü aşı ve mevlit okutma uygulamalarını gerçekleştirmeye özen gösteririm. (G)

Genel tablodan hareketle 4. ve 5. öncül dikkate alındığında gençlerin, ölü aşı ve mevlit okutma gibi geleneksel yöntemlere %74,4 gibi yüksek bir oranla özen gösterdikleri görülmektedir. Geleneksel yaklaşıma katılmamanın toplam oranı % 11.6 gibi düşük bir rakamdır.

Bir yakınım vefat ettiğinde 3.,7.,40., ve 52. günlerde gerçekleştirilen ölü aşı ve mevlit okutma uygulamalarını gerçekleştirmeye özen gösteririm (Ö)

FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK İKTİSAT	VE
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 6.7	% 6.5	% 0	
KISMEN KATILMIYORUM	% 20	% 10.9	% 1.7	
KARARSIZIM	% 17.8	% 23.9	% 5	
KISMEN KATILIYORUM	% 24,4	% 17.4	% 18.3	
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 31,1	% 41.3	% 75	

Özel değerlendirmede gençlerin ölü aşı ve mevlit okutma gibi geleneksel yöntemlere özen gösterdiği görülmektedir. 4. ve 5. öncülün toplamı dikkate alındığında en yüksek oranı %93,3 ile iki yıllık MYO teknik ve iktisat, ardından % 58,7 ile 4 yıllık teknik ve %55,5 ile 4 yıllık İktisat bölümleri yer alır. Burada diğer oranlardan farklı olarak 4 yıllık teknik fakülte, sosyal fakülteye göre yüksek orandadır. MYO'lu gençler geleneksel bir çevreden geldikleri ve geleneklere bağlı olmayı sürdürdükleri anlaşılmaktadır.



## 2. Bir kişinin vefat ettikten sonra ruhunun huzura kavuşması için kıyafetlerinin kısa zamanda dağıtılması gerekir inancı size göre batıl bir inançtan ibarettir. (G)

Genel tablodan hareketle 4. ve 5. öncülün toplamı dikkate alındığında % 40,8 ile geleneksel uygulamanın gençler tarafından batıl bir inanç olduğu yönünde bir eğilim vardır. Burada kararsızların %19,9 oranı da önem arz etmektedir.



1. Bir kişinin vefat ettikten sonra ruhunun huzura kavuşması için kıyafetlerinin kısa zamanda dağıtılması gerekir inancı size göre batıl bir inançtan ibarettir. (Ö)

FAKÜLTE MYO	4 YILLIK İKTİSAT	4 YILLIK TEKNİK	2 YILLIK TEKNİK İKTİSAT	VE
KESİNLİKLE KATILMIYORUM	% 24.4	% 28.9	% 21.7	
KİSMEN KATILMIYORUM	% 8.9	% 8.9	% 6.7	
KARARSIZIM	% 28.9	% 13.3	% 30	
KİSMEN KATILIYORUM	% 13.3	% 17.8	% 8.3	
KESİNLİKLE KATILIYORUM	% 24.4	% 31.1	% 33.3	

Özel değerlendirmede de 4. ve 5. öncülün toplamı dikkate alındığında katılmama oranları % 48,9 ile 4 yıllık teknik, % 41,6 2 yıllık MYO ve % 37,7 ile 4 yıllık bölümleri oluşturmaktadır. Burada kararsızların oranı ¼ oranı civarında ve üzerindedir. Bu rakam gizemli ve bilmeyen durumlarda kararsızlığı göstermektedir.

### Ucu Açık Sorular

Anket çalışmasında gençlerin geleneğe hangi mesafede olduklarını öğrenmek için: “Geleneğe uzak durmanızın nedenini birkaç cümle ile açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Bu sorulardan en öne çıkan ve kendi içinde tipleri temsil edebilecek cevaplara yer verilmiştir.

#### 1. Olumlu Yaklaşımlar:

Geleneklere olumlu yaklaşan gençlerin tip oluşturabilecek ifadeleri şöyledir:

“Gelişen çağı takip edip geleneklere bağlı kalmak çok büyük bir başarı ve biz bu konuda başarısız bir toplumuz.”

“Gelenekler önemli, fakat akıl ve bilimin özellikle de enformasyon çağında daha önemli olduğunu düşünüyorum.”

“Geleneğe karşı mesafeli değilim. Olması gerektiğine inanıyorum.”

“Geleneğe mesafeli olduğumu düşünmüyorum. Gelenek ve kültür bir milletin kalbidir.”

“Kültürümüzün devamı için geleneklerin önemli olduğunu düşünüyorum.”

“Bazı şeylerin sisteme oturması için geleneği gerekli buluyorum.”

“Geleneklerimiz bizim kültürümüzdür. Mesafeli durmak kültürümüzü hiçe saymaktır.”

“Gelenek ve göreneklerimiz vazgeçilmez.”

“Gelenekler toplumsal birlikteliğimiz için önemlidir.”

Bu bağlamda gençlerin geleneğe sadece olumsuz bakmadığı hayatın bir parçası, kültürel bütünlüğü koruyan ve yol gösteren bir unsur olarak görmektedirler



## 2. Olumsuz Yaklaşımlar:

*“ Toplum oluşturulan temel esaslar arasında kültür olsa da, geleneklere sınıksız bağlı kalmak topluma vurulacak prangadır.”*

*“Gelenekleri ilericiğin önünde bir engel olarak görüyorum.”*

*“Bazı gelenekler sapkınlık derecesine gelip, insanlar bunlara körü körüne bağlandıkları için saçma buluyorum.”*

*“Toplum yapısının değişimine uygun olmadığını düşünüyorum.”*

*“Geleneğe aşırı derece bağlı kalmak farklı geleneklere sahip olan insanlarla iletişimi zorlaştırır diye düşünüyorum.”*

*“Geleneğe mesafeliyim, çünkü bundan önce böyle yapılmış bundan sonra da böyle yapılmalıdır, fikri bana saçma geliyor.”*

*“İnsanın ufkunu ve yaşam standartlarını kısıtlıyor.”*

*“Gelenekler artık çağ dışı kalmaya başladı. Çağa ayak uydurmak lazım.”*

*“Zamanın getirdiği yeniliklere açık ve yorumlanabilir veya uyarlanabilir değil.”*

*“Geleneklerin insanları ayırdığını düşünüyorum. Açık görüşlü bir insan olarak buna karşıyım. Ayrıca geleneklerin çoğunun dini unsurlardan dolayı oluştuğunu düşünüyorum. Bana birçoğu saçma geliyor.”*

*“Geleneklere mesafeliyim çünkü insanın istediğini yaşaması gerektiğine özgür olduğuna inanıyorum.”*

*“Bazı gelenekler insanları kısıtlıyor. Saçma olanları var. Gereksiz yere baskı yarattıkları oluyor,”* şeklinde pek çok olumsuz yanıt aldık. Yanıtlardan görüldüğü üzere geleneğin çağa uyumlu olmadığı, özgürlükleri kısıtladığı, insanları belirli kalıplara soktuğu, kendinden farklı olan insanlarla iletişimi kısıtladığı gibi nedenlerden dolayı gençler tarafından benimsenmemekte, gelenekleri zorlayıcı, batıl ve çağdışı olarak görmektedirler.

Verilen olumlu yanıtlar, geleneğe sahip olmak gerektiği yönündedir, ama burada daha genel cümleler kurulduğu, geleneğin var olma nedenleri veya gerekçeleri üzerinde durulmadığı görülür. Verilen olumsuz yanıtlarda ise, gerekçelerin ve dayanakların olması söz konusudur. Dayatmacı, zorlayıcı vb. sebepler ileri sürerlerken olumlu bakanlar sebep sonuç ilişkileri üzerinde durmazlar.

## Sonuç

Katılma ve katılmama sorularının başlarına kısmen ve kesinlikle eklenerek düşüncelerin ağırlığı ölçülmeye çalışılmıştır. Karasızlık durumu konu hakkındaki tarafsız duruşu veya bilgisi olunmadığını göstermektedir.

Gençlerin yetiştikleri çevreler, yaklaşık olarak 4/5'i şehir, 1/5'i kırsal kesimdedir. Anne babalarının yaklaşık yarısı ilkokul mezunudur. Bu oranlar arasında annelerin babalara göre, daha az eğitilmiş oldukları göze çarpmaktadır. Geleneksel yaklaşım, okur-yazar oranlarının düşük olduğu ailelerde büyüyen gençlerde daha yoğun olduğu, okuma oranı lise ve üstü okullardan mezun ailelerin çocuklarının geleneğe daha mesafeli oldukları sonuçlara yansımıştır.



T.C.  
MUGLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



İki yıllık MYO'larda gençlerin geleneğe bağlılık oranının daha yüksek; 4 yıllık teknik, iktisat fakültelerinde öğrenim gören gençlerin ise geleneğe daha mesafeli durdukları genel sonuçlar arasındadır. Gençlerin geldikleri çevreleri ve aileleri yanında, alınan eğitimin gençlerin geleneğe bakışını farklı kılar.

Geleneklere katılmadığını ve geleneksel bir aileden gelmediğini ifade eden gençlerin 1/3 civarındadır. Yarını ilkökul mezunu olan anne ve babaların çocuklarının geleneksel bir çevreden gelmediklerini söylemeleri, geleneğe mesafeli bir duruş sergilemek istediklerini gösterir. Akabinde "gelenek saçma mıdır?" sorusunda 3/5 geleneğe sahip çıkarken sadece 0.5/5'i saçma olduğunu savunur. Geri kalan 1.5/5'i kararsızdır. Burada geleneksel aileden gelme ve geleneği saçma bulanlar arasında, bir çelişkili durumun yaşandığı veya durumun sağlıklı değerlendirilmediği anlaşılmaktadır.

Çocuğa geleneksel ad koyma âdetine genellikle karşı konulur. Anne-baba adını vermeye de oldukça mesafeli yaklaşılr. Geleneksel yöntemler gizemli olduğunda ise ihtiyatlı bire yaklaşım görülür. Aileyle birlikte yaşama karşı bir tutum sergilenirken, eş seçiminde ailenin fikrinin çok önemli olduğu anlaşılmaktadır. Dini nikâhın olması gerektiği yüksek bir oranda kabul görür. Ölüm âdetlerinde gizemli veya bilinmeyen durumlarda denenmiş uygulamalar onaylanırken, ölenin ardından yapılan uygulamalarda karasız veya gelenekten yana bir tavır sergilenir.

Gençliğin gelenek bakışını araştıran bu çalışmada, gençlerin eğitim düzeyleri ve eğitim alanları ile gelenek arasındaki mesafesini ortaya koymaktadır. Anketlerin sonuçları, geçiş dönemlerinde geleneklere karşı genellikle mesafeli olunduğu, yaşamlarına başkaları değil, kendileri yön vermek taraftarı oldukları anlaşılmaktadır. Geleneğin baskın, yönlendiren, onları çevreleyen, sınırlandıran taraflarına karşı bir tutum sergilemektedirler. Aile ile birlikte olmak, büyüklere danışmak gibi kavramları canlıdır. Akıllarını kullanarak gelenekten bağımsız yaşama doğru yönelmeleri söz konusu iken, bilinmedik durumlarda büyüklerin deneyimlerine önem verdikleri görülür.

### **Kaynakça**

Büyük Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu, <http://www.tdk.gov.tr/>

Ekici, Metin, (2011), *Halk Bilgisi(Folklor) Derleme İnceleme Yöntemleri*, Geleneksel Yay., Ankara.

Güvenç, Bozkurt, (1994) "*Türk Kimliği*" Kültür Bakanlığı Yayınları, 2.Baskı, Ankara.

Köknel, Özcan, (2001) "*Kimliğini Arayan Gençliğimiz*" Altın Kitaplar Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul.

Oğuz, Öcal, (2001), "*Yazılı Hukuk ve Sözlü Hukuk Açısından Evlenme Pratikleri ve "Töre Cinayetleri"*" Milli Folklor, Sayı 95, 103-113.

Yıldırım, Dursun, (1998), *Türk Bitiği, Araştırma- İnceleme Yazıları*, Akçağ Yay. Ankara.



## ***Diyabetin Yayılma Hızı ve Genç Nüfusa İnmesi Nedeniyle Turistik İşletmelerde Yapılması Gerekenlere Yönelik Teorik Bir Araştırma***

<sup>1</sup>Kadir Baysal, <sup>1</sup>Ergün Kara

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Muğla, Türkiye, kadirbaysal@mu.edu.tr

### **Özet**

Bu çalışma, diyabetli hastaların tatillerinde rahat edebilmeleri için turizm işletmelerinde yapılması gerekenlerin araştırılarak değerlendirilmesi amacını taşımaktadır. Uluslararası diyabet federasyonu 2015 yılı için öngürüsüne göre dünyada yetişkin diyabetli sayısı 415 milyon olup bu rakam 11 kişiden birinin diyabetli olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanında 542 bin çocuğun Tip 1 diyabetli olduğu öngörülmektedir. Diyabete harcanan küresel sağlık harcamaları 673 milyar doları bulmuş durumdadır. Dünya üzerinde diyabetli birey sayısını 2035 yılında 592 milyona, 2040 yılında ise 642 milyona çıkacağı ve diyabet ile ilişkili sağlık harcamalarının 802 milyon doları aşacağı tahmin edilmektedir. Türkiye diyabet vakfınca yapılan açıklamada: Türkiye’de diyabetin dünyadan 2 kat, Avrupa’dan ise 4 kat daha hızlı arttığı ifade edilmektedir. 2013 verilerine göre Tip 2 diyabetinde dünyada ilk on içinde bulunmayan Türkiye, artış hızının bu şekilde devam etmesi durumunda hasta sayısı olarak 2035 yılında ilk on ülke içinde yer alacağı tahmin edilmektedir. Büyük bir hızla yayılarak genç yaşlara inen, ömür boyu süren öldürücü birçok hastalığın nedeni olan ve ortaya çıkmasındaki en büyük nedenlerinden yanlış beslenme ve obezite olması turizmde sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri ilgilendirmektedir. Seyahat araçlarında sunulan yiyecek içecek hizmetleri, otel işletmeleri, restoranların bu konuda yeterince bilgi sahibi olmadıkları ve sağlıksız beslenme anlayışının devam ettiği görülmektedir. Sonuç olarak, diyabetli hastaların tatil süresince yaşadıkları insülin muhafazası, beslenme ihtiyaçları, kendilerine uygun egzersiz ve ara öğün gibi ihtiyaçlara yönelik turistik işletmelerin bilinçlenmesi ve tesislerde bu kişilere yönelik ciddi önlemlerin alınması gerekmektedir. Çalışma, konu ile ilgili kaynakların taranması yöntemi, nitel görüşme tekniği ve teorik saha araştırmalarına dayanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** “Diyabet”, “Gençlik”, “Turizm Sektörü”

### ***A Research About the Spreading Speed of Diabetics And What Needs to Be Done In Touristic Industries as Diabetics Go Down to the Young Population***

#### **Abstract**

This study aims to research and evaluate about what needs to be done in touristic industries in order to let the diabetic guests feel comfortable on their holidays. According to the data of International Diabetic Federation in 2015, the number of diabetic patients is 415 million which means that one person out of eleven people is diabetic. Besides that, 542.000 children are known to be of Type 1 Diabetic. Global health expenditures done for diabetic have already been 673 billion dollars. It is estimated that the number of diabetic patients in 2035 have reached 592 millions and it will increase 642 millions in 2040 and the expenditures for diabetics will exceed 802 million dollars. It is stated by Turkish Diabetic Association that diabetic increases twice more in Turkey than the whole World and four times more than it does in Europe. According to the data of 2013, Turkey which does not have Type 2 diabetic in the world is thought that will be in the top ten type 2 diabetic in 2035 if it continues to rise like that. Wrong feeding habits and obesity which are one of the biggest reasons of lifelong lethal diseases going down to the younger populations gradually interests the industries in tourism sector. Food and beverage services served in travel agencies, hotel enterprises and restaurants are seen not to have enough knowledge and unhealthy way of nutrition still continues. As a result, diabetics should have insulin during their holidays, do the proper exercises and touristic industries should be made conscious about the refreshments and serious precautions should be taken for these kind of people. The study is based on literature search of the sources related to the subject, qualitative interview method and theoretical field research.

**Key Words:** “Diabetic”, “Youth”, “Tourism Sector”



## Giriş

Diyabet konusu, yeniçağın sağlık sorunları içinde önem kazanan disiplinler arasında kendini bulmaktadır. Özellikle son yıllarda diyabet hızının artması ve genç nüfusa inmesiyle birlikte bu hastalık hakkında gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde çokça çalışmalar görülmektedir. İnsanların sağlıklı yaşam alışkanlıklarından vazgeçmemesi sonucu yakın zamanda diyabet ve diyabetin neden olduğu hastalıklar ölümlerde ilk sırayı alacaktır.

Dünya genelinde milyonlarca insan diyabetle yaşamaktadır. Toplumsal ve küresel bir sorun haline gelen diyabetin çok boyutlu sonuçları, mevcut engelleri kaldıran önlemler ve tedavisine yönelik etkili müdahalelerin uygulanmasını sağlayan çözümler bulmak küresel çapta bir çaba gerektirmektedir (Uluslararası Diyabet Liderler Zirvesi Türkiye, 2013, s.5).

Türkiye’de günümüzde 7 milyondan fazla diyabetli hastanın yaşadığı ve 20 yaş üstü nüfusumuzun % 42,4’ünde diyabet veya prediyabet olduğu tespit edilmiştir. Yine ülkemizde 20 yaş üstü nüfusumuzun % 68.7’ si obez veya fazla kilolu sınıfına girmektedir. SGK verilere göre Türkiye’de diyabet ve neden olduğu sorunlar için yapılan harcanan para yılda yaklaşık 10 milyar TL’yi bulmuştur. Bu tutar, Türkiye’de sağlık harcamaları için yapılan harcamaların %23’ünü oluşturmaktadır. Bu durum, diyabetin Türkiye içinde ciddi boyutlara ulaştığının, gelecek için en önemli sağlık tehditlerinden birini oluşturduğunun ve ülke ekonomisi açısından da önemli bir gider kalemi olduğunun bir kanıtıdır (Türkiye Sağlık Bakanlığı Yayınları, 2014, s. 55).

Günümüzde şeker hastalığı olarak bilinen diyabetin yayılma hızının bu şekilde sürmesiyle hem tıbbi bilimlerde hemde günlük yaşamı ilgilendiren bütün alanlarda diyabetle ilgili çalışmalar artmaktadır. Türkiyedeki turistik işletmelerde diyabetliler için yapılması gerekenlerde bu çalışmada yer almıştır.

## Diyabetin Tanımı, Tipleri ve Yayılma Hızı

Pankreasın vücut için ürettiği insülini yeterli miktarda üretememesi veya vücudun üretilen insülini etkili bir şekilde kullanamaması sonucu meydana gelen ve ömür boyu devam eden kronik bir hastalıktır (www.turkdiab.org).

İnsülin, vücudumuzun hayati organlarından biri olan pankreastaki beta hücrelerinde salgılanan bir hormondur. Kandaki şekeri, kandan ayrılarak hücre içine girmesini sağlar. Bir başka deyişle vücudun başlıca enerji kaynağı olan glikoz bağırsaklarda parçalanır ve sonrasında kana geçer. Kana geçen glikoz insülin sayesinde hücrelerin içine taşınır. Dolayısıyla diyabet olan hastalarda insülin üretimi ve kullanımında sorun olduğundan kandaki şeker oranı yükselmesi olur. Bu durum devam ederse diğer organlarda zamanla bozukluğa neden olur ve kesin olarak ölüme kadar giden durumlar oluşur.

Tip 1 diyabet ile ilgili olarak insüline bağımlı diyabet terimi de kullanılır. Pankreasta insülin üreten hücrelerin genellikle vücudun savunma sistemi tarafından tahrip edilmesi ile meydana gelir. Tip 1 diyabette vücut insülin hormonu hiç üretmez ya da çok az üretir. İnsülin olmadığı için şeker enerji üretiminde kullanılamaz. İnsülin olmadığı sürece kan şekeri yüksek kalır. Tip 1 ler insülin ihtiyacını dışarıdan almak zorundadır. Dolayısıyla Tip 1 ler için insülin hayati ve vazgeçilmez bir ilaçtır. Genç tipi şeker hastalığı olarak ta bilinir. Sebepleri tam olarak bilenemeyen tip 1 diyabetin oluşumunu da önlemek mümkün değildir.





Tip 1 diyabet vakaları genellikle toplumdaki diyabetlilerin %10 unu oluşturmaktadır. Bölgeler ve ülkelere bağlı olarak tip 1 diyabet oranları farklılık göstermekte ve senede 15 yaş altındaki 100.000 çocuktan 1-42 sinde diyabet oluşmaktadır ([www.turkdiab.org](http://www.turkdiab.org)).

Tip 2 diyabet ise en yaygın görülen diyabet çeşididir. Bu hastalık insüline bağımlı olmayan diyabet", "erişkin diyabet" veya "tip II diyabet" olarak adlandırılır. Dünya üzerinde tanı konulabilen diyabetlilerin % 90' ından fazlası tip 2 diyabetlidir. Gelişmiş ülkelerde nüfusun %5-10'u tip 2 diyabetli olup, bu tür diyabetlilerin şikâyetleri, tip 1 diyabetlilere göre daha azdır. Tip 2 diyabet genelde 40 yaşın üzerinde görülür. Yaş arttıkça görülme sıklığı artar (<http://diyabet.gov.tr>).

Fakat son yıllarda hastalığın görülme yaşı hızla daha genç yaşlara inmektedir. Tip 2 diyabetin sebepleri; kalıtsal, sağlıksız beslenme, yetersiz egzersiz, obezite seviyesinin artması ve yaşlanan nüfustur.

Gestasyonel diyabet gebelik sırasında gelişen diyabettir. Gebelik durumunun kadının metabolizmasında yarattığı yük sonucu oluşur. Bu durumda pankreas halen insülin üretebilmekte, fakat gebelik hormonları vücudu insüline karşı dayanıklı kılmaktadır. Sonuçta kan şekeri yükselmektedir. Genelde doğum sonrasında kan şekeri tekrar normal düzeyine dönmektedir. Fakat Gestasyonel diyabetli gebelerde gebelik sonrasında tip 2 diyabet gelişme riski de bulunmaktadır. Anne adaylarının yaklaşık %5' inde bu tür gebelik görülür. Gestasyonel diyabet, gebelikle ortaya çıkan şeker hastalıklarının %90' ıdır ([www.gebelik.org](http://www.gebelik.org)).

Kişinin kan şekeri değerleri diyabet tanısı koymaya yeterli olmayıp, normalden yüksek seyrediyorsa, kişi pre- diabetik (gizli şeker hastası) olarak tanımlanır. Diyabet Önleme Programına katılan pre-diyabetiklerin %11' inde diyabet gelişmiştir. Pre-diyabet tespit edilen çok kişide 10 yıl içinde Tip 2 diyabet geliştiği bazı araştırmalarla ortaya konmuştur. Pre-diyabet, Tip 2 diyabete adaylık durumudur ([www.turkdiab.org](http://www.turkdiab.org)).

Tüm dünya nüfusu incelendiğinde yetişkinlerin yaklaşık %8,4' u yani 382 milyon kişi diyabet hastasıdır. 2035 yılında ise bu rakamın 592 milyon kişiye ulaşması tahmin edilmektedir (International Diabetes Federation: IDF Diabetes Atlas, 2013, 6th ed).

Dünyada diyabet, ölüm nedenleri arasında bazı hastalıklardan sonra 8. sırada yer almaktadır (Türkiye Sağlık Bakanlığı, 2014, s. 11).

Dünya' da 2013 yılında 5.1 milyon insanın diyabet ve komplikasyonları nedeniyle öldüğü raporlanmıştır (International Diabetes Federation. Diabetes Atlas, 2013 6th ed).

Bu ölümlerin yaklaşık yarısı 60 yaş ve altı hastalarda görülmektedir ki bu oran az gelişmiş bölgelerde %75' e kadar çıkmaktadır (Türkiye Sağlık Bakanlığı, 2014, s. 13).

Türkiye' de son 10 yılda şişmanlık, diyabet gibi beslenme ile yakından ilişkili olan hastalıkların görülme sıklıklarında beklenenin çok üzerinde artışlar olmuştur. Özellikle Avrupa kıtasının en genç nüfusa sahip ülke olmasıyla dikkat çeken Türkiye' de nüfus yaşlanmaya başlamıştır (Hacettepe Üniversitesi Yayınları, 2015, s. 7).

IDF tahminlerine göre Türkiye' deki diyabetli hasta sayısı 2035 yılın itibariyle yaklaşık 12 milyona ulaşacaktır (International Diabetes Federation: IDF DiabetesAtlas, 6th ed).

Dünya' da 2015 yılı itibariyle 800 milyondan fazla bireyin şişman, 2,3 milyar bireyin ise hafif şişman sınıfına girdiği tespit edilmiştir. Ayrıca 650 milyon civarında bireyin de



sağlıksız ve yetersiz beslenme ile karşı karşıya olduğu bilinmektedir (Hacettepe Üniversitesi Yayınları, 2015, s. 7).

Görüldüğü gibi diyabetin dünya’ da ve Türkiye’de yayılma hızı ve artışı son derece dikkat çekicidir. Şehir yaşamı ve bu yaşamın getirdiği dengesiz beslenme alışkanlıkları, yetersiz beslenme imkânları, obezite, hareketsizlik diyabeti hızla yayılmasını sağlamakta ve toplumu tehdit eder hale getirmektedir. Bu hastalığın etkilerini sadece diyabetliler değil, aileleri ve tüm toplum gün geçtikçe daha fazla hissetmektedir.

### **Diyabet Tedavisi**

Diyabette tedavinin amacı; kan şekerini normal sınırlarda tutarak diyabete bağlı gelişebilecek sağlık sorunlarının ortaya çıkışını engellemek veya önlemek, yaşam süresini ve kalitesini yükseltmektir ([www.develidh.gov.tr](http://www.develidh.gov.tr)).

Diyabet tedavisinde bugünün şartlarına göre tam bir şifa sağlamak mümkün değildir. Hastanın kan şekerinin sürekli yüksek olmasını önlemek ve normal değerlere yakın tutabilmek için çaba sarf edilmektedir. Diyabet tedavisi bireyden bireye farklılık göstermektedir. Diyabet tedavisinde sağlıklı beslenme, egzersiz, ilaç (insülin) tedavilerinin uygulanması gerekmektedir. Bu üç mekanizmanın beraber ve birbirini dengeleyecek şekilde harekete geçilmesi önemlidir.

Bu ayarın sağlanması komplikasyonların gelişmesini önlemek veya gelişmiş komplikasyonların gidişatını yavaşlatmak için son derece önemlidir. Kan şekeri seviyesini olabildiğince normale en yakın tutmak iyi bir diyabet kontrolüdür ([www.turkdiab.org](http://www.turkdiab.org)).

Diyabet tedavisinin en önemli öğelerinden biride eğitimidir. Diğer 3 mekanizmanın da işleyebilmesi için diyabetlilerin ve ailelerin eğitilmesi gereklidir.

Diyabetliler verilen tıbbi önerilere göre bakımlarını ve tedavilerini sürdürürken, normal yaşama da devam etmek zorundadırlar. Bu sürecin yönetilebilmesi için eğitim ve uzman yardımı zorunludur ([www.diabetcemiyeti.org](http://www.diabetcemiyeti.org)).

Diyabet konusundaki eğitim, akut ve kronik komplikasyonların önlenmesi, kontrolün sağlanması ve diyabetlilerin yaşam kalitesinin artmasında en önemli öğelerden biridir. Bu eğitim ile hastalığın takip ve tedavileri günlük yaşam koşullarına göre düzenlenmekte, hastanede kalma süresi ve sayısını azaltmakta, ilaç kullanım oranını ve komplikasyon gelişme oranı büyük ölçüde küçülmektedir ( [www.viphasta.com](http://www.viphasta.com)).

### **Diyabet ve Beslenme İlişkisi**

Yeterli ve dengeli beslenme; vücudun büyümesi, dokuların çalışması ve kendini yenilemesi için gerekli olan besin öğelerinin her birinden vücudun ihtiyacı kadar alınması ve uygun şekilde kullanılmasıdır (Altınel, 2014, s. 70).

Diyabetin hem oluşmaması için, hem de tedavisinde sağlıklı ve dengeli beslenme oldukça önemlidir. Yaşamın sağlıklı şekilde sürdürülebilmesi için başlıca besin ögesi olan karbonhidrat, protein, yağ, vitamin, mineral, suyun yeterli ve dengeli alınması gerekir. Yetersiz ve dengesiz beslenmenin neden olduğu önemli hastalıklardan birinin de Tip 2 diyabet olduğu unutulmamalıdır. Diyabetin herhangi bir çeşidine yakalanan kişilerin öncelikle beslenme alışkanlıkları olmak üzere tüm yaşam şeklinde değişikliği gitmesi gerekmektedir. Diyabetliler için verilen diyet programlarına uyulması zorunluluktur. Fakat bu diyet programları tüm besin gruplarını kapsayan zengin bir



beslenme planı şeklinde düzenlenmelidir. Diyabetli bireylerin beslenme tedavileri; yaşına, cinsiyetine, boyuna, kilosuna, fiziksel aktivitesine, sosyo-ekonomik durumuna ve beslenme alışkanlıklarına göre kişiye özel olarak hazırlanır. Beslenme programı da kişiye özeldir. Başka bir diyabetlinin beslenme programı kişisel özelliklerinden dolayı farklılık gösterebilir.

Öncelikli olarak diyabetlilerin ihtiyacı olan enerji ve besin öğelerinin miktarı belirlenir ve beslenme programı düzenlenir. Enerji ve besin öğeleri yönünden birbirine yakın olan yiyeceklerin aynı grupta toplanmasıyla oluşturulan değişim listeleri beslenme programının yapımında kullanılır. Yedi grupta toplanan değişim grupları; süt, et, ekmek, sebze, meyve, kuru baklagiller ve yağdan oluşur (Türkiye Endokronoloji ve Metabolizma Derneği Yayınları, 2011, s. 21).

#### *Diyabette diyet tedavisinin (TBT) amaçları;*

- Glisemiye normale yakın düzeylerde tutmak,
- Hipo ve hiperglisemileri önlemek,
- İdeal vücut ağırlığını sağlamak ve korumak,
- Komplikasyonları önlemek,
- Hastaya yeterli ve dengeli beslenme alışkanlığı kazandırmak,
- Yaşam süresini uzatmak, yaşam kalitesini yükseltmek([www.istanbulsaglik.gov.tr](http://www.istanbulsaglik.gov.tr)).

#### *Diyabet beslenme tedavisinde yapılması gerekenler;*

- Besin çeşitliliği temel alınmalıdır. Her besin grubundan gerekli miktarda besin alınmalıdır.
- Kişisel özelliklerine, günlük yaşam planına, beslenme düzenine ve insülin tedavi şemasına uygun yeterli miktarda ve zamanın da yemek yenmelidir([www.turkdiab.org](http://www.turkdiab.org)).
- Ana öğünlerin yanında alınması gereken ara öğünler atlanmamalıdır.
- Besinler doğru yöntemlerle hazırlanmalı, pişirilmeli ve yemekler doğru saklanmalıdır ([www.develidh.gov.tr](http://www.develidh.gov.tr)).
- Mevsimine göre taze sebze ve meyveler tüketilmelidir(Türkiye Endokronoloji ve Metabolizma Derneği Yayınları, 2011, s. 15).
- Kan şekeri kontrolü için gereksinimine uygun miktarlarda karbonhidrat içeren besinler tüketilmelidir. Kompleks karbonhidratlar bağırsaklardan daha yavaş emilir ve kan şekerini dengeli bir şekilde yükseltir, dengeli insülin salınımı sağlarlar (tahıllar, ekmek, kuru baklagiller, meyve, sebze, süt ve yoğurt gibi) (Türkiye Endokronoloji ve Metabolizma Derneği Yayınları, 2011, s. 6).
- Tahıllar yeterli miktarda tüketilmelidir. Fakat rafine tahıl ürünleri yerine kepekli olanlar tercih edilmelidir(Türkiye Endokronoloji ve Metabolizma Derneği Yayınları, 2011, s. 15 ).
- Posalı ürünlerin tüketimi arttırılmalıdır. ([www.develidh.gov.tr](http://www.develidh.gov.tr))



- Şeker tüketimi azaltılmalıdır. Fazla şeker içeren ürünlerden özellikle kaçınılmalıdır.
- Tuz tüketimi azaltılmalıdır (Türkiye Endokronoloji ve Metabolizma Derneği Yayınları, 2011, s. 15 ).
- Yağlı ve fazla yağda hazırlanan ürünlerden sakınılmalıdır(www.endokrinoloji.com).
- Doymuş yağ tüketimi olabildiğince azaltılmalıdır (www.develidh.gov.tr).
- Su ve diğer sıvılar yeterli miktarda tüketilmelidir (www.develidh.gov.tr).
- İçeriği bilinmeyen hazır gıdalar tüketilmemelidir. Özellikle işlenmiş gıdalardan olabildiğince uzaklaşılmalıdır.
- Alkol ve sigara içilmemelidir. Bu alışkanlığa sahip kişiler diyabet tanısıyla beraber sigara ve alkolü bırakmalıdırlar.
- Tatlandırıcıların, cinsine göre kullanılacak miktarları farklıdır. Dolayısıyla tatlandırıcı kullanımını da kontrollü olmalıdır. Mümkün olduğunca doğal tatlandırıcıları seçilmelidir.
- Light ve/veya diyet ürün adını taşıyan besinlerin tüketilmesinde dikkatli olunmalıdır. Aşırı miktarlarda tüketilmemelidir. Tüketilmeden önce bu besinler hakkında bilgi sahibi olunmalı ve besin etiketi muhakkak okunmalıdır (www.endokrinoloji.com).

### **Diyabet ve Spor İlişkisi**

Fiziksel olarak hareketli olan toplumlarda diyabet gelişme olasılığı daha düşüktür. Diyabetlilerin öncelikle yaşam biçimini değiştirerek fiziksel olarak daha aktif olması gerekir. Orta veya hatta düşük yoğunlukta düzenli egzersiz tip 2 diyabete yakalanma riskini azalttığı gibi, insüline karşı olan direnci de azaltmaktadır (<http://www.diabetcemiyeti.org>).

Düzenli yapılan fiziksel aktivitenin ve sporun en az beslenme tedavisi ve medikal tedavi kadar diyabet tedavisinde önemlidir. Diyabetliler de fiziksel aktivitenin artması kan şekerini düşürür. Bu da alınması gereken insülin miktarını azaltmaktadır.

Diyabetik hastada fiziksel aktivite ya da egzersiz planlanırken; hastanın yaşı, egzersizin tipi ve şiddeti, hastalığın metabolik kontrolü, kas-iskelet sistemi uygunluk düzeyi, kardiyo-pulmoner uygunluk düzeyi dikkate alınmalıdır (<https://www.researchgate.net>).

Diyabetlilere uygulanacak egzersizin zaman aralığı, şekli, sıklığı ve şiddeti önemlidir. Bu durum hastadan hastaya farklılık gösterir. Dolayısıyla diyabetlilerde diyet tedavisi gibi egzersiz programı da kişiye özeldir.

*Diyabet egzersiz tedavisinde yapılması gerekenler;*

- Diyabetliler için fiziksel aktivite bir yaşam halini almalı ve düzenli olarak yapılmalıdır.
- Egzersiz programı kişiye özgüdür. Dolayısıyla diyabetlilerin bu konuda eğitilmesi gereklidir (www.populermedikal.com).
- Egzersiz programı öncesi hekim kontrollü yapılmalıdır(www.populermedikal.com).



- Hekim tarafından planlanan egzersiz reçetesi uygulanır. Gerekli görülürse stres testleri yapılmalıdır. Bu duruma uygun beslenme için diyetisyen yardımı alınmalıdır. (www.populermedikal.com)
- Diyabet ilaçlarının ve insülinin etkisinin en yüksek olduğu zaman diliminde egzersiz yapılmamalıdır. (www.populermedikal.com)
- İnsülin kullanan hastalarda egzersize başlamadan en az bir saat önce insülin enjekte edilmemeli, egzersizin şiddetine göre, egzersize başlamadan önceki insülin dozunun azaltılması gerekir ( www.populermedikal.com)
- Egzersizde kullanılan vücudun bölgelerine insülin enjeksiyonu yapılmamalıdır (Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Derneği Yayınları, 2011, s. 7).
- Diyabet hastaları spor aktivitelerini yalnız yapmamalı ve egzersiz yaparken en azından gözeten birileri bulunmalıdır.
- Aç karnına egzersiz yapmamalıdır. Spor aktivitelerini ana öğünden 1–2 saat sonra yapmalıdır (www.populermedikal.com).
- Ağır egzersizlerden kaçınılmalıdır. Aşırı yorgunluğa sebep olmayacak aktiviteler seçilmelidir.
- Egzersizin yoğunluğu hafiften başlamalı ve şiddeti duruma göre artırılmalıdır.
- Aktivite sırasında ara verilmeli ve kan şekeri ölçülerek ek karbonhidrata gerek olup olmadığına bakılmalıdır.
- Egzersiz sırasında hipoglisemi riskine karşı hazırlıklı olunmalıdır(www.develidh.gov.tr).
- Uygun spor giysileri giyilmeli ve uygun ekipman kullanılmalıdır.
- Çok soğuk ve çok sıcak ortamlarda spor yapılmamalıdır (Türkiye Sağlık Bakanlığı Yayınları, 2008, s. 10).

### **Türkiye’de Turistik İşletmelerde Yapılması Gerekenler ve Öneriler**

Türkiye’de konaklama, seyahat ve yiyecek- içecek işletmelerini incelediğimiz de özellikle beslenme, gıda teknolojisi alanlarında eksiklikler olduğu, kural dışı uygulamalara rastlanıldığı görülmektedir. Bu işletmelerde menü planlaması yapılırken beslenme ilkeleri göz ardı edilerek, maddi kaygılar ön plana alınmaktadır. Konaklama işletmelerinin çoğunda uygulanan her şey dahil sistemi içerisindeki yiyecek içecek hizmetlerinin kalitesi gün geçtikçe düşmektedir.

Türkiye’ de gıda sorunu ve gıda kaynaklı sağlık sorunları önemli bir olgu haline gelmiştir. Öncelikle tüketiciyi bilinçlendirmek gerekmektedir (Bulduk, 2007, s. 28).

Gerek tüm dünyada, gerekse de Türkiye’de hızla yayılan ve daha genç nüfusta görülmeye başlanan diyabet için; seyahat, konaklama ve yiyecek- içecek işletmelerinde yapılması gerekenler bulunmaktadır. Bu önlemlerin amacı diyabetlilerin tatillerini kan şekeri düzeylerini koruyarak, daha rahat ve konforlu geçirmeleridir. Tıbbi bir sorun olmanın ötesine geçmiş olan diyabet konusunda tüm işletmelerde ilk önce yapılması gereken farkındalık yaratılmalıdır.



### Seyahat İşletmelerinde Yapılması Gerekenler

- Diyabetlilerin seyahat aracı seçiminde verilen doktor raporları dikkate alınmalıdır.
- Özellikle havaalanları, liman gibi ülkeye giriş yapılabilecek kapılardaki sağlık personelleri diyabetli hastaların raporları konusunda da yetkilendirilmelidirler.
- Seyahat araçlarında görevli olan tüm personeller diyabet konusunda bilgilendirilmelidirler.
- Seyahat araçlarında diyabetlilerin ilaçlarını taşıyabilecek, korumalarını sağlayabilecek imkân sunulmalıdır. Bu amaçla araçlarda soğuk zincir sağlanmalıdır.
- Seyahat esnasında hipoglisemiye karşı sürekli yiyecek-içecek hizmeti bulundurulmalıdır.
- Havayolunu kullanan diyabetliler için ilaçlar, insülin kalemi, insülinler ve insülin pompası taşınması için gerekli düzenlemeler yapılmalı. Özellikle havaalanı yer hizmetleri çalışanları eğitime tabi tutulmalıdır. Yolcu sağlığı, konforu ve havacılık güvenliği konuları birbirine karıştırılmamalıdır.
- Uzun süreli turistik yolculuklarda seyahat araçlarındaki yiyecek içecek hizmetlerinin servisi diyabetlilerin ara öğünlerini de kapsayacak şekilde organize edilmelidir.
- Seyahat araçlarında sunulan yiyecek içecek hizmetlerinde, bu hastalar için özellikli yemekler her zaman planlanmalıdır. Bu yemeklerin karbonhidrat değerleri hesaplanmalı ve araçlarda bulunan menü kartlarında yazılı bir şekilde bulunmalıdır.
- Seyahat aracı için biletleme esnasında önceden sipariş alınıyorsa, sipariş için kullanılan görsellerde diyabetliler için üretilen yemekler ayrıca belirtilmelidir.

### Konaklama İşletmelerinde Yapılması Gerekenler

- Konaklama işletmelerinde veya yakınlarında mutlaka bir sağlık noktasının bulunması ve bu sağlık noktasının 24 saat hizmet vermesi gerekmektedir.
- Konaklama işletmelerinde veya yakınlarında bulunan sağlık noktalarında hizmet veren sağlık personelinin diyabet konusunda eğitim almış kişilerden seçilmesi önemlidir.
- Konaklama işletmelerinin yöneticileri ve bölüm şefleri diyabet konusunda bilgilendirilmelidirler.
- Mutfak, bar ve servis personeli diyabet konusunda eğitime tabi tutulmalıdır.
- Konaklama işletmesi girişinde kişilerin diyabetli olup, olmadıklarının ön büro da oda bilgilerine eklenmesi gerekmektedir.
- Konaklama işletmelerinin odalarında, diyabetlilerin ilaçlarını, tıbbi cihazlarını saklayıp, koruyabilecekleri ve soğuk zincirde tutabilecekleri donanımın sağlanması için odalarda bu makine ve cihazlar bulundurulmalıdır.
- Konaklama işletmelerinde diyabetlilerin kişisel bakımlarını yapabilecekleri olanaklar sunulmalıdır.
- Konaklama işletmeleri yiyecek içecek hizmeti planlaması için gıda mühendisi ve diyetisyen istihdam etmelidir.
- Konaklayacak diyabetlilerin tatil süresince fiziksel aktiviteleri göz önüne alınarak, yeme içme hizmetleri konaklama işletmesinin deki diyetisyen tarafından planlaması gerekir.



- Konaklama işletmelerinin restoranları ve barlarında öğün saatleri dışında diyabetlilerin ara öğün alabileceği imkânlar sunulmalıdır.
- Diyabetliler için konaklama işletmelerinin restoranların da hassas terazi vb. ölçü cihazları bulundurulmalıdır.
- Konaklama işletmelerinde diyabetliler için tek tip beslenme yapılmamalıdır. Menüde mutlaka farklı yemek grupları sunulmalıdır.
- Menü kartlarında sadece yemeklerin isimleri ve fiyatları değil, bileşenleri, kalori ve karbonhidrat miktarları da yer almalıdır.
- Diyabet değişim listelerinin uygulanabilmesi için konaklama işletmelerinin restoranların da öğün öncesi gerekli hazırlığın yapılmış olması gerekir.
- Konaklama tesislerinde diyabetlilerin spor aktiviteleri yapabilmeleri için gerekli fiziki alan ayrılmalı ve cihazlar bulundurulmalıdır.
- Konaklayan diyabetlilerin yeterli fiziksel aktiviteye katılabilmeleri için otel eğlence hizmetleri bölüm çalışanlarının da diyabet konusunda bilgi sahibi olmaları gerekir.
- Diyabetliler için aşırı yorgunluğa neden olmayacak, süresi kısıtlı spor aktiviteleri organize edilmelidir. Bu egzersizler uzmanları tarafından hazırlanmalı ve aktivite sırasında diyabetliler sürekli gözlemlenmelidir.
- Bu aktivitelerin arasında diyabetlilerin kan düzeylerini ölçüp, gerekiyorsa karbonhidrat alımı için sağlanmalıdır. Bu yüzden spor aktivitelerinin yapıldığı alanların çok yakınında yiyecek, içecek üniteleri de kurulmalıdır.
- Türkiye’de çok sayıda konaklama işletmesinde uygulanan her şey dâhil sistemindeki düşük kalite yükseltilmelidir. Doğal ve sağlıklı hammaddelerden yapılan yemeklerle oluşturulan büfeler kurulmalıdır. Sunulan tüm yiyecek ve içecekler sağlıklı ve yüksek kalitede sunulmalıdır.

### **Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Yapılması Gerekenler**

- Yiyecek-içecek işletmelerinin yöneticileri, özellikle mutfak ve servis personeli, beslenme ilkeleri, dengeli beslenme ve diyabet konusunda eğitime tabi tutulmalıdırlar. Hatta bu eğitim personelin işe alıştırma eğitimine dâhil edilmelidir.
- Tatil bölgelerinde bulunan yiyecek, içecek işletmelerinde menüler sağlıklı ve doğal hammaddelerden oluşturulmalıdır. Bu menüler oluşturulurken ve sunulurken mutlaka diyetisyen önerisi ve desteği alınmalıdır.
- Dengeli beslenme kurallarına uygun olarak menüde yer alacak yemeklerin bileşimi; protein, karbonhidrat, yağ, vitamin, mineraller açısından yeterli olmalıdır. Kalori hesapları konukların yaş, cinsiyet, faaliyet alanına göre yapılmalı ve özel diyet menüleri uzman kişiler tarafından hazırlanmalıdır(Sökmen, 2014, s. 118,119).
- Diyabetlilere sunulacak yemeklerde hijyen kurallarına daha fazla dikkat edilmelidir.
- Hazırlanan menülerde taze sebze ve meyve tüketimi arttırılmalıdır.
- Yiyecek, içecek işletmelerindeki menü kartlarında sunulan yiyecek ve içeceklerin kalori ve karbonhidrat miktarları mutlaka doğru bir şekilde yer almalıdır.
- Yiyecek, içecek işletmelerinde diyabetliler için sunulacak tabakta yemekler hassas teraziler ile ölçülerek hazırlanmalıdır



- Tüm turizm işletmelerinde fast-food yemek alışkanlığından vazgeçilmelidir.
- Diyabetliler için bu beslenme tarzı bir alternatif olarak görülmemelidir.
- Yemek hazırlama ve pişirme de geleneksel yöntemleri kullanan, iyi yemek yemenin zevkini sınırlandırmayan ve geleneksel yemek yeme yöntemini hızlı ve kolay besinlerin kullanımını uyumlaştıran slow food, fast ffod tüketim modeli karşısında önemli bir güçtür (Bucak, 2014, s. 44).

## Sonuç

Diyabetli sayısı ve her geçen gün genç nüfusa doğru yayılma hızı son derece ürkütücüdür. Tüm dünyada ve ülkemizde en önemli sağlık sorunlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkemizde 7 milyondan fazla diyabetli hastanın yaşadığı ve 20 yaş üstü nüfusumuzun % 42.4'ünde diyabet veya pre-diyabet olduğu bilinmektedir. Ayrıca, yine ülkemizde 20 yaş üstü nüfusumuzun % 68.7'si obez veya fazla kilolu sınıfına girmektedir (Türkiye Sağlık Bakanlığı Yayınları, 2014, s. 55).

Diyabetli sayısı ve diyabetin neden olduğu diğer komplikasyonları da düşündüğümüzde Türkiye' de turizm sektörünün bileşenlerin de diyabet bilincini oluşturmak gerekmektedir. Diyabetliler için yaşam kalitesini yükseltecek, sorunsuz ve zevkli tatil yapma olanaklarının sunulması gerekmektedir. Diyabetlileri günlük sorunlarıyla baş başa bırakmadan, psikolojik destekle sorunlarının paylaşıldığı tatil paketleri düzenlenmelidir. Türkiye' de bu sektöre hizmet veren tüm işletmelerde yöneticilerin, departman müdürlerinin, şeflerin, özellikle yiyecek içecek departmanı, eğlence departmanı, sağlık departmanı çalışanlarına diyabet eğitimi verilmelidir. Sonrasın da Yiyecek içecek, konaklama ve seyahat işletmelerinde diyabetliler için gerekli önlemler alınmalıdır. Yapılması gerekenler; beslenme, egzersiz, eğitim, seyahat, eğlence alanlarını kapsamaktadır. Böylelikle diyabetliler gibi büyük bir grup turizm olayına daha fazla katılmış ve işletmeler de hizmet kalitesini arttırmış olacaklardır.

Ayrıca diyabetli nüfusu düşündüğümüzde Türkiye sağlık turizmi kapsamında da yapılması gerekenler vardır. Diyabetliler için sağlık kuruluşları, konaklama tesisleri ve seyahat işletmeleri ortaklaşa hareket ederek kamplar, kongreler, tatil programı vb. organizasyonlar yapılabilir. Hedef kitlesi diyabetliler olan bu organizasyonlarda hekimler, yardımcı sağlık çalışanları ile beraber hastalara hem eğitim verilebilir, tedavi programları uygulanabilir, hem de tatil yapma yapma imkanı sunulabilir. Bu tatilde diyabetliler kendileri gibi aynı sorunları yaşayan kişilerle bir araya gelip tüm aktivitelere katılım sağlayabilirler.

Sağlık turizminde destek uygulamaları olarak tanımlanan; sağlık eğitimi, diyet uygulamaları, günlük yaşam aktivitelerinin düzenlenmesi, davranış değişikliği eğitimleri ve psikolojik destek uygulamalarından oluşmaktadır (Selvi,2011, s.282).

Dolayısıyla bu uygulamaların hepsi diyabetli bireyler için bir ihtiyaçtır. Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren turizm işletmeleri için diyabetliler ayrı bir konsept olarak değerlendirilebilir. Bu işletmeler yılın tüm aylarında diyabetlileri misafir edebilirler. Ayrıca kıyı kesiminde bulunan konaklama tesisleri de özellikle düşük sezon olarak adlandırılan aylarda diyabetliler için bütçeye uygun kamp ve tatil programları sunabilir. Bu programların hazırlanmasında sağlık kuruluşları, üniversiteler ve diyabet konusunda faaaliyet gösteren vakıf ve derneklerle işbirliği yapılabilir. Böylece işletmelerin doluluk oranları arttırılmış ve diyabetlilere de sorunsuz bir tatil imkanı sunulmuş olur İşletmeler





diyabetlilerin rahat, huzurlu, sağlıklı ve yaşam kalitelerini yükseltecek tatil ihtiyaçları için önlemleri almalı, gerekli değişikliklere gitmelidir.

### **Kaynakça**

Bucak T.(2014). Slow food akımı, Osman N.Özdoğan, *Yiyecek içecek endüstrisinde trendler* içinde (s.44). Ankara; Detay yayıncılık

Bulduk, S. (2007). *Gıda Teknolojisi*. Ankara; Detay yayıncılık Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü. (2015). *Türkiye'ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi*. Ankara; Merdiven reklam ve tanıtım

International Diabetes Federation. (2013). *IDF Diabetes Atlas*, Brussels, Belgium

Selvi M. Selim. (2011). Sağlık turizmi. N.Hacıoğlu & C.Avcıkurt, *Turistik ürün çeşitlendirmesi* içinde (s.282). Ankara; Nobel yayınları

Sökmen A. (2014). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara; Detay Yayıncılık

Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Derneği Diabetes Mellitus Çalışma ve Eğitim Grubu. (2011). *Diyabet ve sağlıklı beslenme*. İstanbul

Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Derneği Diabetes Mellitus Çalışma ve Eğitim Grubu. (2011). *Diyabet ve egzersiz*. İstanbul

Türkiye Sağlık Bakanlığı.(2014). *Türkiye Diyabet Programı 2015-2020*, Ankara; Kuban matbaacılık yayıncılık

Türkiye Sağlık Bakanlığı.(2008). *Şeker Hastalığı ve Egzersiz*. Ankara; Klasmat Matbaacılık

Uluslararası Diyabet Liderler Zirvesi Türkiye. (2013). *Türkiye'de ve bölge ülkelerinde diyabet sorunu* Ankara

### **Periyodik Olmayan Web Belgesi ve Sunu Slaytları**

Can S. *Diyabet Diyeti*. 11 Ekim 2016 tarihinde [http://www.endokrinoloji.com/diyabet\\_diyeti.html](http://www.endokrinoloji.com/diyabet_diyeti.html) adresinden erişildi.

Can S. *Diyabet Diyeti*. 11 Ekim 2016 tarihinde [http://www.endokrinoloji.com/diyabet\\_diyeti.html](http://www.endokrinoloji.com/diyabet_diyeti.html) adresinden erişildi.

Develi Devlet Hastanesi. *Diyabet*, [PowerPoint slaytı]. 07 Ekim 2016 tarihinde [http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta\\_haklari/Diyabet.pdf](http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta_haklari/Diyabet.pdf) adresinden erişildi

Polat M.G. *Tip II Diyabette Fiziksel Aktivite Egzersiz* [PDF belgesi]. 20 Ekim 2016 tarihinde

[https://www.researchgate.net/publication/309187899\\_](https://www.researchgate.net/publication/309187899_) adresinden erişildi.

Naçakan M. *Diyabet ve Egzersiz*. 20 Ekim 2016 tarihinde <http://www.populermedikal.com/diyetegzersiz/diyabetveegzersiz.asp> adresinden erişildi.

Naçakan M. *Diyabet ve Egzersiz*. 20 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.populermedikal.com/diyetegzersiz/diyabetveegzersiz.asp> adresinden erişildi.



Nalçakan M. *Diyabet ve Egzersiz*. 20 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.populermedikal.com/diyetegzersiz/diyabetveegzersiz.asp> adresinden erişildi.

Nalçakan M. *Diyabet ve Egzersiz*. 20 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.populermedikal.com/diyetegzersiz/diyabetveegzersiz.asp> adresinden erişildi.

Küçük Yetkin M. *Diyabette Dogru Egzersiz İlaçtır* [PDF belgesi]. 18 Ekim 2016 tarihinde <http://www.diabetcemiyeti.org/c/diyabette-dogru-egzersiz-ilactir> adresinden erişildi.

Diyabet nedir? 02 Ekim 2016 tarihinde <http://www.turkdiab.org/page.aspx?u=1&s=12> adresinden erişildi.

Tip 1 Diyabet Nedir? 02 Ekim 2016 tarihinde <http://www.turkdiab.org/page.aspx?u=1&s=13> adresinden erişildi.

Tip 2 Diyabet. 02 Ekim 2016 tarihinde

<http://diyabet.gov.tr/index.php?lang=tr&page=28> adresinden erişildi.

Gebelik Şekeri Nedir? 02 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.gebelik.org/dosyalar/diabet.html> adresinden erişildi.

Gizli Şeker Nedir? 02 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.turkdiab.org/page.aspx?u=5&s=51> adresinden erişildi.

Develi Devlet Hastanesi. *Diyabet*, [PowerPoint slaytı]. 04 Ekim 2016 tarihinde [http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta\\_haklari/Diyabet.pdf](http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta_haklari/Diyabet.pdf) adresinden erişildi.

Diyabet Tedavisi. 03 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.turkdiab.org/page.aspx?u=1&s=17> adresinden erişildi.

Diyabet Tedavisi. 13 Ekim 2016 tarihinde

<http://www.turkdiab.org/page.aspx?u=1&s=17> adresinden erişildi.

Develi Devlet Hastanesi. *Diyabet*, [PowerPoint slaytı]. 05 Ekim 2016 Tarihinde

[Http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta\\_haklari/Diyabet.pdf](http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta_haklari/Diyabet.pdf) adresinden erişildi.

Develi Devlet Hastanesi. *Diyabet*, [PowerPoint slaytı]. 07 Ekim 2016 tarihinde

[http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta\\_haklari/Diyabet.pdf](http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta_haklari/Diyabet.pdf) adresinden erişildi.

Develi Devlet Hastanesi. *Diyabet*, [PowerPoint slaytı]. 17 Ekim 2016

Tarihinde [http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta\\_haklari/Diyabet.pdf](http://www.develidh.gov.tr/egitim/eskiler/hasta_haklari/Diyabet.pdf) adres

<http://www.diabetcemiyeti.org/c/diyabet-istatistikleri>



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## ***Gençlerin İş Arama Evresinde Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri Üzerinde Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği***

**Taner Dalgın<sup>1</sup>, Fatih Ercan<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla, tdalgın@hotmail.com

<sup>2</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla

### **Özet**

Faaliyet alanına göre kendine özgü tanımlanmış bir vizyona sahip, amaçlarını net olarak ortaya koymuş işletmeler için, bu vizyon ve amaçlarla bütünleşebilecek genç nitelikli iş gücüne sahip olmak başarıya ulaşmanın önemli bir basamağıdır. Bununla birlikte çalışma hayatına yeni adım atan gençlerin de kendilerine uygun işleri bulabilmeleri ve kariyer planlamasının ilk basamağını oluşturacak başlangıcı doğru şekilde yapabilmeleri oldukça önemlidir. İş arama evresi özellikle çalışacağı alan ile ilgili mesleki eğitim almış gençler için, alınan eğitimden istenilen sonuçların alınabilmesi açısından doğru yönetilmesi gereken bir süreçtir. Gençler için kariyerin başlangıcında maddi kazançlardan çok, elde edecekleri işle ilgili yeni bilgi ve beceriler önemli olacaktır. Gençlerin iş arama açısından kullanabilecekleri birçok araç olmakla birlikte, sosyal medya bu araçlar içinde son dönemde etkisini en çok arttıranlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Sosyal medya gençlerin işletmelere daha kolay ulaşmasını sağlamakla birlikte, onların işle ilgili niteliklerini ve özelliklerini daha kolay ifade edebilmelerine olanak sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı son dönemde özellikle genç nesil tarafından yoğunlukla kullanılan sosyal medyanın, yine gençler tarafından iş arama amacıyla ne düzeyde kullanıldığı belirlemek ve bu konuda değerlendirmelerde bulunmaktır. Bulgulara bakıldığında gençlerin sosyal medyayı özellikle yeni iş fırsatlarını araştırmak ve işletmelere ulaşmak amacıyla daha yoğun olarak kullandıkları görülmektedir. Bununla birlikte katılımcılar sosyal medyayı kendilerini işletmeye tanıtmaya bir araç olarak algılarının görece düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Araştırmada, gençlerinin zamanlarının büyük kısmını geçirdikleri sosyal medyayı iş arama açısından kısıtlı olarak kullandıkları ve daha etkin kullanmaları gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İş Arama, Sosyal Medya, Kariyer Yönetimi.

### ***Social Media For Carrier Management: A Research on Youth Students of Mugla Sıtkı Kocman University***

#### **Abstract**

Having skilled youth labour is the most important step for the companies which have distinctive vision and goals. Also, youth labour must search qualified jobs that develop their skills and abilities at first step of the carrier. Job searching process must be well managed by the youth labour whose have vocational education in order to take right outputs from their education. Getting new experiments and skills will be more important than gaining financial income in the first step of their carrier. There are a lot of tools in order to search a job and social media used as an efficient job searching tool between youths in recent years, Social media enable youths to reach information about companies easily and they can express their qualities and features. The aim of this research is determining social media using level by the youths for job searching and makes evaluations about it. According to findings of this research, youths intensively use the social media especially to search new job chances and reach to companies' job posting. However, perceptions of the participants about social media as a informative tool for themselves is seen at lower degree. Also, results of this research shows that youths use social media rarely for job searching and they must use it more effectively.

**Keywords:** Job Searching, Social Media, Carrier Management.



## Giriş

Faaliyet alanına göre kendine özgü tanımlanmış bir vizyona sahip, amaçlarını net olarak ortaya koymuş işletmeler için, bu vizyon ve amaçlarla bütünleşebilecek genç nitelikli iş gücüne sahip olmak başarıya ulaşmanın önemli bir basamağıdır. Bununla birlikte çalışma hayatına yeni adım atan gençlerin de kendilerine uygun işleri bulabilmeleri ve kariyer planlamasının ilk basamağını oluşturacak başlangıcı doğru şekilde yapabilmeleri oldukça önemlidir. İş arama evresi özellikle kariyerinin başındaki gençler için doğru yönetilmesi gereken önemli bir süreçtir. Özellikle çalışacağı alan ile ilgili mesleki eğitim almış gençler için, alınan eğitimden istenilen sonuçların alınabilmesi iş arama evresinin doğru yönetilmesi ile mümkündür. Gençlerin iş arama açısından kullanabilecekleri birçok araç olmakla birlikte, sosyal medya bu araçlar içinde son dönemde etkisini en çok arttıranlardan biri olarak dikkat çekmektedir. İş arama evresinde birçok iş seçeneği ve kariyer olanağı ile ilgili bilgiye hızlı bir şekilde ulaşılması ve zamanın etkin kullanılması gerekir. Sosyal medya gençlerin işletmelere daha kolay ulaşmasını sağlamakla birlikte, onların işle ilgili niteliklerini ve özelliklerini daha kolay ifade edebilmelerine olanak sağlamaktadır. Bunun yanında iletişimi hızlandıran yapısıyla sosyal medya iş arama evresinde tarafların daha hızlı hareket etmesini ve karar vermesini kolaylaştırmaktadır. Bu araştırmanın amacı son dönemde özellikle genç nesil tarafından yoğunlukla kullanılan sosyal medyanın, yine gençler tarafından iş arama amacıyla ne düzeyde kullanıldığı belirlemek ve bu konuda değerlendirmelerde bulunmaktır. Bu amaçla genç yaş kitlesinden oluşan katılımcılardan internet ve sosyal medya kullanım sıklığı ile ilgili bilgiler toplanmış, sosyal medya kullanım amaçları belirlenmiş ve bu amaçlar içinde sosyal medyanın iş aramak amacıyla ne düzeyde kullanıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, katılımcıların sosyal medyanın iş bulmak amacıyla ilgili kullanımına yönelik eğilimleriyle ilgili bulgular ortaya koyulacak ve bulgular arasındaki ilişkiler değerlendirilecektir.

## Araştırmanın Teorik Çerçevesi

Geleneksel medya kavramı içerisinde yer alan gazete, radyo ve televizyon gibi haberleşme araçları, değişen koşullar ile birlikte eski önemini kaybetmiş yerini yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medya araçlarına bırakmıştır. Bilgi teknolojisinin getirmiş olduğu değişim ve sosyalleşme olgusu sonucunda sosyal ağların hayatımızdaki yeri ve önemi artmıştır. Sosyal paylaşım ağları, zaman ve mekândan bağımsız olarak bireylere sanal bir ortamda toplanma ve iletişim kurma imkânı tanımıştır (Acar vd., 2014: 19). Toplumsal anlamına gelen “sosyal” ve iletişim alan ve araçlarını ifade eden “medya” sözcüklerinden oluşan bir kavram olan sosyal medyayı (Kanışlı, 2013), kullanıcıların bilgilerini, görgülerini, ilgi alanlarını internet ya da mobil sistem aracılığı ile paylaştıkları sosyal platformlar olarak tanımlamak mümkündür (Sü Eröz ve Doğdubay, 2012: 134). Boyd ve Ellison (2007) ise sosyal medyayı; “kullanıcıların paylaşımlarıyla kendilerini rahatça ifade edebildikleri bir sistem içinde, başkalarının paylaşımlarını görebildikleri ve dikkatle inceleyebildikleri ortamlar” olarak tanımlamaktadır.

Sosyal medya benzer ilgi alanı olan kişilere bilgi paylaşımında bulunmayı, diğer kişilerin deneyimlerini öğrenmelerini ya da belli bir süreç içerisinde iletişim ağı oluşturmaya izin veren *online* araçlardır (Wilson, 2010: 12). Sosyal medya internet teknolojisine sahip bilgisayar ve mobil iletişim araçları aracılığıyla bağlanılabilen, genellikle ortak ilgi alanlarına sahip insanların güncel konular, diğer kişiler veya



kurumlar hakkındaki düşüncelerini, bilgilerini, fotoğraf, video gibi görsel içerikleri paylaştıkları bir sosyal iletişim platformudur (Ercan, 2016: 42). Sosyal medyanın son yıllarda oldukça popüler hale geldiği, özellikle gençlerin zamanlarının önemli bir kısmını sosyal platformlarda geçirdikleri görülmektedir.

Sosyal ağ uygulamalarının, iş hedeflerine yönelik şimdiye kadar bilinen kullanımı, bu ağların müşterilere ulaşmanın bir yolu olarak pazarlama amacıyla kullanılmasına yöneliktir (Acar vd., 2014: 22). Son dönemde ise hem işletmeler, hem bireyler sosyal ağları, doğru insanlar ile doğru ilişkiler kurup iş ağını genişletmek amacıyla kullanmaya başlamıştır. Özellikle LinkedIn ve Xing gibi sosyal iş ağları çok sayıda kullanıcıya hizmet vermektedir. Bu siteler kullanıcılarına kariyer geliştirme, iş arama, işgören bulma ve iş bağlantılarını güçlendirme anlamında birçok olanak sağlamaktadır.

İş dünyasındaki artan değişim hızı, bireylerin yaşam boyunca yaptıkları kariyer geçişlerinin sayısını artırmıştır. Bu geçişler sırasında verilen kariyer kararlarının kalitesi, hem birey hem de toplum açısından önem taşımaktadır. Bazı bireyler bu geçiş sırasında profesyonel yardım ararken, bazıları da sosyal iş ağları aracılığıyla kariyer gelişimini hedeflemektedir (Acar vd., 2014: 19). Kariyer, genellikle ilerlemeyi ve yönetim hiyerarşisinde yukarıya doğru yükselmeyi ifade eden bir kavramdır (Sümer, 2008: 62). Bireyin performansını artırmak için belli bir plan izleyerek harekete geçme süreci ise, kariyer geliştirme olarak ifade edilmektedir (Sabuncuoğlu, 2000: 56). Bireyin sevdiği, kendini doğru ifade edebileceği, hepsinden de önemlisi kişiliğine ve yeteneklerine uygun bir iş seçmesi ve kariyer gelişimini şekillendirmesi oldukça önemlidir (Acar vd., 2014).

İnternet teknolojilerindeki gelişmeler, kişilere kariyer geliştirmede önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Web siteleri ve internet, kurumların ve bireylerin, iş arama ve kariyer süreçlerinde sıklıkla yararlandığı bir kaynak haline gelmiştir. Günümüzde bireyler, buldukları yerden, web ortamında oluşturulan sosyal iş ağları sayesinde iş ilanlarını takip ederek iş başvuruları yapabilmektedir. İşletmelerin birçoğunun sosyal iş ağlarına üye olması ve çeşitli duyuru ve işe alım ilanlarını bu alanlarda kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirmesi, iş arayan bireylerin ilgilerini sosyal iş ağlarına yöneltmiştir. İşverenler daha geniş bir başvuru havuzundan istedikleri niteliklere uygun çalışanları seçme imkânı bulurken, iş arayanlar da firmaların özellikleri ve çalışma koşulları hakkında bilgileri sosyal ağlardan takip etme imkânına sahip olmaktadır (Erdoğan ve Özgüler, 2013: 578).

Özellikle kariyerine yeni başlayan ya da kariyerinin ilk evresindeki kişilerin ve öğrencilerin sosyal iş ağlarından daha fazla yararlandığı görülmektedir (Akoğlan ve Dalkıranoglu, 2013: 43). İŞKUR 2015 yılıyla ilgili yayınlamış olduğu talep yönlü işgücü piyasası açık iş arama kanalları araştırmasında çeşitli iş arama kanallarının kullanım oranlarını sunmuştur. Bu verilerde sosyal medya ve internetin henüz bütün sektörler genelinde çok yoğun kullanılsa da, özellikle finans ve sigorta, idari ve destek hizmetleri, eğitim, bilgi ve iletişim gibi sektörlerde iş arama kanalı olarak yoğun olarak kullanılmaya başlanıldığı görülmektedir. Yine İŞKUR tarafından sunulan verilerde en çok çağrı merkezi görevlisi, elektrik mühendisi, hemşire ve güvenlik görevlisi gibi mesleklerde sosyal medya ve internetin iş arama kanalı olarak daha yoğun şekilde kullanıldığı görülmektedir. Meslek gruplarında ise en çok yönetici meslek grubuyla ilgili işlerin sosyal medya ve internet üzerinden arandığıyla ilgili veri ise oldukça dikkat çekicidir (İŞKUR, 2015).



Acar ve arkadaşları 2014 yılında gerçekleştirdikleri araştırmada bir sosyal iş ağı olarak LinkedIn hakkında güncel bilgiler vermiş ve kariyer gelişimi açısından sosyal iş ağlarının önemi üzerinde durmuştur.

### Metodoloji

Araştırmanın kapsamını 22 Mart 2016 tarihinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından düzenlenen “10. Turizmde Okul Sektör Buluşması” etkinliğine katılan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırma bulgularını sadece Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencisi olan ve turizmle ilgili işlerde çalışmayı amaçlayan öğrenciler üzerinde genellemek daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Dolayısıyla araştırma evrenini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi turizm bölümlerinde okuyan öğrencileri oluşturmaktadır. Turizmde okul sektör buluşması özellikle iş arama eğiliminde olan ve araştırma amacına konu oluşturan öğrenci kitlesine ulaşmak açısından önemli bir fırsat yaratmış ve araştırmanın uygulanmasını kolaylaştırmıştır. Araştırmada, örneklem seçiminde olasılıklı örnekleme yöntemlerinden basit rasgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan ölçekte ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde, sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve amaçlarına belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Son bölümde ise katılımcıların sosyal medyayı iş arama evresinde kullanım düzeylerini belirlemeye yönelik ifadeler yer verilmiştir. Son bölümde 5 ifade iş araştırma, 3 ifade kendini tanıtmaya alanı olarak kullanma/ görme, 6 ifade kariyer geliştirme, 2 ifade ise diğer iş arama araçları ile kıyaslama boyutunu ölçmeyi amaçlamaktadır. Kullanılan 5’li likert ölçekte 1 “hiç katılmıyorum”, 2 “katılmıyorum”, 3 “fikrim yok”, 4 “katılıyorum” ve 5 “kesinlikle katılıyorum” anlamına gelmektedir. Araştırmada kullanılan ölçek araştırmacıların kendisi tarafından araştırma sorusuna doğru cevapları bulmayı sağlayacak şekilde oluşturulmaya çalışılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin cronbach alpha düzeyi 16 ifade için 0,937 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aşamasında anketlerin belirli bir zaman dilimi içerisinde uygulanması zorunluluğu anketi gerçekleştirmek üzere konu hakkında bilgilendirilmiş 8 anketörün birlikte çalışmasını gerektirmiştir. Anketler sadece anket doldurmaya zaman ayıran 265 kişiye yüz yüze uygulanmıştır. Daha sonra anketlerin kontrolünde 23 anket formu eksik ya da tutarsız bilgilere sahip olduğu için araştırma kapsamından çıkarılmıştır. 242 katılımcıdan elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

### Araştırma Bulguları

Araştırmada öncelikle katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili, daha sonra sosyal medya kullanım eğilimleri ve amaçlarıyla ilgili bilgiler sunulmuştur. En son olarak katılımcıların iş arama evresinde sosyal medya kullanımına ilişkin verilere araştırma bulgularında yer verilmiştir. Tablo 1’de katılımcıların cinsiyetine, yaşına, eğitim durumuna, günde kaç saat internet kullandığına ve günde kaç saat sosyal medya kullandığına ilişkin elde edilen genel bilgiler sunulmuştur.



**Tablo 1.** Katılımcıların demografik bilgileri, günlük internet ve sosyal medya kullanım süreleri

Gruplar	Frekans (f)		(%)	
<b>Cinsiyet</b>				
Erkek	139		57,4	
Kadın	103		42,6	
<b>Toplam</b>	<b>242</b>		<b>100,0</b>	
<b>Eğitim Durumu</b>				
İlköğretim	2		0,8	
Lise ve Dengi	7		2,9	
Önlisans	116		47,9	
Lisans	112		46,3	
Lisansüstü	5		2,1	
<b>Toplam</b>	<b>242</b>		<b>100,0</b>	
<b>Yaş Durumu</b>				
18 yaş ve altı	4		1,6	
19-23 yaş	197		81,4	
24-28 yaş	35		14,5	
29-32 yaş	6		2,5	
<b>Toplam</b>	<b>242</b>		<b>100,0</b>	
<b>İnternet Kullanımı</b>	<b>İnt. Kull.</b>	<b>Sos. Medya Kull.</b>	<b>İnt. Kull. (%)</b>	<b>Sos. Medya Kull. (%)</b>
1 saatten az	13	18	5,4	7,5
1-2 saat arası	35	57	14,5	23,6
2-4 saat arası	87	74	36,0	30,6
5-8 saat arası	69	65	28,5	26,9
9-12 saat arası	29	21	12,0	8,7
12 saatten fazla	9	7	3,6	2,8
<b>Toplam</b>	<b>242</b>	<b>242</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Katılımcılar içinde erkeklerin daha yoğun olduğu (% 57,4) görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında önlisans (%47,9) ve lisans (%46,3) düzeyinde eğitime sahip olanların neredeyse birbirine eşit sayıda olduğu ve katılımcılar içinde büyük çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Yaşla ilgili dağılıma bakıldığında ise öğrenci profiline uygun olarak 19-23 yaş aralığındaki katılımcıların (%81,4) çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların internet ve sosyal medya kullanımının ise günde 2-4 saat arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Tablo 2’de katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları kullanan kişi sayısına göre en çok kullanılanı en az kullanılanı doğru sıralanmıştır.



**Tablo 2. Kullanılan Sosyal Medya Aracı**

Sosyal M. Aracı (n=242)	Kullanan Kişi Sayısı
Youtube	210
Facebook	209
Twitter	147
Google Plus	125
Swarm (Foursquare)	118
Instagram	98
Tumblr	29
Blogger	21
Myspace	15
Linkedin	13
Pinterest	7
Flickr	6

Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcılar youtube ve facebook gibi sosyal medya araçlarını daha yoğun olarak kullanmaktadır. Bireylerin kariyer yönetimi amacıyla daha çok kullandığı LinkedIn’in çok az sayıdaki katılımcı tarafından kullanılmakta olduğu söylenebilir. Temel amacı iş arama ve kariyer yönetimi olan bir sosyal ağın katılımcılar tarafından çok az kullanılması, katılımcıların sosyal ağları kullanmaktaki temel amacın iş arama olmadığını ortaya koymaktadır. Tablo 3’de Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları frekanslara göre sıralanmıştır.

**Tablo 3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları**

Sosyal M. Kullanım Amacı (n=242)	Kişi Sayısı
Zaman geçirmek	193
Gündemi takip etmek	176
Bilgi edinmek	162
Paylaşımlarda bulunmak (fotoğraf, video vs. yüklemek)	147
Online Sohbet etmek	140
Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek	132
Bilgi/görüş paylaşmak	123
Yeni iş olanakları bulmak	123





Yeni arkadaşlar bulmak	119
Profilini güncellemek	115
İnteraktif oyunlar oynamak	107

Tablo 3’de görüldüğü gibi katılımcılar tarafından sosyal medya kullanım amaçları arasında en yoğun olarak zaman geçirmek, gündemi takip etmek ve bilgi edinmek tercih edilmiştir. İnteraktif oyunlar oynamak ve profil güncellemek gibi amaçların ise diğer sosyal medya kullanım amaçlarına kıyasla daha az tercih edildiği görülmektedir. Tablo 4’de katılımcıların sosyal medya paylaşımında bulunduğu konu başlıkları ile ilgili veriler sunulmuştur.

**Tablo 4.** Sosyal medyada paylaşımında bulunulan konular

Sosyal M. Paylaşımında Bulunulan Konular (n=242)	Kişi Sayısı
Eğlence	195
Kültür Sanat	135
Eğitim	113
Politika	107
Teknoloji	110
Magazin	69
Din	42

Katılımcıların en çok paylaşımında bulunduğu konu başlığına baktığımızda eğlence ve kültür sanatla ilgili paylaşımların ön plana çıktığı görülmektedir. Magazin ve din konu başlıklarında paylaşımında bulunduğunu belirten genç katılımcıların sayısının oldukça az olması dikkat çekicidir. Tablo 5’te katılımcıların sosyal medyayı iş arama amacıyla ne düzeyde kullandıklarını belirlemeye yönelik ifadelerle verilen cevapların ortalaması ve standart sapması verilmiştir.



**Tablo 5.** İş arama amaçlı sosyal medya kullanımı

Faktör	Ort.	İfadeler	Ort.	s.s.
İş Araştırma	3,52	1. Sosyal medyayı çalışmayı düşündüğüm potansiyel işletmeleri araştırmak amacıyla kullanırım.	3,29	1,21
		2. Sosyal medyayı kullanarak çeşitli iş fırsatlarını araştırırım	3,54	1,16
		3. Sosyal medya yeni iş fırsatları hakkında bilgi sahibi olmamı kolaylaştırır.	3,62	1,18
		4. Sosyal medya kendime daha uygun işleri bulabilmeme olanak sağlar.	3,64	1,17
		5. Sosyal medya yeni iş fırsatlarını araştırmak konusunda önemli bir alandır.	3,52	1,04
Kendini Tanıtma Alanı Olarak Kullanma/ Görme	3,43	6. Sosyal medya profilimin iş başvurusunda bulunacağım işletmeler tarafından incelenebileceğini düşünüyorum.	3,46	1,16
		7. Sosyal medya profilim iş başvurusunda bulunacağım işletmelere kendimi tanıtmak için kullanabileceğim önemli bir alandır.	3,45	1,15
		8. İşe kabul edilme aşamasında sosyal medyadaki benimle ilgili bilgilerin etkili olabileceğini düşünüyorum.	3,37	1,10
Kariyer Geliştirme	3,63	9. Sosyal medya iş ile ilgili önemli fırsatlardan yararlanmaya olanak sağlar.	3,69	1,06
		10. Sosyal medya kişinin kariyer çevresinin genişlemesine olanak sağlar.	3,57	1,13
		11. Sosyal medya işletmelerin insan kaynağı beklentilerini daha net görmemi sağlar.	3,49	1,04
		12. Sosyal medya kendimi geliştirmem gereken noktaları daha net algılamamı sağlar.	3,55	1,01
		13. Sosyal medya işimle ilgili yeni teknolojileri ve yöntemleri takip etmemi kolaylaştırır.	3,71	1,07
		14. Sosyal Medya kariyer gelişimimi destekleyecek olanaklara (Eğitim seminerleri, konferanslar, sertifika programları) daha hızlı ulaşmamı sağlar.	3,78	1,13
Diğer İş Arama Araçlarıyla Kıyaslama	3,47	15. Sosyal medyayı diğer iş bulma kanallarından daha etkili ve pratik buluyorum.	3,41	1,11
		16. Sosyal medyayı diğer iş bulma kanallarından daha aktif kullanırım.	3,52	1,17

İş arama amacıyla sosyal medya kullanımının araştırılması için oluşturulmuş önermeleri iş araştırma, kendini tanıtmaya aracılığıyla kullanma/görme, kariyer geliştirme ve diğer iş arama araçları ile kıyaslama olmak üzere toplam dört temel başlık altında



değerlendirmek mümkündür. Görüldüğü gibi genel olarak katılımcıların iş arama amacıyla sosyal medya kullanımları ortalama seviyelerdedir. Bulgular gençlerin sosyal medyanın iş arama amacıyla kullanımına çok fazla odaklanmadığını göstermektedir. Katılımcıların sosyal medyanın kariyer geliştirme boyutundaki katkılarını diğer boyutlara kıyasla daha fazla onayladıkları görülmektedir. Önermeler bazında baktığımızda ise “Sosyal Medya kariyer gelişimi destekleyecek olanaklara (Eğitim seminerleri, konferanslar, sertifika programları) daha hızlı ulaşmamı sağlar” (3,78) ifadesinin katılımcılardan en yüksek seviyede onay gören ifade olduğu görülmektedir. “Sosyal medyayı çalışmayı düşündüğüm potansiyel işletmeleri araştırmak amacıyla kullanırım” (3,29) ifadesi ise katılımcıların en az düzeyde katıldıkları ifade olarak ön plana çıkmıştır.

### Sonuç ve Değerlendirme

Gençler arasında internet kullanımının ve sosyal medya kullanımının oldukça yoğun olduğu genel söylemini katılımcılardan elde edilen bulgular da doğrulamaktadır. Öyle ki katılımcıların %80’inden fazlası günde 2 saatten fazla internet kullandığını, %70 i günde 2 saatten fazla sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Ayrıca, sosyal medya araçları içerisinde Facebook, Youtube gibi biraz daha eğlenceye dönük olanların daha yoğun kullanıldığı görülmektedir. Gençlerin Sosyal medya kullanım amaçları arasında zaman geçirmek, paylaşımında bulunmak, gündemi takip etmek, bilgi edinmek gibi amaçlar ön plana çıkmaktadır. Katılımcılar arasında iş bulmak amacıyla sosyal medya kullanımının diğer amaçların yanında düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Ayrıca katılımcıların çok az bir kısmının kariyer ve iş arama konusu üzerinde uzmanlaşmış LinkedIn’i kullandığı görülmektedir. Bu veri katılımcıların sosyal medya kullanımında iş arama temel amacını taşımasa da, diğer amaçları gerçekleştirirken kısmen iş arama amacıyla sosyal medyayı kullandıkları şeklinde değerlendirilebilir.

Sosyal medyada paylaşımında bulunulan konulara baktığımızda ise katılımcıların dini konularda paylaşımında bulunmak konusunda çekimser davrandıkları dikkat çekmektedir. Gençlerin daha çok eğlence içerikli paylaşımlarda buldukları söylenebilir. Katılımcılar, sosyal medyanın kendini geliştirme ve kariyer geliştirme amacıyla kullanımıyla ilgili ifadelerle diğer ifadelerle göre daha yüksek düzeyde katıldıkları görülmektedir. Katılımcılar sosyal medyayı işle ilgili kendilerini tanıtacakları bir alan olarak çok fazla görmemektedir. Genel olarak iş arama amacıyla sosyal medya kullanımı gençler arasında yeterince yaygın değildir. Gençler sosyal medyayı daha çok zamanlarını geçirmek amacıyla kullanmaktadır. Sosyal medyayı yaratıcılıklarını destekleyecek ve kendilerini geliştirmelerini sağlayacak bir araç olarak gençlere sunmak ve bu konuda onları bilgilendirmek son derece önemlidir. Sosyal medya ile ilgili derslerin üniversite müfredatlarına eklenilmesiyle gençlerin sosyal medyayla zamanlarını yok etmek yerine, daha doğru kullanarak zamanı kendi lehlerine kullanması sağlanabilir.

### Kaynakça

Acar, S., Gürsoy, H. ve Ünsal, N. Ö., (2014), İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Ağustos, BÜROKON Özel Sayısı, ss.17-34.

Akoğlan, M., Dalkıranoglu, T. (2013), Mezun Öğrencilerin Kariyer Algılamaları: Anadolu Üniversitesi Örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), ss. 41-52.



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007), Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.13 (1), 210-230.

Ercan, F., (2016), Otel İşletmelerinde Sosyal Medyanın Müşteri E-sadakati Üzerine Etkisi: Facebook Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Doktora Tezi, Aydın.

Erdoğan, N. K., (2013), Sosyal Ağlarının Üniversite Öğrencilerinin İstihdam Beklentilerine Etkisinin Araştırılması, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Eyi 2013 Özel Sayısı, ss. 577-585.

İŞKUR, (2015), 2015 Yılı İşgücü Piyasası Araştırması Sonuç Raporu.

Kamışlı, E. (2013), Hedef Kitle ve Paydaşlar ile İletişim Aracı Olarak “Sosyal Medya”: Gaziosmanpaşa Üniversitesi (GOÜ) Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (2), ss. 69-78.

Sabuncuoğlu, Z. (2000), İnsan Kaynakları Yönetimi, Ezgi Kitabevi: Bursa.

Sü Eröz, S. ve Doğdubay, M. (2012), Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), ss. 133-157.

Sümer, H. C. (2008), İnsan Kaynakları Etkinliği Olarak Örgütsel Kariyer Planlama Ve Geliştirme, *Türk Psikoloji Bülteni* (4), 62

Wilson, S. (2010), *Social Media and Small Business Marketing*, University Business Printing & Press, United States of America.



## *Sosyal Ağlarda Gençlerin Dil Kullanımı ve Onları Anlama Rehberi*

<sup>1</sup> Ekrem Ayan, <sup>2</sup>Zekeriya Bingöl

<sup>1</sup> MSKÜ, Edebiyat Fakültesi, Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları Bölümü, Muğla/Türkiye.

<sup>2</sup> MSKÜ, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye.

### **Özet**

Yazılı edebiyata erken dönemlerde geçen halkların dilleri, orijinal hallerini koruma noktasında daha avantajlı durumda olmuşlardır. Çünkü dil kullanım şeklini oluşturmuş ve nesillere aktarılırken yazılı metinler üzerinden aktarılmış ve dilin tarihi sürecinde fonetik değişiklikler çok olmamıştır. Oysa yazılı edebiyata geç geçen halkların dilleri, halkın ağızında konuşula konuşula dilin söyleyişte kolaylığı tercih etmesi nedeniyle fonetik değişiklikler oldukça fazla olmuştur. Günümüzde zaman ve mekân anlamında birçok zorluğu ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak da sosyal paylaşım ağları, sosyalleşmenin tanımında yer alan sürece bağlı bir birikim olduğu önermesinden yola çıkıldığında, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Günümüz toplumunun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde sosyal paylaşım ağları yardımıyla insanlar bir sosyal ilişki kurma ya da mevcut olan ilişkilerini sürdürme şansına sahip olabilmektedirler. Bu bağlamda, çalışmada başta sosyal ağlar olmak üzere dilimizde değişiklik yaratan online platformlar incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Ağlar, Gençlerin Dil Kullanımı

*The Youth's Use of Language on Social Networks and the Guide to Understand Them.*

### **Abstract**

The languages of the communities which switched to written literature in early periods, became more advantaged in protecting their original features. Since, the language has shaped its usage form and while conveying to generations it is conveyed through written scripts and the phonetic not many changes have not occurred. Whereas the languages of the communities which switched to written literature late, too many phonetic changes have occurred as a result of using oral speech over and over again and preference of easiness in pronunciation by public. Nowadays, the internet which has eradicated many obstacles by means of time and place and the social networks tied with it, when considered through the premise in the definition of socialisation that it is an accumulation related to process, come into prominence as an important complementary factor of socialisation. Among present day society's fast and disconnected relations, people have chance to establish a social relationship and maintain their existing relationships with the help of the social networks. In this regard, initially social networks and the online platforms that create changes in our language are analysed in this study.

**Keywords:** Social networks, Youth's use of language



T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



## Giriş

Dil en basit tanımıyla, insanlar arasında anlaşmayı sağlayan iletişim aracıdır. Bu anlaşma konuşma şekliyle başlamış ve yazının icadıyla birlikte yazılı formunu almıştır. Dilin yazılı formuna kavuşması aynı zamanda dilin korunması anlamına da gelmektedir. Yazılı edebiyata erken dönemlerde geçen halkların dilleri, orijinal hallerini koruma noktasında daha avantajlı durumda olmuşlardır. Çünkü dil kullanım şeklini oluşturmuş ve nesillere aktarılırken yazılı metinler üzerinden aktarılmış ve dilin tarihi sürecinde fonetik değişiklikler çok olmamıştır. Oysa yazılı edebiyata geç geçen halkların dilleri, halkın ağızında konuşula konuşula dilin söyleyişte kolaylığı tercih etmesi nedeniyle fonetik değişiklikler oldukça fazla olmuştur. Dilin kendine ait malzemesinde yani kelimelerde bu tür fonetik değişimler doğal olarak karşılanır. Toplumsal olarak büyük kolaylıklarını gördüğümüz teknolojik gelişmeler maalesef kullanıcıdan kaynaklanan nedenlerden ötürü dili bozabilmektedir.

Sosyalleşme öncelikle ailede sonra aile çevresinde, mahallede ve okulda devam eder. Sosyalleşmenin esası budur. Çevredekilere uyum sağlamak ve iletişimde bulunmaktır. Peki “sosyal” olarak adlandırdığımız ağlarda insan kendini ne kadar sosyal hissediyor ve sosyalleşme ihtiyacını karşılıyor. Bu durum meselenin diğer boyutu olmakla birlikte tek başınayken de teknoloji sayesinde sosyalleşme imkânı bulabiliyoruz.

Günümüzde zaman ve mekân anlamında birçok zorluğu ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak da sosyal paylaşım ağları, sosyalleşmenin tanımında yer alan sürece bağlı bir birikim olduğu önermesinden yola çıkıldığında, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Günümüz toplumunun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde sosyal paylaşım ağları yardımıyla insanlar bir sosyal ilişki kurma ya da mevcut olan ilişkilerini sürdürme şansına sahip olabilmektedirler. Sosyal paylaşım ağları bireyleri, toplumun gittiği yönde sosyal olarak tamamlayan bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır (Dilmen, 2010).

Teknolojik gelişmeler her alanda olduğu gibi iletişim teknolojisini de etkilemiştir. Hızla gelişen teknolojik araçlar insanlar arası iletişimi ve etkileşimi farklı bir boyuta taşımıştır. Bu değişim ülkelerin sosyal, ekonomik, kültürel ve değer yargılarını bile etkiler hâle gelmiştir. İletişim alanında yaşanan bu gelişmenin baş aktörü internet teknolojileridir. İnternet, kısa bir geçmişe sahip olmasına karşın dünya üzerinde yaygın bir kullanım alanına erişmiş bir kitle iletişim aracıdır (Yaman, 2007)

Facebook, Instagram, Youtube, Myspace, Twitter, Blogs, Snapscat vb. sosyal medya araçlarında gençler, dil hassasiyetine önem veriyorlar mı? Dil doğası olarak en pratik yolu seçer. En kısa ve öz şekilde ifade etmeyi seçen dil, doğal tasarruf imkanını sık sık kullanır. Dilin bu söyleyiş kolaylığını tercih etmesi nedeniyle de kelimelerde ses olayları meydana gelir. Bu doğal olan süreçtir. Bunun yanı sıra günümüzde sosyal medyayı kullananlar özellikle gençler hızlı yazmak için durumlarını emojilerle ifade etmek için dili bozmaktalar. Bu durum yukarıda bahsettiğimiz doğal süreçten farklıdır.



T.C.  
MUGLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Kelime içindeki sesli harfleri çıkartarak yazmak, Türkçeye mahsus olan ş'yi sh, ç'yi ch şeklinde yazmak elbette doğal bir süreç değildir. Bu, seslerin yabancı dillerdeki kullanım şekillerini kopya etmekten başka bir şey değildir. Sosyal medya ürünlerini daha çok gençlerin kullanmasından dolayı yaş itibariyle büyük olanların haliyle onları anlamaları için bir sosyal medya rehberine de ihtiyaç duymaktadırlar.

Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan hızlı gelişim ve değişimler, toplumlar için dünyayı gittikçe daha küçük bir yaşam alanı haline getirmeye başlamıştır. İçinde bulunduğumuz bilgi çağı, bilginin hızlı bir şekilde aktarılmasına ve sürekli değişmesine ortam hazırlamıştır. Bu sebeple dili iyi kullanma ve iletişim becerilerine sahip olmanın önemi daha da artmıştır. Günümüzde dili güzel kullanan, iletişim becerilerine sahip, kendini iyi ifade edebilen bireyler, hayatın her alanında başarı kapılarını sonuna kadar açabilme olanağına sahiptirler. Ancak iletişimin hızlı olmasının gerekliliği, dili güzel kullanabilme becerisinin yanında, kendini en kısa şekilde ifade edebilme becerilerine sahip olmayı da zorunlu hale getirmektedir. Ne yazık ki internet ortamındaki iletişim faaliyetleri sırasında, dilin doğru kullanımı etkeni göz ardı edilmekte, daha çok iletişimin hızlı kullanımı üzerinde yoğunlaşmaktadır (Temur ve Vuruş, 2009).

Sosyal iletişim ağlarındaki gelişimindeki hız, pek çok yabancı sözcüğün (blog, pokes, gifts vb.) kullanılarak dilimize yerleşmesine neden olmakta, e-posta, anında mesajlaşma programları ve yazı yazılan platformlarda aynı anda bir çok kişinin birlikte haberleşebiliyor, düşüncelerini paylaşabiliyor ya da sohbet edebiliyor olması kullanılan dili farklılaştırmış, Türkçe zarar görmüştür. Düzgün Türkçe kullanımına önem verilmemekte, alfabede olmayan harfleri mevcut harflerin yerine kullanmak (v yerine w, k yerine q), bazı harfleri kelimedden atmak (geliyorum yerine geliom), benzer sesli harfleri birbirinin yerine kullanmak (seviyorum yerine sefiom, canım yerine janem), cümleyi yarı Türkçe yarı başka bir dil ile kurmak (okeydir abi ben olayı finişledim geliyorum) bu duruma örnek verilebilir. Özensizlik, yanlış kullanım, bilinçsiz ve duyarsız kullanımlar ayrıca gençler arasında çok yaygın olarak argo kullanımı da dil kirliliğine, dilin yozlaşmasına neden olmaktadır (Akkoyunlu ve Soylu, 2011).

Dilin bozulma sürecinin sosyal iletişim araçlarıyla hızlandığı bir gerçek. Bunun yanı sıra kısaltma yapan, ünlü sesleri düşüren veya bir kelime için başka bir form üreten gençlik, adeta bununla övünmekten, yeni bir şey bulmuşçasına sözde maharetini göstermekten de çekinmiyor. Literatüre yeni bir form kazandırdığını bile düşünmektedir. İnternet ortamında oluşan bu yeni form kelime jargonunu bilmeyen, kullanmayan gençler adete hor görülmemekte.

İnternetin yayılmasıyla birlikte toplumun büyük kısmına ulaşan sosyal ağ kullanımıyla hayatımıza birçok yönden kolaylık sağlamanın yanında bazı yönlerden de olumsuzluklara maruz kalmaktayız. Günlük kelime dağarcığımız 400-500 kelime ile sınırlı bir toplum haline dönüşürken, kitap okuma oranı her geçen gün azalırken kısıtlı kelimelerle de olsa kullandığımız dile bozmak, bozmaya çalışmak neye ve kime hizmettir?



Dilimizi bu anlamda koruma kabiliyeti, hassasiyeti olduğu müddetçe dilimiz açısından olumsuzluklara maruz kalma minimum seviyede kalacaktır. Aslında sosyal medyada dili bozan, bir bakıma sosyal medya kullanıcılarının dili koruma bilincinin az olması ya da hiç olmamasıdır. Hal böyle olunca, dilin yapısı, mantalitesi ve kullanımında daima pratik olmayı, seslerde tasarruf etmeyi gerektirmesiyle birlikte dilde bozulma hızlanabilmektedir. Bu yüzden kelimelerin dil yapısına uygun olmaya şekilde kısaltılması, ünlü seslerin düşürülmesi, alfabede olmayan seslerin kullanılması gibi durumlarla karşılaşabilmekteyiz. Ancak burada alfabede olmayan seslerin kullanılması tamamıyla yabancı dile olan özentiden kaynaklanan bir durum olduğu da aşikârdır.

Yapılan hatalar, yanlışlıklar düzeltilmediği müddetçe genelleşebiliyor ve artık doğruymuş gibi algılanabilmektedir. Bunun önüne geçebilmek için kişisel, toplumsal ve kurumsal duyarlılıklarımızı üst seviyede tutmamız gerekmektedir. Kişisel olarak dil bilincine sahip birey olunmalı, yabancı özentisinden kaçınılmalı, çevrede dili yozlaştıran kişilerin uyarılması, millet olma bilincinin temelinde dilin olduğu bilincine sahip olmalı gibi temel konulara dikkat etmeliyiz. Toplumsal olarak ise bireysel hareketlerin topluma yayılması, bireysel amaçların toplumsal amaca dönüştürülmesi gerekmektedir. Kurumlarımız ise bu amaçlara yönelik olarak kampanya yapmalı, gençlerin dil kullanım konusunda bilinçlendirmeye yönelik faaliyetler yapmalı ve bu tür faaliyetler destek vermelidir.

Gençlerin sosyal ağlarda dili yanlış kullanmaları temel olarak; ses ile ilgili, kelimeyle ilgili ve cümle yapısı ile ilgili olmak üzere üç temelde toplamak mümkündür. Fonetik olarak; Türkçeye has seslerin yani ç, ş, ö, ğ'nin kullanımına özen gösterilmemekte ve bunlar c, s, o, g olarak kullanılmakta. Elbette bunu en temel sebebi klavyede özellikle akıllı telefon klavyelerinde bu seslere ulaşmak için iki veya daha fazla hamlenin yapılması gerekliliğidir. Bu anlamda Türkçe klavye yazılımlarının kullanıcılar için hazırlanması bu alandaki yanlış kullanımları azaltabilecektir. Hızlı yazma amacına ulaşmak, karşısındaki bir an evvel cevap yazabilmek için kelimedeki ünlü seslerin yazılmaması ve bu yolla ünsüzlerden oluşan bir harf dizgesi yazmak. Mrb, slm, nbr, vb. Yine yabancı dil özentisiyle özellikle İngilizce'de yazılışı ve okunuşu farklı olan sesleri karşılamak için ç yerine ch, ş yerine sh, v yerine w ve k yerine q harflerinin tercih edilmesi. Chok, shok, waay, qanka vb. Şirinlik, sevimliklik göstergesi olarak dildeki kelimenin bazı harflerini değiştirerek yeni söylemler oluşturmak. Bebeem, yafrum, seviyoom vb.

Kelime olarak ise ayrı yazılması gereken kelimeler bitişik, bitişik yazılması gereken kelimeler de ayrı yazılabiliyor. Bununla birlikte büyük harfle yazılması gereken özel isimler küçük yazılabilmektedir. Cümlelerde Türkçenin sözdizimine uygun sıralama dikkate alınmadan karmaşık cümleler, eksik cümleler ve öğeleri tam olmayan cümleler kurulduğu görülmektedir. Bütün bunlara rağmen taraflar birbirini anlamakta zorluk çekmemektedir.





T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
Ulusal Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı

International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book



Chat dili, yazı dili içinde kendine özgü özellikleri olan bir alt dil, bir jargon olarak değerlendirilmeli ve chat dilini yapay dil ve simgeler kümesi diye adlandırmak, onu ölçünlü yazı dillerinden tam olarak ayırmaz. Çünkü bütün yazı dilleri yapaydır ve birtakım dilsel simgeler (= göstergeler) dizgesidir. Hiçbir yazı, dilin ta kendisi olmadığına ve yazı, göstergesi olduğu dilin yalnızca bir taslağı olduğuna göre chat dilinin de dilin ta kendisi olmasını bekleyemeyiz. Yine salt bu gerekçelerle chat dilini genel yazı dilinin yozlaşmış bir biçimi olarak düşünmek doğru olmayacaktır (Özezen, 2010).

Sosyal medyada gençlerin bu tür yazışmaları elbette dilin tamamen bozulacağına, kullanılan dilin gerçek dilin yeri alacağına inanmak ve bunun korkusunu yaşamak gereksizdir. Burada gençlerin bilinçlendirilmesi bu sorunu tamamen ortadan kaldırmaya yetecektir. Gençlerin sosyalleşme çabaları sosyal ağlar üzerinden olmaya devam ettiği sürece sadece dilimizin bozulmasına değil geleceğimizin de bozulmasına sebep olacaktır. Gençler sosyal ağlarda kullanılan bozuk dille ne kadar sağlıklı anlaşabiliyorlarsa dünyayı anlama kapasiteleri de o kadar olacaktır. Wittgenstein'in ifadesiyle "Dilimin sınırları dünyanın sınırlarıdır".

### Kaynakça

Buket Akkoyunlu, Meryem Yılmaz Soylu; "Sosyal İletişim Ağları ve Dilin Yanlış Kullanımı Üzerine Nitel Bir Çalışma", Elementary Education Online, 10(2), 441-453, 2011. [Online]: <http://ilkogretim-online.org.tr> , s.443.

Havva Yaman- Yavuz Erdoğan; "İnternet Kullanımının Türkçeye Etkileri: Nitel Bir Araştırma", Journal of Language and Linguistic Studies Vol.3, No.2, October 2007, s. 238.

Muna Yüceol Özezen; "Türkçenin Ağ Ortamındaki Yazımı ve Bunun Ses Bilimsel Yapıyla Bağlantıları", bilig, Bahar / 2010, Sayı 53, s. 235-236.

N. Emel Dilmen, Sertaç Öğüt; "Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları", International Conference Of New Media And Interactivity 28-30 Nisan 2010 İstanbul, s. 241.

Turan Temur- Nurdan Vuruş; "İnternet (Genel Ağ) Ortamında Türkçenin Kullanımına İlişkin Bir Çözümleme", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 12, Sayı 22, Aralık 2009, S. 234.



## ***Фразеологизмдердегі Бағалауыштық Коннотация***

Assemgul RAYEVA<sup>1</sup>

<sup>1</sup>L.Gumilev Avrasya Milli Üniversitesi Kazak Dilbilimi Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi,  
Astana/KAZAKİSTAN, asem\_raeva@mail.ru

---

### **Түйіндеме**

Фразеологизмдер – барлық тілдерге тән құбылыс. Сондықтан да осы бейнелі сөз орамдары әлем тілдерінде кеңінен зерттеліп келеді. Қазақ тілінің сөздік қорында да фразеологизмдердің орны ерекше екендігін атап өтуге болады. Олар тіл жүйесінде өз алдына дербес сала ретінде қалыптасқаны белгілі. Осыған орай қазақ тіл білімінде фразеологизмдер қызметі түрлі сипатта зерттелді (І.Кеңесбаев, Г.Смағұлова, С.Сатенова, Р.Авақова). Алайда ауқымы, қолданыс аясы кең тұрақты тіркестердің бағалауыштық сипаттағы қолданысы әлі де терендете зерттеуді қажет етеді. Сол себепті мақалада фразеологизмдердегі бағалауыштық коннотацияның психолінгвистикалық сипаты талданды.

**Кілт сөздер:** фразеологизм, коннотация, бағалауыштық коннотация

### ***Estimated Connotation of Phraseology***

#### **Abstract**

Phraseological units are phenomena peculiar to all languages. Therefore such graphic means of language are widely investigated in many languages of the world. Phraseology occupy a special place in the Kazakh language. Everyone knows that they once formed as individual independent sector. As well the features of phraseology were investigated in terms of different authors such as (I.Кеңесбаев, Г.Смағұлова, С.Сатенова, Р.Авақова). However the estimated value of phraseology commonly used require careful study. Background research – to find out the types of evaluative connotation in phraseologisms.

**Keywords:** phraseologism, connotation, estimated connotation



Фразеология – қазақ халқының ұлттық дүниетаным картинасын зерттеуде өте құнды материал болып табылатыны белгілі. Сонымен бірге, фразеология – қазақ халқының тіл арқылы жасалынған, сақталынған эмоциялық тұжырымдық дүниетаным жолы ретінде де танылады.

Психолінгвистикалық тұрғыдан қарағанда, фразеологияның өзін дүниетанымның қосқабатты формасы деп айтуға болады.

Шынайы дүниеде аты бар, нақты көзге көрініп немесе қолмен ұсталынатын, сезілетін құбылыстың немесе нәрсенің нақты атауына үстеме ретінде символдар, стереотиптер арқылы бағалауыштық мағына қосу арқылы «екінші рет атау беру» – фразеологияның түпкі мәні, шынайы болмысы.

Сондықтан қандай болмасын фразеологияның мағыналық қабатында құбылыстың, нәрсенің, іс-әрекеттің т.б. нақты атауына адамның антропоцентристік көзқарасынан туған, лингвокреативтік ой сүзгісінен өткізілген бейнелілік сурет болмысы да тұрады.

Мысалы, «**аңқау**» сөзінің мағынасын фразеологиялық тіркес арқылы беретін болсақ, «**бала мінез**» тіркесі дәлме-дәл келетінін көреміз. Өйткені аңқау – ересек адамның мінезінің сыр-сыпаты болса, осы мінез балада ғана тұрақты түрде болады.

Сондықтан «**бала мінез**» тұрақты тіркесінің бағалауыштық коннотациясы адам кезеңдеріне тән қайсетке байланысты туындағанын көреміз. «**Бала мінез бұрынғы ойыншылар, Аңқау екен, мазақтап соны сынар. Артқа қарап, ақпейіл шалға күліп, Абыройсыз, атақсыз көрге құлар (Абай)**».

Әлемді фразеологиялық бейнелер арқылы көре білу – ұлттық психологияның, ұлттық тілдің терең тамырларында жатқан таным тетіктеріне байланысты.

Психолінгвистика фразеологияның бейнелілігін оның шынайы болмысы мен қиялдағы ұқсастығын ассоциативтік жолмен біріктіру арқылы тануға болатынын көрсетеді.

Адамның ойлау-тілдік әрекеті метафоризация, метонимизация процестерінің негізінде жүзеге асады. Фразеологиялық семантиканың тура және астарлы мағынасының ортақ нүктесін біріктіріп ұстап тұратын семантикалық қатынас сөздің тура мағынасының негізінде тұрады.

Ауыспалы мағына жасалынған кезде тура мағына соның құрамына толықтай еніп, жанама қызмет атқарып тұрады.

Мұндай нәзік психолінгвистикалық жолдарды арнайы талдау барысында көре аламыз. Төменде осы ойымызға мысал келтірейік.



Тура мағынадағы негізгі сөздер	Мағынасы	Фразеология	Мағынасы
<i>Қасқа [айғыр]</i>	<i>Айғырдың маңдайындағы үлкен ақ белгі</i>	<i>Қасқа айғырдың құлыны қасқа тумаса да, төбел туады</i>	<i>Жақсыдан жақсы туады, дәл өзіндей болмаса да, соған жете туады деген мағынада.</i>
<i>Төбел [құлыны]</i>	<i>Құлынның маңдайындағы кішкене ақ белгі</i>		

Шынайы өмірдегі нақты зат, құбылыс, әрекет, нәрсе т.б. атаулары семантикасында ауыспалы мағына туындауы арқылы тілде таңбаланатын нәрсе, құбылыстың бейнесі тілдік картина тудырады. Сол арқылы белгілі бір тұжырымдар жасалынады. Сондай формалардың негізінде фразеологиялар пайда болады.

Қазақ тіліндегі фразеологиялардың бағалауыштық коннотацияларын психолингвистикалық тұрғыдан талдау барысында адамның эмоциясы мен сезімдерін білдіретін фразеологияларды талдау көптеген қызықты деректер бере алады.

Өйткені адам феномені – тылсым сырға толы тіршілік иесі және сәт сайын адамның сезімі мен эмоциясынан жаңарып отыратындығы. Оған қоса, адамның бір сәттік сезімі мен қысқа болып келетін эмоциясы сипаттауға келмейтін ерекше құбылыстар болып табылады.

Солай десек те, көркем әдебиет пен ғылыми әдебиетте сезім мен эмоция туралы көп жазылған және осы мәселелер филологтерді де, философтарды да, физиологтерді де, психологтерді де қызықтырып келеді.

Кез келген эмоциялардың астарында бағалауыштық сипат жататындықтан, ал эмоционалды іс-әрекет экспрессивті-коннотативті сипат алатындықтан эмоционалдылықтың лингвистикалық категориясы тілдің бағалауыштық, қарқындылық, бейнелілік, экспрессивтілік сияқты категорияларымен байланысты қарастырылуға тиіс [1,6].

Адамның өзінің жүріс-тұрысын басқарып отыруында эмоциясын тізгіндеу мәселесі алдыңғы орында тұрады. Күнделікті өмірде адам баласының ой елегінен өткізіп, сөйлескенінен гөрі, сезінуі көбірек болады, түсіндіруінен гөрі бағалауы көп болады.

Адам бойындағы эмоциялық компоненттерден бос когнитивтік процестер қарапайым ғана болып келеді. Кей ғалымдардың айтуынша, адамның өзара түсінісуі барысында салқынқандылықпен түсінісудің орнына, өзінің басынан кешіп отырған миды су қылатын қиындықтарын өртеп жіберуге даяр тұратын эмоциясын жұмсау, соған еру опонай.

Тіпті сол тұста когнитивтік процестер өтіп жатқан болса да, қатты жанбыр, қатты боран сияқты эмоциялық дауылдарды жұмсауға дайын тұратыны да белгілі. Осындай сәттерді бейнелейтін фразеологизмдер қазақ тілінде жетккілікті.

- **Беті жоқ** – *арсыз, ұятсыз, ардан кешкен. Бас қосылса арысқа, Кім шабады намысқа, Жатқа қарар беті жоқ... Ісі кетер шалысқа (Абай)*



- **Екі басын ұстап, ортасынан тістеп** – сараңдық туралы айтылады. Сендей сараңды көргенім жоқ, қу сүйектің де екі басынан ұстап, ортасынан тістейсің де отырасың, Қарабайдан қай жерің артық? (ауызекі тіл)
- **Екі құлағынан басқа адал қарасы жоқ** – нағыз кедей, қу кедей, тақыр кедей, «тірсегі шыққан кедей», аузын ашса, ішек-қарны көрінетін кедей.
- **Жақсы ит өлігін көрсетпейді** – өзін ешкімге қорлатпайды, көз тұрткі болмай шетке кетеді. Шошыдым! **Жақсы ит өлігін көрсетпейтін** еді. Есім барда аулаққа кетіп өлем (Ғ.Мұстафин)

Осындай түрлі эмоциялар мен сезімдердің тек тура мағындағы сөз бен сөйлем арқылы ғана емес, фразеологиялар арқылы берілуі де олардың тіл бірлігі ретінде бағалауыш коннотацияларға молынан ие екенін көрсетеді. Эмоциялар қиналу, жан күйзелісі барысында күшейе түседі.

- **Құдай сүйер қылығы жоқ** – қылығы теріс, мінезі шәлкестеу адам жайлы айтылады. Рас айтасыз, Абай, бұ қаланың Есберген, Кәріпжандай саудагерлерінің де Құдай сүйер қылығы жоқ. Қырдың момын керуені кездесе, «Құдайға қарайық» деп біз де тұрмаймыз деп қалжың айтқан (М.Әуезов).
- **Шаш ал десе, бас алады** – әпербақан, ұр да жық кісі мағынасында. Ондайлар (шолақ белсенділер) – шаш ал десе, бас алған, айқайға, зорлыққа сүйенгендер... («Қаз.әдеб.»).

Өйткені эмоция жеке адамның жеке басына қатысты маңызды бағалауыштық әрекетті тудырады. Сондықтан адам өзі кінәлі болса да, өзін бағалаудың тек жақсы болғанын қалайды. Мысалы:

- Шелектей болу;
- Тығынын алған шелектей;
- Майлы аяқтай қалмау;
- Қатты үрлеген қуықтай тырсылдау т.б.

Ғалымдар эмоцияның өзінен-өзі туындамайтындығын тілдік деректермен дәлелдеп, түрлі болжамдар жасауда. Мәселен, ғалым К.Сарышова зерттеу еңбегінде эмоциялардың туындау себебін өтіп жатқан оқиғаның адамның жеке басы үшін, «жақсы» немесе «жаман» деп баға беретін, жайлы не жайсыздығына байланысты болатындығын дәлелдеген [1,40].

- *Мен келмеймін дедім бе? Етек-жеңім шолақ болды. Киюге тоным жоқ-ақ болды (шешендік сөздер)*
- *Ағат айтсам, гапу етіңіз! Бірақ аса бір көңілі керек кісі болмаса, өлеңді сүймейтін жан болар ма? Менің әкемнің де сүйетін өлеңі бар (М.Әуезов)*
- *Кегі бітпес заманның, Атың-затың құрымай, Азғынысың адамның, Шаян көзді сұмырай (Қ.Аманжолов).*
- *Әкесіне соңғы жазған хатында ол: «Мен болсам дүниеге жаңа келдім... Ал сіз болсаңыз асарыңызды асап, жасарыңызды жасадыңыз зой... Тұрмаңыз жолыма көлденең... Бұдан былай бұл мәселені сөз етуді қояйық», - деп түйген хатын (М.Иманжанов).*



Жоғарыда келтірілген мысалдардан мынадай жағдайларды аңғарамыз: адамның өзін-өзі бағалауы әрқашан оң, ал өзгені бағалауы оң әрі теріс бағамен өлшенеді. Бұл жағдайда адамдар өз тәртібін ішкі (жеке, субъективті) және сыртқы (жағдайлық, қоршаған орталық, объективтік) факторлармен түсіндіретіндігі белгілі. Сонымен бірге, олар өз жетістіктерін өздерінің ішкі қасиеттерімен, ал сәтсіздікті сыртқы жағдайлармен түсіндіреді. Керісінше, басқалардың жетістіктері сыртқы, ал сәтсіздіктері ішкі факторлармен түсіндіріледі. Бұл құбылыс ғалымдардың айтуы бойынша адамның психологиялық құрылымдағы «Мен-бейне» функциясымен тығыз байланыста болады [2]. «Менбейне» функциясы адамның қоршаған әлемге, өзіне және басқа да адамдарға негізгі бағалау қатынастарының өзара әрекеттесу нәтижесінде қалыптасады. Бұл функцияның мәнісі өзін-өзі дұрыс бағалауды түрлі жолдармен қорғауда: өзін-өзі бағалауды өсіруден басқалардың өзіне-өзі бағалауды төмендетуіне дейін жүзеге асырылады. Мәселен, келтірілген мысалда *етек жеңі шолақ* деген тұрақты сөз тіркесі қолы қысқа адамдарға қатысты айтылады. Берілген сөйлемде адам өзін жағымсыз бағалауға қимай, оның себебін қоғамдық-әлеуметтік жағдайымен астарластырып, сондай жағдайға, сондай жағымсыз күйге мәжбүр болғандығын жеткізген. Сол секілді, *көңілі керең, шаян көзді сұмырай, асарын асап, жасарын жасау* деген тұрақты сөз тіркестерінен де субъектінің екінші бір адамды бағалауын және жай бағалап қана қоймай, онда өз эмоциясын қоса білдіруі де анық байқалады.

Тілдік қорымыздағы фразеологизмдердің бағалауыштық коннотациясының психолингвистикалық сипатын тануда түрлі болжамдар жасауымызға болады. Себебі фразеологизмдердің эмоционалдылығы бір бөлек, бағалауыштықты бір бөлек қарастырғанымызбен де, түптің түбінде бұл екі құбылыс бір-бірін толықтырып тұратын құбылыстар. Ал мұндай тұжырымдардың барлығын тілдік деректермен талдау жасау ғана нәтижелі болмақ. Сондықтан қазақ тіл білімінің фразеология саласына тиесілі тұрақты сөз тіркестеріндегі бағалауыштық коннотацияны көрсете отырып, оның психолингвистикалық сипатын тану өзекті мәселелердің бірі деген қорытындыға келеміз.

### Пайдаланылған әдебиеттер

1. Сарышова К. Қазақ тіліндегі эмоцияны бейнелейтін фразеологизмдер. Филол. ғ. к. дисс. Қызылорда, 2006. – 155 б.
2. Абылмажинова Н.К. Қазақ, орыс және ағылшын тілдерінің негізінде фразеологиялық әлем бейнесінің стереотипизациялану ерекшеліктері. PhD ғ.д. диссертациясы. Алматы, 2014. -105 б.
3. Кеңесбаев І. Қазақ тілінің фразеологиялық сөздігі: Қазақ ССР-нің «Ғылым» баспасы, 1977. -712 б.



**Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi  
Bildiri Kitabı**

**International Congress Of Youth Researches  
Proceedings Book**

ISBN: 978-605-4397-55-6

