

**POPÜLER KÜLTÜRÜN GENÇLERİN APOLİTİKLEŞMESİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA**

**Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
Sosyoloji Anabilim Dalı
Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı**

Gamze USLU

Danışman: Prof. Dr. Gönül İçli

Mayıs 2012

DENİZLİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

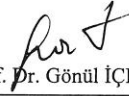
Sosyoloji Anabilim Dalı, Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı öğrencisi Gamze USLU tarafından Prof. Dr. Gönül İÇLİ yönetiminde hazırlanan “**Popüler Kültürün Gençlerin Apolitikleşmesi Üzerindeki Etkisi: Pamukkale Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama**” başlıklı tez aşağıdaki jüri üyeleri tarafından 22.05.2012 tarihinde yapılan tez savunma sınavında başarılı bulunmuş ve Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.


Prof. Dr. Mehmet AKGÜN

Jüri Başkanı


Doç. Dr. Hasan TÖZEN

Jüri Üyesi


Prof. Dr. Gönül İÇLİ

Jüri Üyesi (Danışman)

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 05/06/2012 tarih ve ...10/12... sayılı kararıyla onaylanmıştır.



Prof. Dr. Turhan KAÇAR
Müdür

Bu tezin tasarımı ve hazırlanması, yürütülmesi, araştırmaların yapılması ve bulguların analizinde bilimsel etiğe akademik gelenek ve kurallara özen gösterdiğimizi; çalışmamızda doğrudan birincil olmayan bulguların, veri ve araçların bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntıların atıflarla gösterildiğini beyan ederim.

İmza:

Öğrencinin Adı: Gamze USLU

TEŐEKKÜR

Çalışma süresince maddi ve manevi desteğini esirgemeyen aileme teőekkürü bir borç bilirim. Tüm yoğunluğuna rağmen araőtırmam için vakit ayıran ve hoőęörüsü ile yardımlarını esirgemeyen tez danıőmanım ve hocam Prof. Dr. Gönül İçli'ye minnettarım. Ayrıca yüksek lisans ders dönemi boyunca bana olan katkılarından dolayı başta Bölüm Başkanımız Prof. Dr. Mehmet Meder olmak üzere, değerli hocalarım Doç. Dr. Hasan Tüzen, Türkan Erdoğan ve tüm bölüm hocalarıma; destek olan arkadaşlarım ve anket uygulamasında yer alan tüm öğrencilere teőekkür ve minnetlerimi sunarım.

ÖZET

POPÜLER KÜLTÜRÜN GENÇLERİN APOLİTİKLEŞMESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

USLU, Gamze
Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji ABD
Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Gönül İÇLİ

Mayıs 2012, 124 Sayfa

Gençler, toplumda boş zamanları değerlendirme ve tüketim alışkanlıkları açısından popüler kültürden en fazla etkilenen kitle olarak kabul edilmektedir. Ülkenin siyasal, kültürel ve toplumsal yapılarına yön verecek kesim olarak görülmesinden dolayı üniversite gençliği büyük bir öneme sahiptir. “Popüler Kültürün Gençlerin Apolitikleşmesi Üzerindeki Etkisi: Pamukkale Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama” adlı bu çalışma popüler kültürün gençlerin siyasal eğilimleri, katılımları ve siyasal kültürleri üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla taşımaktadır.

Günümüzde yaşanan teknik gelişmelerin ve hızlı toplumsal değişimlerin gençlerin siyasal, sosyo-kültürel ve ekonomik değerlerini ne yönde etkilediğinin öğrenilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada popüler kültürün gençler üzerindeki yoğun etkisinin, onların siyasal ilgi düzeylerini düşürdüğü varsayılmıştır. Araştırmamızın verileri, örneklem grubuna uygulanan anket tekniklerine dayanmaktadır. Anketler, Pamukkale Üniversitesi kampüsünde bulunan fakültelerden basit tesadüfi örnekleme tekniği ile seçilen 350 öğrenci üzerinde uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Apolitikleşme, popüler kültür, siyasal eğilim ve siyasal katılım

ABSTRACT**THE EFFECT OF POPULAR CULTURE IN DEPOLITIZATION OF THE YOUTH: AN APPLICATION ON THE STUDENTS OF PAMUKKALE UNIVERSITY**

USLU, Gamze
MA Thesis, Sociology Department
Supervisor: Prof. Dr. Gönül İÇLİ

May 2012, 124 Pages

In the society, the youth is considered as the section which is most effected by popular culture in terms of consumption habits and leisure time activities. University youth has great importance because they are seen as the section of the society which will give shape to political, cultural and social structures of the country. This study, titled as “The Effect of Popular Culture in Depolitization of the Youth: An Application on the Students of Pamukkale University”, aims to investigate the effects of popular culture on political tendencies, participation and politic culture of the youth.

The target is to determine in what way the technological development and rapid social transformations in present times influence political, socio-cultural and economic values of the youth. In the study, it is assumed that the massive effect of popular culture decreases the political interest levels of the youth. Spreading over on all aspects of life through mass media, popular culture directs the youth towards consumption, determines leisure activities, prevents questioning the life in compliance with the dominant ideology and thereby causes their isolation from political and social life. The data of the research depend on questionnaire techniques applied on the sample group. Questionnaires were applied on 350 students selected from five faculties of Pamukkale University using the technique of simple random sampling.

Keywords: Depolitization, mass media, popular culture, political tendency and political participation

İÇİNDEKİLER

| | |
|-------------------------|-----|
| ÖZET..... | i |
| ABSTRACT..... | ii |
| İÇİNDEKİLER..... | iii |
| TABLolar DİZİNİ..... | v |
| KISALTMALAR DİZİNİ..... | vii |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR

| | |
|---|----|
| 1.1. KÜLTÜR..... | 3 |
| 1.2. POPÜLER KÜLTÜR..... | 5 |
| 1.2.1. Kitle Kültürü..... | 10 |
| 1.2.2. Popüler Kültürün Oluşumu ve Yayılmasında Kitle İletişim Araçlarının Yeri | 15 |
| 1.2.3. Popüler Kültürün İdeolojik İşlevleri | 19 |
| 1.2.4. Popüler Kültüre Yöneltilen Eleştiriler..... | 22 |

İKİNCİ BÖLÜM SİYASAL KÜLTÜR, SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA VE SİYASAL KATILIM

| | |
|---|----|
| 2.1. SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA..... | 26 |
| 2.1.1. Psikanalitik yaklaşım..... | 29 |
| 2.1.2. İşlevselci Yaklaşım..... | 29 |
| 2.1.3. Çatışmacı Yaklaşım..... | 30 |
| 2.2. SİYASAL KÜLTÜR..... | 31 |
| 2.3. SİYASAL KATILIM..... | 34 |
| 2.3.1. Siyasal Katılmayı Belirleyen Faktörler | 37 |
| 2.2.1.1. Yaş..... | 37 |
| 2.2.1.2. Cinsiyet..... | 39 |
| 2.1.1.3. Eğitim..... | 40 |
| 2.1.1.4. Aile..... | 41 |
| 2.1.1.5. Meslek..... | 42 |
| 2.1.1.6. Gelir..... | 43 |
| 2.1.1.7. Yerleşim Yeri..... | 44 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM GENÇLİK OLGUSU

| | |
|---|----|
| 3.1. GENÇLİK | 45 |
| 3.2. GENÇLİK HAREKETLERİ ÜZERİNDE DEĞİŞİK GÖRÜŞLER..... | 47 |
| 3.1.1. Biyolojik Yaklaşım..... | 47 |
| 3.1.2. Psikolojik Yaklaşım..... | 47 |
| 3.1.1. Sosyolojik Yaklaşım..... | 48 |
| 3.3. ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ | 49 |
| 3.4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GENÇLİK HAREKETLERİ..... | 51 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM MATERYAL VE YÖNTEM

| | |
|---|----|
| 4.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE YÖNTEMİ..... | 54 |
| 4.2. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ..... | 54 |
| 4.3. ARAŞTIRMANIN MATERYAL VE YÖNTEMİ..... | 55 |
| 4.3.1. Araştırmanın Temel Problemi..... | 55 |
| 4.3.2. Araştırmanın Alt Problemleri..... | 55 |
| 4.3.3. Araştırmanın Alt Hipotezleri..... | 56 |

BEŞİNCİ BÖLÜM BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

| | |
|--|-----|
| 4.1. FREKANS TABLOLARI..... | 57 |
| 4.1.1. Sosyo-Ekonomik Değişkenler..... | 57 |
| 4.1.2. Bireysel Tercihler..... | 66 |
| 4.1.3. Boş Zaman Alışkanlıkları..... | 69 |
| 4.1.4. Popüler Kültür Eğilimleri..... | 74 |
| 4.1.5. Siyasete Yakınlık Genel Durumu..... | 79 |
| 4.1.6. Üye Olunan Kuruluşlar..... | 87 |
| 5.2. Kİ-KARE TABLOLARI..... | 90 |
| | |
| SONUÇ VE DEĞERLENDİRME..... | 108 |
| KAYNAKÇA..... | 112 |
| EK: ANKET FORMU..... | 117 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 124 |

TABLOLAR DİZİNİ

| | |
|---|----|
| Tablo 1. Fakülte..... | 57 |
| Tablo 2. Cinsiyet..... | 58 |
| Tablo 3. Yaş..... | 58 |
| Tablo 4. Ailenin Yaşadığı Yer..... | 59 |
| Tablo 5. Anne Eğitim Durumu..... | 59 |
| Tablo 6. Baba Eğitim Durumu..... | 60 |
| Tablo 7. Anne Meslek Durumu..... | 61 |
| Tablo 8. Baba Meslek Durumu..... | 62 |
| Tablo 9. Aile Aylık Net Gelir..... | 63 |
| Tablo 10. Öğrenim Giderlerini Karşılama Durumu..... | 64 |
| Tablo 11. Yükseköğrenim Yapma Amacı..... | 65 |
| Tablo 12. Hayatta En Çok Değer Verilen Şey..... | 66 |
| Tablo 13. Arkadaşlarla Biraraya Gelindiğinde En Çok Konuşulan Konular..... | 67 |
| Tablo 14. Türkiye'nin En Önemli Sorunu..... | 67 |
| Tablo 15. Üniversite Öğrencilerini En Çok Biraraya Getiren Olgu..... | 68 |
| Tablo 16. Serbest Zamanın Değerlendirilmesi..... | 69 |
| Tablo 17. Tv İzleme Sıklığı..... | 70 |
| Tablo 18. En Çok İzlenen Tv Programı..... | 70 |
| Tablo 19. Tv İzleme Nedeni..... | 71 |
| Tablo 20. Gazete Okuma Sıklığı..... | 72 |
| Tablo 21. En Çok Okunan Yazı Çeşidi..... | 72 |
| Tablo 22. Günde Okunan Gazete Sayısı..... | 73 |
| Tablo 23. Yılda Okunan Kitap Sayısı..... | 73 |
| Tablo 24. En Çok Okunan Kitap Türü..... | 74 |
| Tablo 25. Tercihlerin Popüler Olup Olmaması..... | 74 |
| Tablo 26. Popüler Kültür ile İlgili Düşünceler..... | 75 |
| Tablo 27. Popüler Kültürün Hangisine Hizmet Ettiği..... | 76 |
| Tablo 28. "Hangilerine Katılıyorsunuz" Sorusu Yanıtları..... | 77 |
| Tablo 29. Genel Tercihler..... | 78 |
| Tablo 30. Kitle İletişim Araçlarının Popüler Olan Ürün ve Dünya Görüşlerini Sunduğu ve Yaygınlaşmasına Yardımcı Olduğu Fikrine Katılım..... | 79 |
| Tablo 31. Gençlerin Siyasetle İlişkisi..... | 79 |
| Tablo 32. 1980 Sonrası Türk Gençliğinin Siyasetle İlişkisi Konusunda Düşünceler..... | 80 |
| Tablo 33. Cevap Apolitik ise Sebebi..... | 81 |
| Tablo 34. Herhangi Bir Düşünce Sistemine Yakınlık..... | 82 |
| Tablo 35. Üniversite Öğrencileri Aktif Olarak Siyasal Etkinliklere Katılımı ile İlgili Görüşler..... | 82 |
| Tablo 36. Öğrencilerin Üniversitedeki Yanlış Karar ve Uygulamaları Protesto Etmeleri ile İlgili Düşünceler..... | 83 |
| Tablo 37. Siyasal Görüşleri En Çok Kimin ya da Neyin Etkilediği..... | 84 |
| Tablo 38. Siyasi Görüşlerden Hangi Durumlarda Taviz Verildiği..... | 85 |
| Tablo 39. Siyasal Görüşlerin Başkaları Tarafından Bilinmesinden Rahatsız Olma Durumu..... | 85 |
| Tablo 40. Seçimde Sandık Başına Gitme Durumu..... | 86 |
| Tablo 41. Sorunun Cevabı "Hayır" ise, Nedeni..... | 86 |
| Tablo 42. Sanat Kuruluşuna Üyelik..... | 87 |
| Tablo 43. Spor Kuruluşuna Üyelik..... | 87 |

| | |
|---|-----|
| Tablo 44. Siyaset ve Alt Kuruluşları Üyelik..... | 87 |
| Tablo 45. Sosyal Bir Kuruluşa Üyelik..... | 88 |
| Tablo 46. Sağlık Kuruluşuna Üyelik..... | 88 |
| Tablo 47. Eğitim Kuruluşuna Üyelik..... | 88 |
| Tablo 48. "Bir Siyasi Parti ya da Gençlik Teşkilatı Üyeliği Bulunmayanlar" İçin; Üye Olmama Nedenleri..... | 89 |
| Tablo 49. Fakülte ile Siyasetle İlişki..... | 90 |
| Tablo 50. Fakülte ile Öğrencilerin Üniversitedeki Yanlış Karar ve Uygulamaları Protesto Etmeleri İle İlgili Düşünceleri..... | 91 |
| Tablo 51. Fakülte ile Seçimde Sandık Başına Gitme Durumu..... | 92 |
| Tablo 52. Fakülte ile Düşünce Sistemine Yakınlık Durumu..... | 93 |
| Tablo 53. Fakülte ile Tercihlerin Popüler Olup Olmaması..... | 94 |
| Tablo 54. Fakülte ile Popüler Kültür Düşünceleri..... | 95 |
| Tablo 55. Tercihlerin Genelde Popüler Olup Olmaması İle Siyaset İlişkisi..... | 96 |
| Tablo 56. Cinsiyet ile Siyasetle İlişkisi..... | 98 |
| Tablo 57. Cinsiyet ile Öğrencilerin Üniversitedeki Yanlış Karar ve Uygulamaları Protesto Etmeleri İle İlgili Düşünceler..... | 99 |
| Tablo 58. Cinsiyet ile Seçimde Sandık Başına Gitme Durumu..... | 100 |
| Tablo 59. Cinsiyet ile Bir Düşünce Sistemine Yakınlık..... | 101 |
| Tablo 60. Cinsiyet ile Tercihlerin Popüler Olup Olmaması..... | 102 |
| Tablo 61. Cinsiyet ile Popüler Kültür ile İlgili Düşünceler..... | 103 |
| Tablo 62. Ailenin Yaşadığı Yer ile Siyaset İlişkisi..... | 104 |
| Tablo 63. Ailenin Aylık Net Geliri ile Siyaset İlişkisi..... | 106 |

KISALTMALAR

İİBF: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim Ve Kültür Teşkilatı

Vd: Ve diğerleri

Vb: Ve benzeri

GİRİŞ

Gündelik yaşamın kültürü olan popüler kültür günümüzdeki en yaygın kültürdür. Bu kültür, ulaşımı oldukça basit, kolay yayılabilen, tüketiciye dönük ürünlerin üretildiği, teknolojik yöntemlerle yaygınlaşan, kolay üretilebilen ve standardize edilmiş bir kültürdür. Popüler kültürün yarattığı ürünlerin çekici biçimde sunulmasıyla birlikte gerçek hayata dahil olan olumsuzlukların ve gerçeklerin gizlendiği düşünülmektedir. Her alanda varlığını gösteren popüler kültürün yaygınlaşmasında ise en önemli yardımcısı kitle iletişim araçlarıdır.

Popüler kültür üretim ve tüketimin başkalarının elinde olması dolayısıyla incelenmesi gereken bir kültürdür. Egemen ideolojiler, kendi istekleri ve iradelerinin toplum tarafından benimsenmesini amaçlamaktadır. Kültür ise, iktidarların düşünce biçimlerinin kabul edilmesine ve yaygınlaşmasına yardımcı olmaktadır. Kültürle pekiştirilen ideoloji toplumsal alanda daha etkili ve kalıcı olmaktadır. Popüler kültür, reel yaşamın yerine başka türlü bir yaşam olabileceği düşüncesinin önünü kesmekte ve var olanın benimsenmesini kolaylaştırmaktadır. Popüler kültür, siyasal propagandanın en hızlı ve en gizli yöntemlerinden biri olmuştur ve insanları düşünmekten ziyade tüketime yöneltme, siyasal konulardan uzak tutma amacını taşımaktadır. Oktay'ın da belirttiği gibi, popüler kültür geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin ön koşullarını sağlamaktadır (1994: 20). Gençler, popüler kültürden en çok etkilenen kesimi oluşturmaktadır. Özellikle televizyon ve internet aracılığıyla yayılan eğlence endüstrisi tarafından oluşturulan ve pazarlanan ürünlerin odağındaki gençler, iktidarların da her zaman en çok etkilemeyi hedeflediği kesim olmuştur. Bu çalışmada popüler kültürün gençlerin gündelik yaşamına ve siyasal davranışlarına ne derecede etkili olduğunu saptamayı amaçlamaktayız.

Gençler, bir taraftan sayısal olarak ülke nüfusunda çoğunluk oluşturmalarından diğer taraftan siyasal, toplumsal ve kültürel yapıların gelecekteki belirleyicileri olmalarından dolayı önem arz etmektedirler. Siyasal alandaki iniş çıkışlar, büyük değişimler ülkemizde de gençlerin siyasi duruşlarına önemli ölçüde etki etmektedir. 1960'lı yıllar tüm dünya gençliğinin toplumsal, ekonomik, siyasal alandaki yetersizliklere başkaldırısına sahne olmuştur. Diğer ülkelerin aksine Türkiye'de

1970'lerde son bulmayan öğrenci hareketlerinin bir şiddet ortamına dönüşmesiyle gençlik siyasal alanda farklı bir görev üstlenmiştir. Öğrenci hareketlerinin başlayıp devam ettiği yıllarda yaşanan bu olumsuzlukların sonrasında toplumda meydana gelen siyasal korku, gençlerin siyasete katılımına olumsuz yönde etki etmiştir. 1980 sonrası gençler şimdilerde, çevrelerinin de etkisiyle siyasal katılımında bulunmadıkları gibi siyasetle ilgilileri de oldukça düşük bir düzeydedir. Ülke geleceğinde önemli bir yer işgal etmesi beklenen gençlerin siyasetle ilgilenmiyor olması düşünülmeli gereken bir konudur.

Bu çalışmada, pek çok değişkene bağlı olarak gerçekleşmiş olan bu apolitikleşme sürecine popüler kültürün ne derecede etki ettiğini araştırılmıştır. Seçilen örneklem grubu olan üniversite öğrencileri, toplumsal ve siyasal açıdan popüler kültür ile etkileşime açık olmaları sebebiyle tercih edilmişlerdir.

Bu nedenle;

Birinci bölümde kültür, popüler kültür, popüler kültürün özellikleri, popüler kültürün yayılmasında kitle iletişim araçlarının yeri; ikinci bölümde siyasal katılım, siyasal toplumsallaşma, siyasal kültür; üçüncü bölümde gençlik, gençliğin önemi konuları incelenmiştir. Dördüncü bölümde çalışmamızın temel problemi, hipotezleri ve amacı yer almaktadır. Beşinci bölümde ise Pamukkale Üniversitesi 2010-2011 eğitim öğretim yılında fakültelerden seçilen 350 öğrenciye uygulanan anket sonuçları ortaya konulmuş ve değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR

1.1 Kültür

İnsan davranış ve düşünce sistemleri kültür tarafından şekillenmektedir. Birçok tanımı olan kültür toplumların maddi, manevi değerler bütünü olup, öğrenilen bir mirastır. Kültür bir toplumun yaşayış ve sosyalleşme biçimi olup, belirli birkaç alana sıkıştırılmayacak kadar geniş bir kavramdır. İnsanın kendisini ve kendisine ait olanı anlattığı bir tecrübeler toplamı olan kültürün en önemli özelliği, sürekli bir değişim içinde olmasıdır.

Kültür kavramı Latince “cultura” kavramından gelir. İlk zamanlarda kültür kavramı bir şeyi ekip yetiştirme veya bakma sürecine verilen bir isim olarak kullanılmıştır. Orta çağlardan sonra, özellikle Aydınlanma çağında, bu tanım insan beyninin “geliştirilmesi anlamında” kullanılmıştır. Önce Fransızca ve İngilizcede, sonra Almancada yer alan kavram bazen “uygarlık” ile eş anlamda, bazen de karşılaştırmalı olarak ayrı bir anlamda kullanılmıştır. Uygarlık kişilerin kibarlık ve incelik gibi davranışlarını değerlendirmeye ilgili olarak kullanılmıştır. Kültür ise daha çok yaratıcılığın ifade edildiği entelektüel, sanatsal ve ruhsal ürünler için kullanılmıştır. Kültür günümüzde genel olarak eğitilmişlikle, entelektüel olmayla ve değerli olmayla eşleştirilmiştir. Bunun karşıtı olan kültürsüz kavramıyla eğitilmemiş, kaba, maganda, zevksiz, bilgisiz olan anlatılmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 20). Kültürlü olarak nitelendirilen kişilerin başarılı ve verimli olduğu kabul edilmektedir.

Antropolojinin on dokuzuncu yüzyılın sonunda ortaya çıkmasıyla, kültür anlayışında farklılaşma da artmıştır. Antropologların ilk yaklaşımı betimleyici ve sınıflayıcı yaklaşım olmuştur. Kültür bilimsel bir şekilde incelenebilen ve belli bir toplumun üyelerinin sahip olduğu inançlar, adetler, gelenekler, yasalar, bilgi biçimleri topluluğudur. İkincil önemli gelişme kültürü tanımlama ve anlamada sembolik biçimler ve bu biçimlerin taşıdığı anlam üzerinde durmaya başlama olmuştur (Erdoğan ve

Alemdar, 2005: 21). Kültürel olan siyasal ve ekonomik olan için de hayatidir. Kültür sadece değerleri, yargıları, tutumları vb. taşıyan düşünsel bir süreç değil, daha çok yaşanmış ve yaşananla ilgili bir durumdur. Kültür insanların kendi yaşam deneyimleriyle biçimlenmiştir ve onların yaşam biçimlerinin bütünüdür. Kültür her alanda insanın kendisinin ve ona ait olanın ifadesi olduğu için tek bir alana sıkıştırılmaya müsait değildir. Belli zaman ve koşullarda kültürel varlıklar insanlar tarafından tekrar tekrar üretilmektedir.

Giddens'a göre kültür kavramıyla sözü edilen olgu, insan topluluklarının öğrenilen davranış biçimleriyle ilişkilidir. İnsan davranışlarını genetik ya da kalıtsal olarak değerlendirmemektedir. Toplum içinde yaşayarak öğrenilen davranışlar, toplumun tüm üyeleri tarafından paylaşılmaktadır. Aynı zamanda kültür hem somut olanı hem de soyut olanı kapsamaktadır. Toplumun inançları, fikirleri soyut alana dahil olurken, toplumun paylaştığı semboller ve hatta teknoloji de somut alana dahil olmaktadır (Giddens, 2001: 22).

Kültür dendiğinde, ilk akla gelen insan yaşamındaki belli bir oluşum, belli bir yandır. Bu yan çoğunlukla sanatta ve insan davranışında ince ve güzel olana indirgenmektedir. Dolayısıyla kültür, kendi içinde bağımsız bir veya birkaç alan (örneğin tiyatro, film, resim sanatı, ağaç oyma, mimarlık) içinde sınırlanmıştır. Aslında kültürü kesinlikle toplumsal yaşamın sanat ve edebiyat gibi belli bir alanına ve anına sıkıştırmamak gerekmektedir. Kültür insanın toplumsal yaşamının her alanında kendisinin ve kendisine ait olanın (veya olduğunu sandığını) ifadesidir; çünkü kültür, insanın kendi yaşamını, geçmişten gelen tecrübeler ve birikimlerle ve kendi yarattıklarıyla nasıl ürettiğini anlatmaktadır. İnsan kendini nasıl üretiyorsa, insan odur ve bu üretme yolu onun kültürüdür (Erdoğan, 2006: 71). Toplumların gelişmesi, karmaşık yapıya sahip olmaları sonucunda kültürel değişimler hızlanmaktadır. Teknolojik gelişmelerin sağladığı kolaylık ile birlikte etkileşim artmakta ve kültür daha etkin bir hale gelmektedir.

Kültürle üretilen, belli biçimdeki materyal yaşam ve bu yaşamın ideolojisi ve bilincidir. Yaşamın ideolojisi ve bilincinin üretimi de, materyal kültürün üretim özellikleriyle beraber gider, onun tarafından belirlendikten sonra, onunla etkileşime başlar. Bu etkileşim sürecinde, sadece egemen kültürler yeniden-üretilip sürekliliği

sağlanmaya çalışılmaz, aynı zamanda, karşıt olan kültürler üretilir ve mücadele verirler. Dolayısıyla, kültür alanı insan yaşamının tümünü kapsayan egemenlik ve mücadele alanıdır (Erdoğan ve Alemdar 2005: 26).

Storey'e göre, kültürel çalışmalardaki "kültür" kavramı, estetik anlamdan çok siyasal anlamıyla tanımlanmaktadır. Aynı şekilde, bu çalışmaların konusu dar anlamıyla estetik mükemmeliyet veya estetik, düşünsel ve ruhsal gelişim süreci olarak ifade edilen kültür değil; günlük yaşamın konusu ve uygulaması olarak anlaşılan kültürdür. Kültürel çalışmalar, siyasal açıdan ele aldığı kültürü, bir çatışma ve mücadele alanı olarak görmeyi tercih etmektedir. Kültür, ayrıca günlük yaşamdaki toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretimi sürecinde anahtar bir rol oynamaktadır (Storey, 2000: 9-10).

Kültür, yerine getirdiği işlevler itibariyle insanoğluna özgüdür ve toplumlar için vazgeçilmezdir. Fichter, kültürün işlevlerini şöyle sıralamıştır: Toplumda bir "yaşama deseni" oluşturarak, toplumsal davranışın çeşitli parçalarını eşgüdümlü olarak birbirleriyle ilişkilendirmekte ve onları ait oldukları genel bir anlam bütününe kavuşturmaktadır. Toplumun değerlerini bir araya getirir, içerir ve yorumlar. İnsanlar neyin uygulanabileceğini öğrenmektedir. Böylece toplumsallığın kuşaktan kuşağa aktarımını gerçekleştirir. Bireyleri sadece kendi kültürel geleneklerine bağlı hâle getirilmekle kalmamakta, aynı zamanda onları bu gelenekleri paylaşan kişilere ve sisteme karşı sadık olmaya yöneltmektedir. Kültür toplumları birbirinden ayırmaya yarayan bir "alameti farika"dır. Toplumsal kişiliği oluşturmaktadır (Fichter, 1993: 137).

1.2. Popüler Kültür

Popüler kültür ile ilgili pek çok yorum olduğunu görmekteyiz. Popüler kültür çalışmalarının bir kısmı popüler kültürü halkın kültürü olarak görürken, bir başka kısmı da halka dayatılan kültür olarak değerlendirmiştir. Diğer yandan popüler kültür yaygın olan kültür şeklinde de tanımlanmıştır. Burada kitle kültürü ile eşdeğer tutulduğunu

görmekteyiz. Popüler kendini tanımlarken, popüler olmayanı da tanımlamakta, nelerin tercih edildiği ve nelerin tercih edilmediği de böylelikle karşımıza çıkmaktadır.

“Popüler”, başlangıçta Latince “popularis”ten türeyerek “halka ait” anlamına gelen hukuki ve siyasi bir terimdi. Örneğin 16. yüzyılda popüler hükümet terimi, halk tarafından kurulan ve yürütülen bir siyasi sistem anlamına geliyordu. Ama aynı zamanda “aşağı” ya da “değersiz” anlamları da vardı. Sonradan hakim olan “yaygınca tercih edilen ya da “çok beğenilen”i ifade eden “ticari” tanım, beğenilmek için hesaplı bir çaba göstermek anlamını da içeriyordu. Bugün, “popüler” teriminde bu anlamların hepsi örtüşmektedir (Özbek, 2002: 82). Williams’ ın popüler kültürün “çok sayıda insan tarafından beğenilen” anlamından daha önemli gördüğü iki anlam vardır. Birincisi, politik kültür oluşudur. İkincisi, eski hayat tarzı içinde hiçbir zaman kültür olarak tanınmayan bütün bir yelpazeyi de (günlük konuşma ve alışverişin çok hareketli dünyasını) kapsamaktadır (Modleski, 1998: 25). Dolayısıyla popüler kültürün anlam yelpazesi bu tanımlamalarla birlikte oldukça geniş bir alanı işaret etmektedir.

Yapılan onca tartışma ve çalışmaya karşın popüler kültür kavramının anlamı üzerinde henüz bir uzlaşma sağlanabilmiş değildir. Kimileri popüler kavramından yola çıkarak popüler kültürü, halk kavramıyla bağlantılandırmaktadır. Onlara göre popüler kültür, halk ya da halkın dışında ya da üstünde yer alanlar tarafından halk için üretilen her şeydir (Güngör, 1999: 9). Bu bakış açısına göre popüler kültüre olumlu bir yaklaşım söz konusudur. Popüler kültürün halkın çoğunluğu tarafından sevilen ve beğenilen, tüketim dışında tutulan anlamı olumlu biçimde değerlendirilmektedir.

Popülerin İngilizcede dilsel orijini orta çağlarda “halkın” anlamında, günümüzde ise “çoğunluk” tarafından sevilen ve seçilen anlamında kullanılır. Bu bağlamda popüler kültür “halkın kültürü” anlamından günümüzde çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen kültür anlamına doğru bir dönüşüme uğramıştır. Siyasal alanda popüler kültür, egemen örgütlenme ve yapış biçimlerinin kabulü, doğrulanması ve yüceltilmesi (halkoyu) demektir. Ekonomik alanda popüler kültürel pratikler serbest pazar denen tekelleri kapitalist pazarın evrenselleştirilerek meşrulaştırılmasıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 33). Dolayısıyla ticari, siyasi, ekonomik vb. alanlarla ilişkilendirilen popüler kültür, kitle kültürünün somut şekillerinden biridir. Kitle kültürü tekelleri kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve ihtiyaçlarına göre

biçimlenip değişerek sunulan bir kùltùrdür. Popùler kùltùr pazar tarafından pazarda tüketim için “sipariş edilen, ısmarlama” kitle kùltüründe, en popùler ürünleri ve tüketimleri anlatmaktadır. Popùler kùltùr kendi biçimlerinin çoğunu halk kùltüründen alıp işlevsel dönüşümlere uğratarak kendine mal etmiştir.

“Popùler”e “yaygın olarak beğenilen, tüketilen” anlamını veren “ticari” tanımı benimseyenler, genellikle popùler kùltùr kavramını kitle kùltürüyle eş anlamda kullanmakta ve bu doğrultudaki kuramsal yaklaşımı kabul etmektedirler. Popùler kùltùr en çok alınıp satılan mal ve ilişkidir. Egemen ilişki “satın al-kullan-at-satın al” veya “satın al-tüket-satın al” çemberi içinde döner. Popùler kùltùr kullanım ve tüketim kùltürüdür: Popùlerin üretiminin ilk safhasından son kullanım safhasına kadar her safhasında kullanım ve tüketim vardır. Popùlerin yaratılmasında; popùler spor, popùler sporcu ve sanatçılar, popùler yapılan düşünceler, popùler televizyon ve televizyon programları, popùler magazin ve dergi kahramanları gibi popùlerler de kullanılmaktadır. Tüketim ile birlikte anılan bu anlam günümüzde popùler kùltùr algısına en yakın olandır (Tanrıöver ve Eyüboğlu, 2000: 147). Popùler kùltürün sunmuş olduğu ürünler bizde tüketim çağrışımı yapmaktadır. Bireye sadece tüketici rolü yakıştırılmış, kendilerine verilen bu rolün dışına çıkmalarına izin verilmemiş ve tüketim ideolojisini kabullenmeleri sağlanmıştır. Popùler kùltürün temelinde yatan ticari neden, ‘kâr’ elde etme amacıyla tüketime sunulan popùler kùltùr ürünlerinin tüketilmesidir.

Mutlu, Mukerji ile Schudson’u izleyerek popùler kùltürün “bir toplumda geniş bir şekilde paylaşılan inançları ve pratikleri ve bunların örgütlendiği nesnelere dile getirdiğini” söylemenin, en azından işlerliği olan bir tanım sağlaması bakımından doğru olacağını düşünmektedir. “Popùler kùltùr kökleri yerel geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratiklerini ve nesnelere, keza siyasal ve ticari merkezlerde üretilen kitlesel inançları, pratikleri ve nesnelere içerir; popùler kùltürün içeriğinde popùlerleştirilmiş seçkin kültürel biçimlerin yanı sıra müze geleneği düzeyine yükseltilmiş popùler biçimler de bulunmaktadır (Mutlu, 2006: 27).”

Popùler kùltùr, en geniş ve kabul gören tanımıyla, “gündelik hayatın” kùltürüdür. Önemi de buradan gelmektedir. “İktidar” ve “ekonomi”, tüm maddilikleri ve ağırlıklarıyla (yasalar, hapishaneler, polis, ordu, partiler, okul vs. kurumlar ile vergiler,

ücret ve maaşlar, gelir dağılımındaki eşitsizlik, iş güvenliği yokluğu vs.) gündelik hayatta işlemektedir. Bütün ideolojik formasyonlar (siyasal, kültürel, düşünsel, cinsel, dinsel vs.) gündelik hayatta gerçekleşmektedir ve gündelik yaşam yönetenler ve yönetilenleri yan yana getirmektedir (Oktay, 2004: 273-274). Fine'ın önemle üzerinde durduğu biçimde rağbette olma, popüler kültür retorığının en ayırt edici özelliğidir. Muteber olanla değil, rağbette olanla sınırları çizilen popüler kültür, gündelik hayata ilişkindir ve gündelik hayat bilgisine, diğer kültürlerden çok daha fazla bel bağlamaktadır. Popüler kültür retorığı gündelik hayat ile kurulan bir retoriktir (Sözen, 2006: 57). Dolayısıyla hayatla bu derece bütünleşen bir kültürün yarattığı etkinin de aynı ölçüde yoğun ve kalıcı olması beklenebilir.

Neyin karşılaştırıldığını bilmediğimiz sürece popüler kültürün, tanımı gereği yalnızca bir kısmını oluşturduğu tüm alanı kavramamız olanaklı değildir. Bu nedenle ne yaptığımızı bilmeden önce ne ile uğraştığımızı bilmemiz gerekmektedir. Marksist edebiyat ve kültürel eleştiri yazılarında yaygın olan ilk görüşe göre popüler kültür, homojen tüketiciler kitlesi olarak algılanan halk'ın denetleme olanağının olmadığı ve onu, herhangi bir yaratıcı ve geliştirici niteliğe sahip olarak tanımayan ticari araçlar tarafından üretilen ve dağıtılan zorlama bir kitle kültürü olarak algılanmaktadır (Bennett, 1999: 67). Mac Donald popüler kültürü, “hem (cinsellik, ölüm, başarısızlık, trajedi gibi) derin gerçekleri, hem de basit, anlık mutlulukları hükümsüz kılan, değersiz, önemsiz bir kültür” olarak tanımlamaktadır (Gans, 2005: 54). Bu görüşün popüler kültüre eleştirisi popüler olmayanın değersiz, gereksiz olanı, rekabette kaybeden tarafı işaret etmesidir.

Popüler kültür, kültürel “şeylerin” teknolojik araçlarla üretimi ve geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim olmayınca, örneğin teknolojik çoğaltma, seri üretim, tv veya basın olmayınca, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçimi de olmaz. Günümüzde popüler kültür, kitle üretimi yapan pazarın ekonomik, siyasal ve bilişselliğin ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biridir (Erdoğan ve Alemdar 2005: 34). Pazarın oluşmasıyla birlikte kitle kültürüne eklemlenen popüler kültür, varlığını buna bağlı olarak sürdürmektedir. Pazar ekonomisinin yokluğunda popüler kültürün var olması olanaksız olarak görülmektedir.

Popüler kültür bir kullanım ve tüketim kültürüdür. Kullanım ve tüketim popülerin üretiminin ilk safhasından son-kullanım ve atma safhasına kadar her aşamasında vardır. Tüketici eğer popülere katılmazsa ve kazara popüleri yakalayamazsa popüler bir şekilde tedirgin edilmekte ve tedirgin hissetmekte ve huzursuzlaşmaktadır. Kitle üretimi yapan endüstriyel yapıda insan materyal ürünleri, bu materyal ürünü yaratan üretim biçimi ve ilişkilerine uygun bilinci taşıyarak yaratır. İşte bu, egemen dolayısıyla popüler olandır (Erdoğan ve Alemdar 2005: 35). Sistemin dışında kalanın ötekileştirilmesi durumu söz konusudur. Sürüden ayrılmanız üzerinizde kurulan psikolojik baskı ile hayli zorlaştırılmıştır. Popüler kültür ürünleri kültürel yeniden üretim bağlamında taşıdıkları mesajlar ve bu mesajların “etkileri” açısından önem taşımaktadırlar.

Popüler kültür çok sayıda insana hitap etmektedir. Kitle kültüründen farklı olarak popüler kültür bizi ne manipüle eder ne de yansıtır; biz onu yorumlama gücüne sahip olduğumuz için, popüler kültür hemen her yerde bizimledir. Popüler kültür bilimde sanatta, politikada, ekonomik pratiklerde, dilin kullanıldığı hemen her yerde belli bir uzmanlaşmaya gerek kalmadan gelişme imkanı bulan bir söylemsel özellik taşımaktadır (Sözen, 2006: 63). Dolayısıyla burada bireyin etkin olma durumu yönünden popüler kültür, kitle kültüründen farklılık göstermektedir.

Erdoğan’ a göre, popüler kültürde değersiz olan şey “emtia olmayan” ürün ve popülere katılmayan kişidir. Bunun başta gelen nedeni, popülerliği üreten ve yaygınlaştıran güç merkezinin kimliğidir. Eskiden, popüleri (halk ozanını, halk öyküsünü, halk ağıtını) günlük pratikleriyle üreten ve tanımlayan güç halktı. Bugün popüleri tanımlayan ve üreten güç, popüler adıyla mal ve bilinç satışı yapan moda, soda, oyuncak, turizm, kültür ve eğlence endüstrileridir. Bu endüstrilerin biçimlendirdiği popüler kültür kendi materyal temelini yansıtmaktadır. Burada kişi kendine baktığında tüketim ve moda kültürünün standartlaşmış ve homojen yapısını görmüş olur (Erdoğan, 2005: 149). Dolayısıyla kişinin kendisini bulabilmesi ve varlığının değerli hale gelebilmesi için standartlaşması gerekmektedir. Sistemin uyumlu bir parçası olmak dışında bir alternatifi yoktur.

Popüler kültür akademik alanda sanattan, edebiyata ve iletişime kadar birçok disiplin içinde ele alınmaktadır. Popüler kültürün ele alış bağlamları oldukça çeşitlidir:

- a. Popüler sanat, popüler mimarlık, popüler tasarım,
- b. Kitle iletişimi (elektronik iletişim ve internet; film, müzik, radyo, televizyon, basın, kitap, dergi, reklam, halkla ilişkiler)
- c. Eğitim, eğitim felsefesi, genel eğitim ve eğitim kurumları,
- d. Yiyecek ve halkın yaşam yolları,
- e. Edebiyat (şiir, roman, güldürü, korku, macera, dedektif, tarihsel kurgu, aşk, bilim-kurgu ve fantezi hikayeleri, romanları)
- f. Giyecek, vücut ve görünümü,
- g. Koleksiyon olanları toplama,
- h. Teknoloji,
- i. Metodoloji,
- j. Performans ve tiyatro (dans, müzik, sahne),
- k. Yer ve zaman: etnik kültürler,
- l. Fiziksel popüler kültür (eros ve porno; spor, çocuk edebiyatı),
- m. Yaşlılık, ölüm ve ölme,
- n. Savaş ve cinayet (Erdoğan ve Alemdar 2005: 40).

Yukarıdaki farklı alıntılardan hareketle, bu çalışmadaki popüler kültür salt halka ait olan bir olgu değildir. Popüler kültür, iktidar ve halk arasındaki mücadele ile ilişkilidir. Kültürle üretilen bir yaşam söz konusudur ve içinde belli ideolojileri barındırmaktadır. Popüler kültür pazar tarafından pazarda tüketim için “sipariş edilen, ısmarlama” olanlar arasında, en popüler ürünleri ve tüketimleri anlatmaktadır. Sürekli varlığını sürdüren değişim ile de kalıcılık sağlanmaktadır.

1.2.1. Kitle Kültürü

Popüler kültür kavramını açıklarken kitle kültürü kavramını da açıklamak gerekmektedir. Çünkü, kitle kültürü ve popüler kültür kavramının yakından ilişkisi olduğu varsayılmaktadır. Kavramlar arası farklılıklar bulunsa da zaman zaman aynı anlamda kullanıldığı görülmektedir.

Kitle denildiğinde günümüzde sayısı belli olmayan insan çokluğu anlatılmak istenmektedir. Kitle iletişimindeki kitle sayısı bilinmeyen izleyici, okuyucu, seyredici ve kullanıcıdır. Ekonomik bazda kitle, bilinmeyen sayıdaki tüketicidir. Kültür bazında kitle, kültürü tüketenler ve dolayısıyla tüketimden geçerek üretim için gereksinimi üretenlerdir. Kitle kültürü kitle üretimi yapan bir endüstriyel yapının yarattığı materyal yaşamı gerçekleştirme ve bu gerçekleştiriminin bilişsel ve düşünsel biçimidir. Günümüzde kitle kültürü kitle iletişimi araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte düşünülmektedir. Kitle kültürüyle biçimlendirilen dünya kapitalist üretim tarzının egemenliğindeki bir uygarlığı temsil etmektedir (Erdoğan ve Alemdar 2005: 41). Yüceltilen ürünler karşısında bireyler, emeğini ve boş zamanlarını satma davranışı içine girmektedirler. Kitle kültürü içinde kitlelere sunulan hedef, her zaman daha çok üretmek ve daha çok tüketmek olmuştur.

Kitle kültürü kavramı, kitle toplumuyla bitişik bir kavramdır. Batılı toplumların 19. yüzyıl sonundan itibaren, birbirleriyle aynı özelliklere sahip ama bir o kadar da birbirlerinden uzak “atomlaşmış” bireylerden oluşan türdeş bir toplum haline geldiğini varsayan bu kavram, toplumsal farklılıkların varlığını yok sayan bir kurama dayanmaktadır. Böylelikle kitle kültürü kavramını kullananlar, çoğunlukla yalnızca sanatı dışarıda bırakarak, modern toplumda tek bir kültür olduğunu varsaymaktadırlar (Özbek, 2002: 89). Kitle kültürü Frankfurt Okulu’nun ele aldığı konulardan birisidir. Okul, modernliğin kültürü standartlaştırıcı etkisine yönelik eleştirilerini “kültür endüstrisi” üzerinden yapmıştır. Okulun “kültür endüstrisi” eleştirisi, özünde ekonominin belirleyiciliğine bağlı olsa da kültürün çok önemli bir yeri vardır.

Frankfurt Okulu üyeleri “kitle kültürü” ve “popüler kültür” yerine “kültür endüstrisi” kavramını kullanmayı tercih etmişlerdir. Bildik şeylerin yeni bir nitelikte birleşmesi olan kültür endüstrisinde kitleler birincil değil ikincilerdir, hesaplanmışlardır; mekanizmanın eklentisi şeklindedirler. Müşteri, kültür endüstrisinin inandırmak istediği gibi, kral değildir; kültür endüstrisinin öznesi değil, nesnesidir. Birey yüceltilmenin aksine baskı altına alınmış, birey üzerinde tahakküm yöntemleri kullanılmıştır. Kapitalist sistemle beraber kültürün endüstri ve ticaretin mantığına göre biçimlendiğini, yani ticarileştiğini ve endüstriyel üretimin bir aygıtı haline geldiğini iddia edilmiştir (Kızılcılık, 2008: 329-330). Kültür endüstrisi görünüşte toplumsal anlamda eşitlikçi bir yapıyı amaçlıyormuş gibi görünmesine ve bireyselleşmeyi

desteklemesine rağmen gerçekte tam tersi bir görev üstlenmektedir. Bireyi şeyleştirerek/ nesneleştirerek mevcut düzenin çarkları içinde küçük bir alana hapsetmiştir. Frankfurt Okulu'nun modern toplum eleştirisi olarak üzerinde durdukları “şeyleşme/nesneleşme” olgusu ciddiye alınması gereken bir noktadır.

Okulun kültür endüstrisi eleştirisinin temel noktaları şunlardır:

1. Kitlesele tüketim aracılığı ile birey sürekli olarak yanlış ihtiyaçların boyunduruğu altındadır.
2. Kültür endüstrisi, tüketicuyu düşünceye yöneltmek yerine hazır yorumlar sunmaktadır.
3. Bireye özgürlük alanları sunulduğu söyleminin altında aslında bireyselliğe bir karşı çıkış mevcuttur.

Frankfurt Okulu'nun kitle kültürü ve kitle toplumu kuramında iki tema öne çıkmaktadır. 1.Yoğun ekonomik ve teknolojik gelişmeler karşısında geleneksel toplumsallaşma kurumlarının zayıflaması 2. İnsanın emek ve etkinliği sonucu ortaya çıkan nesnelere, insan kontrolünün dışında gözükten bağımsız, özerk güçlere dönüştüğü kültürün artan somutlaşması. Böylelikle kitle toplumunun parçalanmış insanı “ anlaşılmaz bir zorunluluk” tarafından yönetilmektedir (Swingewood, 1996: 32). Bütün tüketicileri kapsayacak çapta bir takım kategorilendirmeler yapılmakta, kimse de bunun neden böyle olduğuna ilişkin bir soru soramamakta, olayı olduğu gibi kabullenmektedir. Halka düşen görev, kendi tipi için seri halde üretilen ürünleri tüketmektir. Birer istatistik malzemesi olarak tüketiciler, propaganda mekanlarından artık bir farkı kalmayan araştırma mekanlarının haritalarında gelir gruplarına göre ayrılmakta ve kırmızı, yeşil, mavi alanlara dağılmaktadır (Horkheimer ve Adorno, 1996: 11-12). Dolayısıyla kendisine sunulanlarla yetinmek zorunda kalan bireyin, çizilen sınırların dışına çıkması pek mümkün görünmemektedir.

Frankfurt Okulu kitle kültürü ve kitle toplumunu oldukça rahat, yarı-refah ve yarı-garnizon toplumu olarak nitelendirmektedirler. Bu toplumda geleneksel bağlar örgütlenmeler yok denecek şekilde azalmakta; belli çıkarlar ve fikirlere dayanan tutarlı “halk” gitgide ortadan kalkmakta; insan kendisi tüketici olmakta, kendisi, emdiği değerler ve vakit geçirme, eğlenme, oyalanmalar ve mallar gibi kitle halinde

üretilmektedir. Kitle iletişim araçları tarafından üretilen fikirler de bu kitle kültürü ve toplumunu tasdik etmektedir. Adorno ve Horkheimer için, gelişmiş kapitalizmdeki kültürel üretim yapılanması, her şeye damgasını vuran kesin bir tekdüzelik sonucunu yaratmıştır. Eğlence endüstrilerinin kapitalist işletme olarak yükselmesi kültürel biçimlerin standartlaşması ve rasyonalizasyonu ile sonuçlanmıştır. Bu endüstriler tarafından üretilen mallar, kapitalist birikim ve kar elde etme amaçlarına uygun bir şekilde hazırlanıp üretilmektedirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 41, 2006: 287-288). Dolayısıyla Horkheimer ve Adorno'ya göre, ileri kapitalist toplumda finans ve üretici güçler kültür tekellerini de ellerinde bulundurmaktaydılar. Kültür metalaştırılarak, bireyler kitle kültürünün ürünleri aracılığıyla ait oldukları statü gruplarına uygun tüketim biçimlerine yönlendirilmekte ve böylece statüko rasyonelleştirilmektedir.

Kitle kültürü, kitle tüketim çağının bir verisidir ve diğer kültürlerle karşılaştırıldığında manipülatif karakteri ön plandadır. Eğlendiricilik unsuru başta olmak üzere, reklam sektörü, sinema, basın, televizyon, ve hatta bestseller kitaplar, kitle kültürünün manipülatif karakteriyle yaygınlaşmıştır. Kitle kültüründe tüketici düşünmeye yönelmez, tersine ona dünyanın yorumu hazır sunulmaktadır. Birey, kitle kültürünün aracı olmuş ve yorum yapma yeteneğini yitirmiştir (Sözen, 2006: 62). Bizzat kültür endüstrisi terimini görünüşteki değeriyle almak, öyle anlamak gerekmektedir. Bu endüstri yalnızca ürünleri değil, üretici ve tüketicileri de yeniden ve yeniden üretmektedir. Boş zaman faaliyetleri ve eğlencenin tekrarlanma dürtüsüne dayalı olarak zorla tüketme biçimlerinin olması anlamını taşımaktadır (Krogh, 1999: 258). İnsanlar bu kültür nedeniyle sürekli endişe içinde yaşar halde, yalnız, kabalaşmış ve aynılaştırılmıştır. Bireyler, kendilerine ihtiyaç olarak gösterilen ya da dayatılan metaları elde etmek adına daha çok çalışmakta ve böylelikle de üretim aygıtına daha bağımlı hale gelmektedir.

Hall ve Whannel, C. Wright Mills'den Q.D: Leavise'e, Ortega y Gasset'e, Orvell'e kadar kitle kültürü eleştirmenlerinin görüşlerinden hareketle derledikleri ve kitle kültürünün işlevlerine yönelik eleştirileri şöyle sıralamaktadır: Bir avuç insanın elinde toplanan iktidar kitle kültürünün inceltilmiş manipülasyon teknikleriyle sürdürülmektedir; kitle kültürü kitlesel olarak bir formüle göre üretilen ve yaratıcılığa yer vermeyen bir süreçtir; insanlar bu kültür nedeniyle toplumun katılımcıları yerine, başkalarının ürettiklerinin edilgin tüketicileri haline gelmişlerdir; kitle kültüründe

medya bize yapay bir dünya görünümü sunmakta ve gerçeklik duygumuzu tanımlamaktadır, yaşantımızı basmakalıp yargılar şeklinde düzenlemekte; kitle kültürü bizi birbirimize benzer hale getirmektedir; kitle kültürü halk sanatını yok eder, popüler sanatın kökünü kurutur ve yüksek sanatı tehdit etmekte, medya kitle kültüründe gereksinimlerimizi ve arzularımızı tatmin etmektense sömürmektedir; kitle kültürü vasatlığı överek sıradanlığı yüceltmektedir; kitle kültürünün tanımlayıcı bir unsuru da kişilik kültürüdür ve kitle kamusal toplulukları yerinden ettikçe, hakiki bireyin yerini de kişilik kültü (insanın ne olduğunun, ne yapmış olduğunun değil, imajının, görünen yüzünün vurgulanması) almakta; kitle kültürü insanların gerçeklikten kaçmalarına imkan vermektedir (Mutlu, 2005: 308). Yapılmış bütün tanımlamalar bizi kitle kültürünün hayatlarımızı bir çember içerisine aldığı sonucuna ulaştırmaktadır. Modern toplumda bireyler, özgür olduğunu zanneden birer köle haline gelmişlerdir.

Kitle kültürüne yöneltilen yoğun olumsuz eleştirilerin yanında olumlu yaklaşımlar da yer almaktadır. 20. yüzyılda kitle kültürü tartışmaları tutucu çevrelerde hala devam ederken, liberal çevrelerde, artık tehdit edici, yok edilmesi veya bastırılması gereken bir olgu olmaktan çıkmış, demokrasinin bir gereği olarak sunulmaya başlanmıştır. Diğer bir deyişle kitle toplumu, gelişmiş iş bölümünün, kitle iletişiminin ve demokratik yoldan ulaşılmış toplumsal mutabakatın bir ürünü olarak düşünülmektedir. Kitle toplumunda artık farklılıklar kaybolmaya başlamış, kapitalizmin ve sanayileşmenin mantığına uygun olarak, işçi sınıfının niceliğinde bir daralmayla beraber orta sınıfların genişlemesi söz konusu olmuştur (Erdoğan, 2005: 146). Sınıflar arasında oluşan böyle bir değişimin olumlu olarak algılandığı bu yaklaşım diğerlerinden oldukça farklı bir yorum olmuştur.

Kitle kültürü, kitle kültürünün ürünleri, bu ürünlerin tüketicisi olan bizlerin dışında uzağında, bizim denetimimizin dışındaki kuruluşlarda, karar odaklarında, işletmelerde tasarlanmakta, dizayn edilmekte, yazılmakta, görüntülenmekte, basılmaktadır. Kitle kültürü ürünlerinin bu tasarlanma, dizayn edilme ve üretilme işlemlerinde bizim konumumuz edilgindir, “potansiyel müşteriler” denilen bizlere tanınmış “temsili” bir yerdir. Bizim neleri seveceğimizi, neleri sevmeyeceğimizi, nelerden korkacağımızı, neleri ve kimleri kıskanacağımızı, kimlere hayranlık duyacağımızı ortaya koymaya çalışmaktadırlar (Oskay, 2008: 152). Çoğunluğa hakim olan anlayışa göre birey, sisteme tabi olan bir konumda yer almaktadır.

1.2.2. Popüler Kültürün Oluşması ve Yayılmasında Kitle İletişim Araçlarının Yeri

20. yüzyıla gelindiğinde popüler kültür alanındaki çalışmaların hızlandığı görülmektedir. Özellikle bu dönemde medyanın büyük bir hızla gelişmesi kişilerin inançlarını, değerlerini, dünyaya bakış açılarını etkilemiş ve popüler kültüre yönelime zemin hazırlamıştır. Kapitalist güçler, varlıklarını sağlamlaştırmak amacıyla medyayı ve reklâmları kullanarak gelirlerini arttırmıştır. Kitle kültürünün üretim ve yaygınlaşmasının sağlayıcısı olan medya, onun bir anlamda pazarı konumundadır.

Kitle iletişimi “kitle medyası” denilen (özellikle basın, radyo ve tv gibi) araçlarla aracılanmış iletişim biçimidir. Kitleleri yönetimde kitlelere ulaşma ve kontrol ilişkisi olarak modern kitle iletişim araçları denen teknolojik araçların kullanımı yazının kullanımından başlayarak matbaanın çıkması ve basının oluşup yaygınlaşmasıyla başlamıştır. Kitle iletişiminin başlangıcı olarak bazıları Gutenberg’in icadıyla gelişen basın tarafından 1540’larda çoğaltılarak basılmasını benimsemektedirler. Özellikle kapitalist egemenlikle birlikte, kitle iletişimi araçlarının gelişmesine paralel olarak, siyasal ve ekonomik pazar için bilginin ve enformasyonun ve haber denen merkezi dedikodu ve ideolojik yönetim yoluyla kitleler için bilgisizliğin ve cehaletin üretimi hızla geliştirilmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 94). Bireylere, oluşan yeni topluma uyum sağlamaları koşuluyla daha yüksek standarda sahip bir yaşam vaad edilmiştir. Bu düşüncenin yaygınlaşmasının en büyük yardımcısı da kitle iletişim araçlarıdır.

Jean Baudrillard geç kapitalist toplumda, elektronik kitle iletişim araçlarının oynadıkları role dikkat çekmektedir. Televizyon, insanların gerçeklik duygusunu tehdit eden bir imaj ve enformasyon aşırılığı üretmektedir. Anlamlandırma kültürünün zaferi, göstergelerin ve imajların dallanıp budaklanmasının gerçek ve hayali arasındaki ayrımı silikleştirdiği bir simülasyon dünyasına yol açmaktadır (Dağtaş, 2009: 59). Kitle iletişim araçlarının işlevi dünyanın yaşanan, benzersiz karakterini, yerine oldukları halleriyle birbirine türdeş, birbirlerini anlamlandıran ve birbirlerine gönderme yapan bir araçlar evrenini geçirmek için nötr hale getirmektir. Televizyonun aracılık ettiği şey,

teknik örgütlenmesi yoluyla kolayca görselleştirilebilir, kesilebilir ve imgelerde okunabilir bir dünya fikridir (ideolojisidir). Dünyayı oluşturan her şey, sanayisel olarak tüketime hazır ürün, gösterge malzemesi muamelesi gören tüm kültürdür ve tüm kültürel ya da politik olay değeri kaybolmuştur (Baudrillard, 2008: 155-156). Kültürün içinin boşaltılması “yanlış bilinçlilik” haline dönüşümü hızlandırmıştır.

Kitle iletişim araçları tarafından sunulan tüketim kültürünün bireyselliği, demokrasiyi ve toplumu tehdit etmesi Frankfurt Okulu’na mensup eleştirel toplum kuramcılarının başlıca ilgi noktasını oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalarda; gerek reklamcılıkta gerekse medya aracılığıyla üretilen kültür endüstrisinde saptanan standartlar, çarpıcı ama bilinen, kolay ama çekici, belli bir beceri ve ustalığın ürünü ama sade özelliklere sahiptir. Hedef, aptal ve isyankar olarak nitelendirilen tüketiciye tahakküm edecek güce ulaşmak, onu dize getirmektir (Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 54). Bireylerin üzerinde bu denli etkili bir kontrol sağlayabilmek için onları olabildiğince cahilleştirmek gerekmektedir.

“Sosyalizasyon ajanı” olarak işlevde bulunan kitle iletişim araçları, modern yapılarda ve sistemlerde önemli bir aygıt olmuş, hatta ailenin bazı işlevlerini üstlenmiştir. Marcuse’e göre, kitle iletişim araçlarıyla birey sosyalizasyon sürecinde pasifleştirilmiştir. Yoğun manipülasyon sayesinde bireyin özerkliği zayıflatılmıştır. O, modern toplumda kitle iletişim araçlarının dili kullanarak oluşturduğu kültür endüstrisi aracılığıyla bireyleri, onların içinde bulunduğu kültürel ağı ve özellikle de “gerçek kültürü” yok ettiğini ileri sürmüştür. Eleştirel teorisyenlerin “kültür endüstrisi teorisi”, Amerika’daki gözlem ve deneyimleri kaynaklıdır. Onlar, Amerikan toplumunu yönlendirmede başat öğeler olarak gördükleri basın, radyo ve sinema üzerine yoğunlaşmışlar, söz konusu kitle iletişim araçlarının egemen güçlerin sınıfsal çıkarlarına nasıl işlevde bulduklarını tahlil etmişlerdir (Kızılçelik, 2008: 349-350).

Türkiye’de popüler kültür olgusu kitle iletişim araçlarının geniş toplum kesimleri arasında yaygın hale gelmesiyle çok daha etkinlik kazanmıştır. Popüler kültürün belirgin özellikleri yaygınlaşmıştır. Günlük düşünüp günlük yaşamaya başlayan çağdaş toplumun bireyleri sürekli ve bilinçsiz bir biçimde tüketmeye başlamıştır. Yerleşik kültür, yerini kitle iletişim araçlarının yönlendirdiği zevklere terk etmiştir. Çoğunluğun kabul ettiği popüler kültür olgusu da böylece ortaya çıkmış ve

yaygınlaşmıştır. Popüler kültürün yaygınlaşması tarihsel bir süreci kapsamaktadır. Türkiye’deki popüler kültürün oluşum sürecinde medyadan başka etkenler de rol almıştır. 1950’lerden sonra hız kazanan göç ve toplumsal yaşantıdaki değişimlerle birlikte medya aracılığı ile özellikle de 1990’larda ortaya çıkan özel televizyonların büyük etkisiyle, popüler kültür olgusu kültürel ortama iyice yerleşmiştir. Türkiye’de hakim olan kültür şekli ağırlıklı olarak medyatik popüler kültürdür. Bugün Türkiye genelinde insanlar günde 3-4 saat kitle iletişim araçları ile iç içe yaşamaktadır. Bu zaman dilimi, insanların ömürlerinin önemli bir bölümünü kesintisiz olarak medya ile geçirmesi anlamına gelmektedir. Kitle iletişim araçları imgeler oluşturarak insanların düşlerini satın almakta ve onları popüler kültür sürecinin içerisine çekmektedir. Endüstrileşmiş ülkelerin hepsi popüler kültür sorunu yaşamaktadır ve bu konu üzerine ciddi bir şekilde çalışmaktadırlar (Kızıldağ, 2001: 31-64).

Kitle iletişim araçları, toplumda kültürel dönüşümlerin yaşanmasında ve popüler kültürün yaratılması ve yaygınlaşmasında önemli işlevlere sahiptir. Kitle iletişim araçları insanları eğitmek, bilgilendirmek işlevinin yanı sıra aynı zamanda, küresel sermayenin kapitalist pazar ilişkilerine dönük yapısını destekleyen yayınlar yaparak kitleleri yönlendirmek işlevine de sahiptirler. Toplumsal yapı içerisinde düşüncelerin belirgin bir şekilde sunulduğu en etkili ideoloji üretim araçları arasında yer almaktadır. İdeoloji üretimine olan katkısı özellikle çok vurgulanan bir konu olmuştur.

Mills, kitle iletişim araçlarının kitle kültürü ve toplumu yarattığını ileri sürmüştür. Kitle iletişim araçları kitlelerin dikkatini çekebilmek için kabalaşmış, basitleşmiş ve basmakalıp izlenimler yaratma yoluna giderek cehalete neden olmaktadır (Kızılcelik, 2008: 352). C.Wright Mills “İktidar Seçkinleri” çalışmasında medya ile ilgili düşüncelerini şu şekilde özetlemektedir: Medya, kitle insanına kim olduğunu anlatmaktadır. Medya, kitle insanına ne olmak istediğini anlatmaktadır. Ona hırs, beklenti ve tutkular kazandırmaktadır. Medya, kitle insanına buna nasıl ulaşacağını anlatmaktadır. Medya, kitle insanına öyle olmadığı halde öyle olduğunu nasıl düşüneceğini anlatmaktadır. Ona kaçış imkanı vermektedir (Mutlu, 2005: 309). Yaratılan sahte mutluluk, bireyler üzerinde uyuşturucu etkisi yaratmaktadır. Bireyin kendisine verilenler ile yetindiği bu sistemin içinden çıkamaması sağlanmaktadır.

Herkesin kafasında, hayatının gerektirdiği anlam ve formlar için kullanılmak üzere “ikonojik” (saygı ve bağlılık duyulan nesne) imajlardan meydana gelmiş bir banka” oluşturmaktadır. Çağımızda, bu “banka” kitle iletişim araçlarından algılanan uyarılarla zenginleştirilmektedir. Bu araçlarla algıladığımız görüntüler ise, birer illüzyona dönüşmekte; duyularımız ne denli yoğunlaşırsa, yaptığımız algılamalar o denli bütünlük ve tutarlılıktan yoksunlaşmakta; yaşamımızın kendisi hakkında yapabileceğimiz değerlendirmeler birer fiksiyona dönüşmektedir. Böylece, kitlesel üretimin, kitlesel dağıtımın ve kitlesel tüketimin ardından meta tüketimine ilişkin beğeniler de standartlaştırılmış ve mekanikleştirilmiş olmaktadır (Oskay, 2010: 182). Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler halk üzerindeki denetim ve tahakküm süreçlerine daha da hız katmaktadır.

Kapitalist toplumlarda ideoloji daima mitolojiler ve ritüellerle el ele gitmiştir. Televizyon ve popüler kültür mitolojileri ve baskın ideolojileri ritüel bir şekilde iletide görev yapmaktadır. Bugün televizyon kültürel sembollerin egemen üreticisidir. Kellner’in belirttiği gibi televizyon ahlakı gerçekte hegemonik ideolojiyi üretmekte ve iletmekte; Brezilya, Meksika ve Amerika’dan gelen diziler toplumsal kuralları ihlal etmenin getirdiği acı çekmeyi ritüelleştirmektedirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 54-55). Televizyon ile birlikte normalleştirilen bu toplumsal kurallar oldukça hızlı bir biçimde yaygınlaşmaktadır. Seyirci böylelikle kendisine verilenleri yadırgamadan kabullenmektedir. Bu durum pazarın işleyişinin engellere takılmadan ilerlemesine sebep olmaktadır.

Medyanın popüler bilinci popüler endüstrilerin pazar bilinciyle şekillendirmesi ve şekillendirilmiş sömürmesi “halka istediğini verme” olarak sunulmaktadır. Bu sunuma göre medya ürünleri halkın istediğidir, dolayısıyla halkın kültürünü ve kendisini göstermektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 101). Evimizdeki televizyon bir araçtır: Bu araç örgütlü teknolojik bir yapının yoğun örgütlü faaliyetler ağıyla üretilmiş bir üründür. Bu ürünün kendisi popüler bir araçtır. Aynı zamanda televizyon kendini yaratan koşulları ve gözde pratikleri popüler yapan popülerlik yaratma ve tutma aracıdır. Televizyon, kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı, popüler yapıları ve popüler yapılmak isteneni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, özlüce popülerlik kimliği veren en popüler bir yönetsel iletişim aracıdır.

1.2.3. Popüler Kültürün İdeolojik İşlevleri

İnsan yaşamında ideolojinin temelde, insanların planlanmış, anlamlı bir dünyada eylemleri başlatıcı bilinçli, düşünen aktif bireyler olarak hayatlarını nasıl yaşayacaklarının ortaya çıkarılmasına ve düzenlenmesine ilişkin bir görevi vardır (Therborn, 2008: 27). John Fiske, genel olarak ideoloji kuramlarının; her tür iletişimin ve tüm anlamların toplumsal siyasi bir boyutu olduğunu ve bunların toplumsal bağlamları göz önünde tutulmadan anlaşılamayacağını vurgulamaktadır. Bu işleyiş ise mevcut statükoyu korur, çünkü toplumsal yapı içerisinde siyasi iktidarı ellerinde tutanlar yalnızca metaların değil yanı sıra fikirlerin ve anlamların da üretimini ve dağıtımını kontrol etmektedirler. Ekonomik sistem bu iktidarların çıkarlarına göre sistematikleştirilmiştir. Tüm ideoloji kuramları, ideolojinin sınıf hakimiyetlerini sürdürmeye çalıştığı konusunda hemfikirdir; farklılıklar ise hakimiyetlerin sürdürülme biçimlerinde görülmektedir (Fiske, 2003: 226). Fikirlerin kontrol altında tutulması sistemin işleyişi her zaman bir gereklilik olmuştur. İdeolojinin belli kullanımları vardır.

İdeoloji kavramı, hem gerçekliği gizleyen, hem de yeni toplumsal yapılar içinde insanları harekete geçirecek izlenceler anlamında kullanılabilir. Böylece, ideoloji denen olgu hem insanları ve toplumları değiştirip ileriye götürmeye yarayan bir anlatım biçimidir, hem de tutucu ve insan'ın kendi gerçekliğini kavramasını önlemeyi amaçlayan bir yanlış-bilinç üretimi düzeneği olarak görülmektedir. Marksist kurama göre ideoloji, ekonomi tarafında belirlenmektedir. Marksist düşünürler kapitalist sınıfın ideolojisinin başat olduğu ve kapitalist sınıfın ayrıcalıklı toplumsal konumlarının sürdürülmesinin amaçlandığı görüşünü ileri sürmüşlerdir.

Raymond Williams ideolojinin kullanımlarını: 1-Belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi, 2- Doğru ya da bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inançlar sistemi, yanlış fikirler ya da yanlış bilinç 3- Anlam ve fikir üretiminin genel süreci olarak belirlemiştir (Fiske 2003:212). Althusser ideolojinin temel işlevlerini dördü bir sistem olarak ortaya koymuştur: “1- Bireylere özne olarak seslenilmesi; 2-Özneye tabi olmaları; 3- Öznelerin birbirlerini tanıması ve nihayet öznenin kendisini tanıması; 4- Bu durumda her şeyin gerçekten böyle olduğuna ve öznelerin ne olduklarını tanımaları ve

buna uygun davranmaları koşuluyla he şeyin yolunda gideceğine ilişkin mutlak güvence” (Therborn, 2008: 28).

İdeoloji toplumsal formasyonu meydana getiren ekonomik, politik ve ideolojik üç ana düzeyden biridir. Bir toplumsal formasyonda insanlar önceden belirlenmiş ilişkiler içinde yer almaktadır. İnsanların oynayacakları roller de çizilmiştir. Toplumsal ilişkilerin taşıyıcısı olan bireyler, ideoloji tarafından ilişkilerin öznesi haline getirilmektedir (Althusser, 1970: 10). Althusser ideolojiyi bir sınıfın diğerine kabul ettirdiği, empoze ettiği bir şey olarak değil tüm sınıfların katıldığı, geçmişten gelen bir kavram olarak görmektedir. Ondan kaçmak olanaksızdır ve her yerdedir. İdeoloji bireylere, egemen değerleri benimseterek onların yaşadıkları sistemle uyumlu hale gelmelerini ya da yeni uyumlu yaşam sistemleri kurmalarını sağlamaktadır. Devletin (baskı) aygıtı “zor kullanarak” işlerken devletin ideolojik aygıtları “ideoloji” kullanarak işlemektedir.

Gramsci ideolojiyi, gündelik yaşamın bilincinin oluşturucusu sayan bir düşünürdür. Kullandığı temel kavram hegemonyadır. Gramsci, iktidar ilişkilerini irdelerken, egemen sınıfın iktidarını yürütüşünde ve toplumsal denetimi sürdürmesinde, biri güç diğeri rıza elde etme olmak üzere iki yol izlediğini söylemektedir. İdeoloji, toplumsal düzenin içinde, egemen sınıfın güç ve açık baskı kullanmaksızın rıza elde etmesine yarayan bir araçtır. Başka bir deyişle, ideoloji, Gramsci'ye göre, canlı bir toplumsal güç, önemli bir toplumsal denetim biçimi olmaktadır. Bunu; yani, bunca işe yarayan ideoloji'yi oluşturma, üretme ve kurma işini ise aydınlara yüklenmektedir. Aydınlar, egemen sınıfa katılan kesimleri ile, egemen sınıfın iktidarı ideolojik düzenlemelerle yürütmelerine yardımcı olmakta; toplumsal denetim kurmalarını sağlayacak hegemonik ideolojiyi onlar üretmektedir (Oskay, 1980: 198).

Hükümetler, kendi paylarına, her zaman gerçekle güvenilmez bir ilişki içinde olmuştur. Siyasetçiler öncelikle iktidarı kazanmak ve elde tutmakla ilgilenmektedirler ve dolayısıyla daima halkın desteğini kazanma ihtiyacı içinde olmuşlardır (Heywood,

2006: 300). Popüler her alana dahil olduğu gibi siyasal alana da dahildir. Siyasal alanda popüler, egemen politikaların kabulü anlamına gelmektedir.

Dikkatlerini popüler kültürel metinler üzerinde yoğunlaştıran araştırmacılar söz konusu metinleri donatan mesajların, toplumun güç sahibi kesimlerinin, yani egemen kesimin ideolojik değerleriyle yüklü olduğunu ileri sürmektedirler. Örneğin, Douglas Kellner özellikle televizyon metinlerinde, reklamlarda, dizilerde vb. çoğu popüler kültür metinlerinde kurulu düzeni sürekli olarak haklılaştıran ve pekiştiren ideolojik mesajların yoğun biçimde yer aldığını çeşitli örneklerle de kanıtlamaya çalışmaktadır. Bu görüşe göre popüler kültür ile kitle kültürü arasında kayda değer bir farklılık söz konusu değildir. Her ikisi de tümüyle aynı kültürel olguya verilen adlardır ve birbirlerinin yerine tereddütsüz kullanılabilirler. Söz konusu kültürel olgu egemen konumdakiler tarafından, bağımlı konumdakiler üzerinde kurmuş oldukları egemenliklerini güçlendirmek ve sürekli kılmak için kullandıkları önemli bir araçtır (Güngör, 1999: 12-13).

Bunların yanı sıra popüler kültürü “hegemonik” ilişkiler içerisinde ele alan bir yaklaşımdan da söz etmek gerekmektedir. Gramsci'nin başını çektiği bu yaklaşıma göre popüler kültürü tümüyle bir egemenlik aracı olarak ya da egemen karşısında yer alan bağımlı kesimin, yani halkın ürünü olarak görmek önemli bir yanılgıya neden olabilmektedir. O'na göre popüler kültürün de aracılık ettiği katıksız bir egemen kesimden ya da aynı ölçüde katıksız bir bağımlı kesimden söz etmek doğru değildir. Bundan çok her iki kesimin kültürü, birbirleri içinde yer buldukları yer buldukları oranda işlevseldirler. Yani egemen kesim egemenliğini pekiştirmek için karşı tarafın, yani bağımlı kesimin kültürünü tümüyle yok etmek gibi bir çaba içinde değildir. Bunun yerine egemen kesim, işçi sınıfının ya da başka bir deyişle halkın kültürü içinde kendi kültürüne yer bulma çabası içine girmekte, yani ona eklemlemeye çalışmaktadır. Böylece mücadele bu eklemleme alanı içerisinde ve hegemonik bir ilişki ortamında sürdürülmektedir. Sonuçta bir kültürel kesit, karşıt kültürel kesim içerisinde ne ölçüde sızarsa, ona egemen olmakta da o ölçüde başarılı olmaktadır (Güngör, 1999: 13). Kapitalizm yalnızca şiddet ve siyasetle değil, ideolojik olarak etkin konumda olan değerlerin herkesin ortak düşüncesi haline alan egemen kültür yoluyla yönetmektedir.

Kitle kültüründe ve popüler kültürde bilinç seviyesi mümkün olduğu kadar düşük seviyede tutulmaktadır. Bu seviyede birey kendine döndürülür ve bireysel tüketmeye ve kullanmaya dayalı özgürlükler işlenmektedir. Birey dışa döndürüldüğünde dışın kendisini (özellikle görünümünü) nasıl değerlendireceği kaygısıyla doldurulmaktadır. Kitle kültüründe tutulan bilinç seviyesinin düşüklüğü nedeniyle istekler, amaçlar, beklentiler, yapılanlar, düşünceler, ilgiler, özlüce kültürel ifadeyi yansıtan günlük pratikler oldukça basit, çocuksu ve görüntüseldir. Kitle kültürü ve popüler kültürün kendisi manipüle edici, sınıf egemenliğinin bir aleti veya kapitalist ideolojinin yekpare bir çoğaltıcısı olarak görünmeyebilmektedir. Aslında, nasıl görünürse görünsün, sermayenin kontrol ettiği kültür endüstrisi tarafından üretilen kitle kültürü ve popüler kültür egemen ideolojiyi ve ardındaki materyal ilişkiler düzenini üretmeye/çoğaltmaya yöneliktir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 51-56). Sürekli yenilenerek üretilen kültürün ideolojik yanlarını görmemek eksikliklerdir. Kapitalist sistemin içindeki denetim mekanizmaları bireyin nesneleştirilmesini ve etkisizleştirilmesini sağlamaya yaramaktadır.

1.2.4. Popüler Kültüre Yöneltilen Eleştiriler

Popüler kültür eleştirisi, dört ana tema üzerinde durmaktadır:

Popüler kültür yaratmanın olumsuz özelliği: Popüler kültür sevimsizdir; çünkü yüksek kültürün aksine, kar zihniyetli yatırımcılar tarafından sadece parasını ödeyen izleyiciyi memnun etmek üzere toptan üretilmektedir.

Yüksek kültür üzerindeki olumsuz etkiler: Popüler kültür yüksek kültürden alıntı yapar, böylece onu ayağa düşürür, ayrıca geleceğin pek çok yüksek kültür yaratıcısını baştan çıkarır, böylece onun yetenek kaynağını tüketmektedir.

Popüler kültür izleyicilerinin üzerindeki olumsuz etkiler: Popüler kültür içeriğinin tüketilmesi en iyi olasılıkla sahte mutluluklar yaratır, en kötü olasılıkla da, izleyiciye duygusal olarak zarar vermektedir.

Toplum üzerindeki olumsuz etkiler: Popüler kültürün yaygınlaşması toplumun kültürel 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 tutmaktadır (Gans, 2005: 43). Bireyleri tüketime

yönlendirip düşünme olanaklarının ortadan kaldırıldığı bu sistemde toplum, gerçeklerden oldukça uzaklaşıp sessizleşmektedir. Köleleşen bireylerin yaratım süreci bütün bu aşamaların birleşmesinden oluşmaktadır.

Popüler kültürün yaratılma sürecinin eleştirisi, birbiriyle ilişkili üç suçlamadan oluşmakta: kitle kültürünün kar amacıyla kurulmuş bir sanayi olduğunu; bu sanayiinin kar edebilmesi için bir kitle izleyicisine çekici gelebilecek, homojen ve standardize edilmiş ürünler yaratması gerektiği; ve bunun gerektirdiği süreçte de, sanayinin yaratıcıyı toplu üretim montaj şeridindeki bir işçiye dönüştürdüğü, kendi beceri ve değerlerini bireysel olarak ifade etmesini engellediği yönündedir (Gans, 2005: 44). Popüler kültür eleştirilerinde öne çıkan yaklaşımın “aynılaştırma”(homojenleştirme) olmuştur. Bu çabanın nedeninin de sorgulamanın ve derinlemesine düşünmenin önüne geçmek olduğu düşünülmektedir. Erdoğan ve Alemdar’a göre, tüketici eğer popülere katılmazsa veya kazara popüleri yakalayamazsa popüler bir şekilde tedirgin edilir ve tedirgin hisseder; huzursuzdur. Popülerini alan ve rahatlayan kişi bunu her gün veya periyodik olarak tekrarlanmaktadır. Böylece popülerini eksik etmeyen tüketici gülümseyerek hem popülerle kendini bulmakta hem de popüler olanın satışına katılmaktadır. Popüler pazar madde bağımlı duruma gelmiş popüler kullanıcıyı özgürlük mitleriyle beslemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 35). Dolayısıyla düşünce tutulmasına uğrayan bireyler, özgür seçim yapamadıkları halde öyle olduklarını zannederek büyük bir aldatmacanın içinde yer almaktadırlar. Bu süreç varlığını sürekli olarak korumaktadır.

Frankfurt okulu mensupları, kapitalist sistemle beraber kültürün endüstri ve ticaretin mantığına göre biçimlendiğini, yani ticarileştiğini ve endüstriyel üretimin bir aygıtı haline geldiğini iddia etmişlerdir. Kültür endüstrisinin ürünleri, pazarda satılabilmek için imal edilmiş uydurma şeylerdir. Kültür endüstrisi sayesinde kültürel ürünler, gerçek bir gereksinimin karşılanmasından çok, değişim, yani pazarda paraya dönüşmesi için imal edilir hale gelmiştir (Kızılçelik, 2008: 330-339). Frankfurt Okulu’na göre, kültür endüstrisi kitlesel yönlendirme ve aldatmanın temel bir biçimi olarak görülmektedir: burada kültür biçimleri sadece insanlık durumu hakkında nitel bir ifadeden, bir toplumsal eleştiriden yoksun bir eğlence tarzına ve reklamcılık sektörü aracılığıyla yeni bir tüketiciyi kontrol biçimine dönüştürülmektedir. Marcuse, kültür endüstrisinin tekeli sermayeye yeni pazarlar sağlama, tüketimcilik ve maddiyatçılığı

sürdürme ve kapitalizme karşı eleştiri ve hoşnutsuzlukları engelleme aracı olarak “yanlış ihtiyaçlar yaratmak” şeklinde görmektedirler (Slattery, 2008: 207). İhtiyaçları bir türlü bitmeyen bireyler alma isteklerini bir türlü kontrol altına alamamaktadırlar. Böylelikle sisteme bağlılıkları günden güne daha da sağlamlaşmaktadır.

Sanayi öncesi (pre kapitalist) dönemde herkes için özel ve birer birer üretilen eğlence ve sanat ürünleri, fabrika üretimine geçilmesiyle birlikte kitle halinde üretilmeye ve dolayısıyla bayağılaşmaya ve orijinallikten çıkıp, sıradanlaşmaya başlamıştır. Sanatın, dinin, siyasetin, eğitimin, değerlerin, ahlakın, hukukun kısacası toplumsal yaşamın büyük bir bölümünün, kanaat önderleri, medya patronları ve hegemonik söylem odaklarınca kurgulanan popüler ikonlar, göstergeler, mitoslar, zihniyetler ve yorumlar tarafından işgal edilmesi, bu alanların bir gösteri ve seyirlik hale gelmesine ve yeniden üretilebilen tüketim nesnelere haline dönüşmesine zemin hazırladığı şeklindeki eleştiriler, genelde popüler kültüre olumsuz yaklaşanların ortak görüşlerini yansıtmaktadır. Bu olumsuz yaklaşımlar bir anlamda modernite eleştirisi niteliğindedir (Şahin, 2005: 164).

Popüler kültürü kitle kültürüyle eş tutanlara yöneltilen eleştiriler de vardır. Bazılarına göre popüler kültür, kitle kültüründen tamamen farklı bir olgudur. Şöyle ki kitle kültürü, kültür endüstrisinin etkisiyle yaygınlık kazanmış olup toplumda güç sahibi olan kesimlerin güdümünde, güçten yoksun kitleyi yönetmek ve yönlendirmek için kullanılmaktadır. Oysa halkın içinden çıkan, halk tarafından üretilen popüler kültür, halkın varlığının ve gücünün önemli bir göstergesidir. Halka özgü olan ve halkın otantik yapısını yansıtan popüler kültür, bu yönüyle çoğulcu bir görünüm de sergilemektedir. Farklı yörelerde yaşayan, farklı yaşam biçimlerine sahip halkların, popüler kültür üretim sürecine katılmalarının da bu doğrultuda farklılık göstermesi nedeniyledir ki sonuçta ortaya çıkan popüler kültürel durumlar da farklılık göstererek, çoğulculuk ve çeşitlilik özelliğine sahip olmaktadır (Güngör, 1999: 11). Burada popüler kültür, kişinin daha etkin olabildiği bir alan olarak kabul edilmektedir. Özgürlükten söz etmek daha mümkündür.

Gramsci’ye göre burjuvazi ideolojik hegemonyasını işçi sınıfının kültürleri ve değerleri içinde bulduğu yer ölçüsünde kurabilmektedir. Burjuvazinin amacı işçi sınıfının kültürünü değiştirmek veya onu yok etmek değil, işçi sınıfının burjuva kültürü

ile karışımını sağlamaktır. Popüler kültür, bu iki sınıf arasındaki pazarlık sahasıdır. Bu sahada egemen üst kültür ve alt kültürel değerler farklı karışımlar içinde bulunmaktadır (Şahin, 2005: 169).

Muhafazakar ve marksist “kitle kültürü” ve Frankfurt Okulu’nun “kültür endüstrisi” kuramlarına eleştirel yaklaşanlar, popüler kültürün salt bir “egemenlik aracı” olmadığını altını çizmektedirler. Bu doğrultuda Stuart Hall, “sıradan insanlar ‘kültürel’ aptallar olmadıklarına göre, popüler kültür biçimlerinde kendi hayatlarına ilişkin gerçeklerin nasıl temsil edildiğinin basbayağı farkındadırlar” saptamasıyla tüketiciyi tümüyle edilgen bir konumdan etkin bir konuma taşımaktadır (Tanrıöver ve Eyüboğlu, 2000: 8). Williams Adorno ve Horkheimer tarzı “kültür endüstrisi” kavramıyla araya mesafe koyulması gerektiğini söylemiştir. Onun bu düşüncesinin altında da kitlenin bizim dışımızdaki bir şey olduğu düşüncesinin yanlışlığı vardır. Kitlenin edilgenliğini kabul etmeyen düşünürler, tüketicilerin tüketim faaliyetlerinin amaçladığı “eğlence” ve “kaçış” tan farkında olduklarını savunmuşlardır.

Tüm bunları değerlendirdiğimizde popülere olumlu bakanlar “çoğunluğun isteği bu” görüşünü benimserken, olumsuz bakanlar ticari, aldatma, sıradan, tekdüze ve yoz olduğu görüşünü benimsemektedirler. Popüler kültürün ideolojik bir güç olarak görülmesi en baskın eleştiri olmuştur. Ekonomik çıkarlar ve ideolojik beklentiler birleştiklerinde halkın yönlendirilmesi gereksinimi doğmaktadır. Eskiden halk popülerin tanımlayıcısı iken şimdilerde kendisine dayatılanı algılamaktadır. Kişilerin popüler tüketimin sunduklarıyla birlikte bir popüler anlayışına sahip oldukları görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

SİYASAL KÜLTÜR, SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA VE SİYASAL KATILIM

2.1. Siyasal Toplumsallaşma

Toplumsallaşma, toplumdaki değerlerin, inançların, davranışların birey tarafından benimsenme sürecidir. Siyasal toplumsallaşma da, buna paralel olarak, siyasal inanç, davranış ve değerlerin birey tarafından benimsenme süreci olarak görülür. “Siyasal toplumsallaşma” deyimini, ilk kez, 1954 yılında görüldü. Bu konuda yapılmış çalışmaları derleyen ve sistemleştiren Hyman’ın 1959’ da yayınlanan kitabına kadar, bu terim geniş bir kullanım alanı bulmadı. Bu tarihten sonra, siyasal toplumsallaşmayı konu alan ve doğrudan doğruya bu kavramı kullanan çalışmalar ABD’ de hızla artmıştır (Alkan, 1979: 4-5).

Siyasal toplumsallaşma, bireyler nasıl siyasal varlıklar haline gelirler ya da getirilirler sorusunu merkeze alan bir alandır. Temel sorun, insanların siyasal bireyler haline gelirken hangi süreçten geçtikleri ve çevresel faktörlerin bireyler üzerinde ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktır.

Siyasal toplumsallaşma, toplumsal siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, düşünüş, tutum ve değerlerinin gelişmesidir. Temelde siyasal kültürü bireylere ve yeni kuşaklara benimsetme, sisteme uyumlu kişiler yetiştirme, sistem içinde oynayacakları rolleri öğretme süreci olan siyasal toplumsallaşma, sistemin devamı için hayati bir öneme sahiptir (Dursun, 2006: 217). Sigel, siyasal toplumsallaşmayı siyasal sistem tarafından uygulanan ve kabul gören ilke, değer, tutum ve davranışların aşamalı bir biçimde öğrenilmesi süreci olarak tanımlar. Greenberg ise, siyasal toplumsallaşmanın, bireyin kendisine biçilen “yurttaşlık rolü” ve “toplum üyeliği” kimliklerini kazanmak

için siyasal sistemin değerleri, inançları ve davranış kalıplarına uymak ve egemen siyasal kültürle uyumlu yaşamaya çalışmak olduğunu belirtir. Siyasal toplumsallaşma; birey ve toplum-siyasal sistem arasındaki karşılıklı etkileşim sürecidir ve öncelikle bireyin “siyasal insan” olarak rol alma mücadelesinin adıdır (Çetin, 2003: 40-41). Kişinin toplumdaki var oluşunun bir göstergesi olan siyasal toplumsallaşma, kişi için önemli bir gereksinimdir.

Siyasal toplumsallaşma, bireyin siyasal hayata katılma sürecidir. Bu süreç, bireye dış çevrenin verili değerleri, kültürü, inançları sayesinde gelişir. Birey, siyasal toplum alanının ana kültürünün içine doğar. Siyasal toplumsallaşma; birey ile siyasal ve toplumsal çevre arasında ömür boyu süren doğrudan ve dolaylı iletişim ve etkileşim ilişkileri sonucunda bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, düşünüş, davranış, tutum, değer ve ilkelerinin gelişme sürecidir (Çetin, 2003: 43). Hyman’e göre, “bireyler siyasal tutumlarını, yaşantılarının çok erken bir döneminde ve bir bütün olarak öğrenir, sonra sadık kalırlar.” Böylelikle istisnalar dışında kalan yetişkinlerin siyasal davranışlarını değiştirmek mümkün değildir (Duverger, 2007: 102). Değişimin zor olduğunu savunan bu görüş, siyasal katılım sürecini çok küçük bir alana sıkıştırmaktadır.

Siyasal toplumsallaşma çalışmaları genelde bireyi edilgen olarak ele almaktadır. Oysa, çocuk eğitimi ve toplumsallaşma çalışmalarında ise çocuğun etkilenen olduğu kadar etkileyen bir rolünün olduğu ileri sürülmüştür. Burada da karşılıklı bir alışveriş olduğu görüşü ile farklı bir yaklaşım getirilmiştir. Ayrıca siyasal toplumsallaşma sürecinin düzenin sürekliliğini sağlayan bir süreç olduğu görüşü yanında, düzeni değiştirebilecek bir süreç olduğunu düşünmekte de yarar vardır.

Aile, kişinin siyasal kültürünü biçimlendiren kurumlardan bir tanesidir. Fakat ailenin siyasal kültürün biçimlenmesinde en önemli etken olduğunu söylemek ise yanlış olacaktır. Okul, arkadaş grubu, toplumsal ve mesleki örgütler ve kitle iletişim araçlarının da kişinin siyasal toplumsallaşmasında aracı olması söz konusudur. Çocuğunu yaşının ilerlediği döneme denk gelen okul, ailenin görevini devralan bir alan olarak değerlendirilmektedir. Mesleki örgütler ise kişinin daha sonraki dönemlerinde onları oldukça etkilemektedir. Modern zamanın toplumsallaşma aracı olarak değerlendiren kitle iletişim araçlarının ise sanıldığı aksine siyasal toplumsallaşmada belirleyici olduğu kabul edilmemektedir.

Dursun'a göre, siyasal toplumsallaşma çocukluktan başlayarak hayatın sonuna kadar devam eden bir süreç olmakla birlikte her dönemde eşit şekilde işleyen bir süreç değildir. Bireyin siyasal değerleri, inanç, ve tutumları alması, içinde yaşadığı siyasal sistemin farkına varması, kendinden beklenen rolleri kavraması ve buna uygun eylemlerde bulunması çocukluk, gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık dönemlerinde farklı süreçler halinde işlemektedir. Araştırmalar çocukların erken denebilecek yıllarda siyasetle ilgi kurdukları ve bazı siyasal tutumlar geliştirdiklerini ortaya çıkarmıştır. Toplumsallaşmada ergenlik ve gençlik çağındaki gelişmeler son derece önemli rol oynamaktadır. Genellikle okullarda geçen bu yıllarda gençler siyasal sistemle ilgili her türlü bilgileri edinir, yurttaş olarak yetişmeleri sağlanır. Kişinin gençlik çağından olgunluk çağına geçişle birlikte siyasal tutum ve davranışlarında bazı değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Özellikle çalışıp çalışmadığı, evli olup olmadığı, çalıştığı işin niteliği ve benzeri gibi faktörler yetişkinin siyasal eğilimleri üzerinde önemli etkide bulunmaktadır (Dursun, 2006: 218-219). Dolayısıyla bireylerin sahip olduğu niteliklerin değişimi ve dış etkenler onların siyasal duruşlarını da şekillendirmektedir.

Siyasal karar ve tercihler arasındaki değişim, toplumsal değişmeden bağımsız değildir. Bu değişim siyasal toplumsallaşma süreci ile doğrudan ilişkilidir. Siyasal toplumsallaşma ise sürekli yenilenen bir süreçtir. Çünkü siyasal toplumsallaşma, sadece çocukluk ve ilk gençlik yılları ile sınırlı bir süreç olarak kabul edilemez. İnsan hayatının bütününe yayılmıştır. Buna göre birey, hayat boyu siyasal toplumsallaşma sürecini tecrübe etmektedir.

İnsanların sosyal çevresini oluşturan ortamlar hayat boyu aynı kişilerden oluşmamaktadır. Zaman geçtikçe insanın çevresindeki insanlar yer değiştirmektedir. Yeni kurulan ilişkiler de kişilerin siyasal değer ve tutumlarını sorgulamaya sevk ederek değişmelere yol açabilmektedir. Aynı şekilde benzer görüşlere sahip olduğu bir çevrede olması halinde de görüşlerini pekiştirebilmektedir. Toplumsallaşma süreci bu nedenle siyasal toplumsallaşma ile sıkı sıkıya bağlıdır.

2.1.1. Psikanalitik Yaklaşım

Freud ile özdeşleşen psikanalitik yaklaşıma göre davranışlarımızın önemli bir bölümü bilinçdışı süreçlerden kaynaklanmaktadır. Çocuklukta yaşananlar bütün hayata etki eden süreçlerdir. Küçük yaşlarda karşılaşılan durumlar bizim siyasal iktidar ilişkimiz için de önemli belirleyicilerdendir. Bireyin siyasal otorite ile olan uyumu ya da çatışması anne-baba-çocuk ilişkisine indirgenmiştir.

Çocukluk dönemine egemen olan “zevk”(bireysel istek) ilkesi ile topluma egemen olan “gerçek”(siyasal, toplumsal kültür) ilkesi birbiriyle sürekli çatışma içinde olduğundan dolayı, bireyin istekleri ve kendini gerçekleştirme tamamen sınırlı alan içerisinde gerçekleşmektedir (Çetin, 2003: 48). Bireyin toplumsallaşmasında pek çok etken rol oynamaktadır. Çevrenin toplumsallaşmaya olan katkısının önemsenmediği bu yaklaşım olumsuz bir karaktere sahi olarak görülmektedir.

Psikanalitik yaklaşımda çocukluk dönemindeki bazı çelişkiler hayat boyu süren bir nitelik göstererek siyasal davranışlara etki etmektedir. Froman’ a göre, bu yaklaşım ana- baba dışındaki toplumsallaştırma etmenlerine ilgi gösterilmesini engellemektedir ve yeteri kadar test edilmemiştir (Alkan, 1979: 13). Göz ardı ettiği etmenlerin çok oluşu nedeniyle eleştirilere hedef olmaktadır.

2.1.2. İşlevselci Yaklaşım

Bu teoriye göre toplumsal sistem içindeki bütün unsurlar, insan vücudundaki tüm organlar gibi karşılıklı gereksinim uyum ve dayanışma içindedirler. Birinin iflası bütün sistemin aksamasına yol açabilmektedir. Uyumsuzluk gösteren unsur, teoriye göre yenilenmiş bir görev anlayışına sahip bir başka unsur tarafından elemine edilince, sistem yenilenmiş olarak uyumluluğuna devam edebilmektedir (Yücekök 1987: 4). Birbirleriyle bütünleşen yapılar sistemin varlığını sürdürmesinin sağlayıcısı olma görevin üstlenmektedirler. Toplumsallaşma araçları ile toplum üyeleri sisteme uyumlu olarak yetiştirilmektedir.

Siyasal toplumsallaşma üzerine çalışmış olanlardan Easton, Almond ve Powell gibi siyaset bilimcilerin benimsedikleri yapısal-işlevselci teoriye göre, bireyin toplumsallaşması bir girdi-çıktı ilişkisidir. Buna göre, sistemin sürekliliğini ve düzenini sağlamak için sistem, üyelerini kendi değer ve ilkelerine uyumlu kılmak için onlara bilgi, düşünce, kural, inanç ve değer aşılacak istemektedir (Çetin, 2003: 50). Farklılıkların artışı düzenin işleyişinin bozulmasına neden olmaktadır. Bu yüzden sistem, içinde barındırdığı bireylerin uyum içinde kalmaları için çaba göstermektedir.

Siyasal olguyu yapısal işlevselci bir yaklaşımla ele alan bilim adamları, siyasal toplumsallaşmayı da genel işlevselci çerçevede değerlendirme eğilimi göstermektedirler. Easton'a göre, sürekli istemleri karşılamakta zorluk çeken ve bunalım dönemlerinden geçen çağdaş siyasal sistemler, varlıklarını sürdürebilmek için sürekli bir "destek haznesine" gereksinme göstermektedirler. Bu da çocukluk döneminde sağlanacak toplumsallaşma ve çocuğun sisteme bağlılığının gelişmesi ile gerçekleştirilebilmektedir. İşlevselci için toplumsallaşma, sistemin zaman içinde sürekliliğini açıklamaya yarayan bir araçtır: Eğer sürekliliği olacaksa, sistem, bireyler veya gruplar tarafından oynanan rollerle çeşitli işlevlerin yerine getirilmesini gerektirmektedir (Alkan, 1979: 15). Burada asıl olan bireyin toplumsallaşarak kendi rolünü kabul etmesi ile sistemin de bireye bu rolünü oynamasında destek vermesidir. Böylelikle siyasal ve toplumsal sistemin meşruiyeti sağlanabilmektedir.

2.1.3. Çatışmacı Yaklaşım

Psikanalitik ve işlevselci yaklaşıma yöneltilen eleştirilerin sonucu olarak ortaya çıkan çatışmacı yaklaşım, siyasal sistemde denge ve süreklilik yerine değişime, sınıfsal farklılaşmaların doğurduğu siyasal toplumsallaşmanın farklı görünümüne önem veren bir yaklaşımdır (Alkan, 1979: 16). Burada farklılığın öne çıktığı, farklılıktan beslenildiği bir durum söz konusudur.

Çatışmacı teoriye göre sistem birbiri ile çatışan, tezatlar oluşturan unsurlardan meydana gelmiştir. Bu bir "sınıf" ya da "gruplar-arası" çatışma modelidir. Bu modelde unsurların karşıtlığı esastır ve toplum sürekli olarak bu sürtüşme nedeni ile yenilenmektedir. Siyasal güç meşruiyetini baskı ile sağlar ve çatışma sonucu yeni bir

siyasal güç baskı araçlarını, yani iktidarı ele geçirinçeye kadar iktidarını sürdürmektedir (Yücekök 1987: 4). Bu döngü varlığını değişimden alarak birbirini sürekli olarak yenileme ve dönüştürmeye işaret etmektedir. Gücünü var olan karşıtlıktan almaktadır.

Çatışmacı yaklaşım, hem toplumsal farklılıkların hem de siyasal talep farklılaşmasının ürünü olarak, siyasal toplumsallaşmanın da bu farklılaşmalar arasında çatışmaya yol açacağını savunmaktadır (Çetin, 2003: 51). Bireyin kurulu yapıya uyma davranışı dışına çıkması mümkündür. Dahil olduğu etkileşim unsurlarının (ekonomik sınıfı vs.) katkısıyla farklı oluşumlara karşı çatışmacı bir tutum izlemesi söz konusu olabilmektedir.

2.2. Siyasal Kültür

Bireyin siyasal toplumsallaşma süreci içerisinde siyasal değer ve ilişkilerle yüz yüze geldiği en yoğun alan, siyasal kültür alanıdır. Siyasal kültür, bir toplumun siyasal ilişkiler, değerler ve ilkeler yönünde geliştirdiği geleneksel, kültürel, ahlaki, ideolojik değerler ve tavırlar bütünü olarak tanımlayabiliriz. Siyasal kültür; sosyal, siyasal ve ekonomik alanda gerçekleşen tüm belirleyicileri ve değişim dinamiklerini ifade eder. Siyasal kültür; siyasal değişmeyi, toplumsal değişmeyi, siyasal sisteme yönelen desteği, toplumla devlet arasındaki ilişkiyi, siyasal baskıyı, siyasal iktidarı, siyasal eylemleri içeren geniş bir alandır (Çetin 2003: 82-85). Siyasal kültür, siyasal sistem içinde karar almak için genel bir ortam oluşturmaktadır. Bireylerin siyasal sistemler içinde etkin olabilmesi için siyasal kültürün etkinliği önemlidir.

Kültür, toplum içinde bir semboller birlikteliği ve siyasal kültür de siyasal semboller birlikteliğidir. Siyasal kültürde semboller bir toplumsallaşma aracı olarak kabul görmektedir. Sam'a göre, bazı siyasal görüşlerin belli siyasal sembollerle ifade edilmesi (örneğin sosyalizm ve kızıl bayrak, nasyonal sosyalizm ve gamalı haç gibi) de sembollerin siyaset açısından taşıdığı önemi göstermektedir. Bir kişinin siyasal görüşleri dolayısıyla sakal bırakması, mavi gömlek giymesi, kendi siyasal görüşü ile aynı kişilerle selamlaşırken bilinçli olarak sağ ya da sol elini kullanması ve hatta saçını tarama şekli bile siyasal sembol olarak yorumlanabilmektedir. Bir siyasal sembol türü olarak kabul edilen sloganların da siyasal kültür bağlamında siyasal toplumsallaştırıcı etkileri vardır (Sam, 1999: 90).

Siyasal kültür, toplumun geleneklerinin, toplum kurumlarının ruhunun, vatandaşlarının arzu ve ortak çıkarlarının ve liderlerinin siyasal stiline yalnızca rastlantı bir tarihi tecrübe sonucu olmayıp, anlamlı bir bütün olarak birbirlerine uymaları, anlaşılır, açık bir ilişkiler ağı meydana getirmesiyle belirlemektedir. Siyasal kültür hem bir toplumun topyekün tarihinin, hem de toplumu meydana getiren insanların sosyo-ekonomik yaşantılarının bir ürünüdür. Böylelikle siyasal kültür eşit olarak hem toplum olaylarında hem de kişisel tecrübe ve davranışlarda kök bulmaktadır (Yücekök 1987:13). Siyasal kültür toplumdan topluma değişen bir olgudur. Kişilerin dahil oldukları toplum yapısına göre siyasal kültürleri de belirlenmektedir.

G.M. Patrick, siyaset kültürün siyaset yazınında dört farklı kavramlaştırmasının bulunduğunu söylemektedir. Siyasal kültürün “nesnel” kavramlaştırması toplumdaki bireylerden bağımsız, üstün ve onları bir arada tutan davranış kalıpları, kurallar ve inançlardan oluşan bir bütünlüktür. Öznel kavramlaştırma ise siyasal kültürü, bir siyasal sistemin üyeleri arasında siyasete karşı bireysel tutum ve yönelimlerin bir örüntüsü olarak tanımlamaktadır. Bulgusal olarak siyasal kültüre yaklaşanlar için siyasal kültürün, kamu kurumlarının ruhunu, bir toplumun geleneklerini, yurttaşlık bağını ve liderlerin üslubunu içerdiğini savunmaktadır (Sarıbay, 1998: 48-49). Oldukça geniş bir alana yayılmış olan siyasal kültür için kesin tanımlar yapmak güçtür. Bununla beraber siyasal kültürü, siyasal değerlerin toplumsallaşması ve bu değerlerin birbirleriyle iletişimlerinin irdelendiği bir alan olarak düşünebiliriz.

Turan’ a göre; her siyasal sistemde, toplum üyelerinin siyasal sisteme ilişkin inançları ve tutumları olduğu gibi, siyasete ilişkin davranış kuralları bulunmaktadır. Bunların tümü siyasal kültürü oluşturmaktadırlar. Siyasal kültürün siyasal süreç açısından iki temel işlevi olduğunu söylenmektedir. İlk kültür, bazı inanç ve davranış kurallarının standartlaşması yoluyla, siyasal sürecin işleyişini kolaylaştırır. Örneğin, dinin siyasal kararların temelini oluşturması gerektiği düşüncesinin yaygın olduğu bir toplum, inanç farklarının yaratabileceği şiddetli gerilimlerden büyük ölçüde korunmuş olur. İkinci olarak, siyasal kültür, mevcut siyasal sistemin benimsenmesini, yönetmekte haklı görülmesini ve dolayısıyla devamlılığını sağlayabilen bir araçtır. Örneğin, Orta Çağ siyasal düşüncesi, hükümdarların tanrının yeryüzündeki temsilcisi olduklarını, onların buyruğuna karşı gelmenin tanrı buyruğuna karşı gelmek olduğunu

yaygınlaştırarak, sistemi zayıflatacak eğilimlerin gelişmesini engellemek istemiştir (Turan, 1977: 33-34).

Siyasal kültürün sadece mevcut sistemle uyum halinde ve onu her haliyle kabullenen bir kültür olarak görülmemesi gerekmektedir. Toplum içinde farklı inançları, değerleri ve adetleri olan pek çok kültürün bulunması gibi çoğul siyasal kültürlerden de bahsedilmektedir. İktidardan farklı düşünen, mevcut sistemde eksiklik ve yanlışlık bulanların var olması, farklı siyasal kültürlerin oluşmasına neden olmaktadır.

Almond ve Verba genel olarak üç siyasi kültür biçimi tanımlamaktadırlar. Bunlar: katılımcı kültür, tebaa kültürü ve dar grup/cemaat kültürü. Katılımcı siyasi kültür, vatandaşların siyasete yakın ilgi duyduğu ve siyasete katılımı etkili ve arzu edilir bir şey olarak değerlendirdiği bir kültürdür. Tebaa siyasi kültürü, vatandaşların daha pasif olmasıyla ve hükümeti etkilemek konusunda çok sınırlı bir etkiye sahip olduklarını idrak etmesiyle tanımlanmaktadır. Cemaat siyasi kültürü, vatandaşlık duygusunun yokluğuyla tanımlanmaktadır. Öyle ki insanlar kendilerini bir ulusa mensup olmalarıyla değil, bölgesellikleriyle tanımlamakta ve ne siyasete katılma yönünde bir isteğe ne de bu doğrultuda bir beceriye sahiptirler (Heywood, 2006: 291).

Yaygın olan siyasal kültürde birey siyasal sistem ve olaylarla ilgilenmekte fakat bu ilgi zayıf bir ilgi olup siyasal kararlar bireylerce fazla tartışılmamaktadır. Demokratik yapıya sahip toplumlarda ise katılımcı kültür ağır basmaktadır. Bu tür kültürde birey ya da vatandaş siyasal sistem ve politikalar ile çok yakından ilgilenmekte ve aktif bir rol içerisine girmektedir. Bu tür bir siyasal kültürde, bireyler siyasal süreçte daha aktif bir rol, daha fazla siyasal bilgi ve hükümetlerin kararlarını etkileme yönünde bir beklenti içinde bulunmaktadırlar (Türkkahraman, 2000: 30). Bu birey siyasetle olan ilgisinde donanım sahibi, haklarının ve sorumluluklarının tam anlamıyla farkında olan bir yurttaştır.

Dolayısıyla siyasal alanla iç içe geçen kültürün, siyasal alanı belirlerken aynı zamanda kültürün siyasal alan tarafından müdahaleye maruz kaldığını da söyleyebilir. Diğer yandan da siyasal kültür, sabit kalmayarak zaman içinde sürekli bir değişim halindedir.

2.3. Siyasal Katılım

Günümüzde en yaygın siyasal örgütlenme biçimi olan ulus devletinin özünü oluşturan ilkelerden bir tanesi iktidarın gücünü yönetilenlerden almasıdır. İktidarın ilahi kaynaklara dayandığı düşüncesinin bırakılarak, yönetilenlerin rızasına dayandırılması uzun bir siyasal değişim süreci sonunda ortaya çıkmıştır. Sanayi devriminden sonra, yönetimden etkilenenler, giderek toplum adına uyulması zorunlu kararlar alma işlemine katılmak isteği göstermişler, birçok toplumda uzun zaman kanlı çatışmalar yaşanmış, sonuçta tüm yönetilenlerin siyasal sürece katılma hakkına sahip oldukları anlayışı gelişmiş ve yerleşmiştir (Turan, 1977: 67). Siyasal katılma siyasal davranışların kollarından biridir. Siyasal katılma ile ilgili çalışmalar üç gruptan oluşmaktadır. İlk olarak siyasal katılma, bireylerin sosyo-ekonomik durumlarının bir sonucu olarak görülmektedir. İkinci yaklaşımda bireyin psikolojik niteliklerinin ve kişilik yapısının etkinliği önemsenmektedir. Üçüncü yaklaşımda ise siyasal davranış siyasal unsurlara bağlanmaktadır.

Katılma demokratik yönetimin hem bir ilkesi, hem de demokrasiyi sürdürme aracı olmasına karşın, yalnız demokratik yönetime özgü bir ilke ya da süreç değildir. Niteliği ne olursa olsun her siyasal sistem dayalı olduğu toplumsal ve siyasal ilişkileri ve bu ilişkileri haklılaştıran değerleri korumak, onlara olan bağlılığı sürdürmek için şu ya da bu biçimde bir katılma mekanizmasına dayanmak zorundadır (Uysal, 1984: 35). Siyasal katılma kendisini değişik yoğunluk seviyelerinde gösterebilmektedir. Robert A. Dahl siyasal katılmanın boyutlarını 1- Merak, 2- İlgi, 3- Bilgi, 4- Eylem olarak sıralamaktadır. Siyasal konuları az merak edenler, çok merak edenler ya da siyasal konularda az bilgi sahibi olanlar, çok bilgi sahibi olanlar gibi değişik yoğunlukta siyasal katılma biçimi söz konusu olabilmektedir (Baykal, 1970: 31). Kitlelerin siyasal yaşama ilgi duyması ve katılma düzeylerinin yükselmesi modern devletin en önemli özellikleri arasında yer almaktadır.

Siyasal katılma, bir siyasal toplumda bireylerin yerel ve ulusal düzeyde siyasal yöneticileri seçme ve yöneticilerin kendi istekleri ve menfaatleri doğrultusunda karar almalarını temin amacıyla gösterdikleri her türlü davranış ve eylemleri ifade etmektedir. Siyasal katılmanın tanımında siyaset bilimciler arasında bir ittifak bulunmamakla

birlikte nitelikleri ve hedefinin ne olduğu hususunda aşağı yukarı ortak bir eğilim ortaya çıkmış bulunmaktadır. Siyasal toplumda yöneticilerin kimler olacağı ve siyasal liderlerin aldıkları ve alacakları kararların toplum üyelerinin hayatlarını etkileyeceğine inanıldığından bireylerin hem yöneticilerin belirlenmesinde hem de onların siyasal karar almaları sürecinde etkili olmayı istemeleri ve bu amaçla çeşitli eylemlerde bulunmaları gayet normal görünmektedir. Siyasal katılma, kamusal işlerle sürekli görevli ve mesleği gereği bu işlerle uğraşan kişilerin eylem ve davranışlarından çok özel kişilerin, yani sivil vatandaşların siyasi otoritelerce alınan kararları etkilemek için tasarlanmış faaliyetleri ifade etmektedir. Siyasal katılma, temelde bir eylem, bir davranış olması nedeniyle bireylerin siyasal sistem karşısındaki durumlarını belirlemektedir (Dursun, 2003: 230). Vatandaşlar, siyasal katılma davranışı ile devlet hayatı içerisinde söz sahibi olma haklarını kullanmaktadırlar. Katılım gönüllü olarak gerçekleşebildiği gibi bireyin kendisi dışındaki bir kişi ya da durum sebebiyle zorunlu olması da mümkündür.

Siyasal eylem ve siyasal katılma iki şekilde gerçekleşebilmektedir:

- a) Kişi olayları izler, haber alır, fakat başkalarına iletmez. Duyduğu ilgiyi eyleme dökmez.
- b) Kişi çok aktiftir. Partizanca davranır. Oy verme bu iki davranışın kesiştiği yerde belirmektedir (Yücekök, 1987: 30).

Milbrath ise siyasal katılma biçimlerini şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- Aktif ve Pasif Katılma: Bazı bireyler diğerlerine oranla siyasete daha çok ve yoğun olarak katılırlar. Bazıları ise bu konuda pasiftir.
- Açık ve Gizli Katılma: Bireylerin siyasal eylemlerinden bazıları kamuoyu önünde cereyan ederken, bazıları kişiye özgü gizlilik taşımaktadır.
- Zorunlu ve Bağımsız Katılma: Yasaların emrettiği eylemler zorunlu katılmadır. Vergi vermek gibi. Oysa bazı siyasal eylemler, bireyin kendiliğinden bağımsız olarak verdiği kararlarla olmaktadır.
- Sürekli ve Süreksiz Katılma: Oy verme sadece seçim zamanında olan bir katılma olup sürekli değildir. Oysa bir siyasal partiye üyelik sürekli bir siyasal katılmadır.
- Sözlü ve Sözsüz Katılma: Siyasal bir konuyu tartışmak, bir açık oturuma katılmak sözlü olan siyasal katılma biçimleridir. Sözsüz olan siyasal katılma biçimleri ise, gazete,

dergi, radyo ve televizyon yolu ile siyasal olayları izlemek, protesto gösterilerine katılma ya da mektup yazmak türünden olabilmektedir.

- Toplumsal ve Toplumsal Olmayan Katılma: Siyasal katılma toplumun diğer üyeleri ile birlikte olursa ve belirli bir grup dinamiğini içerirse, toplumsal anlamda bir katılma vardır. Aksi halde bireysel bir katılmadan söz edilebilmektedir (Çam, 2000: 172).

Siyasal katılma, 1-Genel olarak kararların alınmasında ya da alınan kararların uygulanmasına yönelik niteliğiyle siyasal katılma “karar verme” ve “karar süreçleri” ile ilgilidir. 2- Katılma aynı zamanda bir otorite yapısı ve otorite ilişkileri ya da toplumsal bir grup içerisinde gerçekleştiğinden “toplumsal eylem” niteliği taşımaktadır. Her toplumsal grubun bir “otorite örgütlenmesi” ve her toplumsal eylemin ise “bir otorite ilişkisi” oluşu nedeniyle, katılmanın otorite yapıları ve ilişkileri içerisinde değerlendirilmesi, katılma etkinliklerini belirleyen koşulların da sistem ve toplumsal yapı içerisinde ele alınması gerekmektedir (Uysal, 1984: 66). Bu durum bizi siyasal katılma boyutlarının çeşitlemesi sonucuna ulaştırmaktadır.

Kalaycıoğlu, siyasal katılmayı siyasal bir eylem olarak nitelendirmektedir. Bir siyasal partiye oy vermeleri için çevrelerindeki ikna etmeye çalışan, belli bir siyasal partiye oy veren, belli bir siyasal partiye para bağışlayan, siyasal partinin kampanya ve mitinglerinde yer alan, bir siyasal cinayet işleyen bireylerinde siyasal katılma davranışında bulduklarını ifade etmektedir. Kalaycıoğluna göre; amacı siyasal karar alma mekanizmasını etkilemek olan, otonom olarak bir yöntemi benimseyip bunu uygulayan herkes siyasal katılma eyleminde bulunmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983: 10). Siyasal katılımın boyutlarının değişiklik gösteriyor olması siyasal katılım incelemelerinde sorunlu bir noktayı oluşturmaktadır. Örneğin, oy kullanma davranışı ile siyasal parti çalışmalarına dahil olma arasındaki farklılıklar bu yüzden vurgulanmaktadır.

Uysal’a göre katılma ile amaçlanan olgu bireylerin demokratik değer ve süreçleri benimsemesi ve bu değer ve süreçlere bağlılığın sürdürülmesidir. Başka deyişle katılma uygulamaları bireyin yalnız davranışlarını değil, aynı zamanda demokratik değer ve süreçlere karşı yönelimlerini etkilemeyi amaçlamaktadır. Bundan dolayı, katılma davranışı siyasal sistem değerlerine ve süreçlerine ilişkin yönü ile siyasal, bireyin bu değerlere yönelimi ve onlara uygun davranışına ilişkin yönü ile de

toplumsal bir nitelik taşımaktadır (Uysal, 1984: 77). Çukurçayır'a göre, katılım güdüsü, bireyin katılımından beklentilerine göre farklılaşmaktadır. Bireyi güdüleyen konular bireysel olabileceği gibi, toplumsal sorunlar da olabilmektedir. Örneğin bir iş bulma beklentisi, kamusal alanlardan ve kaynaklardan bireysel çıkar sağlama düşüncesi, bireysel konular arasında yer almaktadır. Bunun yanında kentsel ve toplumsal sorunlarla ilgili bireyi katılım davranışına yönelten güdüler de vardır. Yine, kişinin katılıma zaman ayırma olanağına sahip olup-olmaması katılma güdüsünü etkilemektedir. Son olarak, katılım olanağı sunan yönetsel birimlerin, yurttaşları harekete geçirecek kadar inandırıcı olmaları gerekmektedir. Eğer yurttaş düşüncelerinin değerlendirilmediği ve zamanın boşa geçtiği kanısına varırsa, katılım için gerekli güdüler yok edilmiş olmaktadır (Çukurçayır, 2000: 66).

“Siyasallık” insanın kaçabildiği bir alan olmadığından bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde siyasallaştığı ya da siyasallaşmak zorunda kaldığı bir gerçektir. Yücekök, siyasal katılımın nedenlerini şöyle sıralamıştır: a) Çıkarlarını korumak için, b) Arkadaş edinme, sosyal dayanışma için, c) Dünyayı anlamak için, d) Çeşitli psikolojik tatminsizlikleri ikame etmek için, e) Toplumda kendine yer edinmek için, f) Yabancılaşmak istemediği için (Yücekök, 1987: 28).

Siyasal konular ve meseleler bazı insanların daha çok ilgisini çekmesine rağmen, bazılarının siyasal meselelere ilgi duymamaktadırlar. İnsanlar aktif ya da pasif bir şekilde siyasal olaylar karşısında bir şekilde rol almaktadırlar. Siyasal katılmaya etken bazı faktörler bulunmaktadır.

2.3.1. Siyasal Katılmayı Belirleyen Faktörler

2.3.1.1. Yaş

Birey yaş ilerleme dönemlerinde sadece fiziksel olarak değil siyasal ve toplumsal tutumları açısından da değişim yaşamaktadır. Kuşaklar arası farklılıkların nedenleri ortaya konmaya çalışılmaktadır.

Yaş ile siyasal katılma arasındaki ilişkiler belli yaş gruplarının siyasal olayları algılama ve içinde yaşadıkları çevrede olup biten siyasal gelişmelere karşı belli tepkiler

göstermeleriyle ilgili gözükmetedir. Yaş bireyin kendi iradesiyle oluşturulabilen bir siyasal kaynak değil, verili bir siyasal kaynaktır. Belli yaş gruplarına göre siyasal katılım farklı düzeylerde. Gençlerin zaman ve enerji olarak belli siyasal eylemlere elverişli bir durumda bulunmaları, aile ve geçim yükümlülüğü taşımamaları, disiplinli ve kontrollü çalışmayı gerektiren bir meslek sahibi olmamaları gösteri yürüyüşü, boykot, grev, seçim kampanyalarında görev alma, protesto eylemlerinde bulunma gibi siyasal davranışları göstermelerine imkan vermektedir (Dursun 2002: 241). Siyasal katılma oranı özellikle orta yaş gruplarında yüksek, genç ve ileri yaştaki kimselerde oransal olarak daha düşüktür. Genç yaşlarda radikal siyasal hareketler daha çok desteklenmekte, yaşlandıkça muhafazakarlık artmaktadır.

Kuşaklar arasındaki tutum farklılıklarının temelinde yatan nedenlerin başında, bireysel enerjinin düzeyi gelmektedir. Enerji, değişikliklere uyum yeteneği ve kolaylığı demektir. Yıllar geçtikçe enerjisi azalan kişi, uyum göstermek için yeni çabalar gerektirecek köklü değişikliklerden korkmaya başlamaktadır. Yıllar boyu süren çabaların ürünlerini yitirme korkusu da, yaşlıların tutuculaşmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Genç insan aynı zamanda toplumsal yetki ve sorumlulukların büyük ölçüde dışında kalmaktadır. Kendisini var olan koşullara bağlayan bağlantıları çok güçlü olmadığı ve kendisi dışında kimsenin sorumluluğunu sırtında taşımadığı için; davranışlarını ayarlarken uzun boylu düşünmesine gerek yoktur (Kışlalı, 2007: 157-158).

Turan'a göre, gençlerin (takriben 25 yaşına kadar) düzensiz ve daha düşük düzeylerde bir katılma gösterdikleri, orta yaş grubuna girdikten sonra siyasetle daha yakından ilgilendikleri, altmış yaşından sonra ilginin yeniden azalmaya başladığı saptanmıştır. Buna rağmen yaş gruplarının evrensel olmadığını da belirtmiştir (Turan, 1977: 80). Dolayısıyla orta yaş grubuna dahil olanların, sorumluluk sahibi bireyler olmaları ve kendileri dışında düşünecekleri aile üyelerinin de varlığı nedeniyle siyasal konulara daha ilgili olmaları beklenmektedir.

Özetlemek gerekirse yaş faktörünün bireyin siyasal katılım biçimi ve yoğunluğunda önemli bir etken olduğu görülmektedir. Farklı yaş dönemlerine göre

değişen fiziksel ve sosyo-psikolojik özelliklerine bağlı olarak bireyin siyasal tutumlarının farklılaşması beklenmektedir.

2.3.1.2. Cinsiyet

Bütün toplumlarda cinsiyetten kaynaklanan bir rol farklılaşması bulunmaktadır ve bu durum siyasal davranışlara da yansımaktadır. Cinsler arasında bulunan rol farklılaşmasının erkeklerde siyasal katılmanın alanını genişletirken, kadınlarda daraltmakta olduğu gözlenmektedir. Erkeğe ev dışı roller yüklenirken kadınlara “aile içi” ve eve yönelik roller verilmektedir. Siyasal eylemlerde bulunabilme açısından erkeğin sosyo-ekonomik donanımı ile kadınıninki arasında önemli farklılıkların bulunması da kadınların aleyhine bir durum oluşturmaktadır (Dursun, 2006: 242). Kadının toplumdaki konumu, onun siyasal katılımı açısından önemli bir etkidir.

Erkeklerin, toplumda var olan imkanlara erişilebilirliğinin kadınlara oranla yüksek olması, erkeklerin birçok kuruma olduğu gibi siyasete de daha yakın konuşlanmalarını sağlamaktadır (Özer ve Meder, 2008: 22). Turan’a göre, kadınların siyasal katılmanın her biçiminde erkeklere kıyasla daha az faaliyet göstermeleri evrensel bir eğilimi yansıtmaktadır. Bilindiği gibi, iktisadi ve siyasal gelişmenin ileri düzeylerinde olan toplumlarda dahi, kadınların oy kullanması yakın geçmişte gerçekleşmiş bir olgudur. Birçok toplumda, uzun süreler, siyasetin erkeklere ait bir iş olduğu anlayışı egemen olmuştur (Turan, 1977: 79-80). Erkeklerin siyasal tercihleri oldukça zor değişirken, kadınlarda bu ölçüde bir kararlılık görülmemektedir. Parti önderlerinin ya da adayların kişiliği, kadınları genellikle ideolojilerden ve parti programlarından daha çok etkileyebilmektedir. Bekar ya da dul kadınlarda, erkeklerden daha farklı siyasal davranışlar daha belirgin duruma gelirken, evli kadınların genellikle kocalarının siyasal tercihlerine uydukları anlaşılmaktadır (Kışlalı, 2007: 168). Burada kadınların siyasal katılımlarının bağımsız olmadığı anlayışı hakimdir. Kadın siyasal kararlarda yetkin bilgi ve beceriye sahip olmayıp, yönlendirme ile siyasal katılıma dahil olan bir birey olarak görülmektedir.

Kadınların evli ya da bekar olmaları, çalışıp çalışmamaları, eğitim seviyeleri ve yaşları da tıpkı erkeklerde olduğu gibi siyasete katılmalarını çok yönlü olarak ve

erkeklerden daha çok etkilemektedir. Oy verme davranışı dahil her düzeyde siyasete katılma her toplumda erkeklerle karşılaştırıldığında, kadınlarda daha azdır. Çok az istisnalar ve olağanüstü koşullar dışında modern sanayi toplumlarındaki kadınlar siyasete daha çok katılmakta ve daha çok ilgi duymaktadırlar (Öztekin, 2003: 228-229). Toplum içinde kabul gören anlayış siyasetin erkek işi olduğudur. Kadının meslek hayatına dahil olması normal karşılanmasına rağmen siyasal alana dahil olmasına hala aynı anlayışla yaklaşılmamaktadır. Toplum tarafından kadına yüklenen zayıf ve bağımlı imajı, onları siyaseti erkeklere bırakmayı gerektiren bir düşünce alanına hapsedmektedir.

2.3.1.3. Eğitim

Sosyo-ekonomik faktörler içerisinde önemli bir yeri bulunan eğitimle siyasal katılma arasında anlamlı ilişkilerin bulunması beklenmektedir. Eğitim düzeyinin yükselmesiyle birlikte bireylerin siyasal katılmalarının sıklaşacağı, eğitimlilerin eğitim bakımından daha düşük düzeydekilere oranla daha çok siyasal hayata katılacağını beklemek mümkündür (Dursun, 2006: 239). Siyasal katılımın gerçekleşmesi için belirli bir bilinç seviyesine gelmiş olmak beklenen özellikler arasında yer almaktadır. Yapılan eylemin anlamlılığı eğitim seviyesinin yüksekliğine bağlanabilmektedir.

Eğitim, siyasal değerlerin aktarılmasında başvurulan en önemli araçlardan biridir. Toplumsallaşma hem bilgi, hem değer yargılarının aktarımı ile ilgili olduğundan, eğitim gören bir kimse siyasal katılmanın istenilen bir davranış olduğuna inanabilmekte, siyasal sistem hakkında daha çok bilgiye sahip olmasından dolayı, siyasal faaliyetlerde bulunmak için kendini daha yetenekli ya da hazırlıklı hissedebilmektedir (Turan, 1977: 77). Eğitimin kişinin kendisini geliştirmesine olan katkısı ile ilişkilendirilmesi nedeni ile katılıma olumlu yönde etki etmektedir. Çukurçayır'a göre, eğitimin siyasal katılmaya ilişkin işlevleri türüdür: Birinci olarak, eğitim düzeyi arttıkça, birey için katılma bir yurttaşlık görevine dönüşmektedir. İkinci olarak eğitim, bireye çevresini değiştirme becerisi kazandırmakta; üçüncü olarak, bireye gelir ve sosyal statü sağlamakta; dördüncü olarak bireyin soyut ve genel kavramlarla düşünmesini kolaylaştırmakta; beşinci olarak, eğitilmiş bireylerin çevreleriyle ve dış dünyayla ilgili bilgileri, onlara kozmopolit yaşam alanlarıyla daha kolay iletişim kurma

olanağı sağlamakta ve son olarak, eğitimli birey bir grup içerisinde davranma alışkanlığı kazanmaktadır (Çukurçayır, 2000: 83-84).

Yapılan araştırmalarda genel olarak eğitim seviyesi yüksekliği ile siyasal katılım arasında doğru orantının olduğu görülmektedir. Bunun altında yatan önemli neden, katılmanın zihni bir faaliyet olarak görülmesi olmuştur. Siyasal organlar hakkında bilgi sahibi olmak ve bunlarla ilgili konuşmak gibi unsurların eğitimle bağlantılı olduğu savunulmaktadır.

2.3.1.4. Aile

Bireyin ilk eğitimi aileden kaynaklanmaktadır. Kişinin en bağımlı, en güçsüz, etkilere en açık olduğu dönemde; çevresini ve kaynaklarını ailesi denetlemektedir. Bilinçaltı kişiliğinin gelişmesinde, kişilik yönelimlerinin ve savunma mekanizmalarının oluşmasında aile en önemli rollerden birisini oynamaktadır (Alkan, 1979: 56). Kişinin çevreye karşı tutumu ilk olarak ailesi tarafından şekillendirilmektedir.

Aile, bireyin toplumsallaşmasında uyguladığı bilinçli toplumsallaştırma süreci ile çocuğa toplumda geçerli değer ve normları olduğu kadar, aile içi somut ilişkilerle belli karar verme dolayısıyla katılma kalıplarını da aktarmaktadır. Bu nedenle bir toplumsal örgütlenme biçimi olan aile sosyo-politik bir önem taşımaktadır. Katılma davranışı açısından, bireyin aile içinde öğrendiği karar verme biçiminin yetişkinin eşitlikçi ve katılımcı değer ve süreçlere yönelik tutum ve davranışını da belirleyeceği kabul edilmektedir. Bireyi çocukluğunda somut ilişkileri içinde öğrendiği karar biçiminin onun yetişkin döneminde gerek tutumları gerek davranışları açısından belirleyici olmaktadır (Uysal, 1984: 83). Örneğin bazı araştırmalar, ailelerin eğitim seviyesinin yüksek oluşuyla çocuklarının siyasal alana yakınlıklarının yüksek düzeyde oluşu arasında bir ilişki olduğunu saptamıştır.

Aile çocuğa siyasete ilişkin kültür öğeleri aktarmayabilir, hatta çocukların önünde siyasal hiçbir konudan söz etmemeye gayret edebilir. Bununla beraber, çocuğun aileden öğrendiklerinin siyasal sonuçları olabilmektedir. Otoritercilik, bu türden olguya iyi bir örnektir. Otoriter kişiliği olanlar, kendilerinden üst durumda olanlara itaat

edilmesi, onların eleştirilmemesi, alt durumda olanların ise söz dinlemesi, emirlere karşı koymaması gerektiği gibi düşüncelere yatkınlık göstermektedirler (Turan, 1977: 56). Dolayısıyla siyasal tutum oluşumu ailede başlamaktadır. Bireyin kendi başına yetemediği ve zayıf olduğu çocukluk dönemlerinde kontrol altında olduğu kurum ailedir.

2.3.1.5. Meslek

Meslek, bireyin sosyal statüsünü gösteren bir ölçüttür. Bireyin sosyo-ekonomik statüsü yükseldikçe, genellikle siyasal katılma isteği de artmakta ve daha çok katılmaktadır. İyi bir sosyo-ekonomik statüye sahip olanlar, bu statülerini korumak için siyasal alanla ilgili konularla daha çok ilgilenmekte, siyasal olayları etkilemeye ve yönlendirmeye çalışmaktadırlar (Çukurçayır, 2000: 85). Farklı meslek grubuna dahil olma ile siyasi katılım düzeyi arasında bir ilişki söz konusudur.

Mesleğin çeşitli nitelikleri, kişinin siyasal katılmasını etkilemektedir. Bazı meslekler, siyasal sistemin eylemlerinden daha çabuk etkilendikleri için, o meslekleri icra edenlerin siyasete daha çok yönlü bir ilgi duymaları ve katılmaları beklenebilmektedir (Turan, 1977: 77). Bazı meslekler siyasal katılmayı arttırıcı yönde etkide bulunurken bazıları sınırlandırıcı yönde etkide bulunmaktadırlar. Bazı meslekler siyasal kararlardan ve hükümetlerin eylemlerinden saha doğrudan ve sık etkilenebilmektedirler. Bu nedenle bu tür meslek sahiplerinin ilgileri devamlı hükümet üzerindedir. Grup olarak icra edilen mesleklere mensup olanlar bağımsız olarak icra edilen meslek mensuplarından daha çok siyasetle ilgilenmektedirler. Bunlar arasında meslek dayanışması ve birbirini etkileme daha yüksektir (Dursun, 2006: 29). Öztekin'e göre, geleneksel toplumdan, modern sanayileşmiş topluma geçiş sürecindeki toplumlarla, sanayileşmiş toplumlarda, sanayileşmenin getirdiği uzmanlaşma ve kentleşme sonucu iş bölümü artmakta, yeni iş alanları ve meslekler oluşmaktadır. Yeni ortaya çıkan meslekler de yeni sınıfları doğurmaktadır. Bu yeni sınıflar da toplumda kendilerini kabul ettirebilmek hak ve çıkarlarını savunabilmek için de örgütlenme gereği duymaktadır (Öztekin, 2003: 227).

Siyasi katılımında meslek faktörünün belirleyici olduğunu söylemek oldukça güç görünmektedir. Mesleklerin de kendileri aralarında bir sınıflamaya gitmesi durumu pek mümkün değildir. Böyle bir ayrımın yapılamıyor olması da meslekler ve siyasal katılım arasında anlamlı bir ilişkinin çıkmasına engel bir durum teşkil etmektedir. Ayrıca mesleklerin ömür boyu süren bir durum olmaması durumu da söz konusudur. Meslekler insan hayatının sınırlı bir dönemine denk gelmektedir. Mesleğin insan şahsiyetini şekillendiriyor olması ise katılımı etkisi olan bir özelliktir. Bazı mesleklerin siyasal alanla, resmi politika ile yakından ilişkide olması da yüksek oranlarda siyasal katılımı neden olmaktadır.

2.3.1.6. Gelir

Gelir ile siyasal katılma arasında bir ilişkinin var olduğu düşünülmektedir. Genellikle gelir seviyesi yüksek olanlar iyi bir meslek ve eğitime sahip olan kişilerdir. Gelir, eğitim ve meslek bakımından yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip olanlarda oy verme dışındaki siyasal katılma faaliyetlerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir (Kapani, 133). Gelir, eğitim seviyesi, meslek statüsünün yüksek olması, siyasal katılmayı teşvik eder niteliklerdir. Yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip olanlar, toplumdaki bu yerlerini korumak ve sürdürmek amacıyla siyasal sistemin işleyişini ve siyasal olayların gelişimini yakından izleyip, karar mercilerini ve sürecini etkilemeye çalışmaktadırlar. Yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip olanların siyasal ilgi ve bilgileri daha fazla olduğu için, toplumsal ve siyasal örgütlerde faaliyet gösterebilecek kaynak ve güdüye sahiptirler (Kalaycıoğlu, 1983: 33). Ekonomik hiyerarşinin tepesinde yer alan kişinin, iyi eğitim görmüş kişiye olan bakış açısıyla aynı şekilde siyasal bakımdan aktif ve kendine güvenen biri olarak kabulü söz konusudur.

Gelir, siyasal katılmayı hem olumlu hem de olumsuz etkileyen bir değişkendir. Yapılan araştırmalarda gelir attıkça siyasal katılma düzeyinin yükseldiği, buna karşın, politikayla en ilgisiz kişilerin en düşük gelir gruplarında toplandıkları görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde yapılar araştırmalar, gelirdeki artışla birlikte oyunu kullanma eğilimlerinin de arttığını göstermiştir. Fakat bazı araştırmalarda bu eğilimin her zaman her yerde doğru olmayacağı da ortaya konmuştur (Özer ve Meder, 2008: 25). Gelirin

seviyesinin siyasal katılıma olan etkisi ülkelere, toplum yapısına, oluşan koşullara göre farklılaşması mümkündür. Düşük gelir seviyesi de siyasal katılım için itici bir güç haline dönüşebilmektedir.

2.3.1.7. Yerleşim Yeri

Yerleşim yeri siyasal katılmayı etkilen faktörler arasında yer almaktadır. Yapılan şehir ve köy ayrımları hem orada yaşayanların kişisel özellikleri hem de çevresel faktörler bakımından değişiklikler bakımından yapılmaktadır.

Dursun'a göre, yerleşim birimi ile siyasal katılma davranışı arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Yaşanan yerleşim yeri büyüklüğü ile siyasal katılma arasındaki ilişki konusunda iki farklı görüş ileri sürülmüştür. Birine göre yerleşim yerinin büyüklüğü arttıkça siyasal katılma yoğunluğu da artmaktadır. Yani köyden şehre doğru gidildikçe siyasal hayata katılmanın da arttığı savunulmaktadır. Modernleşmenin en önemli özelliğini oluşturan şehirleşme siyasal katılma eğilimini uyarmakta ve buna uygun bir kültürel ortam oluşturmaktadır. Buna karşılık şehir hayatının topluluğu zayıflattığı ve bundan dolayı da siyasal katılma üzerinde olumsuz etkide bulunduğu da savunulmuştur. Yerleşim yerlerinin boyutu büyüdükçe bireylerin siyasal hayata katılmasını güdüleyen faktörlerin etkinliği azalmakta olduğundan birey karmaşıklaşan siyasal süreçten giderek uzaklaşacaktır. Sistem üzerinde herhangi bir etki yaratamayacağını düşünen ve yabancılaşan bireylerin siyasal hayata katılmalarını beklemek doğru olmayacaktır (Dursun, 2006: 244). Şehir köy ayrımının dışında şehirler de büyüklüklerine göre farklı ele alınmıştır. Şehirler büyüdükçe katılım oranının da arttığı savunulmaktadır.

Büyük kentlerde görülen katılım, daha bağımsız ve daha bilinçli iken, kırsal kesimdeki katılma çoğunlukla çevresel değişkenlere bağımlıdır. Küçük yerleşim birimlerinde bir yandan ailenin, diğer yandan da toplumsal önderlerin kararları, bireye özgür davranma alanı bırakmamaktadır (Çukurçayır, 2000: 81-82). Küçük yerlerde yani köy toplumlarda yaşayanların eğitim ve gelir seviyesi şehirlerde yaşanlara göre daha düşük olarak kabul edildiğinden siyasal katılımlarının da düşük olduğu kabul edilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENÇLİK OLGUSU

3.1. Gençlik

Gençlik, insan hayatında önemli bir çağı temsil etmektedir. İnsan yaşamı bebeklik, gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık evrelerinden oluşmaktadır. Bu evreler birbirinden ayrı dönemlerde oluşmasına ve ayrı ayrı adlandırılmalarına rağmen birbirlerini etkilemektedirler (Yazıcı, 2003: 7-8). Bir UNESCO yayınında, şu tanımlamalar önerilmektedir:

- Genç, öğrenim yapan ve hayatını kazanmak için çalışmayan, kendine ait bir konutu bulunmayan kişidir.
- Genç, büyük bir hayal gücüne sahip, cesaretin çekingenliğine, macera isteğinin rahata üstün geldiği insandır.
- Gençlik, 15-25 yaş arasındakilerden meydana gelen bir yaş grubudur (Kışlalı, 1974: 15).

Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı'nca yapılan tanım: "buluğa erme" sebebiyle biyolojik ve psikolojik bakımdan çocukluğun sonu ile, toplum hayatında sorumluluk alma yaşı olan, 12-24 yaş grubu arasında kalan yaş dönemidir." Birleşmiş Milletler Örgütü 12-24 yaş arasındaki kişileri genç olarak kabul etmekte ve bu yaşlar arasındaki dönemi gençlik çağı olarak adlandırmaktadır (Yazıcı, 2003: 9). Gençlik hakkında evrensel tanımlar yapmak olanaksızlaşmaktadır. Çünkü genç kavramı ortalama yaşa ve kültürel etkenlere göre, ülkeden ülkeye değişmektedir (Kışlalı, 1974: 16). Örneğin, gelişmekte olan ülkeler için gençler, hem sayısal yoğunlukları hem de onlardan beklenen verim açısından büyük önem taşımaktadırlar.

Gençlikle ilgili kullanılan bazı kavramlar bulunmaktadır. Gökçe'nin ifadesiyle, gençlik çağı için kullanılan “delikanlı”, “ergen” ve “genç” gibi farklı kavramlar şu anlamları içermektedir:

-Ergenlik (adolescence): İnsan gelişiminde buluğa erme ile başlayan fizyolojik ve psikolojik değişmeyi karakterize eden dönem (12, 13,19, 20 yaşlar arası).

-Delikanlılık (teenage): Yaş bakımından ergenlik dönemini karşılamaktadır. Kapsamı bakımından sosyal gelişmeyi içeren fakat sosyal gelişmenin tamamlandığı bir dönemdir. Böylece ergenlik fizyolojik, giderek psikolojik kökenli, delikanlılık ise sosyal kökenli bir süreçtir.

-Gençlik (youth): Bireyi sosyal olgunluğa hazırlayan ergenlik ve delikanlılık özelliklerinin bir arada görüldüğü daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Bu anlamda, gençlik döneminin önemli özelliklerinden biri çocukluk döneminde başlayan sosyalleşme sürecinin yoğun bir biçimde devam etmesi ve kişiyi sosyal olgunluğa götürmesidir (Bayhan, 2003: 19).

Toplum açısından genç bir birey ve bütünüyle gençlik, içinde dünyaya geldiği, yetiştiği, eğitilmekte olduğu sosyal bünyeyi ve o bünyeye ait temel özellikleri, hem koruyacak hem de çağın gereklerine göre zenginleştirip geliştirerek kendisinden sonra geleceklere aktaracak bir sosyal potansiyeldir. Gençliği hayatını sürdürdüğü ortama göre; köy, kent, gecekondu gençliği, gençliğin uğraşısına göre; okuyan ya da öğrenci gençlik ve okul dışı gençlik yani, çalışan ve çalışmayan ya da işsiz gençlik olarak gruplandırmak mümkün olmaktadır (Bayhan, 2003: 18-25). Bu çalışmanın örneklem birimini oluşturan gençlik grubu, üniversite gençliğinden oluşmaktadır.

Hızlı sosyal değişimin beraberinde getirmiş olduğu sorunlar gençleri oldukça etkilemektedir. Ekonomik sorunların yarattığı sorunlar, kırdan kente doğru bir kentleşme, işsizlik, okul eksikliği vb. durumlar en çok genç kesim için sorun teşkil etmektedir.

3.2. Gençlik Hareketleri Üzerinde Değişik Görüşler

3.2.1. Biyolojik Yaklaşım

Biyolojik yaklaşıma göre gençlik dönemi, bireyin buluğ çağının başlamasından kemik büyümesinin tamamlanmasına kadar devam eden yaşam sürecini kapsamaktadır. Bu dönemde gencin büyüme süreci gerçekleşmekte, cinsel gelişimi başlamakta ve fiziksel büyümesi tamamlanmaktadır (Burcu, 1998: 109). Gençlik tanımlamalarında verilmiş olan yaş aralıkları biyolojik yaklaşımın göstergelerindedir.

Hayatın belirli dönemini içeren gençlik, özünde biyolojik bir kavramdır. Gençlik dönemi hayat sürecinin üç önemli döneminden birini oluşturmaktadır. Çünkü çocuk, bugünün genci, geleceğin yaşlısı olacaktır. İnsanı diğer canlılardan ayıran nokta, onun yaşamakta olduğu bu dönemleri belirli alışkanlıklar, kurallar çerçevesine yerleştirmek için harcadığı çaba ile sınırlamıştır. Dolayısıyla, özünde biyolojik bir kavram olan gençlik “insan” söz konusu olduğunda toplumsal bir kavram haline dönüşmektedir. Her toplumsal kavramda olduğu gibi gençlik kavramı da toplumu biçimlendiren, yönlendiren temel faktörlerin etkisi altındadır (Bayhan, 2003: 17) Biyolojik gelişme sürecinin, psikolojik ve sosyal değişimlere katkıda bulunduğu ve onlara öncülük ettiği kabul edilmektedir.

3.2.2. Psikolojik Yaklaşım

Psikolojik yaklaşım genci iç dünyasındaki duygu ve düşüncelerinde meydana gelen değişimler ışığında tanımlamakta ve gençlik dönemi bir “kriz dönemi” olarak ele almaktadır (Burcu, 1998: 113). Bedeni olgunlaşmaya başlayan gencin duygu, düşünce ve davranışlarında bir karmaşıklık durumu meydana gelmektedir. Çocukluk döneminden bir geçiş durumunda olan gencin, çocukluğu tam olarak arkasında bırakamaması bu karmaşanın nedenidir.

Gençlik hareketlerinin şiddete yönelmesini psikolojik nedenlere bağlayanlar bulunmaktadır. Psikiyatlara göre; şiddet derin bir mahrumiyet duygusuna, mutlak gerekli olan şeye sahip olunmadığı duygusuna tepki olarak doğan bir davranıştır. Çağdaş genç ne babasında, ne de toplumda kendisine model olarak alacağı benzemek isteyeceği görüntüyü bulmaktadır. Şiddeti doğuran neden budur (Kışlalı, 1974: 19-20).

3.2.3. Sosyolojik Yaklaşım

Sosyolojik yaklaşımda, gencin içinde yaşadığı toplumun etkin olduğu vurgulanmaktadır. Açıklamalarda çatışmacı ve yapısal-fonksiyonalist yaklaşımdan faydalanılmaktadır.

Özünde biyolojik bir kavram olan gençlik, insan söz konusu olduğunda toplumsal bir kavram haline dönüşmektedir. Her toplumsal kavramda olduğu gibi gençlik kavramı da toplumu şekillendiren, yönlendiren temel faktörlerin etkisi altındadır. İnsanlar en basit anlamda, yiyecek, içecek, barınma gibi temel ihtiyaçları karşılamak için çalışmakta ve birbirleriyle iletişim kurmaktadır. Bu çabaların bütünü ile sosyal yapı oluşmaktadır (Gökçe, 1984: 16).

Sosyolojik yaklaşım içinde geliştirilen gençlik teorileri, gençlik döneminin belirleyicisi olarak sosyal çevre üzerinde durmuşlardır. Gencin sosyal durumunu ele alan araştırmalar, çocukluktan yetişkinliğe geçiş döneminin uzadığının fark edilmesiyle artış göstermiştir. Endüstri öncesi toplumlarda genç ve yetişkin aynı çatı altında yaşamakta, günlük yaşamda benzer aktiviteleri ve görevleri yerine getirmekte ve genç adeta yetişkinin bir minyatürü olarak yer almaktaydı. Sanayileşme ve kentleşme süreçleriyle birlikte gençlerin ve yetişkinlerin davranış ve aktivite alanları birbirinden ayrılmaya ve uzaklaşmaya başlamıştır. Aile yaşamının yeni biçimleri ortaya çıkmaya başlamıştır (Şahin, 2005: 181).

Anne babaların artan müdahaleleri karşısında bunalan gençlerin aileden ayrılma, özgürleşme ve arkadaş gruplarına yakınlaşması durumu söz konusudur. Sorgulama becerisi gelişen genç, ailesini ve toplumsal kuralları öncekinden daha farklı bir şekilde değerlendirme eğilimi göstermektedir. Böylece kendini kanıtlama sürecinde olan gencin

var olan değerler, kurallar ile ilgili sorunları artış göstermektedir. Bütün bunların sonucunda gençlik dönemi “asi” bir dönem yakıştırmalarına maruz kalmaktadır.

Gökçe’ye göre ne zaman ki genç,

- Her iki cinsle olumlu ilişkiler kurmayı başarır,
- Cinsiyet ayrımına göre farklı sosyal rolleri benimser,
- Anne-baba ve diğer yetişkinlerle olan duygusal ilişkilerini düzenler,
- Ekonomik bağımsızlığını sağlar,
- Evlilik ve aile hayatına hazırlanır,
- Yurttaşlık görev ve sorumluluklarını yüklenecek düzeye gelir,
- Sosyal sorumluluk duygusunu benimser ve
- Davranışlarına yön verecek bir değerler sistemini öğrenirse

İşte o zaman yetişkin bir insan olma yönünde mesafe kat etmiş olmaktadır (Gökçe, 1976: 20).

3.3. Üniversite Gençliği

“Üniversite”, Latince “Universitas” sözcüğünden gelmektedir. Bu sözcük, Ortaçağda “kurum, topluluk” anlamlarında kullanılmıştır. “Üniversite” kavramının günümüzdekine yakın bir şekilde “öğretici ve öğrenciler topluluğu” anlamında kullanılmasına 14. yüzyıl sonlarında başlanmıştır. “Universitas”, aynı zamanda birlik ve birleştiricilik yanında tüm bilgi dallarına yayılma ve evrenselliği belirtmektedir (Bayhan, 2003: 39). Sayıca küçük bir azınlığı temsil eden “üniversite gençliği” toplum içinde önemli bir yer işgal etmektedir.

Bir toplumda üniversite gençliği, toplumun sosyo-kültürel yapısının en dinamik en yeni ve gelecek unsurlarını sergilemektedir. Üniversite eğitimi ve bu eğitim sürecinde gençler için çok önemlidir. Genç bu dönemde kimliğini kazanma, kişiliğine kalıcı biçim verme ve onları özümseme süreci yaşamaktadır. Aynı şekilde bu dönem gencin doğal, ekonomik, sosyal, kültürel çevreyi algılamasında, olayları değerlendirmesinde zamanının ve faaliyetlerinin en büyük bölümünü alan üniversite yaşantısı etkili olmaktadır (Artan, vd. 2005: 18). Üniversite ile birlikte genç, yaşadığı yerin değerleri, ailenin değerleri ve ulusal değerleri birleştirerek belli bir dünya görüşü

kazanmaktadır. Gencin geleceğini şekillendiren üniversite bu yüzden önem arz etmektedir. Üniversitenin gençlerin hayatında bu kadar etkin bir role sahip olması beraberinde verilen eğitimle ilgili de bazı koşulları da gerektirmektedir. Üniversite eğitiminin öğrencilerin bilinçlenmesi ve kaliteli yetişmeleri açısından onlara ön ayak olacak şekilde oluşması beklenmektedir.

Üniversite gençliğinin, bilinçli ve kaliteli bir eğitim alması gerekmektedir. Üniversite öğrencisi, ders çalışan, ders notu ezberleyen fertler olmamalıdır. Araştıran, tartışan, fikir üreten ve böylece öğrenen bir kimse olmalıdır. Bilgiyi konuyu öğretmenin otoritesine, ünvanlarına güven duyarak değil, onun iddialarının, tezlerinin dayandığı delil ve gerekçelerin güçlü olması sebebiyle, doğru kabul etmesi uygun olmalıdır (Erkal, 2006: 135). Sorgulamayı eğitimin bir parçası haline getirmek, karakteri oturmuş ve iyi eğitilmiş bireylerin yetişmesi için gereken şartlar arasında yer almaktadır.

Yazıcı'ya göre, üniversite gençliğini diğer gençlik gruplarından ayıran en önemli özellik, onların geleceğe bilgili yönetici ve karar verici adayları olmalarıdır. Meslek sahibi olabilmek için çalışmak ve kariyer yapmak onların üzerinde farklı bir yük olmasına neden olmaktadır. Orta öğrenimlerini bitirip üniversiteye gelen genç insanlar, buradaki atmosfere hemen uyum sağlayamayabilmektedirler. Kazandıkları bölümlerin kafalarında hayal ettiklerinden farklı olması mümkündür. Karşılaştıkları değişik eğitimsel ve yaşamsal problemler, üniversite gençliğinin istenmeyen yönlere kanalize olmasına yol açabilmektedir (Yazıcı, 2003: 13). Gençlik sorunlarının en belirgin olduğu dönem üniversite dönemidir. Bu nedenle üniversite eğitiminin öğrenciye sağlanması tek başına yeterli olmamaktadır. Sorunların çeşitliliği gibi öğrencilerin sorunlara verdikleri tepkiler ve davranış şekillenmeleri de birbirlerinden oldukça farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Bazı teoriler bu alandaki sorunları anlamak açısından bize yardımcı olabilmektedir.

Çatışma teorileri bağlamında, hızla değişen toplumda toplumun karşı karşıya kaldığı problemlere koşturucu olarak gençlerin bazı sorunlarla karşı karşıya kaldığı; dolayısıyla bu durumun gençler ve yetişkinler arasında çatışma oluşturduğu kabul edilmektedir. Gencin ekonomik, eğitim, güven hissedememe, amacını belirleyememe gibi sorunları, gençlerin çeşitli sapan davranışlar sergilemelerine neden olmaktadır. Hızlı değişimlerin yaşandığı toplumlarda, gencin yetişkin rollerini edinmesinin giderek

zorlaştığı kabul edilmektedir. Yapısal fonksiyonalist yaklaşım, gençliği toplumsal bütünleşme açısından analiz etmektedir. Toplum, birbiriyle ilişkili ve bütünleşmiş bir toplumsal sistem olarak işlemektedir. Ancak, kurumsal öğeler dengeyi bozarsa yabancılaşma ortaya çıkmaktadır. Kuşaklar çatışması, yaş grupları ve toplum arasındaki zayıf bütünleşme sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Bayhan, 2003: 42-43). Gençler ile kuşaklar ve toplumsal kurumlar arasında yaşanan çatışmanın asgari seviyeye indirilmesi gerekmektedir.

3.4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GENÇLİK HAREKETLERİ

Gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerde 1968 yılında doruğa ulaşan eylemler, gençliğin içinde doğup büyüdüğü toplumsal yapıların ve genel olarak dünyanın kastettiği gelişmeler sonucunda ortaya çıkan huzursuz ortamın bir sonucu olmuştur. Buradaki huzursuz ortam ile anlatılmak istenen, tüm değer yargılarının büyük ölçüde değiştiği, güzel ve çirkinin, iyi ve kötünün, doğru ve yanlışın, haklı ve haksızın karmaşık hale geldiği, bireyin güvensiz ve umutsuz bir yapıya dönüştüğüdür (Bayhan, 1997: 247). Tüm Dünya'da 68 olaylarının özellikleri birbirlerinden ayrılrsa da hepsinin ortak özelliği, gençliğin toplumsal, ekonomik ve siyasal olanakların dışında tutuluşu olmuştur.

Öğrenci ayaklanmalarının üç boyutu vardır: Üniversite, siyasal rejim ve toplumsal yapı. Üniversite olanakları iyileştikçe, demokratikleştikçe hareket üniversite dışına kaymıştır. Üniversite ile ilgili sorunların çözümüyle birlikte asıl sorunun dışarıda, toplumsal düzen ve rejimde olduğu görülmüştür. Rejimin otoriter veya liberal siyasal iktidarın toplumsal düzendeki köklü değişmelerden yana veya kapalılığı, öğrenci hareketlerinin belirlenmesinde önemli etkenler olmaktadır. Gelişmiş kapitalist ülkelerde ortalama yaş yüksek olduğu için, bütün iktidar yaşlı ve orta yaşlı kuşakların elindedir. Bu koşullar altında, gençlik hareketleri öğrenciler için tek mümkün faaliyet yolu olmaktadır. Gelişmiş sosyalist ülkelerdeki öğrenciler ideoloji ile uygulama arasındaki çelişkiye karşı çıkmaktadırlar. Daha çok özgürlük istemektedirler. Geri kalmış ülkelerde ise öğrenciler hızlı ve adaletli bir kalkınmadan yana olmuşlardır. Eğitimi yüksek kesimi temsil ettikleri için siyasal hayatta daha aktif bir rol

beklemektedirler. Öğrenci hareketleri şiddete dayalı ve rejimle bütünleşmiş bir nitelik taşımaktadır. Şiddete dayalı isyan niteliğindeki öğrenci hareketleri de üçe ayrılabilir:

1- Toplumsal düzene karşı, toplumun diğer kesimlerinden kopuk öğrenci hareketleri: Rejimin o toplumun koşullarına göre liberal sayılabileceği ve üniversitenin, değişen koşulların büyük ölçüde gerisinde kalmadığı ülkelerde rastlanmaktadır. Genel olarak tutucu ve çoğunlukla gençlerin etkilerine kapalı siyasal iktidarlara sahip olmaktadırlar. Örneğin, Federal Almanya'da daha ilerici sayılabilecek bir partinin iktidara ulaşması gençlik eylemlerinin yatışmasında etkili olmuştur.

2- Siyasal rejime karşı, toplumdaki diğer bazı güçlerle dayanışma halindeki öğrenci hareketleri: Baskıcı rejimlere karşı toplumun birçok kesiminin desteklediği hareketlerdir. Fakat rejim yumuşamadıkça öğrenci hareketleri desteksiz kalmakta ve hareket toplumsal düzene karşı bir hale dönüşebilmektedir.

3- Üniversiteye ve toplumsal düzene karşı, toplumun diğer kesimlerinden kopuk öğrenci hareketleri: Toplumsal düzenle ilgili sorunlarda kısa sürede etkili olamamak, öğrencilerin müdahalesini rejim dışına taşıyabilmektedir. Mücadele rejim dışına çıktığı zaman, hareketin toplumsal destekten yoksunlaşması daha hızlı bir süreç içinde olmaktadır. Türkiye'de 1968'den sonraki öğrenci hareketlerini daha öncekilerden ayıran en önemli farklılardan birisi budur (Kışlalı, 1974: 94-95-96-97-99).

Batı, 68'i kendi gelişmiş demokratik sistemi içerisine kısa bir süre içerisinde entegre etmiştir. 68'in ürünleri, daha ileri bir toplum yaratmak amacıyla kullanılmış, 68'den sonra Avrupa'da birçok ileri yasal ve toplumsal değişiklikler meydana gelmiştir. Yeni bir Avrupa yaratılmış ve 68 hareketi de kendiliğinde son bulmuştur. (Göktolga, 2005: 942). Türk 68 hareketi, yine öğrenci gençlik kesimden fakat sağ eğilimli öğrenci kesiminden tepki ile karşılaşmıştır. Bu gelişmede, solun 70'lerin başında radikalleşmesinin ve militarizm anlayışının yaygınlaşmasının önemli bir etkisi olmuştur. Bir süre sonra, bu karşıt gruplar arasındaki mücadele sokaklara kaymış, öğrenci gençlik kitlesinin ötesinde her kesimden, genç olsun olmasın silahlı mücadeleye; statüyü savunanlarla reddedenlerin ideolojik, siyasi ve askeri düzeyde çatışmasına dönüşmüştür (Laçiner, 1998: 24).

Türkiye’ de 68 hareketinin yankı bulmasında ekonomik durumun, üniversite öğrencilerinin bir kısmının orta gelirli olmasının ve kentleşmenin etkileri yer almaktadır. Türkiye, 1960’larda o güne kadar tanık olmadığı bir biçimde ekonomik büyümeye maruz kalmıştır. Bu dönemlerde var olan bu ekonomik gelişme ve demokrasiyi yetersiz ve aldatıcı bulan aydın ve üniversiteli kesim giderek çoğalmıştır. Böylelikle öğrenci hareketi olarak başlayan bu hareket daha ileri boyutlara dönüşmüştür. (Göktolga, 2005: 942-943). Türkiye’ de 12 Mart sonrasında bir terör ve anarşi ortamı hakim olmaya başlamıştır. Türkiye gibi Almanya, İtalya ve Japonya da benzer şekilde silahlanma yoluna gitmiştir. Kültürel olarak bir üst kimlik yokluğu, otoriter ve üste bağlı olma kültürünün egemenliği ve demokratik kurumların zayıflığı hareketlerin silahlı mücadeleye dönüşmesinde ya da şiddeti frenlemede toplumsal mekanizmaların etkisiz kalmasında etkili olma olasılığı bulunmaktadır (Akçam, 1998: 41). Gençlik hareketlerinin Avrupa’da olduğu gibi kısa sürmemesi ve şiddet eylemlerine dönüşmesi ülkenin az gelişmişlik seviyesinden kurtulamaması, çözümü için köklü önlemler alınmamasına bağlanmaktadır.

1980 sonrası gençlik, 1968-1978 kuşaklarının aksine ideolojik inançların bir getirisi olmadığını düşünen ve ekonomik değerleri ön plana çıkarmış bir jenerasyon olarak görülmektedir. 60’lı ve 70’li yıllarda süren 1980 darbesiyle birlikte şiddetin zirvede yer aldığı, üniversitelerin boşaltıldığı yıllar gelecek nesil için siyaseten soğuma ortamı yaratmıştır. Sendikalar, odalar, dernekler, üniversiteler, siyasal partilerin kadın ve gençlik kolları gibi örgütlenmeler, yasaklamalardan paylarını almışlardır. Siyasal katılımın sınırlandığı bu apolitizasyon süreci sonunda siyasal katılımın salt belli dönemlerde oy verme eylemine indirgenmesine neden olmuştur. 12 Eylül’ün sert ve kötü koşullarından etkilenen aileler, kendi çocuklarını siyasetten uzak tutma eğilimi göstermişlerdir. Ailelerin bu tutumu, 80 sonrası gençliğin siyasete olan yabancılaşmasına gösterilen en önemli sebepler içinde yer almaktadır. Armağan da, 12 Eylül rejiminin Türkiye gençliğine ve Türkiye demokrasisine indirdiği en büyük darbelerden biri olarak, gençliğin siyasal toplumsallaşmasını kesintiye uğratmasını görmektedir. Kuşkusuz bireylerin siyasal, toplumsal bilinçlenme süreci olan siyasal toplumsallaşma olmadan, gençlerin demokrasiye sahip çıkması ve katkıda bulunmasını beklemek zor olmaktadır (Armağan, 2004: 23).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Araştırma konusu olan üniversite gençliği toplumda önemli bir yere sahiptir. Özellikle siyasal bir gelecek açısından üniversite öğrencileri büyük önem taşımaktadırlar. Bu araştırmada toplumda önemli bir konumda olan üniversite gençliğinin “apolitik” bir tavır içinde olup olmadığını görmek amaçlanmaktadır.

Siyaset ve kültür birbiriyle bağına hiç koparmayan iki kavram olmuştur. Siyaset arenasında yapılmak istenen değişikliklerin yolunu kültürel politikalarla kısaltmak mümkün olabilmektedir. Kültür, kişilerin yaşam tarzını, toplumsal ve siyasal bakış açılarını belirleyen bir etken olarak önem kazanmaktadır. İktidarlar vatandaşların siyasetle olan ilişkilerini yönlendirebilmek için popüler kültür ve ürünlerinden faydalanmaktadırlar. Popüler kültür, iletişim araçlarıyla hızlı ve etkili bir biçimde yayılmıştır. Etki alanı geniş olan popüler kültür, eğlenceye yönelen bir özelliğe sahip olmasından dolayı da toplumsal konulara ilgisizleşmeye neden olmaktadır. Bu çalışmada gençlerin popüler kültür eğilimlerinin apolitikleşmeye yol açıp açmadığı sorgulanmaktadır.

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini üniversite gençliği oluşturmaktadır. Örneklemi ise Pamukkale Üniversitesine bağlı olan Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve Tıp Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Zaman, kaynak ve eleman kısıtlılıkları nedeni ile beş fakültede öğrenimlerine devam eden öğrenciler ile sınırlandırılmıştır. Bu fakültelele bağlı 19.874 öğrencinin 350’si ile görüşülmüştür.

Basit tesadüfi örneklem tekniği ile seçilmiş beş fakülte öğrencilerine anket uygulanmıştır. Alan araştırmasının uygulandığı fakültelerin toplam öğrenci sayısı şöyledir:

| Fakülte | Sayı |
|--------------------------------------|-------------|
| Eğitim Fakültesi | 4837 |
| Fen-Edebiyat Fakültesi | 5227 |
| İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi | 4993 |
| Mühendislik Fakültesi | 3905 |
| Tıp Fakültesi | 516 |

Bu beş fakültenin 350 öğrencisi araştırmamızın örneklem birimini oluşturmuştur. Araştırma için öncelikle fakülte dekanlıklarından izin alınmıştır. 41 soruluk anket formu örneklem dahili öğrencilere uygulanmıştır.

4.3. Araştırmanın Materyal ve Yöntemi

Araştırmanın istatistiksel analizi için SPSS programı kullanılmıştır. İlk olarak tablolarda frekans dağılımları, sonrasında da değişkenler arasındaki ilişkinin saptanması için ki-kare analiz yöntemi kullanılmıştır.

4.3.1 Araştırmanın Temel Problemi

Popüler kültür ve sunduğu ürünler, gençlerin apolitikleşmesinde önemli bir rol oynar mı? Apolitikleşmeye sebep olan sosyo-kültürel değişkenler nelerdir?

4.3.2. Araştırmanın Alt Problemleri

1. Gençlerin okudukları fakülte ile siyasi ilgi düzeylerinin düşük olması (apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki var mıdır?
2. Gençlerin okudukları fakülte ile tercihlerin popüler olması arasında bir ilişki var mıdır?
3. Gençlerin tercihlerinin popüler olandan yana olması ile siyaset ilgi düzeylerinin düşük olması (apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki var mıdır?

4. Gençlerin cinsiyet farklılıkları ile siyasi ilgi düzeylerinin(apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki var mıdır?
5. Gençlerin cinsiyet farklılıkları ile tercihlerin popüler olması arasında bir ilişki var mıdır?
6. Gençlerin ailelerinin yaşadıkları yer ile siyasete ilgi düzeylerinin düşük olması (apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki var mıdır?
7. Gençlerin ailelerinin gelir durumlarıyla siyasete ilgi düzeylerinin düşük olması (apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki var mıdır?

4.3.3. Araştırmanın Alt Hipotezleri

1. Gençlerin okudukları fakülte ile apolitikleşmeleri arasında bir ilişki vardır.
2. Gençlerin okudukları fakülte ile tercihlerin popüler olması arasında bir ilişki vardır.
3. Gençlerin tercihlerinin popüler olandan yana olması ile siyaset ilişkileri(apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki vardır.
4. Gençlerin cinsiyet farklılıkları ile apolitikleşmeleri arasında bir ilişki vardır.
5. Gençlerin cinsiyet farklılıkları ile tercihlerin popüler olması arasında bir ilişki vardır.
6. Gençlerin ailelerinin yaşadıkları yer ile siyasi ilgi düzeylerinin düşük olması (apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki vardır.
7. Gençlerin ailelerinin gelir durumlarıyla siyasi ilgi düzeylerinin düşük olması (apolitikleşmeleri) arasında bir ilişki vardır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

5.1. Frekans Tabloları

5.1.1. Sosyo-Ekonomik Değişkenler

Tablo 1. Fakülte

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi | 86 | 24,6 | 24,6 | 24,6 |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | 75 | 21,4 | 21,4 | 46,0 |
| | Eğitim Fakültesi | 110 | 31,4 | 31,4 | 77,4 |
| | Mühendislik Fakültesi | 56 | 16,0 | 16,0 | 93,4 |
| | Tıp Fakültesi | 23 | 6,6 | 6,6 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Fakülte öğrenci dağılımlarına bakıldığında örnekleliğimize giren katılımcıların Eğitim Fakültesi %31,4, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi %24,6, Fen-Edebiyat Fakültesi %21,4, Mühendislik Fakültesi % 16 ve Tıp Fakültesi %6,6 oranında olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Cinsiyet

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Kadın | 189 | 54,0 | 54,0 | 54,0 |
| | Erkek | 161 | 46,0 | 46,0 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 2, örneklem grubunun cinsiyet dağılımını göstermektedir. Tabloda görüldüğü üzere ankete katılan öğrencilerin % 54'ü kadınlardan, %46'sı ise erkeklerden oluşmaktadır. Buna göre, kadınlar ve erkekler arasında oransal bir yakınlık olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 3. Yaş

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | 17-19 | 47 | 13,4 | 13,4 | 13,4 |
| | 20-22 | 233 | 66,6 | 66,6 | 80,0 |
| | 23-25 | 68 | 19,4 | 19,4 | 99,4 |
| | +26 | 2 | ,6 | ,6 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 3 örneklem grubunun yaş dağılımını göstermektedir. Örneklem grubunun %66.6'sını 20-22 yaş arası grup, % 19.4'ünü 23-25 yaş arası grup, %13.4'ünü 17-19 yaş arası grup ve %0.6'sını +26 yaş grubu oluşturmaktadır. Çıkan sonuçlara baktığımızda örneklem olarak aldığımız grup üniversite öğrencisi olduğu için yaş grupları arasında büyük değişkenlik görülmemektedir.

Tablo 4. Ailenin Yaşadığı Yer

| | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli il | 187 | 53,4 | 53,4 | 53,4 |
| İlçe | 110 | 31,4 | 31,4 | 84,9 |
| Köy | 52 | 14,9 | 14,9 | 99,7 |
| Yurtdışı | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Ailenin yaşadığı yer dağılımlarına bakıldığında örneklemeimize giren katılımcıların %53.4'ü ilde, %31.4'ü ilçede, %14.9'u köyde ve %0.3'ü yurtdışında yaşamaktadır.

Tablo 5. Anne Eğitim Durumu

| | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli yüzde |
|---------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli Okuma-yazması yok | 30 | 8,6 | 8,6 | 8,6 |
| Okur-yazar | 15 | 4,3 | 4,3 | 12,9 |
| İlkokul | 145 | 41,4 | 41,4 | 54,3 |
| Ortaokul ve dengi | 43 | 12,3 | 12,3 | 66,6 |
| Lise ve dengi | 82 | 23,4 | 23,4 | 90,0 |
| Üniversite ve dengi | 35 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 6. Baba Eğitim Durumu

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|-----------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Okuma-yazması yok | 3 | ,9 | ,9 | ,9 |
| | Okur-yazar | 11 | 3,1 | 3,2 | 4,0 |
| | İlkokul | 97 | 27,7 | 27,8 | 31,8 |
| | Ortaokul ve dengi | 48 | 13,7 | 13,8 | 45,6 |
| | Lise ve dengi | 99 | 28,3 | 28,4 | 73,9 |
| | Üniversite ve dengi | 86 | 24,6 | 24,6 | 98,6 |
| | Yüksek Lisans/Doktora | 5 | 1,4 | 1,4 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| | Cevap Vermeyenler | 1 | ,3 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Tablo 4 ve 5 birlikte değerlendirilmiştir. Anne ve babaların eğitim durumlarını gösteren tabloya bakıldığında annelerin “ilkokul”, babaların da “lise ve dengi” yanıtlarının oranının yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 4. %41.4; Tablo5. -%28.3). Anne ilkokul mezuniyet durumu oransal olarak baba ilkokul mezuniyet durumundan biraz daha fazladır. Tabloda dikkat çeken nokta üniversite mezunu olan babaların (%24.6) annelere (%10) oranla daha yüksek olmasıdır. Bir diğer dikkat çekici durum ise yüksek lisans ve doktora yapmış olanların sadece babalar olmasıdır (%1.4). Tabi ki bu oran da oldukça düşüktür. Genel olarak baktığımızda, babaların eğitim düzeylerinin annelerden daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 7. Anne Meslek

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Büyük esnaf(Sanayici-tüccar) | 1 | ,3 | ,3 | ,3 |
| | Küçük esnaf | 5 | 1,4 | 1,4 | 1,7 |
| | Kamu kesiminde memur | 17 | 4,9 | 4,9 | 6,6 |
| | İşçi | 13 | 3,7 | 3,7 | 10,3 |
| | Serbest çalışan(eczacı vb.) | 2 | ,6 | ,6 | 10,9 |
| | Hem kamu hem özel çalışanı(avukat vb.) | 3 | ,9 | ,9 | 11,7 |
| | Çiftçi | 6 | 1,7 | 1,7 | 13,5 |
| | Ev Kadını | 266 | 76,0 | 76,2 | 89,7 |
| | İşsiz | 9 | 2,6 | 2,6 | 92,3 |
| | Emekli | 27 | 7,7 | 7,7 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| | Cevap vermeyenler | 1 | ,3 | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Tablo 8. Baba Meslek

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli yüzde |
|-------------------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Büyük esnaf(Sanayici -tüccar) | 10 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Küçük esnaf | 33 | 9,4 | 9,5 | 12,4 |
| | Kamu kesiminde memur | 71 | 20,3 | 20,4 | 32,8 |
| | İşçi | 59 | 16,9 | 17,0 | 49,7 |
| | Serbest çalışan(eczacı vb.) | 27 | 7,7 | 7,8 | 57,5 |
| | Hem kamu hem özel çalışanı(avukat vb.) | 5 | 1,4 | 1,4 | 58,9 |
| | Çiftçi | 33 | 9,4 | 9,5 | 68,4 |
| | İşsiz | 24 | 6,9 | 6,9 | 75,3 |
| | Emekli | 86 | 24,6 | 24,7 | 100,0 |
| | Toplam | 348 | 99,4 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | | 2 | ,6 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Tablo 6 ve 7 birlikte değerlendirilmiştir. Tablolardaki anne-baba meslek dağılımının birbirlerinden oldukça farklı olduğunu görmekteyiz. Katılımcıların anne meslek tablosunda en yüksek oran % 76 ile ev kadını olmuştur. Annelerin %7.7'si ise emeklidir. Baba meslek grubunda üç meslek grubu dikkat çekicidir. Emekli olanların oranı %24.6, memur olanların oranı %20.3 ve işçi olanların oranı da %16.9 olmuştur.

Tablo 9. Aile Aylık Net Gelir

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|---------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | 250 TL ve daha az | 4 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| | 251-500 TL | 11 | 3,1 | 3,1 | 4,3 |
| | 501-1000 TL | 74 | 21,1 | 21,1 | 25,4 |
| | 1001-1500 TL | 113 | 32,3 | 32,3 | 57,7 |
| | 1501-2000 TL | 84 | 24,0 | 24,0 | 81,7 |
| | 2001 TL ve yukarısı | 64 | 18,3 | 18,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Araştırmaya katılanların aylık gelir durumlarını gösteren tabloya göre, katılımcıların %32.3'ü 1001-1500 tl, %24'ü 1501-2000 tl, %21.1'i 501-1000 tl, %18.3'ü 2001 tl ve yukarısı gelir düzeyindedir. Tabloda dikkat çeken nokta ise 500tl ve aşağısı gelir düzeyinde olanların oranlarının oldukça düşük olması, ortalama geliri 1001-2000 arasında yoğunlaşmış olmasıdır. Alt gelir grubuna dahil edilebilecek aile sayısının oldukça az olduğu görülmüştür.

Tablo 10. Öğrenim Giderlerini Karşılama Durumu

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|-----------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Kendim karşılıyorum | 37 | 10,6 | 10,6 | 10,6 |
| | Ailem para gönderiyor | 258 | 73,7 | 73,9 | 84,5 |
| | Devlet bursu alıyorum | 51 | 14,6 | 14,6 | 99,1 |
| | Özel burs alıyorum | 3 | ,9 | ,9 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | | 1 | ,3 | | |
| | Toplam | 350 | 100,0 | | |

Öğrencilerin öğrenim giderlerini karşılama durumlarını gösteren tabloya göre %73.7'lik bir çoğunluk ailesinin gönderdiği para ile geçinmektedir. %14.6'sı devlet bursu alırken, %10.6'sı ise öğrenim giderlerini kendisi karşılamakta ve %0.9'u da özel burs almaktadır.

5.1.2. Bireysel Tercihler

Tablo 11. Yükseköğrenim Yapma Amacı

| | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli Ailemin isteğini yerine getirmek | 21 | 6,0 | 6,0 | 6,0 |
| Toplumda prestij sağlamak | 22 | 6,3 | 6,3 | 12,3 |
| Zengin olmak/Para kazanmak | 15 | 4,3 | 4,3 | 16,6 |
| Meslek sahibi olmak | 127 | 36,3 | 36,3 | 52,9 |
| Topluma faydalı birey olmak | 52 | 14,9 | 14,9 | 67,7 |
| Kendi ayaklarının üzerinde durabilmek | 110 | 31,4 | 31,4 | 99,1 |
| Kendimi geliştirmek | 3 | ,9 | ,9 | 100,0 |
| Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Katılımcıların yükseköğrenim yapma amaçlarının tespit edilmesine yönelik sorulan soruya verilen yanıtlara göre, %36.3'ü meslek sahibi olma isteğinde olduğunu, %31.4'ü kendi ayaklarının üzerinde durma isteğinde olduğunu belirtmiştir. Topluma faydalı olmak istediğini belirtenlerin oranı ise %14.9 olmuştur. Para kazanmak yanıtını verenlerin oranının %4.3'lük oranla en düşük cevap olması da dikkat çekicidir.

Tablo 12. Hayatta En Çok Değer Verilen Şey

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|----------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Siyasi tutum ve değerlerim | 52 | 14,9 | 14,9 | 14,9 |
| | Dini inançlarım | 129 | 36,9 | 36,9 | 51,7 |
| | Mesleğim | 48 | 13,7 | 13,7 | 65,4 |
| | Aile ilişkilerim | 111 | 31,7 | 31,7 | 97,1 |
| | Özgürlük | 8 | 2,3 | 2,3 | 99,4 |
| | Sevgi | 2 | ,6 | ,6 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Öğrencilerin önem verdiği değerlerin ortaya konulmasına yönelik sorumuza %36.9'luk bir kesimlik “dini inançlarım” yanıtını, %31.7'lik bir kesim de “aile ilişkilerim” yanıtını vermişlerdir. Onları takip eden “Siyasi tutum ve değerlerim” yanıtı %14.9 oranında, “mesleğim” yanıtı %13.7 oranında, “özgürlük yanıtı” %2.3 oranında ve “sevgi” yanıtı da %0.6 oranında çıkmıştır.

Tablo 13. Arkadaşlarla Bir araya Gelindiğinde En Çok Konuşulan Konular

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|----------------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Ailevi konular | 118 | 33,7 | 33,7 | 33,7 |
| | Siyasal konular | 90 | 25,7 | 25,7 | 59,4 |
| | Ülke sorunları | 39 | 11,1 | 11,1 | 70,6 |
| | Üniversite sorunları | 60 | 17,1 | 17,1 | 87,7 |
| | Spor, sanat, sinema gibi Konular | 25 | 7,1 | 7,1 | 94,9 |
| | Kız-erkek ilişkileri | 12 | 3,4 | 3,4 | 98,3 |
| | Ekonomik problemler | 2 | ,6 | ,6 | 98,9 |
| | İş bulma sorunu | 3 | ,9 | ,9 | 99,7 |
| | Alışveriş seçimleri(m arka vs.) | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 40, öğrencilerin birlikteyken en çok konuştukları konuların oranlarını göstermektedir. “Ailevi konular” %33.7 oranında, “siyasal konular” %25.7 oranında, “üniversite sorunları %17.1 oranında, “ülke sorunları” %11.1 oranında, “spor, sanat, sinema gibi konular” %7.1 oranında, “kız-erkek” ilişkileri %3.4 oranındadır. “Ekonomik problemler”, “iş bulma sorunu” ve “alışveriş seçimleri” düşük oranlara sahip olan yanıtlardır. Dolayısıyla aile ilişkilerine diğer konulara göre daha fazla önem verdiklerini söyleyebiliriz. Siyasal konuların gençlerin konuştukları konular arasında ikinci sırada yer alması dikkat çekicidir.

Tablo 14. Türkiye'nin En Önemli Sorunu

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | İşsizlik | 275 | 78,6 | 78,6 | 78,6 |
| | Eğitimsizlik | 60 | 17,1 | 17,1 | 95,7 |
| | Ekonomi | 4 | 1,1 | 1,1 | 96,9 |
| | Siyaset/politika | 8 | 2,3 | 2,3 | 99,1 |
| | Yoksulluk/ gelir dağılım eşitsizliği | 2 | ,6 | ,6 | 99,7 |
| | Terör | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Araştırmaya katılanların Türkiye'de en önemli sorun olarak işsizliği göstermişlerdir. Örneklem grubunun %78.6'sı işsizlik yanıtını, %17.1'i eğitimsizlik yanıtını, %2.3'ü siyaset yanıtını, %1.1'i ekonomi yanıtını, %0.6'sı yoksulluk yanıtını ve %0.3'ü ise terör yanıtını vermişlerdir. Tabloya göre, işsizlik yanıtı çok yüksek bir oranı göstermektedir. Ulaşılan sonuçlar gerçek rakamlarla da uyumluluk göstermektedir. Yapılan araştırmalarda Türkiye, 177 ülke arasında genç işsizlik oranının en yüksek olduğu 10. Ülke olmuştur (Mütevellioglu vd., 2010: 209). Yıllar geçtikçe işsizlik oranları daha da artmaktadır. İşsizlik yanıtının yüksek oluşu gençlerin gelecek kaygılarını da göstermektedir.

Tablo 15. Üniversite Öğrencilerini En Çok Bir Araya Getiren Olgu

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|------------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Hemşehrilik | 29 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| | Düşünce biçimleri ve siyaset | 80 | 22,9 | 22,9 | 31,1 |
| | Cinsiyet | 18 | 5,1 | 5,1 | 36,3 |
| | Bölüm | 101 | 28,9 | 28,9 | 65,1 |
| | Yaşam şekilleri | 122 | 34,9 | 34,9 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Üniversite öğrencilerini en çok bir araya getiren olguyu gösteren tabloya bakıldığında öğrencilerin % 34.9'unun "yaşam şekilleri" yanıtını, %28.9'unun "bölüm" yanıtını, %22.9'unun "düşünce biçimleri ve siyaset" yanıtını, %8.3'ünün "hemşehrilik" yanıtını ve %5.1'inin "cinsiyet" yanıtını verdiğini görmekteyiz. Yaşam şekillerinin en yüksek orana sahip olması beklenen bir sonuç olmuştur.

5.1.3. Boş Zaman Alışkanlıkları ve Boş Zamanın Değerlendirilme Biçimleri

Tablo 16. Serbest Zamanın Değerlendirilmesi

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|---|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Sinema, tiyatro, konser- kitap, dergi, gazete vb. | 246 | 70,3 | 70,5 | 70,5 |
| | Dernek, lokal, siyasi parti vb. yerler | 14 | 4,0 | 4,0 | 74,5 |
| | İnternette | 53 | 15,1 | 15,2 | 89,7 |
| | Spor yaparak | 17 | 4,9 | 4,9 | 94,6 |
| | Televizyon seyrederek | 12 | 3,4 | 3,4 | 98,0 |
| | Kahvehane vb. yerlere giderek | 5 | 1,4 | 1,4 | 99,4 |
| | Bilgisayar oyunu oynayarak | 1 | ,3 | ,3 | 99,7 |
| | Arkadaşlarımla | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| | Cevap Vermeyenler | 1 | ,3 | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Serbest zamanında değerlendirilme şeklini belirlemek amacıyla sorulan soruya büyük bir kesimin "sinema, tiyatro, konser- kitap, dergi, gazete vb." (%70.3) yanıtını verdiği görülmektedir. Ardından gelen bir diğer yüksek oranı da "internet" (%15.1) yanıtı almıştır. Geriye kalan yanıtlar ise birbirine yakın oranlardadır. "Dernek, lokal, siyasi parti vb." yanıtını verenler %4 oranında, "tv" yanıtını verenler %3.4 oranında, "kahvehane" vb. yanıtını verenler %1.4 oranındadır. "Bilgisayar oyunu" ve "arkadaşlarımla" yanıtları ise aynı oranlara sahiptir (%0.3). Bilgisayar oyunu ve arkadaşlarımla yanıtları, araştırmaya katılanlar tarafından eklenmiştir. Katılımcıların tv izleme yanıtlarının az olmasının önemli nedeni özel bir etkinlik olarak görülmeşiğindedir. "İnternet" yanıtı "tv" yanıtına göre yüksek oranda olmasına rağmen

onun da özel bir aktivite olarak görülmediği düşünülmektedir. Çünkü gençler arasında internet kullanımı oldukça yaygındır.

Tablo 17. Tv İzleme Sıklığı

| | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|-----------------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | 1-2 saat | 184 | 52,6 | 52,6 |
| | 2-4 saat | 87 | 24,9 | 77,4 |
| | 4-6 saat | 27 | 7,7 | 85,1 |
| | 6 saatten fazla | 19 | 5,4 | 90,6 |
| | Hiç izlemem | 33 | 9,4 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 |

Gençlerin tv izleme sıklıklarının sorulduğu soruya verilen yanıtlar arasında en yüksek oran “1-2 saat” (%52.6) olmuştur. Katılımcıları %24.9’u “2-4 saat”, %9.4 “hiç izlemem”, %7.7’si “4-6 saat” ve %5.4’ü de “6 saatten fazla” yanıtını vermişlerdir. Öğrencilerin tv izleme sıklıkları beklenenden düşük oranda çıkmıştır.

Tablo 18. En Çok İzlenen Tv Programı

| | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|-------------------------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Film/dizi film | 138 | 39,4 | 43,5 |
| | Haberler/açık oturumlar | 55 | 15,7 | 60,9 |
| | Spor programları | 47 | 13,4 | 75,7 |
| | Eğlence programları | 40 | 11,4 | 88,3 |
| | Ekonomi programları | 4 | 1,1 | 89,6 |
| | Tartışma programları | 18 | 5,1 | 95,3 |
| | Kültür/sanat/belgesel | 15 | 4,3 | 100,0 |
| | Toplam | 317 | 90,6 | 100,0 |
| Cevap Vermeyenler | | 33 | 9,4 | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | |

Katılımcıların televizyonda izledikleri programların belirlenmesine yönelik soruya verilen yanıtlar arasında en yüksek oran film/dizi (%39.4) olmuştur. Haberler/açık oturumlar (%15.7), spor programları (%13.4) ve eğlence programları (%11.4) birbirlerine yakın oranlardadır. Geriye kalan, tartışma programları %5.7'lik, kültür /sanat/belgesel programları %4.3'lük ve ekonomi programları da %1.1'lik bir paya sahip olmuşlardır. Gençlerin televizyon izleme sıklığı beklenenin aksine düşük bir oranda çıkmış olsa da genel olarak siyasal, kültürel ve bilimsel programlardan ziyade eğlence amaçlı programlara ilgi gösterdikleri görülmüştür.

Tablo 19. Tv İzleme Nedeni

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|---|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Vakit geçirmek için | 126 | 36,0 | 39,7 | 39,7 |
| | Yurtiçi ve yurtdışı gelişmelerden haberdar olmak için | 81 | 23,1 | 25,6 | 65,3 |
| | Eğlenmek için | 61 | 17,4 | 19,2 | 84,5 |
| | Arkadaşsızlık | 2 | ,6 | ,6 | 85,2 |
| | Dinlenmek için | 47 | 13,4 | 14,8 | 100,0 |
| | Toplam | 317 | 90,6 | 100,0 | |
| Cevap vermeyenler | | 33 | 9,4 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Tv izleyerek vakit geçirenlerin oranı yüksek çıkmıştır. Tv izlemeyi vakit geçirme nedeni olarak gören katılımcıların oranı %36'dır. Gelişmelerden haberdar olmak için tv izleyenler %23.1, eğlenmek için tv izleyenler %17.4, dinlenmek için tv izleyenler %13.4 ve arkadaşsızlık yüzünden tv izleyenler de %0.6 oranındadır. "Arkadaşsızlık" yanıtı katılımcılar tarafından eklenmiştir.

Tablo 20. Gazete Okuma Sıklığı

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Her gün | 90 | 25,7 | 25,7 | 25,7 |
| | Haftada birkaç gün | 124 | 35,4 | 35,4 | 61,1 |
| | Sadece hafta sonu | 30 | 8,6 | 8,6 | 69,7 |
| | Çok seyrek | 85 | 24,3 | 24,3 | 94,0 |
| | Hiç okumam | 21 | 6,0 | 6,0 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Gazete okuma oranları ise şöyledir: “Haftada birkaç gün” okuyanlar %35.4, “her gün” okuyanlar %25.7, “çok seyrek” okuyanlar %24.3, “sadece hafta sonu” okuyanlar %8.6 ve “hiç okumayanlar” ise %6’dır.

Tablo 21. En Çok Okunan Yazı Çeşidi

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Siyasi haber ve yorumlar | 60 | 17,1 | 18,2 | 18,2 |
| | Güncel olaylar | 123 | 35,1 | 37,4 | 55,6 |
| | Mizah, kültür, sanat vb. | 56 | 16,0 | 17,0 | 72,6 |
| | Sadece başlıklar | 10 | 2,9 | 3,0 | 75,7 |
| | Magazin/spor haberleri | 23 | 6,6 | 7,0 | 82,7 |
| | Dış politika haberleri | 15 | 4,3 | 4,6 | 87,2 |
| | Köşe yazıları | 42 | 12,0 | 12,8 | 100,0 |
| | Toplam | 329 | 94,0 | 100,0 | |
| | Cevap Vermeyenler | 21 | 6,0 | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Katılımcıların gazetede en çok okudukları yazı çeşidi %35.1 ile “güncel olaylar” olmuştur. Siyasi haber okuyanların oranı %17.1, mizah/kültür/sanat haberleri okuyanların oranı %16, köşe yazılarını okuyanların oranı %12, magazin/spor haberleri okuyanların oranı %6.6, dış politika haberleri okuyanların oranı %4.3 ve sadece başlık okuyanların oranı da %2.9 olmuştur.

Tablo 22. Günde Okunan Gazete Sayısı

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Bir | 47 | 13,4 | 13,4 | 13,4 |
| | İki | 32 | 9,1 | 9,1 | 22,6 |
| | Üç | 11 | 3,1 | 3,1 | 25,7 |
| | Hiç okumam | 260 | 74,3 | 74,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Günde okunan gazete sayısı sorulduğunda katılımcıların çoğunluğu “hiç okumam” yanıtını vermişlerdir (%74.3). Günde “bir” gazete okuyanların oranı %13.4, “iki” gazete okuyanların oranı %9.1 ve “üç” gazete okuyanların oranı %3.1’dir. Katılımcıların dörtte üçünün hiç gazete okumaması, gençliğin yeterince okuma alışkanlığı kazanamamış olmasıyla ilişkili düşünülebilir. Bunun yanı sıra Türkiye ve dünyada olup bitenlere de ilgisiz kaldıkları düşünülebilir.

Tablo 23. Yılda Okunan Kitap Sayısı

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|----------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | 1-3 | 64 | 18,3 | 18,3 | 18,3 |
| | 3-4 | 57 | 16,3 | 16,3 | 34,6 |
| | 5-6 | 92 | 26,3 | 26,3 | 60,9 |
| | 10 ve yukarısı | 124 | 35,4 | 35,4 | 96,3 |
| | Hiç okumam | 13 | 3,7 | 3,7 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Katılımcıların yılda okudukları kitap sayısını gösteren tabloya bakıldığında %35.4’ünün “10 ve yukarısı”, %26.3’ünün “5-6”, %18.3’ünün “1-3” ve %16.3 “3-4” kitap okuduğu görülmektedir. “Hiç okumam” yanıtını verenlerin oranı ise %3.7’dir. Genel olarak öğrencilerin yüksek oranda kitap okudukları görülmektedir.

Tablo 24. En Çok Okunan Kitap Türü

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--------------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Roman | 185 | 52,9 | 54,9 | 54,9 |
| | Bilimsel araştırma kitapları | 16 | 4,6 | 4,7 | 59,6 |
| | En çok satan kitaplar | 24 | 6,9 | 7,1 | 66,8 |
| | Tarih kitapları | 29 | 8,3 | 8,6 | 75,4 |
| | Siyasi kitaplar | 38 | 10,9 | 11,3 | 86,6 |
| | Psikoloji, sosyoloji kitapları | 44 | 12,6 | 13,1 | 99,7 |
| | Dini Kitaplar | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| | Toplam | 337 | 96,3 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | 13 | 3,7 | | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Örneklem grubunun okudukları kitap türünü gösteren tabloya göre, %52.9 gibi önemli bir çoğunluğun “roman” okudukları görülmektedir. “Psikoloji/sosyoloji kitapları” %12.6 oranında, “siyasi kitaplar” %10.6, “tarih kitapları” %8.3 ve “çok satan kitaplar” %6.9 oranında okunmaktadır.

5.1.4. Popüler Kültür Eğilimleri

Tablo 25. Tercihlerin Popüler Olup Olmaması

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet | 49 | 14,0 | 14,0 | 14,0 |
| | Hayır | 107 | 30,6 | 30,6 | 44,6 |
| | Bazen | 194 | 55,4 | 55,4 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Katılımcıların %55.4’ünün tercihinin bazen popülerden yana olduğu ve %49’unun tercihlerinin popülerden yana olmadığı görülmektedir. Popüler olanı tercih ettiğini söyleyenlerin oranı ise %14 olmuştur. Bu tablodan çıkan sonuca göre, “evet” ve “bazen” yanıtlarının oransal yüksekliği nedeniyle popüler kültürün günümüzde günlük hayatla iç içe geçmiş olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 26. Popüler Kültür İle İlgili Düşünceler

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|----------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Genel olarak olumlu | 126 | 36,0 | 36,0 | 36,0 |
| | Genel olarak olumsuz | 216 | 61,7 | 61,7 | 97,7 |
| | Kararsızım | 8 | 2,3 | 2,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Popüler kültür ile ilgili düşünceler tablosuna bakıldığında popüler kültüre olumsuz bakanların çoğunlukta olduğunu görülmektedir. Soruya “olumsuz” yanıtı verenlerin oranı %61.7, “olumlu” yanıtı verenlerin oranı %36 ve “kararsızım” yanıtı verenlerin oranı da %2.3’tür. Katılımcıların tercihleri genelde popülerden yana olurken, popüler kültüre bakış açıları olumsuzdur.

Tablo 27. Popüler Kültürün Hangisine Hizmet Ettiği

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Kültürel değerlerin yok olması | 125 | 35,7 | 36,2 | 36,2 |
| | Kötü ve kalitesiz alanların ön plana çıkması | 40 | 11,4 | 11,6 | 47,8 |
| | Gereksiz tüketime yönelme | 66 | 18,9 | 19,1 | 67,0 |
| | Düşünce biçimlerinin önemini kaybetmesi | 31 | 8,9 | 9,0 | 75,9 |
| | Standartlaşan bireylerin üretimi | 45 | 12,9 | 13,0 | 89,0 |
| | Yapay mutluluk üretimi | 26 | 7,4 | 7,5 | 96,5 |
| | İktidar sahiplerinin konumlarının korunması | 5 | 1,4 | 1,4 | 98,0 |
| | Yeteneklerimin farkında olmamı sağlar | 7 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Toplam | 345 | 98,6 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | 5 | 1,4 | | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Tablo 23, popüler kültür ile ilgili yaygın düşüncelere verilen yanıtlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %35.7' si popüler kültürün kültürel değerlerin yok olmasına neden olduğu düşüncesinde, %18.9'u popüler kültürün gereksiz tüketime yönelttiği düşüncesinde, %12.9'u popüler kültürün standartlaşan birey üretimine neden olduğu düşüncesinde ve %11.4'ü kötü ve kalitesiz alanları ön plana çıkarttığı düşüncesindedir. Tek olumlu düşünce olarak yer alan “yeteneklerimin farkında olmamı sağlar” yanıtı ise yalnızca %2 oranındadır.

Tablo 28. “Hangilerine Katılıyorsunuz” Sorusu Yanıtları

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Halkın kültürü, davranışı, değerleri, eğlence biçimleridir | 91 | 26,0 | 26,1 | 26,1 |
| | Orta sınıf kültürüdür | 29 | 8,3 | 8,3 | 34,5 |
| | Tüketiciye dönük ürünlerin üretildiği bir kültürdür | 111 | 31,7 | 31,9 | 66,4 |
| | Kültürel değerleri ve gelenekleri, başka bir forma dönüştüren bir kültür | 78 | 22,3 | 22,4 | 88,8 |
| | İçinde iktidar ilişkilerinin göstergelerini taşır | 9 | 2,6 | 2,6 | 91,4 |
| | Çoğunluk tarafından sevilen bir kültürdür | 30 | 8,6 | 8,6 | 100,0 |
| | Toplam | 348 | 99,4 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | | 2 | ,6 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Tablo 24, popüler kültüre ait düşünceler ile ilgilidir. Sorulan soruya katılımcıların %31.7’si “tüketiciye dönük ürünlerin üretildiği bir kültür” yanıtını, %26’sı “halkın kültürü, davranışı, değerleri, eğlence biçimleri” yanıtını ve %22.3’ü “kültürel değerleri ve gelenekleri başka bir forma dönüştürür” yanıtını vermişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların popüler kültür konusunda birbirinden farklı değerlendirmeler içerisinde olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 29. Genel Tercihler

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|---|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Popüler mekanlara gitmek | 21 | 6,0 | 6,0 | 6,0 |
| | Popüler olmayan ama sevdiğim mekanlar | 186 | 53,1 | 53,1 | 59,1 |
| | Popüler ve marka ürünler | 28 | 8,0 | 8,0 | 67,1 |
| | Reklamı olan ürünler | 3 | ,9 | ,9 | 68,0 |
| | Popüler ve marka olmasa da beğendiğim ürünler | 55 | 15,7 | 15,7 | 83,7 |
| | İhtiyacım olan ürünler | 57 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Tabloya bakıldığında “popüler olmayan ama sevdiğim mekanlar” yanıtı en yüksek orana sahiptir (%53.1). Katılımcıların %16.3’ü popüler olsun ya da olmasın ihtiyacı olan ürünü aldıklarını, %15.7’si popüler ve marka olmasa da beğendiği ürünü aldıklarını belirtmişlerdir. Popüler ve marka ürünleri tercih edenlerin oranı %8 iken popüler mekanlara gitmeyi tercih edenlerin oranı da %6 olmuştur. Tablo genelinde popüler olanın tercih edilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Tablo 21’de gençlerin genel olarak popülerlere ilgisi olduğu görülürken, bu tabloda popüler olmayanın tercih edilişi yanıtlar arasındaki tutarsızlığın göstergesidir.

Tablo 30. Kitle İletişim Araçlarının Popüler Olan Ürün ve Dünya Görüşlerini Sunduğu ve Yaygınlaşmasına Yardımcı Olduğu Fikrine Katılım

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet | 255 | 72,9 | 72,9 | 72,9 |
| | Hayır | 28 | 8,0 | 8,0 | 80,9 |
| | Kararsızım | 67 | 19,1 | 19,1 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Bu tabloda öğrencilerin %72.9'unun kitle iletişim araçlarının popüler olan ürün ve dünya görüşlerinin yaygınlaşmasında etkili olduğu görüşüne katıldıklarını görmekteyiz. Kararsız kalanların oranı %19 ve etkin olmadığını düşünenlerin oranı da %8 olmuştur.

5.1.4. Siyasete Yakınlık Genel Durum

Tablo 31. Gençlerin Siyasetle İlişkisi

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Genel ülke siyasetinden haberdar olmakla beraber siyasetle fazla ilgili olduğumu söyleyemem | 165 | 47,1 | 47,1 | 47,1 |
| | Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum, katılımım yalnızca seçimlerde oy kullanmakla sınırlı | 81 | 23,1 | 23,1 | 70,3 |
| | Siyasi partiye üyeyim, partide aktif rol alıyorum | 13 | 3,7 | 3,7 | 74,0 |
| | Kendimi belirli bir düşünce sistemine yakın hissediyorum ve eylemlere katılıyorum | 57 | 16,3 | 16,3 | 90,3 |
| | Siyasetle doğrudan ve dolaylı olarak kesinlikle ilgilenmiyorum | 32 | 9,1 | 9,1 | 99,4 |
| | Siyasete ilgi duyuyorum fakat hiçbir partiyi desteklemiyorum | 2 | ,6 | ,6 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Gençlerin siyasetle ilişkisini öğrenmek amacıyla sorulan sorudan çıkan sonuçlara göre, öğrencilerin %47.1'i fazla ilgili olmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımı oy kullanmakla sınırlı olanların oranı %23.1, eylemlere katılanların oranı %16.3, kesinlikle ilgilenmeyenlerin oranı %9.1 ve bir partide aktif rol alanların oranı %3.7'dir. Siyasetle ilgilendiğini fakat bir parti desteklemediğini belirtenler ise bu seçeneği kendileri eklemişlerdir (%0.6). Bu sonuçlara göre katılımcıların yarıdan fazlası siyasetle fazla ilgilenmemekte, yaklaşık dörtte biri ise aktif bir biçimde siyasetle ilişkili görünmektedir.

Tablo 32. 1980 Sonrası Türk Gençliğinin Siyasetle İlişkisi Konusunda Düşünceler

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Önceki kuşaklara göre siyasi konularda daha duyarsızdır | 129 | 36,9 | 36,9 | 36,9 |
| | Siyaset yapma biçimi değişmiştir fakat siyasi konulara ilgi devam etmektedir | 108 | 30,9 | 30,9 | 67,7 |
| | Tamamen apolitik bir kuşaktır | 33 | 9,4 | 9,4 | 77,1 |
| | Duyarsızlaştırılmışlardır | 58 | 16,6 | 16,6 | 93,7 |
| | Fikrim yok | 19 | 5,4 | 5,4 | 99,1 |
| | Biraz daha duyarlı | 3 | ,9 | ,9 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 28 katılımcıların 1980 sonrası gençliğinin siyasetle ilişkisi hakkındaki düşünceleri ortaya koymaktadır. Katılımcıların %36.9'u önceki kuşaklara göre siyasete daha duyarsız olduğunu, %30.9'u siyasete olan ilgilerinin farklılaşmış bir şekilde devam ettiğini, %16.6'sı duyarsızlaştırılmış olduklarını, %9.4'ü tamamen apolitik olduğunu, %5.4'i fikri olmadığını belirtmiştir. Biraz daha duyarlı olduğunu düşünenler ise bu seçeneği kendileri eklemişlerdir (%0.9). Bu sonuçlara göre gençliğin yarıdan fazlasının siyasetle ilişkisinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 33. Cevap Apolitik ise Sebebi

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|---|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | 12 eylül ve öncesini yaşayan aileler çocuklarını siyasetten uzak tutmuştur | 8 | 2,3 | 22,9 | 22,9 |
| | 12 Eylül 1980 öncesi yaşanan terör ve karmaşa ortamı gençleri yıldırılmıştır | 4 | 1,1 | 11,4 | 34,3 |
| | Uygulanan siyasi ve kültürel politikalar bilinçli olarak gençleri politikadan soğutmuştur | 14 | 4,0 | 40,0 | 74,3 |
| | Küreselleşen dünyada düşünce sistemleri ve radikal siyaset yapma biçimi değişmiştir | 1 | ,3 | 2,9 | 77,1 |
| | Gençler için sosyal hayat, eğlence vb. konular siyasetin yerini almıştır | 5 | 1,4 | 14,3 | 91,4 |
| | Fikrim yok | 3 | ,9 | 8,6 | 100,0 |
| | Toplam | 35 | 10,0 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | | 315 | 90,0 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Yukarıdaki tabloya “apolitik” yanıtı vermiş olanların verdikleri yanıtlardır. Katılımcıların %4’ü gençlerin bilinçli politikalarla uzak bırakıldığını, %2.3’ü 12 eylül sonrası yaşananlar nedeniyle aileler tarafından uzak tutulduklarını ve %1.4’ü sosyal hayat eğlence vb. nedenlerle uzak kaldığını belirtmişlerdir.

Tablo 34. Herhangi Bir Düşünce Sistemine Yakınlık

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|----------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet | 221 | 63,1 | 63,1 | 63,1 |
| | Hayır | 89 | 25,4 | 25,4 | 88,6 |
| | Bir fikrim yok | 40 | 11,4 | 11,4 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Kendisini bir düşünce sistemine yakın hissedenlerin oranı %63.1, yakın hissetmeyenlerin oranı %25.4 ve fikri olmayanların oranı da %11.4'tür. "Evet" yanıtının yüksek oranda olması dikkat çekicidir.

Tablo 35. Üniversite Öğrencilerinin Aktif Olarak Siyasal Etkinliklere Katılımı ile İlgili Görüşler

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|-----------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, bulunmalılar | 173 | 49,4 | 49,6 | 49,6 |
| | Hayır, bulunmamalılar | 85 | 24,3 | 24,4 | 73,9 |
| | Fikrim yok | 91 | 26,0 | 26,1 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| Cevap vermeyenler | 1 | ,3 | | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Üniversite öğrencilerinin siyasi alanda aktif olması gerektiğini düşünenlerin oranı %49.4, düşünmeyenlerin oranı %24.3'tür. "Bir fikrim yok" yanıtı verenler ise %26'dır.

Tablo 36. Öğrencilerin Üniversitedeki Yanlış Karar ve Uygulamaları Protesto Etmeleri ile İlgili Düşünceler

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Kesinlikle onaylamıyor, yanlış buluyorum | 28 | 8,0 | 8,0 | 8,0 |
| | İzinli gösterileri onaylıyorum | 203 | 58,0 | 58,2 | 66,2 |
| | Öğrenciler yanlış gördükleri her uygulamaya izin alınmadan da karşı çıkmalıdır | 76 | 21,7 | 21,8 | 88,0 |
| | Bu tür eylemlerden sonuç alınabileceğini sanmıyorum | 42 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| Cevap vermeyenler | 1 | ,3 | | | |
| Toplam | 350 | 100,0 | | | |

Üniversite öğrencilerinin yanlış karar ve uygulamaları protesto etmeleri ile ilgili düşünceler arasında %58 oranı ile en dikkat çeken yanıt, “izinli gösterileri onaylıyorum” olmuştur. “Öğrenciler yanlış gördükleri her uygulamaya izin almadan da karşı çıkmalıdır” diyenlerin oranı %21.7, “bu tür eylemlerden sonuç alınabileceğini sanmıyorum” diyenlerin oranı %12, “kesinlikle yanlış buluyorum diyenlerin oranı %8’dir. Genel olarak öğrenciler gösterilere katılıma sıcak bakmamaktadır.

Tablo 37. Siyasal Görüşleri En Çok Kimin ya da Neyin Etkilediği

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Ailem | 113 | 32,3 | 32,3 | 32,3 |
| | Arkadaşlarım | 20 | 5,7 | 5,7 | 38,0 |
| | Gazete, dergi, kitap vb. yayınlar | 43 | 12,3 | 12,3 | 50,3 |
| | Radyo-TV haberleri | 11 | 3,1 | 3,1 | 53,4 |
| | Üniversite öğretim üyeleri/görevlileri | 7 | 2,0 | 2,0 | 55,4 |
| | Üye olduğum dernek vb. örgütler | 3 | ,9 | ,9 | 56,3 |
| | Siyasi partilerin çalışmaları | 38 | 10,9 | 10,9 | 67,1 |
| | Hiç kimse siyasi görüşlerimi etkileyemez | 115 | 32,9 | 32,9 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Birinci sırada “hiç kimse” yanıtı (%32.9) yer almakta, ikinci sırada “aile” yanıtı (%32.3) yer almaktadır. Siyasal görüşün önce ailede oluşması sebebiyle bu yanıt şaşırtıcı olmamıştır. Anketin diğer sonuçlarına göre, %12.3’lük bir oran “gazete, kitap, dergi vb.” yanıtının ve %10.9’luk bir oran da “siyasi parti çalışmaları” yanıtının olmuştur. “Hiç kimse” yanıtı siyasal katılımı etkileyen faktörler arasında en güçlü seçenektir. Anket sonuçları da bu yöndedir. Bu tabloda kitle iletişim araçlarının siyasal görüşe etkisinin aileden oldukça düşük bir oranda çıkması, siyasal toplumsallaşma üzerinde yetersiz olduğu sonucunu çıkarması bakımından önemlidir.

Tablo 38. Siyasi Görüşlerden Hangi Durumlarda Taviz Verildiği

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Görüşlerim toplumsal sorunların çözümünde yetersizse | 144 | 41,1 | 41,1 | 41,1 |
| | Görüşlerimin toplumda popülerliği kalmazsa | 2 | ,6 | ,6 | 41,7 |
| | Görüşlerimin yanlış olduğunu anladığımda | 141 | 40,3 | 40,3 | 82,0 |
| | Taviz vermem | 63 | 18,0 | 18,0 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Siyasi görüşlerden hangi durumlarda taviz verildiğini öğrenmek amacıyla sorulan soruya verilen iki yanıt birbirine çok yakındır. Katılımcıların %41.1'i sorunların çözümünde yetersiz kaldığında ve %40.3'ü de yanlış olduğunu anladığında görüşlerinden taviz verdiğini söylemiştir. Taviz vermediğini söyleyenlerin ise oranı %18'dir.

Tablo 39. Siyasal Görüşlerin Başkaları Tarafından Bilinmesinden Rahatsız Olma Durumu

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet | 34 | 9,7 | 9,7 | 9,7 |
| | Hayır | 274 | 78,3 | 78,3 | 88,0 |
| | Kararsızım | 42 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Siyasal görüşlerin başkaları tarafından bilinmesinden rahatsız olduğu kanısı yaygındır. Fakat anket sonuçlarında bu durumun farklı olduğu görülmektedir. Siyasal görüşlerin başkası tarafından bilinmesinden rahatsız olup olmama durumu ile ilgili soruya katılımcılar önemli bir oranda “hayır” yanıtını vermişlerdir (%78.3). Kararsız kalanların oranı %12 iken, rahatsız olanlarını oranı da %9.7'dir.

Tablo 40. Seçimde Sandık Başına Gitme Durumu

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet | 287 | 82,0 | 82,0 | 82,0 |
| | Hayır | 33 | 9,4 | 9,4 | 91,4 |
| | Kararsızım | 30 | 8,6 | 8,6 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Oy kullanmak gençler arasında en yaygın olan siyasal katılım biçimi olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların %82 gibi önemli bir oranı seçimde sandık başına gittiğini belirtmiştir. Gitmeyenlerin oranı %9.4 iken, kararsız kalanların oranı da %8.6 olmuştur.

Tablo 41. Sorunun Cevabı “Hayır” ise Nedeni

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Mevcut partilerin hiçbirinin ülke sorunlarına çözüm getireceğine inanmıyorum | 21 | 6,0 | 61,8 | 61,8 |
| | Hiçbir siyasi parti benim siyasi görüşlerimi yansıtmıyor | 3 | ,9 | 8,8 | 70,6 |
| | Hiçbir siyasi parti gençlerin sorunlarına eğilmiyor | 3 | ,9 | 8,8 | 79,4 |
| | Siyasi partilere güvenmiyorum | 6 | 1,7 | 17,6 | 97,1 |
| | Seçim sistemi adil değil | 1 | ,3 | 2,9 | 100,0 |
| | Toplam | 34 | 9,7 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | | 316 | 90,3 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Bir önceki tabloda hayır yanıtını verenlerin %6'sı “mevcut partilerin hiçbirinin ülke sorunlarına çözüm getireceğine inanmadıklarını” ve %1.7'si “siyasi partilere güvenmediklerini” belirtmişlerdir. Bu tabloya göre, “hayır” yanıtı verenlerin güven duygusu eksikliği yaşadıklarını söyleyebiliriz.

5.1.5. Üye Olunan Kuruluşlar

Tablo 42. Sanat Kuruluşuna Üyelik

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, üyeyim | 53 | 15,1 | 15,1 | 15,1 |
| | Hayır, üye değilim | 297 | 84,9 | 84,9 | 100,0 |
| | Topam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Bir sanat kuruluşuna üye olmayanların oranı %84.9 iken üye olanların oranı %15.1'dir

Tablo 43. Spor Kuruluşuna Üyelik

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, üyeyim | 91 | 26,0 | 26,0 | 26,0 |
| | Hayır, üye değilim | 259 | 74,0 | 74,0 | 100,0 |
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Bir spor kuruluşuna üye olmayanların oranı %74, üye olanların oranı %26'dır.

Tablo 44. Siyaset ve Alt Kuruluşlarına Üyelik

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, üyeyim | 48 | 13,7 | 13,8 | 13,8 |
| | Hayır, üye değilim | 301 | 86,0 | 86,2 | 100,0 |
| | Toplam | 349 | 99,7 | 100,0 | |
| Cevap Vermeyenler | | 1 | ,3 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Siyasi bir kuruluşa üye olmayanların oranı %86 ve üye olanların oranı %13.7'dir.

Tablo 45. Sosyal Bir Kuruluşa Üyelik

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, üyeyim | 101 | 28,9 | 28,9 | 28,9 |
| | Hayır, üye değilim | 249 | 71,1 | 71,1 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Sosyal bir kuruluşa üye olmayanların %71.1 ve üye olanların oranı %28.8'dir.

Tablo 46. Sağlık Kuruluşuna Üyelik

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, üyeyim | 32 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | Hayır, üye değilim | 318 | 90,9 | 90,9 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Bir sağlık kuruluşuna üye olmayanların oranı %90.9, üye olanların oranı %9.1'dir.

Tablo 47. Eğitim Kuruluşuna Üyelik

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|---------|--------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Evet, üyeyim | 111 | 31,7 | 31,7 | 31,7 |
| | Hayır, üye değilim | 239 | 68,3 | 68,3 | 100,0 |
| | Toplam | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Bir eğitim kuruluşuna üye olmayanların oranı %68.3, üye olanların oranı %31.7'tür.

Tablo 48. "Bir Siyasi Parti ya da Gençlik Teşkilatı Üyeliği Bulunmayanlar" İçin; Üye Olmama Nedenleri

| | | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------|--|--------|-------|---------------|-----------------|
| Geçerli | Siyasetle ilgilenmiyorum | 77 | 22,0 | 25,5 | 25,5 |
| | Hiçbir siyasi parti görüşlerimi yansıtmıyor | 49 | 14,0 | 16,2 | 41,7 |
| | Bir partiye üye olmadan da bir şeyler yapılabilir | 99 | 28,3 | 32,8 | 74,5 |
| | Doğurabileceği olumsuz sonuçlardan endişeliyim | 48 | 13,7 | 15,9 | 90,4 |
| | Üniversite eğitimimi tamamladıktan sonra düşünüyorum | 26 | 7,4 | 8,6 | 99,0 |
| | Bir yararı olacağını düşünmüyorum | 3 | ,9 | 1,0 | 100,0 |
| | Toplam | 302 | 86,3 | 100,0 | |
| Cevap vermeyenler | | 48 | 13,7 | | |
| Toplam | | 350 | 100,0 | | |

Siyasi partiye üye olmama nedenleri değerlendirildiğinde, “bir partiye üye olmadan da bir şeyler yapılabilir” yanıtı %28.3 oranındadır. “Siyasetle ilgilenmiyorum” yanıtı %22, “hiçbir siyasi parti görüşlerimi yansıtmıyor” yanıtı %14, “doğurabileceği sonuçlardan endişeliyim” yanıtı %13.7 ve “üniversite eğitimi sonrasında düşünüyorum” yanıtı %7.4 oranındadır. Gençler siyasi parti üyeliğine sıcak bakmamaktadırlar. Siyasetle genel olarak ilgisiz olunması bir parti ile yakınlık için engel teşkil etmektedir.

5.2. Ki-Kare Tabloları

Tablo 49. Fakülte ile Siyasetle İlişki

| | | | Siyasetle ilişkinizi nasıl tanımlarsınız | | | | | | Toplam |
|--------|--------------------------------------|---------|---|--|---|---|--|--|--------|
| | | | Genel ülke siyasetinden haberdar olmakla beraber siyasetle fazla ilgili değilim | Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum, katılımım yalnızca oyu kullanmakla sınırlı | Siyasi partiye üyeyim, partide aktif rol alıyorum | Kendimi belirli bir düşünce sisteminin yakını hissediyorum ve miting ve gösterilere katılıyorum | Siyasetle doğrudan ve dolaylı olarak kesinlikle ilgilenmiyorum | Siyasete ilgi duyuyorum fakat hiçbir partiyi desteklemiyorum | |
| Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi | Sayı | 40 | 21 | 5 | 16 | 4 | 0 | 86 |
| | | % Bölüm | 46,5% | 24,4% | 5,8% | 18,6% | 4,7% | ,0% | 100,0% |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | Sayı | 41 | 15 | 1 | 7 | 9 | 2 | 75 |
| | | % Bölüm | 54,7% | 20,0% | 1,3% | 9,3% | 12,0% | 2,7% | 100,0% |
| | Eğitim Fakültesi | Sayı | 55 | 22 | 1 | 20 | 12 | 0 | 110 |
| | | % Bölüm | 50,0% | 20,0% | ,9% | 18,2% | 10,9% | ,0% | 100,0% |
| | Mühendislik Fakültesi | Sayı | 19 | 19 | 4 | 12 | 2 | 0 | 56 |
| | | % Bölüm | 33,9% | 33,9% | 7,1% | 21,4% | 3,6% | ,0% | 100,0% |
| | Tıp Fakültesi | Sayı | 10 | 4 | 2 | 2 | 5 | 0 | 23 |
| | | % Bölüm | 43,5% | 17,4% | 8,7% | 8,7% | 21,7% | ,0% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 165 | 81 | 13 | 57 | 32 | 2 | 350 |
| | | % Bölüm | 47,1% | 23,1% | 3,7% | 16,3% | 9,1% | ,6% | 100,0% |

$$X^2(5) = 35,681^a \quad p < .005$$

Öğrencilerin fakülteleri ile siyaset ilişkilerini gösteren tabloya bakıldığında anlamlı bir ilişki bulunduğunu söyleyebiliriz. Fen Edebiyat Fakültesinde okuyan katılımcılar arasında genel ülke siyasetinden haberdar olmakla yetinenlerin oranı

%54.7, sadece oy kullanmakla yetinenlerin oranı %20.0; Eğitim Fakültesinde okuyan katılımcılar arasında genel ülke siyasetinden haberdar olmakla yetinenlerin oranı %50, sadece oy kullanmakla yetinenlerin oranı ise %20 olmuştur. Diğer fakültelerin bu iki şıkka olan oranlarının birbirlerine çok yakın olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sonuçlarda görüldüğü gibi fakültelerde aktif olarak siyasetle ilgilenen öğrencilerin oranı oldukça düşüktür. Miting ve gösterilere katılan grubunun içinde Mühendislik Fakültesi (%21.4), İİBF (%18.6) ve Eğitim Fakültesi'nin (%18.2) oranlarını diğerlerinden daha yüksek olduğu da görülmüştür. Bu tablo sonuçlarına göre 1. hipotezimiz doğrulanmıştır.

Tablo 50. Fakülte ile Öğrencilerin Üniversitedeki Yanlış Karar ve Uygulamaları Protesto Etmeleri İle İlgili Düşünceleri

| | | | Öğrencilerin üniversitedeki yanlış karar ve uygulamaları protesto etmelerini nasıl karşılıyorsunuz | | | | |
|--------|--------------------------------------|-----------|--|--------------------------------|---|--|---------------|
| | | | Kesinlikle onaylamıyorum, yanlış buluyorum | İzinli gösterileri onaylıyorum | Öğrenciler yanlış gördükleri her uygulamaya izin alınmadan da katılabilir | Bu tür eylemlerin sonuç alınabileceğini sanmıyorum | Toplam |
| Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi | Sayı % | 3 3,5% | 63 73,3% | 13 15,1% | 7 8,1% | 86 100,0% |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | Sayı % | 5 6,7% | 42 56,0% | 13 17,3% | 15 20,0% | 75 100,0% |
| | Eğitim Fakültesi | Sayı % | 15 13,6% | 62 56,4% | 24 21,8% | 9 8,2% | 110 100,0% |
| | Mühendislik Fakültesi | Sayı % | 4 7,3% | 21 38,2% | 22 40,0% | 8 14,5% | 55 100,0% |
| | Tıp Fakültesi | Sayı % | 1 4,3% | 15 65,2% | 4 17,4% | 3 13,0% | 23 100,0% |
| Toplam | | Sayı % | 28 8,0% | 203 58,2% | 76 21,8% | 42 12,0% | 349 100,0% |

$$X^2(5) = 32,309^a \quad p < .005$$

Fakülterle göre öğrencilerin yanlış karar ve uygulamaları protesto etme durumlarına yönelik çapraz tabloda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu iki değişken arasında ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür. Tabloya göre, İİBF ile ve Tıp Fakültesi öğrencilerinin protesto etmeyle ilgili düşünceleri yüksek oranda izinli gösterileri onaylama olarak sonuçlanmıştır (%73,3 ve %65,2). Diğer fakültelerin oranları da bu iki fakülteye oldukça yakındır. Tabloda dikkat çeken şeylerden biri de, Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin izin almadan da protesto edilmesi yönünde cevap vermiş oldukları cevapların oranının yüksek olmasıdır (%40).

Tablo 51. Fakülte ile Seçimde Sandık Başına Gitme Durumu

| | | | Bugün bir seçim olsa sandık başına gider miydiniz | | | Toplam |
|--------|--------------------------------------|---------|---|-------|------------|--------|
| | | | Evet | Hayır | Kararsızım | |
| Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi | Sayı | 77 | 7 | 1 | 85 |
| | | % Bölüm | 90,6% | 8,2% | 1,2% | 100,0% |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | Sayı | 57 | 7 | 11 | 75 |
| | | % Bölüm | 76,0% | 9,3% | 14,7% | 100,0% |
| | Eğitim Fakültesi | Sayı | 89 | 11 | 9 | 109 |
| | | % Bölüm | 81,7% | 10,1% | 8,3% | 100,0% |
| | Mühendislik Fakültesi | Sayı | 46 | 5 | 5 | 56 |
| | | % Bölüm | 82,1% | 8,9% | 8,9% | 100,0% |
| | Tıp Fakültesi | Sayı | 18 | 3 | 2 | 23 |
| | | % Bölüm | 78,3% | 13,0% | 8,7% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 287 | 33 | 28 | 348 |
| | | % Bölüm | 82,5% | 9,5% | 8,0% | 100,0% |

$$X^2(5)= 10,772^a \text{ p}<.005$$

Tabloya göre, fakülteler arasında seçim olduğu zaman oy kullanacak olanların oranı oldukça yüksek çıkmıştır. İİBF öğrencileri %90.6 “evet” yanıtını, % 8.2 “hayır” yanıtını; Mühendislik Fakültesi öğrencileri %82.1 “evet” yanıtını, %8.9 “hayır”

yanıtını; Eğitim Fakültesi öğrencileri %81.7 “evet” yanıtını, %10.1 “hayır” yanıtını; Tıp Fakültesi öğrencileri %78.3 “evet” yanıtını, %13 “hayır” yanıtını; Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencileri ise %76 “evet” yanıtını, %9.3 “hayır” yanıtını vermişlerdir. Tıp Fakültesi ve Eğitim Fakültesi öğrencileri hayır cevabını verenler arasında en yüksek oranlara sahip olmuşlardır(%13,01 ve %10,01). Kararsızım cevabını verenler arasında en yüksek oran %14.7 ile Fen Edebiyat Fakültesi öğrencileri olmuştur. Tabloda yer alan oranlara göre, fakültele göre seçim zamanı sandık başına gitmek arasında belirgin bir fark olmadığını söyleyebiliriz.

Tablo 52. Fakülte ile Düşünce Sistemine Yakınlık Durumu

| | | | Kendinizi herhangi bir düşünce sistemine yakın hissediyor musunuz | | | Toplam |
|--------|-------------------------------|---------|---|-------|----------------|--------|
| | | | Evet | Hayır | Bir fikrim yok | |
| Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler F. | Sayı | 62 | 16 | 8 | 86 |
| | | % Bölüm | 72,1% | 18,6% | 9,3% | 100,0% |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | Sayı | 42 | 24 | 9 | 75 |
| | | % Bölüm | 56,0% | 32,0% | 12,0% | 100,0% |
| | Eğitim Fakültesi | Sayı | 72 | 25 | 13 | 110 |
| | | % Bölüm | 65,5% | 22,7% | 11,8% | 100,0% |
| | Mühendislik Fakültesi | Sayı | 34 | 14 | 8 | 56 |
| | | % Bölüm | 60,7% | 25,0% | 14,3% | 100,0% |
| | Tıp Fakültesi | Sayı | 11 | 10 | 2 | 23 |
| | | % Bölüm | 47,8% | 43,5% | 8,7% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 221 | 89 | 40 | 350 |
| | | % Bölüm | 63,1% | 25,4% | 11,4% | 100,0% |

$$X^2(5) = 9,739^a \quad p < .005$$

Fakültele göre bir düşünce sistemine yakınlık durumlarını öğrenmeye yönelik çapraz tabloda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. İİBF öğrencileri %72.1 oranı ile en “evet” yanıtı verenler arasında yüksek orana sahip olmuşlardır. “Hayır” diyenlerin oranı %18.6 ve “bir fikrim yok” diyenlerin oranı da %9.3 olmuştur. “Evet” yanıtı

verenlerin %65.5'i Eğitim Fakültesi, %60.7'si Mühendislik Fakültesi, %56'sı Fen-Edebiyat Fakültesi ve %47.8'i Tıp Fakültesi öğrencisidir. 1. hipotezimizi destekleyen bir sonuçtur.

Tablo 53. Fakülte ile Tercihlerinin Popüler Olup Olmaması

| | | | Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | | | |
|--------|-------------------------------|---------|---|-------|-------|--------|
| | | | Evet | Hayır | Bazen | Toplam |
| Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler F. | Sayı | 10 | 27 | 49 | 86 |
| | | % Bölüm | 11,6% | 31,4% | 57,0% | 100,0% |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | Sayı | 7 | 28 | 40 | 75 |
| | | % Bölüm | 9,3% | 37,3% | 53,3% | 100,0% |
| | Eğitim Fakültesi | Sayı | 22 | 27 | 61 | 110 |
| | | % Bölüm | 20,0% | 24,5% | 55,5% | 100,0% |
| | Mühendislik Fakültesi | Sayı | 7 | 19 | 30 | 56 |
| | | % Bölüm | 12,5% | 33,9% | 53,6% | 100,0% |
| | Tıp Fakültesi | Sayı | 3 | 6 | 14 | 23 |
| | | % Bölüm | 13,0% | 26,1% | 60,9% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 49 | 107 | 194 | 350 |
| | | % Bölüm | 14,0% | 30,6% | 55,4% | 100,0% |

$$X^2(5) = 7,505^a \text{ p} < .005$$

Fakültele göre tercihlerin popüler olup olmaması durumlarını öğrenmeye yönelik çapraz tabloya göre aralarında düşük derecede bir farklılaşma görülmektedir. Tablodaki en yüksek oranı “bazen” yanıtının aldığını görmekteyiz. Tıp Fakültesi öğrencileri arasında “bazen” (%60.9) yanıtının en yüksek orana sahip olduğunu görmekteyiz . “Hayır” yanıtının yüksek olduğu fakülte ise Fen-Edebiyat Fakültesi olmuştur (%37.3). “Evet” yanıtı veren öğrenciler arasında da %20 oranıyla Eğitim Fakültesi dikkatleri çekmektedir. Bu tabloya göre, 2. hipotezimiz doğrulanmamıştır.

Tablo 54. Fakülte ile Popüler Kültür Düşünceleri

| | | Popüler kültür ile ilgili düşünceleriniz | | | Toplam | |
|-------|-------------------------------|--|----------------------|--------------|-----------|---------------|
| | | Genel olarak olumlu | Genel olarak olumsuz | Kararsızım | | |
| Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler F. | Sayı % Bölüm | 31 36,0% | 55 64,0% | 0 ,0% | 86 100,0% |
| | Fen-Edebiyat Fakültesi | Sayı % Bölüm | 25 33,3% | 48 64,0% | 2 2,7% | 75 100,0% |
| | Eğitim Fakültesi | Sayı % Bölüm | 51 46,4% | 55 50,0% | 4 3,6% | 110 100,0% |
| | Mühendislik Fakültesi | Sayı % Bölüm | 14 25,0% | 42 75,0% | 0 ,0% | 56 100,0% |
| | Tıp Fakültesi | Sayı % Bölüm | 5 21,7% | 16 69,6% | 2 8,7% | 23 100,0% |
| | Toplam | Sayı % Bölüm | 126 36,0% | 216 61,7% | 8 2,3% | 350 100,0% |

$$X^2(5) = 19,328^a \quad p < .005$$

Fakülte ve popüler kültür düşünceleri arasındaki ilişkiyi gösteren çapraz tabloya göre, genel olarak fakültelerin popüler kültüre olumsuz baktığı görülmektedir. Ancak aralarında anlamlı bir ilişki durumu söz konusudur. İİBF öğrencileri arasında popüler kültüre olumsuz bakanların oranı %64 ve olumlu bakanların oranı %36'dır. Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencileri arasında popüler kültüre olumsuz bakanların oranı %64, olumlu bakanların oranı %33.3 ve kararsız kalanların oranı da %2.7'dir. Eğitim Fakültesi öğrencileri arasında popüler kültüre olumsuz bakanların oranı %50, olumlu bakanların oranı %46.4 ve kararsız kalanların oranı %3.6'dır. Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin popüler kültüre olumsuz bakma oranı en yüksek orandır (%75). Tıp Fakültesi öğrencileri arasında popüler kültüre olumsuz bakanların oranı %69.6, olumlu bakanların oranı %21.7 ve kararsız kalanların oranı da %8.7 olmuştur.

Tablo 55. Tercihlerin Genelde Popüler Olup Olmaması ile Siyaset İlişkisi

| | | | Siyasetle ilişkinizi nasıl tanımlarsınız | | | | | | Toplam |
|---|-------|--|--|---|---|--|--|--|---------------|
| | | | Genel ülke siyasetinden haberde r olmakla beraber siyasetle fazla ilgili değilim | Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum, katılımım yalnızca oy kullanmakla sınırlı | Siyasi partiye üyeyim, partide aktif rol alıyorum | Kendimi belirli bir düşünce sistemin e yakın hissediyorum ve eylemlere katılıyorum | Siyasetle doğrudan ve dolaylı olarak kesinlikle ilgilenmiyorum | Siyasete ilgi duyuyorum fakat hiçbir partiyi desteklemiyorum | |
| Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | Evet | Sayı % Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | 26 53,1% | 8 16,3% | 0 ,0% | 5 10,2% | 10 20,4% | 0 ,0% | 49 100,0% |
| | Hayır | Sayı % Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | 41 38,3% | 25 23,4% | 5 4,7% | 26 24,3% | 9 8,4% | 1 ,9% | 107 100,0% |
| | Bazen | Sayı % Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | 98 50,5% | 48 24,7% | 8 4,1% | 26 13,4% | 13 6,7% | 1 ,5% | 194 100,0% |
| Toplam | | Sayı % Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | 165 47,1% | 81 23,1% | 13 3,7% | 57 16,3% | 32 9,1% | 2 ,6% | 350 100,0% |

$X^2(5) = 20,962^a$ $p < .005$,

Popüler olanın tercihi ile siyaset ilişkilerinin değerlendirildiği çapraz tabloya göre, aralarında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Popüler kültürü tercih edenlerin %53.1'i siyasetle fazla ilgilenmemekte, %20.4'ü siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte, %16.3'ü yalnızca oy kullanmakta ve %10.2'si eylemlere katılmaktadır. Tercihleri popüler kültürden yana olmayanların %38.3'ü siyasetle ilgilenmemekte, %24.3'ü eylemlere katılmakta, %23.4'ü yalnızca oy kullanmakta %8.4'ü siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte ve %4.7'si siyasette aktif rol oynamaktadır. "Bazen" yanıtı verenlerin %50.5'i siyasetle ilgilenmemekte, %24.7'si yalnızca oy kullanmakta, %13.4'ü eylemlere katılmakta, %6.7'si siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte ve %4.1'i siyasette aktif rol almaktadır. Popüler kültürün siyasal alana olan etkisi bu tabloda açıkça görülmektedir. Katılımcıların popüler olana olan ilgi durumu arttıkça siyasal alana ilgi düzeyleri düşmektedir. Bu da bize 5 numaralı hipotezimin doğrulandığının göstermektedir.

Tablo 56. Cinsiyet ile Siyaset İlişki

| | | Siyasetle ilişkinizi nasıl tanımlarsınız | | | | | | | Toplam |
|----------|-------|---|---|---|---|--|--|--------|--------|
| | | Genel ülke siyasetinden haberdar olmakla beraber siyasetle fazla ilgili değilim | Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum, katılımım yalnızca oy kullanmakla sınırlı | Siyasi partiye üyeyim, partide aktif rol alıyorum | Kendimi belirli bir düşünce sistemine yakın hissediyorum ve gösterilere katılıyorum | Siyasetle doğrudan ve dolaylı olarak kesinlikle ilgilenmiyorum | Siyasete ilgi duyuyorum fakat hiçbir partiyi desteklemiyorum | Toplam | |
| Cinsiyet | Kadın | Sayı 100 | 34 | 3 | 27 | 23 | 2 | 189 | |
| | | % Cinsiyet 52,9% | 18,0% | 1,6% | 14,3% | 12,2% | 1,1% | 100,0% | |
| | Erkek | Sayı 65 | 47 | 10 | 30 | 9 | 0 | 161 | |
| | | % Cinsiyet 40,4% | 29,2% | 6,2% | 18,6% | 5,6% | ,0% | 100,0% | |
| Toplam | | Sayı 165 | 81 | 13 | 57 | 32 | 2 | 350 | |
| | | % Cinsiyet 47,1% | 23,1% | 3,7% | 16,3% | 9,1% | ,6% | 100,0% | |

$$X^2(5)= 19,447^a \text{ p}<.005$$

Cinsiyete göre siyasetle ilişki tablosuna baktığımızda kadınların %52.9'unun, erkeklerin ise %40.4'ünün genel ülke siyasetinden haberdar fakat siyasetle fazla ilgileri olmadığını görmekteyiz. Siyasette aktif rol alan erkeklerin oranı %6.2 iken, siyasette aktif rol alan kadınların oranı %1.6'dır. Kışlalı'ya göre, kadınlar siyasal katılmaya ve sandık başına gitmeye erkeklerden daha az eğilimlidirler. Siyasal içerikli kamuoyu yoklamalarında “bilmiyorum” ya da “bir fikrim yok” yanıtının en çok kadınlarda

görüldüğünü belirtmiştir. Tabloda gördüğümüz sonuçlar bu yorumdan farklı olmamıştır. Kadınların siyasete olan ilgileri erkeklerden daha düşük düzeydedir ve 4. Hipotezimiz doğrulanmıştır (Kışlalı, 2007: 167-168).

Tablo 57. Cinsiyet ile Öğrencilerin Üniversitedeki Yanlış Karar ve Uygulamaları Protesto Etmeleri ile İlgili Düşünceler

| | | Öğrencilerin üniversitedeki yanlış karar ve uygulamaları protesto etmelerini nasıl karşılıyorsunuz | | | | | Toplam |
|----------|-------|--|--------------------------------|---|---|---------------|--------|
| | | Kesinlikle onaylamıyor, yanlış buluyorum | İzinli gösterileri onaylıyorum | Öğrenciler yanlış gördükleri her uygulamaya izin alınmadan da katılmalı | Bu tür eylemlerden sonuç alınabileceğini sanmıyorum | | |
| Cinsiyet | Kadın | Sayı 11 % 5,8% | 119 63,0% | 34 18,0% | 25 13,2% | 189 100,0% | |
| | Erkek | Sayı 17 % 10,6% | 84 52,5% | 42 26,3% | 17 10,6% | 160 100,0% | |
| Toplam | | Sayı 28 % 8,0% | 203 58,2% | 76 21,8% | 42 12,0% | 349 100,0% | |

$$X^2(5) = 7,327^a \text{ p} < .005$$

Cinsiyet ile öğrencilerin protestolar ile ilgili düşünceleri arasında oluşturulan çapraz tabloya bakıldığında izinli gösterileri onaylayan kadınların oranı %63, erkeklerin oranı da %52.5 olmuştur. İzin alınmadan da protesto edilebileceği görüşünde olan erkekler %26.3, kadınlar %18 oranında; bu tür eylemlerden sonuç alınamayacağı görüşünde olan kadınlar %13.2, erkekler de %10.6 oranındadır. Protestoları yanlış bulan erkekler (%10.6) kadınlardan (%5.8) daha fazladır. İzinli gösterileri onaylayan

kadın ve erkeklerin oranları birbirlerine oldukça yakındır. Protestoları kesinlikle onaylamadığını söyleyenler arasında da erkekler çoğunluktadır. Cinsiyet ile öğrencilerin yanlış kara ve uygulamaları protesto etme durumları arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

Tablo 58. Cinsiyet ile Seçimde Sandık Başına Gitme Durumu

| | | Bugün bir seçim olsa sandık başına gider miydiniz | | | Toplam | |
|----------|-------|---|-------|------------|--------|--------|
| | | Evet | Hayır | Kararsızım | | |
| Cinsiyet | Kadın | Sayı | 150 | 18 | 21 | 189 |
| | | % Cinsiyet | 79,4% | 9,5% | 11,1% | 100,0% |
| | Erkek | Sayı | 137 | 15 | 9 | 161 |
| | | % Cinsiyet | 85,1% | 9,3% | 5,6% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 287 | 33 | 30 | 350 |
| | | % Cinsiyet | 82,0% | 9,4% | 8,6% | 100,0% |

$$X^2(5)= 3,444^a \text{ p}<.005$$

Cinsiyet ile sandık başına gitme arasında oluşturulan çapraz tabloya göre, erkekler ve kadınların sandık başına gitme oranlarını oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Erkeklerin %85.1'i, kadınların da %79.4'ü "evet" yanıtını vermişlerdir. "Hayır" yanıtını verenler arasında da önemli bir farklılık yoktur. "Hayır" diyen kadınların oranı %9.5 iken, erkeklerin oranı %9.3'tür. Kararsız kalanların oranı ise kadınlarda erkeklerden daha yüksek çıkmıştır (%11.1-%5.6). Siyasal katılımın en yaygın biçimi olan oy kullanma davranışı kadın ve erkekler arasında önemli bir fark yaratmamıştır.

Tablo 59. Cinsiyet ile Bir Düşünce Sistemine Yakınlık Durumu

| | | | Kendinizi herhangi bir düşünce sistemine yakın hissediyor musunuz | | | Toplam |
|----------|-------|---------------|---|-------|----------------|--------|
| | | | Evet | Hayır | Bir fikrim yok | |
| Cinsiyet | Kadın | Sayı | 104 | 61 | 24 | 189 |
| | | % Cinsiyet | 55,0% | 32,3% | 12,7% | 100,0% |
| | Erkek | Sayı | 117 | 28 | 16 | 161 |
| | | % Cinsiyet | 72,7% | 17,4% | 9,9% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 221 | 89 | 40 | 350 |
| | | % Cinsiyet | 63,1% | 25,4% | 11,4% | 100,0% |

$$X^2(5)= 12,440^a \text{ p}<.005$$

Cinsiyet ile bir düşünce sistemine yakınlık durumu ilişkisinin gösterildiği tabloya göre, cinsiyetin bir düşünce sistemine olan yakınlığı etkilediği görülmektedir. Erkekler arasında “evet” yanıtı verenlerin oranı %72.1, kadınlar arasında “evet” yanıtı verenlerin oranı %55’tir. “Hayır” yanıtını verenlerde kadınların oranı %32.3, erkeklerin oranı %17.4’tür. “Fikri olmayan kadın” oranı % 12.7 iken, “fikri olmayan erkek” oranı %9.9’dur. Genel olarak kendini bir düşünceye ait hissedenenlerin oranı yüksek olmuşsa da erkekler bu oranda en fazla payın sahibi olmuşlardır. Kadınların siyasete olan uzaklığı erkeklere oranla daha yüksektir. Genel kanının aksi bir sonuç çıkmamıştır.

Tablo 60. Cinsiyet ile Tercihlerin Popüler Olup Olmaması

| | | Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı | | | Toplam | |
|----------|-------|--|-------|-------|--------|--------|
| | | Evet | Hayır | Bazen | | |
| Cinsiyet | Kadın | Sayı | 26 | 55 | 108 | 189 |
| | | % Cinsiyet | 13,8% | 29,1% | 57,1% | 100,0% |
| | Erkek | Sayı | 23 | 52 | 86 | 161 |
| | | % Cinsiyet | 14,3% | 32,3% | 53,4% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 49 | 107 | 194 | 350 |
| | | % Cinsiyet | 14,0% | 30,6% | 55,4% | 100,0% |

$$X^2(5) = 0,526^a \quad p < .005$$

Cinsiyet ile popüler tercih arasındaki ilişki tablosuna göre en yüksek oranlar “bazen” şikkında toplanmıştır. “Bazen” yanıtını veren kadınların oranı %57.1, erkeklerin oranı ise % 53.4’tür. Tercihleri popüler olmayan erkeklerin oranı %32.3, kadınların oranı % 29.1’dir. Erkeklerin %14.3’ü popüler olanı tercih ederken, kadınların % 13.8’i popüler olanı tercih etmektedir. Tablodan çıkan sonuçlar arasında büyük farklılıklar olmadığı görülmektedir. Popüler tercih konusunda cinsiyete bağlı önemli bir farklılaşma olmadığı söylenebilir. Bu tabloya göre 5. hipotezimiz doğrulanmamıştır.

Tablo 61. Cinsiyet ile Popüler Kültür ile İlgili Düşünceler

| | | Popüler kültür ile ilgili düşünceleriniz | | | Toplam | |
|----------|-------|--|----------------------|------------|--------|--------|
| | | Genel olarak olumlu | Genel olarak olumsuz | Kararsızım | | |
| Cinsiyet | Kadın | Sayı | 78 | 108 | 3 | 189 |
| | | % Cinsiyet | 41,3% | 57,1% | 1,6% | 100,0% |
| | Erkek | Sayı | 48 | 108 | 5 | 161 |
| | | % Cinsiyet | 29,8% | 67,1% | 3,1% | 100,0% |
| Toplam | | Sayı | 126 | 216 | 8 | 350 |
| | | % Cinsiyet | 36,0% | 61,7% | 2,3% | 100,0% |

$$X^2(5) = 5,438^a \quad p < .005$$

Cinsiyet ve popüler kültür düşünceleri arasındaki ilişkiyi gösteren tabloya göre, genel olarak olumsuz yanıtının verildiğini görmekteyiz. Erkeklerde bu oran %67.1 iken, kadınlarda %57.1'dir. Kadınlar %41.3 ile erkeklerden (%29.8) daha fazla olumlu bir yaklaşım içinde olmuşlardır. Kararsız olanların oranı ise erkeklerde %3.1, kadınlarda %1.6'dır. Cinsiyet farklılaşması ile popüler kültür düşünceleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 62. Ailenin Yaşadığı Yer ile Siyaset İlişkisi

| | | Siyasetle ilişkinizi nasıl tanımlarsınız | | | | | | |
|---------------------|-------|---|---|---|--|--|--|--------|
| | | Genel ülke siyasetinden haberdar olmakla beraber siyasetle fazla ilgili değilim | Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum, katılımım yalnızca oyla sınırlı | Siyasi partiye üyeyim, partide aktif rol alıyorum | Kendimi belirli bir düşünce sisteminin ve yakınına hissediyorum ve gösterilere katılıyorum | Siyasetle doğrudan ve dolaylı olarak kesinlikle ilgilenmiyorum | Siyasete ilgi duyuyorum fakat hiçbir partiyi desteklemiyorum | Toplam |
| Aileni yaşadığı yer | Sayı | 86 | 41 | 6 | 35 | 18 | 1 | 187 |
| | % | 46,0% | 21,9% | 3,2% | 18,7% | 9,6% | ,5% | 100,0% |
| ilçe | Yüzde | 58 | 27 | 4 | 13 | 7 | 1 | 110 |
| | % | 52,7% | 24,5% | 3,6% | 11,8% | 6,4% | ,9% | 100,0% |
| Köy | Sayı | 21 | 13 | 3 | 8 | 7 | 0 | 52 |
| | % | 40,4% | 25,0% | 5,8% | 15,4% | 13,5% | ,0% | 100,0% |
| Yurtdışı | Sayı | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | % | ,0% | ,0% | ,0% | 100,0% | ,0% | ,0% | 100,0% |
| Toplam | Sayı | 165 | 81 | 13 | 57 | 32 | 2 | 350 |
| | % | 47,1% | 23,1% | 3,7% | 16,3% | 9,1% | ,6% | 100,0% |

$$X^2(5) = 12,048^a \quad p < .005$$

Ailenin yaşadığı yer ile siyasal katılım arasındaki ilişkinin gösterildiği tabloya göre, ailenin yaşadığı yerin siyasal katılımı etkilediği görülmektedir. İlde yaşayanların %46'sı siyasetle fazla ilgilenmemekte, %21.9'unun katılımı yalnızca oy kullanmakta, %18.7'si eylemlere katılmakta, %9.6'sı kesinlikle ilgilenmemekte ve %3.2'si bir partide aktif rol almaktadır. İlçede yaşayanların %52.7'si siyasetle fazla ilgilenmemekte, %24.5'i yalnızca oy kullanmakta, %11.8'i eylemlere katılmakta, %6.4'ü siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte ve %3.6'sı partide aktif rol almaktadır. Köyde yaşayanların

%40.4'ü siyasetle fazla ilgilenmemekte, %25'i yalnızca oy kullanmakta, %15.4'ü eylemlere katılmakta, %13.5'i kesinlikle ilgilenmemekte ve %5.8'i partide aktif rol almaktadır. Yurtdışında yaşadığını belirten 1 kişi de eylemlere katıldığını belirtmiştir. Bu sonuçlara göre 6. hipotezimizin doğrulandığını söyleyebiliriz.

Tablo 63. Ailenin Aylık Net Geliri ile Siyaset İlişkisi

| | | | Siyasetle ilişkinizi nasıl tanımlarsınız | | | | | | Toplam |
|----------------------------|---------------------|-----------|---|--|---|--|--|--|---------------|
| | | | Genel ülke siyasetinden haberden olmakla beraber siyasetle fazla ilgili değilim | Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum, katılımım yalnızca oyu kullanmakla sınırlı | Siyasi partiye üyeyim, partide aktif rol alıyorum | Kendimi belirli bir düşünce sisteminin ve yakını hissediyorum ve gösterilere katılıyorum | Siyasetle doğru ve dolaylı olarak kesinlikle ilgileniyor | Siyasete ilgi duyuyorum fakat hiçbir partiyi desteklemiyorum | |
| Ailenizin aylık net geliri | 250 TL ve daha az | Sayı % | 3 75,0% | 1 25,0% | 0 ,0% | 0 ,0% | 0 ,0% | 0 ,0% | 4 100,0% |
| | 251-500 TL | Sayı % | 7 63,6% | 3 27,3% | 0 ,0% | 0 ,0% | 1 9,1% | 0 ,0% | 11 100,0% |
| | 501-1000 TL | Sayı % | 38 51,4% | 16 21,6% | 4 5,4% | 9 12,2% | 7 9,5% | 0 ,0% | 74 100,0% |
| | 1001-1500 TL | Sayı % | 53 46,9% | 26 23,0% | 5 4,4% | 16 14,2% | 13 11,5% | 0 ,0% | 113 100,0% |
| | 1501-2000 TL | Sayı % | 35 41,7% | 21 25,0% | 4 4,8% | 16 19,0% | 6 7,1% | 2 2,4% | 84 100,0% |
| | 2001 TL ve yukarısı | Sayı % | 29 45,3% | 14 21,9% | 0 ,0% | 16 25,0% | 5 7,8% | 0 ,0% | 64 100,0% |
| Toplam | | Sayı % | 165 47,1% | 81 23,1% | 13 3,7% | 57 16,3% | 32 9,1% | 2 ,6% | 350 100,0% |

$$X^2(5) = 21,185^a \quad p < .005$$

Aile gelir durumu ile siyasi katılım arasındaki ilişkiyi değerlendirmeye yönelik çapraz tabloya göre aralarında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. “250 TL ve daha aşağı” gelir grubunda yer alanların %75 gibi yüksek bir oranda siyasetle fazla ilgilenmediklerini ve %25 oranında da yalnızca oy kullandıklarını belirtmişlerdir. “251-500 TL” gelir grubuna dahil olanların %63.6’sı siyasetle fazla ilgilenmediklerini, %27.3’ü yalnızca oy kullandıklarını ve %9.1’i siyasetle kesinlikle ilgilenmediklerini belirtmişlerdir. “501-1000 TL” gelir grubuna dahil olanların %51.4’ü siyasetle fazla ilgilenmemekte, %21.6’sı yalnızca oy kullanmakta, 12.2’si eylemlere katılmakta, %9.5’i siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte ve %5.4’ü ise siyasette aktif rol almaktadır. “1001-1500 TL” gelir grubundakilerin %46.9’u siyasetle fazla ilgilenmemekte, %23’ü yalnızca oy kullanmakta, %14.2’si eylemlere katılmakta, %11,5’i siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte ve %4.4’ü siyasette aktif rol almaktadır. “1501- 2000 TL” gelir grubuna dahil olanların %41.7’si siyasetle fazla ilgilenmemekte, %25’i yalnızca oy kullanmakta, %19’u eylemlere katılmakta ve %7.1’i siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte ve %4.8’i siyasette aktif rol almaktadır. “2001 TL ve yukarısı” gelir grubunda yer alanların ise %45.3’ ü siyasetle fazla ilgilenmediklerini, %25’i siyasette aktif rol aldıklarını, %21.9’u yalnızca oy kullandıklarını ve %7.8’i siyasetle kesinlikle ilgilenmediklerini belirtmişlerdir. Tablo sonuçlarına göre, gelir durumu artışı ile siyasete ilgi artışı söz konusudur ve 7 numaralı hipotezimiz doğrulanmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Popüler kültüre ticari olarak yaklaşanlar, popüler kültürü egemen güçler tarafından üretilen ve halka sunulan bir kültür olarak tanımlamaktadırlar. Burada belirtilen egemen güçler, halka kendi isteklerini onların beklentilerini karşılıyormuş gibi sunarak bir aldatmaca yaratmaktadırlar. Kişileri pasif olarak değerlendiren bu yaklaşımı eleştirenler, kişilerin popüler kültür ürünlerini almaları konusunda bir baskı yapıyor olsa da kendi istediklerini yaptıklarını düşünmektedirler.

Popüler kültürün betimleyici yaklaşımında ise “çoğunluğa ait kültür” yaklaşımı mevcuttur. Burada halk pasif olarak düşünülmemekte aksine etkin olarak değerlendirilmektedir. Hegemonya kuramında popüler kültür, bağımlı sınıflar ve egemen güçler arasında bir mücadele alanı olarak görülmektedir. Burada da karşılıklı bir etkileşim söz konusudur.

Çalışmamızda popüler kültür bir kullanım ve tüketim kültürü olarak görülmektedir. Belli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretimini koşullarının sağlayıcısı olan popüler kültür, gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültürdür. Kitle iletişim araçları tarafından yaygınlaşması sağlanan popüler kültür tüm dünyanın benimsediği bir kültür haline gelmiştir. Televizyonun önderliğinde kitle iletişim araçlarının, sanat biçimi olmayan ürünlerin gerçek sanat ürünleri gibi algılanmasını sağlayarak kültürü bayağılaştırdığı ileri sürülmektedir.

Çalışmaya Pamukkale Üniversitesindeki beş fakülteden toplam 350 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılanların %31.4’ü Eğitim fakültesi, %24.6’sı İİBF, %21.4’ü Fen-Edebiyat Fakültesi, %16’sı Mühendislik fakültesi ve %6.6’sı Tıp Fakültesi öğrencisidir. Sosyo-ekonomik düzeylere bakıldığında; katılımcıların %54’ü kadınlardan, %46’sı erkeklerden oluşurken, büyük çoğunluk 20-22 yaş aralığında yer almaktadır (%66.6). Annelerin büyük çoğunluğu ilkokul mezunu (%41.4), babaların büyük çoğunluğu lise mezunu olurken; annelerin %70’i ev kadını, babaların %24.6’sı emeklidir. Aylık net geliri 1001-1500tl (%32.3) arasında yoğunlaşan öğrencilerin büyük çoğunluğu öğrenim giderlerini ailesinin gönderdiği para ile karşılamaktadır (%73.7).

Öğrencilerin bireysel tercihleri değerlendirildiğinde, yükseköğrenim yapmaktaki amaçlarının meslek sahibi olmak (%36.3), hayatta en çok değer verdikleri şeyin ise dini inançlar (%36.9) olduğu görülmüştür. Değer sıralamasında aile ilişkileri ikinci sırada yer almıştır (%31.7). Biraraya geldikleri zaman en çok ailevi konulardan % (33.7) konuşan gençler, Türkiye'nin en önemli sorunu olarak işsizliği (%78.6) görmektedirler ve yaşam şekillerinin benzerliğine göre arkadaş tercih etmektedirler (%34.9).

Popüler kültürün önemli bir alanı olan boş zamanı değerlendirme alışkanlıklarına baktığımızda, örneklemin çoğunluğu sinema,tiyatro-kitap,dergi vb. aktivitelerde bulunmaktadır. Günde 1-2 saat televizyon izleyen (%52.6) gençler, televizyonda en çok film ve dizileri (%43.5) tercih etmekte ve televizyon izleme nedeni olarak “vakit geçirmek” olarak göstermektedirler. Katılımcılar haftada birkaç gün gazete okurken (%35.4), genelde güncel yazıları takip etmektedirler (%35.1). Günlük okunan gazete sorusuna ise büyük çoğunluk “hiç okumam” yanıtını vermişlerdir (%74.3). Yıllık okunan kitap sayısı “10 ve yukarısı” (%35.4) olurken, en çok okunan kitap türü de “roman” olmuştur.

Örneklemin popüler kültür eğilimlerine bakıldığında, %55.4'lük bir çoğunluk tercihlerini bazen popüler olandan yana kullandıklarını ve genel olarak popüler kültüre olumsuz yaklaştıklarını belirtmişlerdir (%61.7). Popüler kültürün kültürel değerlerin yok olmasına neden olduğunu düşünen gençler (%35.7), popüler olmasa da sevdiği yerlere gitmeyi tercih etmektedirler (%53.1).

Katılımcıların %47.1'i genel ülke siyasetinden haberdar ancak siyasetle fazla ilgili olmamakla birlikte, 1980 sonrası kuşağının önceki kuşaklara göre daha duyarsız olduğunu düşünmekte (%36.9) ve bu ilgisizliğin nedenini 12 Eylül ve öncesini yaşayan ailelerin çocuklarını siyasetten uzak tutmaları olarak görmektedirler. Gençlerin büyük çoğunluğu üniversite öğrencilerinin siyasal etkinliklere katılımına olumlu (%49.6) bakmakla birlikte öğrencilerin üniversitedeki yanlış karar ve uygulamaları protesto etmelerini yalnızca izinli gösteri ise onaylamaktadırlar (%58).

Siyasal görüşlerinde belirleyici ilk etken ailesi (%32.3) olan katılımcılar, sahip oldukları siyasal görüşlerden toplumsal sorunların çözümünde yetersiz kalması

durumunda taviz vereceklerini belirtmişlerdir (%41.1). %73.3 oranındaki çoğunluk siyasal görüşlerinin bilinmesinden rahatsızlık duymamaktadırlar. Gençler %82'lik bir oranla oy kullanırken, oy kullanmayanlar mevcut partilerin ülke sorunlarına çözüm getiremeyeceğine inanmaktadırlar. Çoğunluğu herhangi bir siyaset ve alt kuruluşa üye olmayan katılımcılar (%86), buna neden olarak bir partiye üye olmadan da bir şeyler yapılabileceğini göstermektedirler (%28.3).

Mühendislik Fakültesi öğrencileri %21.4 oranında miting, gösteri gibi faaliyetlere katılımcı olurken, Tıp Fakültesi öğrencileri %8.7 oranında kalmıştır. Sadece izinli gösterileri onaylayan öğrenciler arasında da Tıp Fakültesi %65.2 ile en yüksek orana sahip olmuştur. Mühendislik fakültesi öğrencilerinin ise %40'ı izinli olmasa da yanlış gördükleri uygulamalar karşısında izinsiz gösterileri onayladıklarını belirtmişlerdir. Genel olarak siyasal ilginin Mühendislik Fakültesi öğrencilerinde yüksek düzeyde olduğunu ve Tıp Fakültesi öğrencilerinde ise düşük düzeyde olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla fakülteler arası siyasal ilgi düzeylerinde bir farklılaşma söz konusudur.

Gençlerin tercihlerinin popüler olandan yana olması ile siyasal ilgi düzeylerinin düşük olması arasında ise bir ilişki söz konusudur. Tercihleri popülerden yana olanların %53.1'i siyasetle fazla ilgili olmadığını ve %20.4'ü siyasetle kesinlikle ilgilenmediklerini belirtmişlerdir. Tercihleri bazen popülerden yana olanlar da %50.5 oranında siyasetle fazla ilgilenmemekte ve %24.7 oranında sadece oy kullanmaktadır. Bu sonuçlara göre öğrencilerin popüler kültürü tercih ediyor olmaları, onların siyasi ilgilerini azaltmak yönünde bir etki yarattığını söyleyebiliriz. Gençlerin cinsiyet ile siyaset ilişkileri arasındaki tabloda, kadınların %52.9'u siyasetle fazla ilgilenmediği ve %12.2'sinin de kesinlikle siyasetle ilgilenmedikleri görülmüştür. Örneklem grubundaki kadınların siyasi ilgi düzeyleri erkeklere oranla daha düşüktür. Popüler kültüre olumlu bakanların %41.3'ü kadın, %29.8'i erkektir. Çok önemli bir farklılaşma olmasa da erkekler kadınlardan daha yüksek oranda popüler kültüre olumsuz yaklaşmaktadırlar.

Ailelerin yaşadıkları yerin, gençlerin siyasi ilgi düzeylerine etki ettiği görülmüştür. İlçede yaşayanların siyasetle ilişkisi diğerlerine oranla daha zayıftır. İlçede yaşayanların %52'si siyasetle fazla ilgilenmemekte, %6.4'ü siyasetle hiç ilgilenmemektedir. Köyde yaşayan öğrencilerin ise %40.4'ü siyasetle fazla

ilgilenmemekte, %13.5'i siyasetle hiç ilgilenmemektedir. Köyde yaşayanların diğer seçeneklere göre daha yüksek bir oranda siyasette aktif rol aldığı görülmüştür. İl ve ilçelerin sosyo-kültürel olanaklarının köye oranla daha fazla olmasına rağmen köyde yaşayan gençlerin siyasetle daha fazla meşgul olmaları dikkat çekicidir. Ailenin gelir seviyesi ile siyasete ilgi düzeyinin artışı arasında ise bir ilişki söz konusudur. Ailenin gelir seviyesi yükseldikçe öğrencilerin siyasi ilgi düzeyleri artmaktadır. 2001tl ve yukarısı grubuna dahil olan öğrenciler %25 oranında siyasette aktif rol alırken, 250tl aylık net geliri olan katılımcıların %75'i siyasetle fazla ilgili olmadıkları görülmüştür.

Öğrencilerin genel olarak siyasete uzak durma eğiliminde oldukları araştırma sonuçlarında oraya konmuştur. Siyasal alan onların hayatlarında gerilerde yer almaktadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun siyasete ilgi duymadığı ve katılımlarının düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar popüler kültüre dair genelde olumsuz yaklaşıklarını belirtmiş olsalar da popüler kültürün siyasete olan ilgisizliği etkilediği bir gerçektir. En çok izledikleri televizyon programlarından, boş zaman alışkanlıklarından ve bir siyasi kuruluşa üye olmamalarından siyasetle ilgilenmeyi pek tercih etmedikleri görülmektedir. Büyük çoğunluğun aktif siyasal etkinlikte bulunmak gerektiğini belirtmesine rağmen siyasal bir kuruluşa üye olmama durumları, düşüncelerini hayata geçiremediklerini göstermiştir. “Üniversite öğrencilerinin yanlış buldukları eylemleri protesto etmeleri” ile ilgili öğrencilerin büyük çoğunluğu sadece izinli gösterileri onayladıklarını belirterek de siyasete uzaklıklarını bir kez daha ortaya koymuşlardır. Anket sorularına dahil olan 1980 ve sonrası öğrencileri ile ilgili olarak yapılan kesin bir ayırım ve bunun çözümlemesi yanlış olacaktır. Çünkü o dönem ile bu dönem arasındaki koşullar arasında farklılıklar bulunmaktadır. O dönemde yaşayanların bugünlerde çocuklarını siyasetten uzak tuttuklarına yönelik görüş tam anlamıyla doğruyu yansıtmaktadır. Bugünün gençlerinin siyasete olan ilgisizliğini yalnızca buna bağlamak doğru olmayacaktır. Fakat o döneme ait tüm olumsuzluklar bugüne elbette ki az da olsa etki etmiştir. Burada asıl önemli olan bugünün üniversite öğrencilerinin siyasal alana ilgi düzeylerinin düşük olmasıdır. Toplumun önemseyemediği bir kesim olan üniversite öğrencilerinin siyasetle ilgilenmediklerini söyleyebiliyor olmaları dikkat çekici bir sonuç olmuştur. Bireyler siyasetin içinde olmasa da siyasetle bir biçimde ilgilenmiyor olması ülkemiz için önemli bir sorundur. Gençlerin ülke gündemiyle daha ilgili ve sorunlara daha duyarlı yaklaşabilmeleri için çözüm yolları aranmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akçam, T. (1998). "68'den Geriye Ne Kaldı?", Birikim Dergisi, Mayıs 1998, No: 109.
- Alkan, T. (1979). *Siyasal Toplumsallaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Althusser, L. (1970). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, Çeviren: Y. Alp ve M. Özışık, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Armağan, İ. (2004). *Gençlik Gözüyle Gençlik: 21. Yüzyıl Eşliğinde Türkiye Gençliği*, Usadem Yayınları, İstanbul Yayınları.
- Artan, İ. vd, (2005). *Üniversite Gençliği Değerler Araştırması*, Tesev Yayınları, İstanbul.
- Bayhan, V. (2003). *Genç Kimliği: Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili (İnönü Üniversitesi Uygulaması)*, İnönü Üniversitesi Basımevi, Malatya.
- Baykal, D. (1970). *Siyasal Katılma*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Bennett, T. (1999). "Popüler ve Popüler Kültür Politikası", Popüler Kültür ve İktidar, Derleyen: N. Güngör, Vadi Yayınları, Ankara.
- Çam, E. (2000). *Siyaset Bilimine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- Çetin, H. (2003). *İnsan ve Siyaset: Siyasetin Psikolojik Temelleri*, Siyasal Kitabevi, İstanbul.
- Çukurçayır, M. A. (2000). *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi*, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Dağtaş, B. ve Dağtaş, E. (2009). *Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları: Türkiye Medyasından Örüntüler*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Dursun, D. (2006). *Siyaset Bilimi*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Duverger, M. (2007). *Siyaset Sosyolojisi*, Çeviren: Ş. Tekeli, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim*, Pozitif Matbaacılık, Ankara.
- Erdoğan, İ. (2006). "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", Doğu-Batı Düşünce Dergisi, No: 15.
- Erkal, M. E. (2006). *Sosyoloji*, Der Yayınları, İstanbul.
- Fichter, J. (1996). *Sosyoloji Nedir*, Çeviren: N. Çelebi, Attila Kitabevi, Ankara.

- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara
- Gans, H. J. (2005). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*, Çeviren: E. İncirlioğlu, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (2001). *Sosyoloji*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gökçe, B. (1984). *Ortaöğretim Gençliği Beklenti ve Sorunları*, MEGSB Yayınları, Ankara.
- Göktolga, O. (2005). “*Dünyada ve Türkiye’de 68 Hareketi ve Sonuçları*”, *21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye’de Siyasal Hayat*, (Derleyen: S. Bakan vd.), Alfa-Aktüel Yayınları, İstanbul.
- Güngör, N. (1999). “*Popüler Kültür Çıkmazı*”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Derleyen: N. Güngör, Vadi Yayınları, Ankara.
- Heywood, A. (2006). *Siyasi İdeolojiler*, Adres Yayınları, İstanbul.
- Horkheimer, M.ve Adorno, T. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği II*, Çeviren: O. Özügül, Kabalcı Yayınları, İstanbul.
- Kalay, A. (1995). *Türkiye’de Video ve Kitle Kültürü İlişkisi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Kapani, M. (1988). *Siyaset Bilimine Giriş*, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Kışlalı, A. T. (1974). *Öğrenci Ayaklanmaları*, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Kışlalı, A. T. (2007). *Siyaset Bilimi*, İmge Kitabevi, İstanbul,
- Kızılçelik, S. (2008). *Frankfurt Okulu*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Kızıldağ, Ş. (2001). *Pop Müzikten Pop Kültüre Medya Çocukları*, Şehir Yayınları, İstanbul.
- Krogh, T. (1999). “*Frankfurt Okulu’nun Kültür Analizi*”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, Derleyen: M. Küçük, Ark Yayınları, İstanbul.
- Laçiner, Ö. (1998). “*Bir Aydınlanma Hareketi Olarak ’68*”, *Birikim Dergisi*, Mayıs 1998, No:109.
- Modleski, T. (1998). *Eğlence İncelemeleri: Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar*, Çeviren: N. Gürbilek, Metis Yayınları, İstanbul.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Mutlu, E. (2006). “Popüler Kültürü Eleştirmek”, *Popüler Kültür*, Doğu- Batı Düşünce Dergisi, No:15.

Mütevellioğlu, N. vd. (2010). *İşsizlik, Üniversiteli Gençlik ve Gelecek: Bir Alan Araştırmasının Bulguları*, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1, <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/2125.pdf>

Oktay, A. (1994). *Türkiye’de Popüler Kültür*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Oskay, Ü. (1980). *Popüler Kültür Açısından İdeoloji Kavramına Yeni Yaklaşımlar*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, C:35, Ankara.

Oskay, Ü. (2008). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Oskay, Ü. (2010). *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*, Der Yayınları, İstanbul.

Özbek, M. (2003). *Popüler Kültür Ve Orhan Gencebay Arabeski*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Özer, İ. ve Meder, M. (2008). *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı: 22 Temmuz Genel Seçimleri Denizli Örneği*, Ege Yayınları, İstanbul.

SAM, R. (1999). *Üniversite Gençliğinin Siyasi Eğilimleri (Ege-İnönü-Uludağ Üniversitesi Uygulaması)*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Malatya.

Sarıbay, A. Y. (1998). *Siyaset Sosyolojisi*, Der Yayınları, Ankara.

Sözen, E. (2006). “Popüler Kültür Retoriği: Sahiplik İçinde Yokluk, Rağbette Olma ve Sağduyu Bilgisi”, *Doğu-Batı Düşünce Dergisi*, No: 15.

Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları*, Çeviren: K. Karaşahin, Babil Yayınları, İstanbul.

Swingewood, A. (1996). *Kitle Kültürü Efsanesi*, Çeviren: A. Kansu, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Şahin, C. (2005). “Türkiye’de Gençliğin Toplumsal Kimliği ve Popüler Tüketim Kültürü”, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 25, No:2, www.acikarsiv.gazi.edu.tr/dosya/2005-2-157-181-10-m.cemcahin.pdf

Tanrıöver, H. T. ve Eyüpoğlu, A. (2000). *Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Öğeler*, Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

Therborn, G. (2008). *İktidarın İdeolojisi İdeolojinin İktidarı*, Dipnot Yayınları, Ankara.

Türkkahraman, M. (2000). *Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Sembolizm*, Birey Yayıncılık, İstanbul.

Turan, İ. (1977). *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayını, İstanbul

Uysal, B. (1984). *Siyasal Katılma ve Katılma Davranışına Ailenin Etkisi*, TODAİE Yayınları, Ankara.

Yazıcı, E. (2003). *Türk Üniversite Gençliği Araştırması*, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Yazıcıoğlu, Y. Ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yücekök, A. N. (1987). *Siyasetin Toplumsal Yapısı*, Ankara Üniversitesi Siyasal bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.

EKLER

EK: ANKET FORMU

1-Bölüm:

.....

2-Cinsiyeti

1. () Kadın

2. () Erkek

3-Yaşı

1. () 17-19

2. () 20-22

3. () 23-25

4. () +26

4-Ailenizin şu anda yaşadığı yeri işaretleyerek, ilgili yerleşim biriminin adını yazınız.

1. () İl (Belirtiniz.....)

2. () İlçe (Belirtiniz.....)

3. () Köy (Belirtiniz.....)

4. () Yurtdışı (Belirtiniz.....)

5-Anne ve babanızın eğitim durumunu işaretleyiniz.

| Eğitim Durumu: | Anne | Baba |
|-----------------------|-------------|-------------|
| Okuma-yazması yok | 1 () | 1 () |
| Okur-yazar | 2 () | 2 () |
| İlkokul | 3 () | 3 () |
| Ortaokul ve dengi | 4 () | 4 () |
| Lise ve dengi | 5 () | 5 () |
| Üniversite-Yüksekokul | 6 () | 6 () |
| Yüksek Lisans/Doktora | 7 () | 7 () |

6-Anne ve babanızın mesleğini işaretleyiniz.

| Meslek | Anne | Baba |
|--|-------------|-------------|
| Büyük esnaf(Sanayici/Tüccar) | 1 () | 1 () |
| Küçük esnaf | 2 () | 2 () |
| Kamu kesiminde memur | 3 () | 3 () |
| İşçi | 4 () | 4 () |
| Serbest çalışan(Eczacı vb.) | 5 () | 5 () |
| Hem kamu hem özel çalışanı(avukat vb.) | 6 () | 6 () |
| Çiftçi | 7 () | 7 () |
| Ev Kadını | 8 () | 8 () |
| İşsiz | 9 () | 9 () |
| Emekli | 10 () | 10 () |

Başka(belirtiniz).....

7-Ailenizin aylık net geliri nedir?

1. () 250 YTL ve daha az

2. () 251-500 YTL

3. () 501-1000 YTL

4. () 1001-1500 YTL

5. () 1501-2000 YTL

6. () 2001 YTL ve yukarısı

8-Öğrenim giderlerinizi nasıl karşılıyorsunuz?

1. Kendim karşılıyorum.
2. Ailem para gönderiyor.
3. Devlet bursu alıyorum.
4. Özel burs alıyorum.
5. Başka(belirtiniz).....

9-Yükseköğrenim yapmaktaki amacınız nedir?

1. Ailemin isteğini yerine getirmek.
2. Toplumda prestij sağlamak.
3. Zengin olmak/para kazanmak.
4. Meslek sahibi olmak.
5. Topluma faydalı birey olmak.
6. Kendi ayaklarımın üzerinde durabilmek.
7. Başka(belirtiniz).....

10-Hayatta en çok değer verdiğiniz üç şey nedir?

1. Siyasi tutum ve değerlerim
2. Dini inançlarım
3. Mesleğim
4. Aile ilişkilerim
5. Özgürlük
6. Sevgi
7. Para
8. Özel eşyalarım
9. Başka(belirtiniz).....

11-Serbest zamanlarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

1. Sinema/tiyatro/konsere gider, kitap,dergi,gazete vb. okuyarak
2. Dernek,lokal,siyasi parti vb. yerdeki toplantılara katılarak
3. İnternette
4. Spor yaparak
5. Televizyon seyrederek
6. Kahvehane vb. yerlere giderek
7. Başka(belirtiniz).....

12-Hangi sıklıkla TV izlersiniz?

1. 1-2 saat
2. 2-4 saat
3. 4-6 saat
4. 6 saatten fazla
5. Hiç izlemem

13-En çok izlediğiniz TV programı nedir?

1. Film/dizi film
2. Haberler/açık oturumlar
3. Spor programları
4. Eğlence programları,talk show vb.
5. Ekonomi programları
6. Tartışma programları
7. Kültür/sanat/belgesel
8. Başka(belirtiniz).....

14-Hangi sıklıkla gazete okursunuz?

1. () Her gün
2. () Haftada birkaç gün
3. () Sadece hafta sonu
4. () Çok seyrek
5. () Hiç okumam

15-Gazetelerde en çok okuduğunuz yazı çeşidi nedir?

1. () Siyasi haber ve yorumlar
2. () Güncel olaylar
3. () Mizah,kültür,sanat vb.
4. () Sadece başlıklar
5. () Magazin/Spor haberleri
6. () Dış politika haberleri
7. () Köşe yazıları
8. () Başka(belirtiniz).....

16- Günde kaç gazete okursunuz?

1. () Bir
2. () İki
3. () Üç
4. () Hiç okumam
5. () Başka(belirtiniz).....

17-Televizyon izleme nedeniniz nedir?

1. () Vakit geçirmek için
2. () Yurtiçi ve yurtdışı gelişmelerden haberdar olmak için
3. () Eğlenmek için
4. () Arkadaşsızlık
5. () Dinlenmek için
6. () Başka(belirtiniz).....

18- Yılda ortalama kaç kitap okursunuz?(Ders kitapları dışında)

1. () 1-3
2. () 3-4
3. () 5-6
4. () 10 ve yukarısı
5. () Hiç okumam

19- En çok okuduğunuz kitap türünü belirtiniz.

1. () Roman
2. () Bilimsel araştırma kitapları
3. () En çok satan kitaplar
4. () Tarih kitapları
5. () Siyasi kitaplar
6. () Psikoloji,sosyoloji kitapları
7. () Başka(belirtiniz).....

20-Tercihleriniz genelde popüler olandan yana mı?

- 1-()Evet
- 2-()Hayır
- 3-()Bazen

21- Popüler kültür ile ilgili düşünceleriniz;

1. () Genel olarak olumlu

2. () Genel olarak olumsuz

3. () Kararsızım

22-Sizce popüler kültür aşağıdakilerden hangisine hizmet eder?

1. () Kültürel değerlerin yok olması

2. () Kötü ve kalitesiz alanların ön plana çıkması

3. () Gereksiz tüketime yönelme

4. () Düşünce biçimlerinin önemini kaybetmesi

5. () Standartlaşan bireylerin üretimi

6. () Yapay mutluluk üretimi

7. () İktidar sahiplerinin konumlarının korunması

8. () Yeteneklerimin farkında olmamı sağlar

23-Popüler kültürle ilgili aşağıdaki seçeneklerden hangilerine

katılıyorsunuz?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1. () Halkın kültürü, davranışı, değerleri, eğlence biçimleridir.

2. () Orta sınıf kültürüdür.

3. () Tüketiciye dönük ürünlerin üretildiği bir kültürdür.

4. () Kültürel değerleri ve gelenekleri, başka bir forma dönüştürerek yansıtan bir kültürdür.

5. () İçinde iktidar ilişkilerinin göstergelerini taşır.

6. () Çoğunluk tarafından sevilen bir kültürdür.

24-Hangileri genelde tercihleriniz arasındadır?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1. () Popüler mekanlara gitmek

2. () Popüler olmayan ama sevdiğim mekanlar

3. () Popüler ve marka ürünler

4. () Reklamı olan ürünler

5. () Popüler ve marka olmasa da beğendiğim ürünler

6. () İhtiyacım olan ürünler

25-Kitle iletişim araçlarının popüler olan ürün ve dünya görüşlerini sunduğu ve yaygınlaşmasına yardımcı olduğu fikrine katılıyor musunuz?

1. () Evet

2. () Hayır

3. () Kararsızım

4. () Başka(belirtiniz).....

26- Siyasetle ilişkinizi nasıl tanımlarsınız?

1. () Genel ülke siyasetinden haberdar olmakla beraber siyasetle fazla ilgili olduğumu söyleyemem

2. () Belirli bir siyasi partiye sempati duyuyorum,katılımım yalnızca seçimlerde oy kullanmakla sınırlı

3. () Siyasi partiye üyeyim,partide aktif rol alıyorum

4. () Kendimi belirli bir düşünce sistemine yakın hissediyorum ve miting,gösteri vb. eylemlere katılıyorum.

5. () Siyasetle doğrudan ve dolaylı olarak kesinlikle ilgilenmiyorum

6. () Başka(belirtiniz).....

27- 1980 sonrası Türk gençliğinin siyasetle ilişkisi konusunda düşünceniz nedir?

1. () Önceki kuşaklara göre siyasi konularda daha duyarsızdır

2. () Siyaset yapma biçimi değişmiştir fakat siyasi konulara ilgi devam etmektedir.

3. () Tamamen apolitik bir kuşaktır.

4. () Duyarsızlaştırılmışlardır.

5. () Başka(belirtiniz).....

28-Üstteki sorunun cevabı tamamen apolitik ise sizce bunun sebebi nedir?

1. () 12 Eylül ve öncesini yaşayan aileler çocuklarını siyasetten uzak tutmuştur.
2. () 12 Eylül 1980 öncesi yaşanan terör ve karmaşa ortamı gençleri yıldırılmıştır.
3. () Uygulanan siyasi ve kültürel politikalar bilinçli olarak gençleri politikadan soğutmuştur.
4. () Küreselleşen dünyada düşünce sistemleri ve radikal siyaset yapma biçimi geçerliliğini yitirmiştir.
5. () Gençler için sosyal hayat,eğlence vb. konular siyasetin yerini almıştır.
6. () Fikrim yok

29- Kendinizi herhangi bir düşünce sistemine yakın hissediyor musunuz?

1. () Evet
2. () Hayır
3. () Bir fikrim yok
4. () Başka(belirtiniz).....

30-Aşağıda belirtilmiş olan alanlarda faaliyet gösteren herhangi bir dernek ya da kuruluşa üye misiniz?

| Dernek/Kuruluş | Evet,üyeyim | Hayır,üye değilim |
|------------------------------|--------------------|--------------------------|
| 1.Sanat | () | () |
| 2.Spor | () | () |
| 3.Siyaset ve alt kuruluşları | () | () |
| 4.Sosyal | () | () |
| 5.Sağlık | () | () |
| 6.Eğitim | () | () |
| 7.Başka (belirtiniz)..... | | |

31-30. soruda “bir siyasi parti ya da gençlik teşkilatı üyeliği bulunmayanlar” için; neden üye değilsiniz?

1. () Siyasetle ilgilenmiyorum.
2. () Hiçbir siyasal parti görüşlerimi yansıtmıyor.
3. () Bir partiye üye olmadan da bir şeyler yapılabilir.
4. () Doğurabileceği olumsuz sonuçlardan endişeliyim.
5. () Üniversite eğitimimi tamamladıktan sonra düşünüyorum.
6. () Bir yararı olacağını düşünmüyorum.
7. () Başka(belirtiniz).....

32-Sizce üniversite öğrencileri aktif olarak siyasal etkinliklerde bulunmalı mıdır?

1. () Evet,bulunmalıdır.
2. () Hayır,bulunmamalıdır.
3. () Fikrim yok.
4. () Başka(belirtiniz).....

33-Öğrencilerin üniversitedeki yanlış karar ve uygulamaları protesto etmelerini nasıl karşılıyorsunuz?

1. () Kesinlikle onaylamıyorum,yanlış buluyorum.
2. () İzinli gösterileri onaylıyorum.
3. () Öğrenciler yanlış gördükleri her uygulamaya izin alınmadan da karşı çıkmalıdırlar.
4. () Bu tür eylemlerden sonuç alınabileceğini sanmıyorum.
5. () Başka(belirtiniz).....

34-Arkadaşlarınızla bir araya geldiğinizde en çok hangi konularda konuşursunuz?

1. () Ailevi konular
2. () Siyasal konular

3. () Ülke sorunları
4. () Üniversite sorunları
5. () Spor,sanat,sinema gibi konular
6. () Kız-erkek ilişkileri
7. () Ekonomik problemler
8. () İş bulma sorunu
9. () Alışveriş seçimleri(marka vs.)
- 10.() Başka(belirtiniz).....

35-Size göre Türkiye'nin en önemli sorunu nedir?

1. () İşsizlik
2. () Eğitimsizlik
3. () Ekonomi
4. () Siyaset/politika
5. () Yoksulluk/ gelir dağılım eşitsizliği
6. () Sağlık
7. () Terör
8. () Başka(belirtiniz).....

36-Siyasal görüşlerinizi en çok kim ya da neler etkiler?

1. () Ailem
2. () Arkadaşlarım
3. () Gazete,dergi,kitap vb. yayınlar
4. () Radyo-TV haberleri
5. () Üniversite öğretim üyeleri/görevlileri
6. () Üye olduğum dernek vb. örgütler
7. () Siyasi partilerin çalışmaları
8. () Hiç kimse siyasi görüşlerimi etkileyemez.
9. () Başka(belirtiniz).....

37-Hangi durumlarda siyasi görüşlerinizden taviz verirsiniz?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1. () Görüşlerim toplumsal sorunların çözümünde yetersizse
2. () Görüşlerimin toplumda popülerliği kalmazsa
3. () Görüşlerimin yanlış olduğunu anladığımda
4. () Taviz vermem
5. () Başka(belirtiniz).....

38-Siyasal görüşlerinizin başkaları tarafından bilinmesinden rahatsızlık duyar mısınız?

1. () Evet
2. () Hayır
3. () Kararsızım
4. () Başka(belirtiniz).....

39-Üniversite öğrencilerini en çok bir araya getiren olgu hangisidir?

1. () Hemşehrilik
2. () Düşünce biçimleri ve siyaset
3. () Cinsiyet
4. () Bölüm
5. () Yaşam şekilleri
6. () Başka(belirtiniz).....

40-Bugün bir seçim olsa sandık başına gider miydiniz?

1. () Evet
2. () Hayır

3. () Kararsızım
4. () Başka(belirtiniz).....

41-40. sorunun cevabı HAYIR ise, neden?

1. () Mevcut partilerin hiçbirinin ülke sorunlarına çözüm getireceğine inanmıyorum.
2. () Hiçbir siyasi parti benim siyasi görüşlerimi yansıtmıyor.
3. () Hiçbir siyasi parti gençlerin sorunlarına eğilmiyor
4. () Siyasi partilere güvenmiyorum.
5. () Seçim sistemi adil değil.
6. () Başka(belirtiniz).....

ÖZGEÇMİŞ

1986 yılında İzmir’de doğan Gamze Uslu, Hilmi Pekcan İlköğretim Okulunda başladığı ilköğretimini 2000 yılında Niyazi Üzmez İlköğretim Okulunda tamamladı. 2004 yılında Turgutlu Anadolu Lisesini bitirdi. 2005-2009 yılları arasında Pamukkale Üniversitesi Sosyoloji Bölümünde Lisans eğitimi aldı. 2010-2011 Eğitim-Öğretim yılında Pamukkale Üniversitesi Sosyoloji Bölümünde Yüksek Lisansa başladı.